

**МИНИСТЕРСТВО ЭКОНОМИЧЕСКОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ  
И  
ИССЫК-КУЛЬСКАЯ ОБЛАСТНАЯ  
ГОСУДАРСТВЕННАЯ АДМИНИСТРАЦИЯ  
КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ**

**ПРОЕКТ АКТИВИЗАЦИИ МЕСТНЫХ СООБЩЕСТВ  
В ИССЫК-КУЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ**

**ФИНАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ ПРОЕКТА**

**Сентябрь 2010**

**ЯПОНСКОЕ АГЕНТСТВО МЕЖДУНАРОДНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА**

---

**KRI Интернэшнл Корп.**

EID
JR
10 - 135



**МИНИСТЕРСТВО ЭКОНОМИЧЕСКОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ  
И  
ИССЫК-КУЛЬСКАЯ ОБЛАСТНАЯ  
ГОСУДАРСТВЕННАЯ АДМИНИСТРАЦИЯ  
КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ**

**ПРОЕКТ АКТИВИЗАЦИИ МЕСТНЫХ СООБЩЕСТВ  
В ИССЫК-КУЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ**

**ФИНАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ ПРОЕКТА**

**Сентябрь 2010**

**ЯПОНСКОЕ АГЕНТСТВО МЕЖДУНАРОДНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА**

---

**KRI Интернэшнл Корп.**

Курс валют

Август 2010 (курс ЛСА)

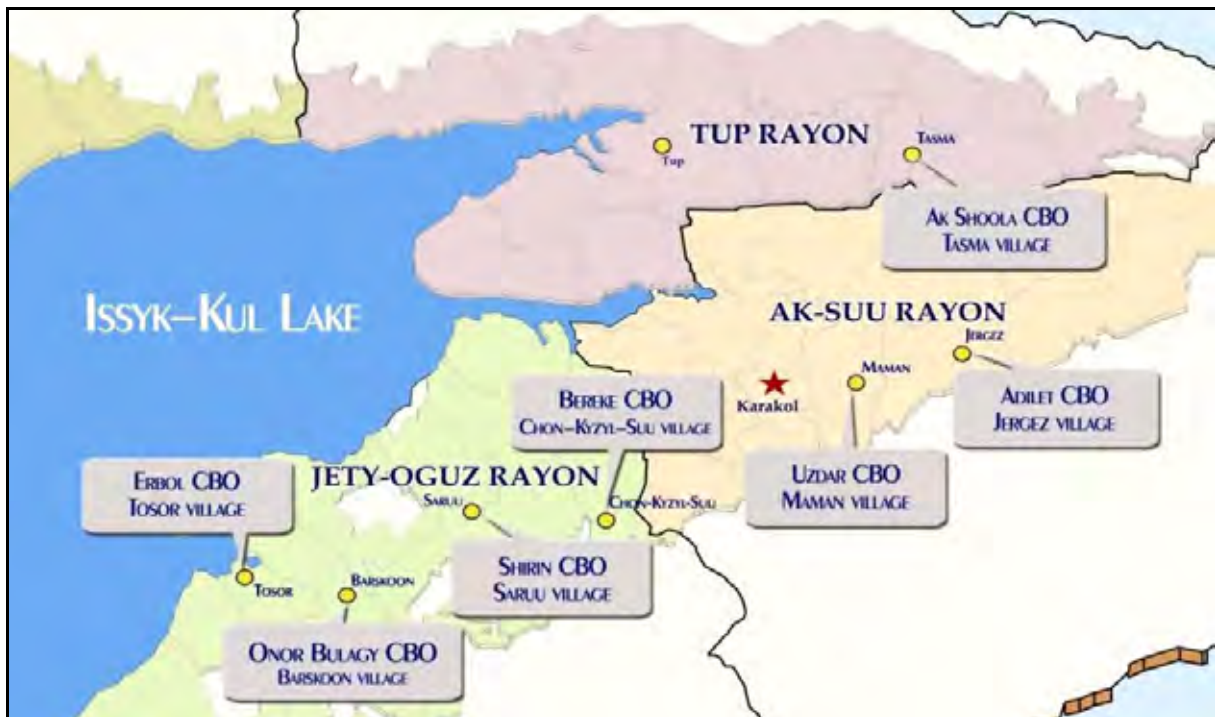
1 доллар США = 87,05 йен = 46,725 сом

1 сом = 1,863 йен

## Карты



Расположение Иссык-Кульской Области



Расположение пилотных жамаатов

## Основная информация об Иссык-Кульской области

### Администрация

- Число районов: 5
- Число айылных округов: 58

### Население

- Общая численность населения: 437200 (январь 2009 г.)
  - 8,2% населения страны (5362000)
  - 28,7% населения в городских регионах и 71,3% населения в сельских регионах
- Занятое население: 180300 (2008 г.)
- Зарегистрированное незанятое население: 4902 (2008 г.)
- Этнический состав:
  - Кыргызы 79,0%, Русские 13,0%, Казахи 1,7%, Татары 1,7%, Калмыки 1,2%, Уйгуры 1,0%, Украинцы 0,7%, Дунгане 0,7%, Узбеки 0,7%, и другие 0,3%

### Экономика

ВВП и ВВП на душу населения в 2008 г.	Единица	Иссык-Кульская Область		Кыргызская Республика
		вкл. Кумтор	не вкл. Кумтор	
ВВП	(миллион сом)	21259,8	11672,2	187991,9
- доля в Республике	(%)	11,3	6,2	100,0
ВВП на душу населения	(сом)	48761	26771	35618,5
- доля в Республике	(%)	139,9	75,2	100,0

Примечание: Данные в колонке «не вкл. Кумтор» были подсчитаны на основе доли золотодобывающей компании «Кумтор» в республиканском ВВП, которая составляла 5,1% (9588 миллионов сом) в 2008 г. (Информационное агентство; <http://eng24.kg>)

- Уровень бедности: 52,2%, уровень крайней бедности: 16,9% (2008 г.)
- Использование земли: 4472 тысяч гектаров всего  
(сельскохозяйственные угодья: 36,8% от общей площади земли)

### Социально-экономические данные

- Число образовательных заведений: 42 детских садов, 198 общеобразовательных школ (1-11 класс) (2008 г.)
- Число докторов и больничных коек (на 10000 человек): 16,5 докторов, 30,2 койки (2008 г.)

### Туризм

- Число зарубежных туристов, посетивших Кыргызскую Республику: 2435,4 тысяч человек (2008 г.)
- Число гостиниц и гостевых домов: 115 гостиниц, 28 гостевых домов (2008 г.)



<Источники>

Статистический Ежегодник Национального Статистического Комитета Кыргызской Республики 1999, 2004-2008, 2009

АБР «Проект по устойчивому развитию Иссык-Куля, Кыргызская Республика, Часть 2 Оценка воздействия на окружающую среду», декабрь 2009



Пред-пилотный проект



Сельский семинар по пред-пилотному проекту в с. Шаты



Техническое руководство, предоставленное ресурсным специалистом в с. Сары-Добо



Студенты школьного жамаата в с. Сары-Добо



Сушка цветков календулы в с. Шаты



Церемония вручения семян лекарственных трав в с. Маман



Цветки календулы во время урожая в с. Шаты



## ООС 1-го цикла



Открытие отремонтированного  
производственного цеха ООС «Береке»  
в с. Чонкызылсуу



Чистка ягод облепихи для производства варенья  
ООС «Адилет» в с. Жергез



Производство сухофруктов ООС «Ширин»  
в с. Саруу



Визит студентов волонтеров КСИМ в ООС  
«Береке» в с. Чонкызылсуу



Производство варенья из диких  
ягод ООС «Адилет» в с. Жергез



Техническое руководство  
ресурсного специалиста по  
сбору ягод облепихи



Сушка яблок на солнечной  
сушилке в ООС «Ширин»



## ООС 2-го цикла



Разработка плана действий в ООС «Онор Булагы» в с. Барскоон



Разработка плана действий в ООС «Эрбол» в с. Тосор



Чистка шерсти в ООС «Ак Шоола» в с. Тасма



Традиционное изготовление войлока на техническом тренинге САСА для 2-го цикла ООС



Технический тренинг САСА для 2-го цикла по чистке шерсти



Технический тренинг САСА для 2-го цикла по изготовлению войлочного листа



## Каракольский Студенческий Исследовательский Магазин (КСИМ)



Церемония открытия КСИМ (сентябрь 2008)



Демонстрация продукции ОСОП для маркетинга



Планирование деятельности КСИМ со студентами волонтерами



Студенты волонтеры готовы оказать поддержку в деятельности КСИМ



Более 50 студентов волонтеров работали в ходе реализации проекта



Презентация студенческой газеты "PIONEER"



## Участие на Экспо и Ярмарках



Презентация продукции ИК Бренд на Совместном Семинаре



Второе участие на АгроПродЭкспо, г. Бишкек (осень, 2009)



Продажи на фестивале «Ат Чабыш», с. Барскоон (осень, 2009)



PR и дегустация продукции на СБТ фестивале, ущелье «Кок Жайык» (лето, 2009)



Члены ООС с сотрудниками J-СЕР&КСИМ, продвижение продукции ИК Бренд на СБТ фестивале, ущелье «Кок Жайык»



PR кампания, инициированное студентами волонтерами КСИМ на горнолыжной базе «Каракол» (зима, 2010)

Продукция Иссyk-Куль Бренд (некоторые образцы)



Барбарисовое варенье



Сухофрукты из яблок



Облепиховое варенье



Абрикосовая пастила



Мед из одуванчиков



Лечебное мыло



Шарф из хлопка



Сумка



Митенки



Юрта



Бусы



Гнездо птицы ремез



# ПРОЕКТ АКТИВИЗАЦИИ МЕСТНЫХ СООБЩЕСТВ

## В ИССЫК-КУЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ

### Финальный Отчет Проекта

#### Содержание

	<u>Страница</u>
Глава 1 Краткое Описание Проекта	
1.1 Предпосылки проекта.....	1
1.2 Цели и задачи проекта.....	1
Глава 2 Деятельность и Достижения	
2.1 Краткое описание деятельности.....	3
2.1.1 Фазы J-СЕР.....	3
2.1.2 Отчеты подготовленные и предоставленные на рассмотрение ОРП и ЛСА.....	3
2.1.3 Назначение Экспертной Группы ЛСА.....	4
2.2 Деятельность и достижения в Фазе I.....	4
2.2.1 Подготовительные работы.....	4
2.2.2 Институциональное усиление.....	4
2.2.3 Реализация пред-пилотного проекта.....	5
(1) Отбор пред-пилотных сел.....	6
(2) Маркетинговое исследование по лекарственным травам.....	7
(3) Основное исследование.....	7
(4) Организация группы производителей календулы.....	8
(5) Обеспечение и распространение семян календулы.....	8
(6) Техническое и маркетинговое руководство.....	9
(7) Апробация солнечной сушилки.....	9
(8) Тренинг / семинар по активизации сообществ.....	9
(9) Апробация новых видов лекарственных трав.....	11
(10) Эффект повышения дохода в каждой группе производителей календулы.....	11
2.2.4 Подготовка Потенциальной Карты ОСОП.....	12
2.2.5 Достижения Фазы I.....	13
(1) Пред-пилотный проект.....	13
(2) Институциональное усиление.....	15
(3) Подготовка Потенциальной Карты ОСОП.....	17
(4) Начальная оценка.....	17
2.3 Деятельность и достижения Фазы II.....	17
2.3.1 Общий план пилотного проекта.....	17

	(1) Стратегия активизации сообществ .....	17
	(2) Общий план пилотного проекта.....	18
2.3.2	Система реализации Фазы II.....	19
	(1) Администрирование Фазы II.....	19
	(2) Система реализации Фазы II .....	20
2.3.3	Реализация пилотного проекта 1-го цикла .....	22
	(1) Отбор потенциальной продукции и пилотных сел/сообществ .....	22
	(2) Основное исследование в отобранных пилотных сообществах .....	25
	(3) Подготовка к производству.....	26
	(4) Производство продукции ОСОП .....	29
	(5) Усиление пилотных ООС.....	33
2.3.4	Реализация пилотного проекта 2-го цикла .....	39
	(1) Отбор потенциальной продукции и пилотных сообществ .....	39
	(2) Подготовка к производству.....	41
	(3) Производство продукции ОСОП .....	43
	(4) Усиление пилотных ООС.....	46
2.3.5	Реклама (PR) и маркетинг ОСОП продукции.....	49
	(1) Каракольский Студенческий Исследовательский Магазин (КСИМ).....	49
	(2) Маркетинг и реклама (PR) .....	52
	(3) Результаты продаж.....	53
	(4) Соотношение уровня фактических и ожидавшихся продаж (в случае ООС 1-го цикла).....	55
	(5) Соотношение уровня продаж и объема производства (в случае ООС 1-го цикла) .....	56
	(6) Рекламные (PR) материалы .....	57
2.3.6	Достижения Фазы II.....	57
	(1) Система реализации проекта.....	57
	(2) Активизация пилотных сообществ через движение ОСОП.....	67
	(3) Эффективность движения ОСОП как метода активизации сообществ.....	71
2.4	Партнерские тренинги в Японии.....	73
2.5	Заседания СУК и Совместные Семинары .....	73
2.5.1	Заседания СУК.....	73
	(1) Заседания СУК, проведенные во время Фазы I .....	73
	(2) Заседания СУК, проведенные во время Фазы II.....	74
2.5.2	Совместные семинары .....	76
	(1) Совместный семинар, проведенный во время Фазы I.....	76
	(2) Совместные семинары, проведенные во время Фазы II .....	76
Глава 3	Уроки, Извлеченные из Реализации Проекта	
3.1	Система реализации проекта.....	81
3.2	Активизация сообществ.....	81

	(1) Развитие потенциала ООС.....	81
	(2) Производственный аспект .....	82
	(3) Маркетинг и реклама (PR).....	82
	(4) Создание модельных ООС.....	83
	(5) На пути к активизации сообществ .....	83
Глава 4	Достижение Цели Проекта	
4.1	Введение .....	85
4.2	Завершающая оценка.....	85
4.3	Результаты совместной оценки.....	86
	(1) Выводы .....	86
	(2) Рекомендации по дальнейшему продвижению движения ОСОП.....	86
	(3) Извлеченные уроки .....	87
Глава 5	Рекомендации для Достижения Общей Цели Проекта	
5.1	Введение .....	89
5.2	Создание отдела, ответственного за продвижение движения ОСОП .....	89
5.3	Создание модельных ООС .....	90
5.4	Взаимодействие в сети с туристическим и частным секторами и другими заинтересованными сторонами .....	91
5.5	Стабильная деятельность КСИМ и его расширение .....	92
5.6	Сотрудничество с носителями местных ресурсов, включая НПО .....	93

## Список таблиц

Таблица 2.1.1	Отчеты, подготовленные Экспертной Группой ЛСА.....	3
Таблица 2.1.2	Исследовательские отчеты, подготовленные НПО – суб-контрактерами .....	3
Таблица 2.2.1	Число членов и площадь производства групп производителей календулы в пред-пилотных селах.....	8
Таблица 2.2.2	Предполагаемая чистая прибыль от производства календулы на гектар в селе Шаты.....	12
Таблица 2.2.3	Предполагаемая чистая прибыль от производства календулы на домохозяйство в селе Шаты.....	12
Таблица 2.2.4	значение членов ОРП .....	16
Таблица 2.3.1	Характеристики пилотных ООС и партнерского ООС 1-го цикла .....	25
Таблица 2.3.2	Сферы основного исследования, проведенного в пилотных селах 1-го цикла.....	25
Таблица 2.3.3	Процедуры, необходимые для открытия бизнеса, основанного на сообществе.....	28
Таблица 2.3.4	Продукция ОСОП, производимая ООС 1-го цикла.....	30
Таблица 2.3.5	Цены на продукцию, установленные ООС 1-го цикла .....	31
Таблица 2.3.6	План и результаты производства продукции ОСОП ООС 1-го цикла.....	32
Таблица 2.3.7	Количество членов каждого ООС 1-го цикла .....	34
Таблица 2.3.8	Характеристики регулярных встреч ООС 1-го цикла .....	37
Таблица 2.3.9	Обучающие туры, организованные для пилотных ООС 1-го цикла.....	37
Таблица 2.3.10	Мероприятия с участием ООС 1-го цикла .....	38
Таблица 2.3.11	Характеристики пилотных ООС 2-го цикла .....	40
Таблица 2.3.12	Производственный и маркетинговый планы ООС 2-го цикла .....	43
Таблица 2.3.13	Цены на продукцию, установленные на ООС 2-го цикла.....	45
Таблица 2.3.14	Учет производства ООС 2-го цикла.....	46
Таблица 2.3.15	Количество членов каждого ООС 2-го цикла .....	46
Таблица 2.3.16	Характеристики регулярных встреч ООС 2-го цикла .....	47
Таблица 2.3.17	Обучающие туры, организованные для пилотных ООС 2-го цикла.....	48
Таблица 2.3.18	Мероприятия с участием ООС 2-го цикла .....	48
Таблица 2.3.19	Примеры комментариев потребителей по продукции ОСОП .....	50
Таблица 2.3.20	Основной рынок / потребитель продукции ОСОП .....	52
Таблица 2.3.21	Общий объем продаж Пилотных ООС в течение реализации проекта .....	53
Таблица 2.3.22	Достижения продаж ООС 1-го цикла .....	56
Таблица 2.3.23	Соотношение уровня продаж и объема производства (ООС 1-го цикла).....	56
Таблица 2.3.24	Сокращенные взносы по производству и продаже продукции ОСОП продукции... ..	59
Таблица 2.3.25	Деятельность J-СЕР с участием представителей РГА и АО .....	61
Таблица 2.3.26	Число государственных служащих, участвовавших в основных мероприятиях J-СЕР во время Фазы II (ноябрь 2007 - июнь 2010).....	62
Таблица 2.3.27	Заинтересованные стороны в рамках сетей взаимодействия J-СЕР .....	64
Таблица 2.3.28	Список партнерских гостевых домов и гостиниц в Караколе .....	65
Таблица 2.3.29	Мероприятия, проведенные совместно с местными производителями .....	66
Таблица 2.3.30	Организации, сотрудничавшие с J-СЕР.....	66
Таблица 2.3.31	Средний заработок на члена ООС пилотных ООС 1-го цикла.....	70
Таблица 2.3.32	Средний заработок на члена ООС в пилотных ООС 2-го цикла.....	70



## Список схем

Схема 2.2.1	Изначально планировавшаяся институциональная схема реализации J-СЕР.....	5
Схема 2.3.1	Продвижение движения ОСОП и план реализации пилотного проекта .....	18
Схема 2.3.2	Система реализации Фазы II .....	20
Схема 2.3.3	Процесс отбора пилотных ООС 1-го цикла .....	22
Схема 2.3.4	Стадии открытия бизнеса, основанного на сообществе .....	27
Схема 2.3.5	Организационная структура ООС, предложенная J-СЕР .....	34
Схема 2.3.6	Лого ООС 1-го цикла .....	35
Схема 2.3.7	Система распределения выручки, внедренная J-СЕР .....	36
Схема 2.3.8	Процесс отбора пилотных ООС 2-го цикла .....	40
Схема 2.3.9	Лого ООС 2-го цикла .....	47
Схема 2.3.10	Сеть взаимодействия КСИМ по маркетингу и рекламе (PR) продукции ОСОП.....	51
Схема 2.3.11	Результаты ежемесячных продаж ООС 1-го цикла (сентябрь 2008- июль 2010).....	54
Схема 2.3.12	Результаты ежемесячных продаж ООС 2-го цикла (июль 2009- июль 2010).....	54
Схема 2.3.13	Продажа продукции ИК Бренд 1-го цикла по основным рынкам.....	55
Схема 2.3.14	Доля продаж продукции ИК Бренд 1-го и 2-го циклов по рынкам .....	55
Схема 5.4.1	Сеть взаимодействия заинтересованных сторон, вовлеченных в пилотный проект J-СЕР.....	92

## **Приложенные таблицы**

Таблица 2.1	Фактический график реализации .....	AT-1
Таблица 2.2	Список потенциальной продукции ОСОП Иссык-Кульской Области в разрезе районов .....	AT-3
Таблица 2.3	Назначение ДП, МП и членов ОРП для J-СЕР.....	AT-5
Таблица 2.4	Список потенциальной продукции ОСОП в Иссык-Кульской Области с баллами на основе критерий.....	AT-6
Таблица 2.5	Критерии для отбора пилотных сел/сообществ 1-го цикла .....	AT-7
Таблица 2.6	Издержки на ремонтную деятельность (1-й цикл) .....	AT-8
Таблица 2.7	Оценочный лист третьего тура отбора пилотных сел/сообществ 2-го цикла .	AT-9
Таблица 2.8	Оценочный лист для отбора пилотных сел/сообществ 2-го цикла .....	AT-11
Таблица 2.9	Затраты на ремонтные работы (2-й цикл).....	AT-12

## **Приложенные схемы**

Схема 2.1	Диаграмма деятельности.....	AF-1
Схема 2.2	Изображение Потенциальной карты ОСОП.....	AF-2

## **Приложения**

Приложение 1	П/О
Приложение 2	МРП (версия 3)
Приложение 3	Назначение Экспертной Группы JСА
Приложение 4	Обзор достижений ООС
Приложение 5	Партнерский тренинг в Японии: Список участников и программа
Приложение 6	Протоколы заседания Совместной Управляющей Комиссии
Приложение 6-1	П/О Внеочередного заседания СУК
Приложение 6-2	П/О Первоначальной оценки
Приложение 6-3	П/О заседания СУК (№ 1)
Приложение 6-4	П/О заседания СУК (№2)
Приложение 6-5	П/О заседания СУК (№3)
Приложение 6-6	Отчет заседания СУК (№4)
Приложение 6-7	П/О заседания СУК (№5)
Приложение 6-8	П/В Завершающей Миссии
Приложение 7	Предложение ОРП по созданию нового отдела по движению ОСОП
Приложение 8	Список оборудования, предоставленные проектом

## СПИСОК СОКРАЩЕНИЙ

ЦКАБ	: Центр Конкуентоспособности Аграрного Бизнеса
АО	: Айылыный Округ (административная единица района)
АРИС	: Агентство развития и инвестирования сообществ
ООС	: Организация, основанная на сообществе = жамаат
АРС	: Альянс развития сообществ
ГТЦ	: Германский технический центр
КППЛЧ	: Команда поддержки производства лекарственных трав
ИЭМ	: Институт Экономики и Менеджмента Иссык-Кульского Государственного Университета им. К. Тыныстанова
ПОК	: Первоначальная оценочная команда ЛСА
ИК Бренд	: Иссык-Куль Бренд
ИКОГА	: Иссык-Кульская Областная Государственная Администрация
J-СЕР	: Проект Активизации Местных Сообществ в Иссык-Кульской Области при технической сотрудничестве ЛСА
ЛСА	: Японское Агентство Международного Сотрудничества
ЮСВ	: Японские волонтеры международного сотрудничества
СУК	: Совместная Управляющая Комиссия
КС	: Кыргызский сом
КАПЛТ	: Кыргызская Ассоциация Производителей Лекарственных Трав
КСИМ	: Каракольский Студенческий Исследовательский Магазин
МСХ	: Министерство сельского хозяйства и перерабатывающей промышленности
МЭРТ	: Министерство экономического развития и торговли
МЭФ	: Министерство экономики и финансов
МЭР	: Министерство экономического регулирования
МФ	: Министерство финансов
НПО	: Неправительственная организация
НИСМ	: Национальный институт стандартизации и метрологии
ТБОР	: Тренинги без отрыва от работы
ОГА	: Областная государственная администрация
ОСОП	: Одно Село Один Продукт
ДП	: Директор проекта
МРП	: Матрица разработки проекта
ОРП	: Отдел реализации проекта Иссык-Кульской ОГА
МП	: Менеджер проекта
П/О	: Протокол обсуждений
РГА	: Районная государственная администрация
МСП	: Малые и средние предприятия
ТИЦ	: Туристический информационный центр
ПРООН	: Программа развития ООН
СК	: Сельский координатор





## Глава 1      Краткое Описание Проекта

### 1.1      Предпосылки проекта

Иссык-Кульская область является одной из семи областей (провинций) Кыргызской Республики и располагается в восточной части страны. Область (примерно 23000 кв. км) имеет большое озеро под названием Иссык-Куль (примерно 6250 кв. км), окруженное вечно снежным горным хребтом Тянь-Шань. Большинство сел области расположены вокруг озера из-за равнинной местности и доступа к дорогам.

Иссык-Кульская область – это область, обладающая определенным видением ускорения темпов социально-экономического развития своего региона. В период с ноября 2003 по декабрь 2004 под эгидой ИСА в регионе было проведено Исследование по Интегрированному Развитию Иссык-Кульского региона. Основным предложением исследования стал Генеральный План Интегрированного Развития Иссык-Кульского региона, включающий программу развития с ориентацией на сообщества для активизации экономической деятельности и усовершенствования социальных услуг на уровне села. Необходимость развития с ориентацией на сообщества получила свое подтверждение в ходе полугодовой деятельности пилотных проектов в трех селах.

В ходе переговоров между Иссык-Кульской Областной Государственной Администрацией (ИКОГА) и ИСА было принято решение оказать техническую помощь региону в форме Проекта по Активизации Местных Сообществ (J-СЕР) согласно Протоколу Обсуждений (П/О) от 10 августа 2006 года (См. Приложение 1).

Данный завершающий отчет проекта призван представить коротко деятельность и достижения J-СЕР за период в 45 месяцев – с января 2007 по сентябрь 2010 года.

### 1.2      Цели и задачи проекта

J-СЕР был реализован согласно Генеральному плану, приведенному подробно в Протоколе Обсуждений (П/О). В частности, J-СЕР следовал Матрице Разработки Проекта (МРП), прилагаемого к П/О. Описательное резюме оригинала МРП (версия 1), прилагавшегося к П/О, приведено ниже:

<p><u>Всеобъемлющая цель:</u> Достижение социально-экономического оживления в Иссык-Кульской области в гармонии с охраной окружающей среды</p>
<p><u>Цель проекта:</u> Создание устойчивой системы регионального развития через активизацию сообществ</p>
<p><u>Результаты Фазы I (Подготовительная фаза):</u> Подготовка системы реализации (персонал, бюджет, потенциал, сети взаимодействия и т.п.), Фазы II подготовлена</p>
<p><u>Результаты Фазы II (Фаза полномасштабного сотрудничества):</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Создание отдельных модельных и хорошо организованных сообществ в Иссык-Кульской области</li> <li>2. Формулирование планов развития сообществ для нужд регионального развития</li> <li>3. Оживление региональной экономики через эффективную реализацию пилотных проектов на основе планов развития сообществ</li> <li>4. Усовершенствование административного потенциала персонала Иссык-Кульской области в сфере активизации сообществ</li> </ol>

МРП пересматривался дважды в ходе проекта. Первое изменение имело место в сентябре 2007 года совместно с Первоначальной Оценочной Миссией, выделенной головным офисом ЛСА. Второе изменение состоялось в мае 2008 года. Содержание данных двух изменений было обсуждено и утверждено на заседаниях Совместного Управляющего Комиссии (СУК) №1 и №2, проведенных 17 сентября 2007 года и 16 мая 2008 года. Дальнейшие подробности заседаний СУК приведены в разделе 2.5.1.

Последняя МРП (версия 3), на основе которой производилась оценка Фазы II J-SEP, приведена в Приложении 2. Оригинал МРП (версия 1) прилагается к П/О (См. Приложение 1), а МРП (версия 2) прилагается к Протоколу Обсуждений (П/О) Первоначальной Оценки (См. Приложение 6-2).

Описательное резюме МРП (версия 3) приведено ниже:

<u>Всеобъемлющая цель:</u> <u>Без изменений;</u> Достижение социально-экономического оживления в Иссык-Кульской области в гармонии с охраной окружающей среды
<u>Цель проекта:</u> Установление устойчивой системы для регионального развития, посредством усиления сообщества через распространение движения «Одно село один продукт»
<u>Результаты Фазы I (Подготовительная фаза):</u> <u>Без изменений;</u> Подготовка системы реализации (персонал, бюджет, потенциал, сети взаимодействия и т.п.), Фазы II подготовлена
<u>Результаты Фазы II (Фаза полномасштабного сотрудничества):</u> 1. Система реализации проекта успешно функционирует 2. Пилотные сообщества активизированы посредством движения ОСОП 3. Метод активизации сообществ посредством движения ОСОП подтвержден.

## ГЛАВА 2 Деятельность и Достижения

### 2.1 Краткое описание деятельности

#### 2.1.1 Фазы J-СЕР

Реализация J-СЕР происходила по фазам, как это представлено в прилагаемой Схеме 2.1. Фаза I осуществлялась с января по сентябрь 2007 имела целью создание системы реализации проекта – Отдела Реализации Проекта (ОРП) через запуск пред-пилотных проектов, основанных на концепции движения ОСОП. В конце Фазы I JСА и ИКОГА тщательно рассмотрели результаты пред-пилотных проектов и решили запускать Фазу II.

Фаза II реализовывалась с ноября 2008 до сентября 2010 года, что составило около 35 месяцев. Поскольку это была фаза полномасштабного сотрудничества, J-СЕР реализовал пилотные проекты по оказанию поддержки шести организациям, основанным на сообществе (ООС), три из которых вели бизнес, основанный на сообществе с сентября 2008 (в качестве ООС 1-го цикла), другие три ООС – с июля 2009 (в качестве ООС 2-го цикла). Таким образом, J-СЕР поддерживал ООС 1-го цикла в течение около двух лет, а ООС 2-го цикла – около одного года.

Основные мероприятия проекта приведены в прилагаемой таблице 2.1.

#### 2.1.2 Отчеты подготовленные и предоставленные на рассмотрение ОРП и JСА

В ходе J-СЕР, Экспертная Группа JСА подготовила и сдала на рассмотрение ОРП и JСА следующие отчеты.

**Таблица 2.1.1 Отчеты, подготовленные Экспертной Группой JСА**

Отчет	Время сдачи
1) Первоначальный отчет	Январь 2007
2) Текущий отчет (№.1)	Сентябрь 2007
3) Текущий отчет (№.2)	Май 2008
4) Текущий отчет (№.3)	Апрель 2009
5) Текущий отчет (№.4)	Декабрь 2009
6) Руководство по распространению движения ОСОП	Июль 2010
7) Финальный отчет проекта	Сентябрь 2010

В дополнение к данным отчетам, также были подготовлены (под руководством Экспертной Группы JСА) исследовательские отчеты НПО, нанимавшихся на суб-контрактной основе. Эта категория отчетов также предоставлялось на рассмотрение ОРП и JСА.

**Таблица 2.1.2 Исследовательские отчеты, подготовленные НПО – суб-контрактерами**

Отчет	НПО – суб-контрактер	Время сдачи
1) Маркетинговое исследование по лекарственным травам	ЦКАБ <sup>1</sup>	Май 2007
2) Основное исследование пред-пилотных сел J-СЕР, Сары-Добо	Альянс развития сообществ (НПО)	Март 2007
3) Основное исследование (общее) пред-пилотных сел	Альянс развития сообществ (НПО)	Март 2007

<sup>1</sup> Маркетинговое исследование было проведено двумя исследователями, нанятыми непосредственно из ЦКАБ. Отчет был подготовлен Экспертной Группой JСА на основе данных, собранных этими двумя исследователями.

Отчет	НПО – суб-контрактер	Время сдачи
4) Основное исследование пред-пилотных сел J-СЕР, Шаты	Альянс развития сообществ (НПО)	Июнь 2007
5) Отчет по тренингу / семинару по активизации местных сообществ в пред-пилотных селах	Альянс развития сообществ (НПО)	Август 2007
6) Отчет по подготовке Карты ОСОП потенциала (включая карты)	Лидер (НПО)	Август 2007
7) Социальная мобилизация и основное исследование для продвижения движения ОСОП в пилотных селах (1-й семинар по отбору пилотных сел)	Лидер (НПО)	Декабрь 2007
8) Социальная мобилизация и основное исследование для продвижения движения ОСОП в пилотных селах (2-й семинар по отбору пилотных сел)	Лидер (НПО)	Февраль 2008

### 2.1.3 Назначение Экспертной Группы ЛСА

Для поддержки ОРП и институтов, относящихся тем или иным образом к реализации J-СЕР, ЛСА выделяла группу экспертов (Экспертная Группа ЛСА) соответственно текущим нуждам проекта. В общей сложности, было назначено 12 экспертов в формате 74,4 человеко-месяцев в течение проекта: 13 человеко-месяцев в Фазе I и 61,4 человеко-месяцев в Фазе II. Фактический график назначения Экспертной Группы ЛСА приведен в Приложении 3.

## 2.2 Деятельность и достижения в Фазе I

### 2.2.1 Подготовительные работы

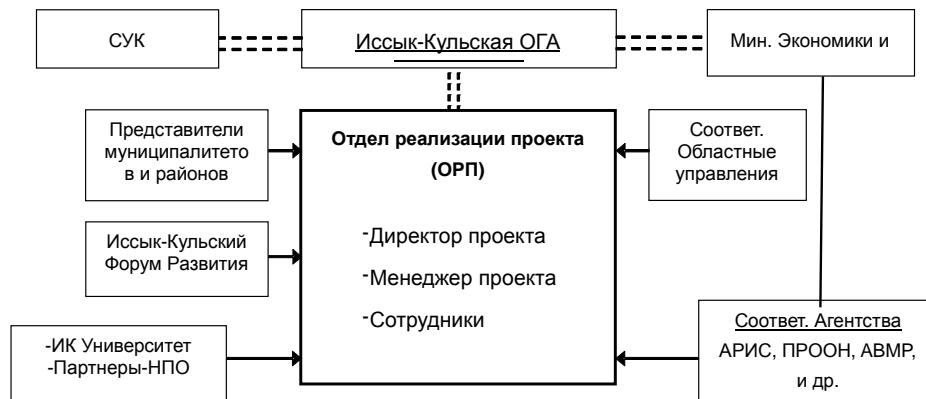
Подготовительные работы проводились как в Японии, так и в Кыргызстане и включали следующие категории работ:

- (i) Планирование реализации проекта и подготовка чернового варианта Первоначального отчета
- (ii) Обзор текущей ситуации по развитию, управляемому сообществом, включая обзор деятельности и программ соответствующих заинтересованных сторон в Иссык-Кульской области
- (iii) Обсуждение с заинтересованными сторонами
- (iv) Разработка финального варианта Первоначального отчета на основе результатов деятельности (ii) и (iii).

Для целей деятельности (iii), 18 января 2007 года был проведен семинар. Целью семинара было обсуждение между заинтересованными сторонами подходов J-СЕР к развитию сообществ. После семинара, 24 января 2007 года, было проведено внеочередное заседание СУК, на котором члены СУК утвердили формат проекта, включая подходы к развитию сообществ, которые должны были бы реализовываться в рамках концепции движения ОСОП. Дальнейшие подробности заседания СУК приведены в Разделе 2.5.1.

### 2.2.2 Институциональное усиление

На внеочередном заседании СУК была утверждена институциональная схема реализации J-СЕР. Схема приведена ниже:



**Схема 2.2.1** Изначально планировавшаяся институциональная схема реализации J-СЕР

В состав СУК, согласно П/О, вошли следующие стороны:

Председатель: Губернатор ИКОГА

- Члены:
- Первый заместитель губернатора ИКОГА
  - Представитель Министерства экономики и финансов
  - Глава соответствующего МСУ
  - Представитель Иссык-Кульского Форума Развития
  - Любое другое лицо по решению ИКОГА
  - Постоянный Представитель ЛСА в КР
  - Руководитель Экспертной Группы ЛСА
  - Любое другое лицо по решению ЛСА

Директором проекта (ДП) был назначен Первый заместитель губернатора ИКОГА. Менеджер проекта и члены ОРП были назначены из числа экспертов ИКОГА.

Изначально ожидалось, что Иссык-Кульский Форум Развития, основанный в 2004 году в качестве платформы для обмена мнениями между заинтересованными сторонами по вопросам развития, управляемого сообществом, будет оказывать поддержку J-СЕР. Однако в ходе обсуждения этого вопроса с заинтересованными сторонами во время подготовительных работ было утверждено, что роль и функции Форума необходимо пересмотреть в течение Фазы I. Также было утверждено, что J-СЕР будет реализовываться в сотрудничестве с Иссык-Кульским Государственным Университетом, организациями из частного сектора и НПО; и что их роль будет еще обсуждаться и определяться в ходе Фазы I.

На центральном уровне ожидалось, что Министерство Экономики и Финансов (МЭФ) будет координировать деятельность проекта с другими организациями, реализующими программы развития, включая АРИС (в частности, Программу Инвестирования Сел) и ПРООН (в частности, Программу Сокращения Бедности). Однако ответственность на центральном уровне за J-СЕР взяло на себя Министерство Экономического Развития и Торговли (МЭРТ) и стало членом СУК с августа 2007 года в виду реформы МЭФ в Министерство Финансов (МФ).

### 2.2.3 Реализация пред-пилотного проекта

На внеочередном заседании СУК лекарственные травы были отобраны в качестве одной из

продукции пред-пилотного проекта. Обосновано это решение было тем, что данная продукция имеет потенциал, как специфичная Иссык-Кульской области продукция. Также на данном заседании СУК было принято решение продвигать производство лекарственных трав совместно с некоторыми программами, направленными на улучшение социальной обстановки или уровня жизни в одном или двух селах.

На основе решений, принятых на заседании СУК, ОРП и Экспертная Группа ЛСА начали реализацию пред-пилотного проекта до конца января 2007. Основные мероприятия, проводившиеся в ходе пред-пилотного проекта, включали следующее:

#### **(1) Отбор пред-пилотных сел**

Два села Тюпского района, село Шаты (Тюпский АО) и село Сары-Добо (Аральский АО) были отобраны в качестве пред-пилотных сел. Процесс отбора протекал в четыре этапа:

- (i) 26 января: по просьбе ОРП Тюпский и Аксуйский районы порекомендовали 13 сел в пяти АО и три села в двух АО, которые отличались потенциалом по производству лекарственных трав.
- (ii) 3 февраля: с целью сужения круга сел-кандидатов, в Тюпском и Аксуйском районах были проведены семинары с участием глав соответствующих АО. На каждом семинаре, Экспертная Группа ЛСА предоставляла участникам краткую информацию о J-СЕР, разъясняла совместно с Командой поддержки производства лекарственных трав (организованной для реализации проекта) технологию производства лекарственных трав и маркетинговый потенциал данной продукции.
- (iii) февраля: другой вид семинаров был проведен в соответствующих селах-кандидатах с приглашением фермеров, заинтересованных в производстве лекарственных трав. На данных семинарах также была собрана информация, необходимая для финального отбора сел.
- (iv) 16 февраля: информация, собранная в ходе выше приведенных семинаров была изучена и оценена совместно с ОРП и в качестве пред-пилотных сел были отобраны два выше названных села

На каждом семинаре, проведенном 3 февраля, участники (12 сотрудников в Тюпском районе и 6 сотрудников в Аксуйском районе) установили критерии отбора сел. Эти критерии отбора включали следующее: i) наличие потенциальных лидеров в районе, АО и селе-кандидате в сфере производства лекарственных трав и улучшения социальной обстановки или уровня жизни; ii) наличие опыта в производстве лекарственных трав; iii) наличие желания заниматься производством лекарственных трав; iv) наличие условий для производства лекарственных трав (земельная площадь, почва, ирригация и др.); v) расположение сел и расстояние от основной трассы и Каракола; и vi) наличие телефонной связи.

Семинар, проведенный 15 февраля, указал на недостаточность лидерства в Аксуйском районе, поскольку семинар не был организован согласно плану.

16 февраля, ОРП и Экспертная группа ЛСА решили выбрать два пред-пилотных села, ограничившись лишь Тюпским районом в связи с вышеприведенными обстоятельствами. Села Шаты и Сары-Добо были отобраны в качестве пред-пилотных сел.

## **(2) Маркетинговое исследование по лекарственным травам**

Маркетинговое исследование по лекарственным травам было проведено для проверки реализуемости лекарственных трав, произведенных в Иссык-Кульской области. Исследование длилось около месяца – с марта по апрель 2007 года. Для проведения исследования J-СЕР нанял двух исследователей из Центра Конкурентоспособности Аграрного Бизнеса (ЦКАБ). Исследование охватило внутренний рынок Кыргызской Республики и рынки Казахстана и России. Исследователи собрали данные и информацию из различных источников: государственных служащих, производителей и частных компаний, имеющих отношение к сбору, обработке, продаже и экспорту лекарственных трав. Для исследования рынков Казахстана один исследователь посетил г. Алматы для сбора данных и информации среди заинтересованных сторон, как в государственном, так и частном секторе. Исследование рынков России осуществлялось через сбор данных в Интернете, а также сбор данных среди торговцев, имеющих связи с Российским рынком.

Результаты исследования были собраны в отчете под названием «Маркетинговое исследование по лекарственным травам». Отчет был распространен среди заинтересованных сторон. Заключительную часть отчета можно обобщить следующим образом:

- (i) Лекарственные травы, произрастающие в Иссык-Кульской области, обладают высоким маркетинговым потенциалом, как на внутренних, так и на зарубежных рынках. Однако существующая в настоящее время ситуация указывает на то, что подобный потенциал не используется в должной форме. Иными словами, спрос на лекарственные травы в Казахстане и России намного превосходит существующий в настоящее время объем производства в Иссык-Кульской области.
- (ii) Основными барьерами на пути к международным рынкам являются: i) недостаток семян для посадки, ii) несоблюдение аграрно-технических требований производства, iii) нарушение технологий сбора и сушки, iv) недостаток специалистов в данном секторе, v) недостаток необходимой маркетинговой информации, и vi) отсутствие поддержки от государства.
- (iii) Сила лекарственных трав данного региона (высокое содержание биологически активных компонентов и низкие цены) делают их более конкурентоспособными в сравнении с лекарственными травами, предлагаемыми на зарубежных рынках и происходящих из других регионов.
- (iv) Наибольшим спросом на зарубежных рынках пользуются цветки календулы и ромашки; корень валерианы и солодки; и другие растения.
- (v) Согласно информации с рынков Казахстана и России, фармацевтические рынки растут высокими темпами: 20% в Казахстане и 27% в России за 2006 год. Это отражает тенденцию расширения рынков лекарственных трав.

## **(3) Основное исследование**

Основное исследование было проведено в обоих пред-пилотных селах для того, чтобы понять профиль и нынешнее состояние сел. Исследование было проведено под наблюдением Экспертной Группы JСА в течение марта и мая 2007 года. Было задействовано два исследователя из НПО – суб-контрактера «Альянс развития сообществ», которые также



фасилитировали необходимые семинары для сбора данных. Методология исследования включала сбор данных и источников информации; опрос соответствующих государственных служащих на уровне области, района и АО; опрос ключевых заинтересованных сторон; организация гендерно чувствительных семинаров для людей из фокусных групп; и другие подходящие методы. Результаты исследования также были проанализированы и собраны в отчет на английском и русском языках.

Участие ОРП в исследовании заключалось в том, что его члены выходили на контакт с соответствующими государственными служащими с просьбой о сотрудничестве, мониторинге семинаров, чтении черновых вариантов отчетов и предложении своих рекомендаций.

Основное исследование выявило ряд аспектов жизнедеятельности пред-пилотных сел, которые было бы необходимо продвигать или усовершенствовать и использовать при дальнейшей деятельности проекта. К примеру, предоставление селам возможности получения навыков бизнес планирования и ведения бухгалтерского учета и делопроизводства (для семейного бюджета и финансов) и навыки социальной мобилизации для усиления организационного управления среди адресного населения являлись наиболее срочными мерами по развитию сел. На основе рекомендаций, появившихся во время основного исследования, был разработан и проведен (июль и август 2007 года) тренинг /семинар по активизации сообществ в пред-пилотных селах (См. параграф (8) в данной главе).

#### **(4) Организация группы производителей календулы**

Организация фермеров по производству календулы в селе Шаты была формально организована на семинаре, имевшем место 14 марта 2007 года. Подобная же организация в селе Сары-Добо была создана 15 марта 2007 года. Число членов и площадь производства календулы каждой организации представлены внизу:

**Таблица 2.2.1 Число членов и площадь производства групп производителей календулы в пред-пилотных селах**

	<b>Члены</b>	<b>Площадь производства (га)</b>
Село Шаты		
- Фермер – лидер	1 домохозяйство	0,4
- Кооператив	8 домохозяйств	3,0
Итого	9 домохозяйств	3,4
Село Сары-Добо		
- Школьная группы (ООС)		0,4
- Фермерская группа (ООС)	4 домохозяйства	0,8
Итого	4 домохозяйства	1,2
Всего	13 домохозяйств	4,6

Кооператив в селе Шаты был основан до запуска пред-пилотного проекта и выбрал себе лидера, поскольку он обладал опытом выращивания календулы в течение нескольких лет. Школьная ООС в селе Сары-Добо приняла участие в пред-пилотном проекте с намерением выращивать календулу на школьном участке и использовать выручку на текущие нужды школы. Только лидер села Шаты обладал опытом выращивания календулы, другие же члены групп производителей календулы такого опыта не имели.

#### **(5) Обеспечение и распространение семян календулы**

Всего было получено 100 кг семян календулы, благодаря поддержке одного члена КППК.

Полученные семена были распределены между адресными селами следующим образом: 64 кг селу Шаты, 19,5 кг селу Сары-Добо и 16,5 кг Кыргызской ассоциации производителей лекарственных трав (КАПЛТ) в селе Маман. Семена КАПЛТ получил на имя своего нового члена.

#### **(6) Техническое и маркетинговое руководство**

КППК была создана с целью оказания технического и маркетингового руководства группам производителей календулы. КППК состояла из лектора (агронома) Иссык-Кульского Государственного Университета, лидера КАПЛТ и специалиста по обработке/сбыту лекарственных трав. В дополнение, к КППК присоединялся эксперт из Кыргызского Медицинского Института по мере необходимости решать проблему аллергии на календулу в селе Шаты. Техническое и маркетинговое руководство КППК было предоставлено в следующей последовательности и объеме:

- (i) 3 февраля: Разъяснение среди производителей общей технологии производства лекарственных трав и маркетингового потенциала данной продукции (были проведены семинары в Тюпском и Аксуйском районах).
- (ii) 27 февраля: Повторное разъяснение среди производителей общей технологии производства лекарственных трав и маркетингового потенциала данной продукции (проведены семинары в селх Шаты и Сары-Добо с целью организации групп производителей календулы).
- (iii) 12 апреля: Предоставление практического технического тренинга по технологии посева и процедурам сбыта для участников церемонии раздачи семян, проводившейся в заданных пред-пилотных селах.
- (iv) 12 июня: Предоставление технического тренинга по методам прореживания и ирригации для групп производителей календулы в заданных пред-пилотных селах.

#### **(7) Апробация солнечной сушилки**

В экспериментальных целях и в сотрудничестве с КАПЛТ были построены солнечные сушилки в трех местах: селах Шаты, Сары-Добо и Маман. Результаты апробации данного типа сушилок показали, что они не сильно отличались по производительности сушки от применявшейся ранее практике сушки, хотя, в отличие от общей практики, и обеспечивали защиту от дождя. К тому же было обнаружено, что фермерам необходимо очень часто менять расположение сушильных листов – верхние листы переставлять вниз, а нижние поднимать вверх для ровной сушки цветов. Также неудобство состояло в том, что пластиковое покрытие, использовавшееся для покрытия сушилки, было очень хрупким и легко повреждалось сильным ветром. В таких условиях, фермеры устали от использования солнечных сушилок и многие производители в пред-пилотных селах перешли снова на применявшуюся ранее практику сушки.

#### **(8) Тренинг / семинар по активизации сообществ**

Тренинг / семинар по активизации сообществ и сопутствующие мониторинг и консультации были проведены в течение одного месяца, начиная с последней недели июля 2007 года. Данная категория мероприятий была рассчитана на следующие результаты:

- (i) Формирование группы людей, включая фермеров и членов организаций – производителей лекарственных трав J-СЕР, которые взяли бы на себя инициативу в

рамках деятельности J-СЕР по улучшению уровня жизни в каждом пред-пилотном селе.

- (ii) Разработка плана действий по улучшению уровня жизни (включая оценку нужд)
- (iii) Разработка семейного бюджета и бизнес плана (планов) местных производителей лекарственных трав и потенциальных партнеров.
- (iv) Развитие партнерства между производителями лекарственных трав в селах Шаты и Сары-Добо.

НПО «Альянс развития сообществ» (АРС), проводивший основное исследование был отобран в качестве суб-контрактера для проведения данного тренинга / семинара. Тренинг / семинар был проведен посредством следующих мероприятий:

- (i) Обучающий тур в село Боз-Бешик (Жети-Огузский район), где местные организации, основанные на сообществе, в течение нескольких лет вели активную работу по развитию сообществ после успешной социальной мобилизации
- (ii) Тренинг / семинар по социальной мобилизации
- (iii) Тренинг / семинар и консультации по бизнес планированию
- (iv) После тренинговая деятельность по обеспечению отчетности по результатам тренинга

Тренинг / семинар в пред-пилотных селах начался с привлечения внимания сельчан к J-СЕР и движению ОСОП. Опасения организаторов о том, что немногие люди примут участие в разъяснительных встречах из-за разгара сельскохозяйственного сезона, развеялись. Заинтересованные группы людей все же собрались и приняли участие на мероприятиях, чтобы получить информацию об активизации сообществ, на который сориентирован J-СЕР. Было много желающих поучаствовать в обучающем туре, целью которого было сформировать у сельчан понимание возможностей и средств развития их собственных сообществ.

Тренинг / семинар по социальной мобилизации был проведен во время обучающего тура. В ходе данного мероприятия были сформированы основы партнерства между двумя пред-пилотными селами через совместную работу и обмен опытом. В конце тренинга участники сформулировали свои пожелания и интересы. В общем, они сводятся к потребности в следующих категориях знаний и навыков:

- (i) Как зарегистрировать группу на уровне АО для получения легального статуса
- (ii) Как разрабатывать проекты и привлекать доноров для развития своих сообществ
- (iii) Как вести кассовые книги в группах
- (iv) Как создать и развивать фонд группы или сообщества
- (v) Каковы принципы коллективной деятельности ООС или кооператива

Участники тренинга / семинара, которые уже имели конкретные бизнес идеи или уже были вовлечены в доход приносящую деятельность, были приглашены на тренинг / семинар по основам бизнес планирования.

В ходе тренинга / семинара участники проанализировали свою доходоприносящую деятельность, рассчитали свои основные производственные расходы и осознали важность расчетов. Они продолжили расчеты по своей деятельности, что усовершенствовало их навыки

бизнес планирования.

Было примечательно то, что уже во время тренинга / семинара участники запланировали создание фонда группы из дохода и членских взносов и разработали план дальнейшего развития своего сообщества, а также J-СЕР смог для себя определить несколько потенциальных лидеров для дальнейшего сотрудничества.

#### **(9) Апробация новых видов лекарственных трав**

##### **1) Импорт семян лекарственных трав из Германии**

В сотрудничестве с ГТЦ из Германии были завезены семена пяти видов лекарственных трав, которые являлись сравнительно новыми для Иссык-Кульского региона. Это были семена базилика (1,0 кг), иссопа (1,0 кг), лимонный бальзам (1,0 кг) и чабер (1,0 кг).

Большинство этих семян были предоставлены КАПЛТ для целей апробации. Около 50 г каждого вида семян было предоставлено Ботаническому Саду в г. Бишкек, который обладает определенными технологиями и условиями для апробации семян. Ожидалось, что семена могут быть размножены к следующему сезону посева.

##### **2) Получение саженцев лекарственных трав от Ботанического Сада (г. Бишкек)**

Саженцы других видов лекарственных трав были получены при сотрудничестве с Ботаническим Садам в г. Бишкек. Это были душица (*Origanum Officinale*) 500 саженцев и мята (вариант F1) 1000 саженцев. Все данные саженцы были предоставлены КАПЛТ для апробации и были посажены на плантации КАПЛТ в сезон 2007 года.

##### **3) Импорт семян лекарственных трав из Японии**

В дополнение к выше приведенным источникам семян и саженцев, коллекция лекарственных трав региона также была пополнена экземплярами из Японии. Для апробации в Иссык-Кульской области из Японии были завезены семена лаванды (около 0,6 мл), английской лаванды (0,6 мл), иссопа (0,4 мл), обычного тимьяна (0,5 мл), большого сладкого базилика (0,5 мл), германской ромашки (0,6 мл) и эхинацея (0,1 мл).

Согласно рекомендации агронома Иссык-Кульского Государственного Университета, эти семена были распространены среди партнеров из трех местностей: КПАЛТ в селе Маман, Каракольскому муниципалитету, селу Кызыл-Суу Жети-Огузского района.

В результате, иссоп, обычный тмин и сладкий базилик дали ростки в Караколе, также иссоп и сладкий базилик дали ростки в Жети-Огузском районе. Ни один из видов не привился в КАПЛТ. Среди лекарственных трав, достигших сезона урожая, оказался только сладкий базилик, высаженный в Караколе и Жети-Огузе. Подобная ситуация была связана с тем, что агроном, сотрудничавший с проектом, покинул Университет после посадки, и, соответственно, техническое руководство производства этих трав было остановлено.

#### **(10) Эффект повышения дохода в каждой группе производителей календулы**

Для оценки эффекта повышения дохода среди производителей календулы села Шаты были собраны соответствующие данные и информация. В селе Сары-Добо группа производителей не вела учет объемов сборов и продаж должным образом.

Чистая прибыль от производства календулы была оценена в расчете на гектар с использованием данных и информации, полученной в селе Шаты, как отображено в следующей таблице:

**Таблица 2.2.2 Предполагаемая чистая прибыль от производства календулы на гектар в селе Шаты**

	Сбор (кг)	Стоимость единицы (КС/кг)	Валовой доход (КС)	Стоимость производства (КС)	Чистая прибыль (КС)
Календула (сухие цветки)	1600	45	72000	27100	44900

Далее была оценена чистая прибыль на домохозяйство производителей села Шаты, как отображено в следующей таблице:

**Таблица 2.2.3 Предполагаемая чистая прибыль от производства календулы на домохозяйство в селе Шаты**

	Члены (домохозяйства)	Площадь участка (га)	Общий чистый доход (КС)	Чистый доход на домохозяйство (КС)
- Фермер – лидер	1	0,4	17960	17960
- Кооператив	8	3,0	134700	16838
Всего или в среднем	9	3,4	152660	16962

Этот чистый доход соответствовал 20% средних годовых затрат членов местных сообществ, оцененных в размере 80000 КС на домохозяйство согласно базовым данным. В конечном итоге, было очевидным, что производство календулы способствовало росту дохода производителей на 20%, поскольку ни один фермер не вкладывал в село Шаты средств согласно базовым данным (расходы были равны доходу).

#### 2.2.4 Подготовка Потенциальной Карты ОСОП

Потенциальная Карта ОСОП была подготовлена в рамках J-СЕР для получения и систематизации информации о местной продукции и ресурсах, имеющих потенциал для переработки на уровне села и, соответственно, для повышения их ценности и конкурентоспособности, как на внутренних, так и глобальных рынках. Главное ожидание от карты – это ее применение для продвижения ОСОП движения в Иссык-Кульской области. Для создания карты студенты местного университета провели опрос, нацеленный на сбор информации для карты среди 58 АО и одного города. Эта работа заняла около месяца – с конца июля до конца августа. Конечный продукт подобной исследовательской работы – Потенциальная Карта ОСОП – была распространена среди практически всех АО Иссык-Кульской области и соответствующих агентств/организаций.

Подготовка Потенциальной Карты ОСОП предполагала решение следующих задач

- (i) Идентификация потенциальной продукции и/или ресурсов в каждом АО Иссык-Кульской области
- (ii) Обозначение выше приведенной информации на карте
- (iii) Распространение информации об движении ОСОП в Иссык-Кульской области среди государственных служащих соответствующих АО и лидеров отобранных сел

Перед проведением опроса, студенты и члены ОРП прошли обучение / инструктаж на специальном семинаре по проведению полевых исследований для подготовки Потенциальной Карты ОСОП. После успешного окончания данного семинара студенты распределились по АО

и в течение шести дней проводили полевые исследования. Каждая из 10 команд, состоящих из трех-четырех студентов, посетили около 5-7 АО для получения соответствующей информации, на основе которой должна была быть составлена карта. Основными источниками информации были главы АО, секретари и другие сотрудники АО; государственные служащие, включая учителей школ; старейшины и женщины сел; и другие стороны, рекомендованные выше приведенными лицами.

Далее полученные данные и информация были обработаны для разработки Потенциальной Карты ОСОП Иссык-Кульской области и списка потенциальной продукции по районам и АО. В конечном итоге, для дальнейшего распространения среди заинтересованных сторон была разработана Потенциальная Карта ОСОП размером А1 и тиражом 500 копий. Изображение карты приведено в прилагаемой схеме 2.2., а список потенциальной продукции, на основе которого была подготовлена карта, представлена в прилагаемой таблице 2.2.

### **2.2.5 Достижения Фазы I**

#### **(1) Пред-пилотный проект**

Деятельность групп производителей календулы в рамках пред-пилотного проекта, в общем, можно считать удовлетворительной в виду следующих причин:

- (i) Члены группы, которые не имели опыта выращивания календулы, участвовали в деятельности проекта во время сезона сбора урожая и сбыта сельскохозяйственной продукции, даже не смотря на ограниченную помощь со стороны J-СЕР (семенами, техническим и маркетинговым руководством, пробной солнечной сушилкой). Они действительно приняли на себя все риски производства новой культуры. К примеру, заместитель лидера кооператива в селе Шаты продал одну из своих коров для сбора средств на прополку и сбор урожая календулы.
- (ii) В результате тренинга / семинара и обучающего тура, организованных для социальной мобилизации и бизнес планирования, участники из пред-пилотных сел смогли подготовить план действий по улучшению уровня жизни. Они бы реализовали эти планы на практике, если бы и дальше получали регулярную техническую поддержку, например, дальнейшее обучение по бизнес планированию и консультации по практической реализации.

Вышеприведенные факты смогли стать индикаторами того, что сельчане имеют потенциал для участия в деятельности по активизации сообществ.

Однако для дальнейшей реализации J-СЕР Экспертная Группа ЛСА обозначила некоторые уроки, приведенные ниже:

#### **а. Технические вопросы**

- (i) Техническое руководство необходимо предоставлять непосредственно перед выполнением конкретной работы и желательно без отрыва от работы. Согласно опыту пред-пилотного проекта, производители календулы попросили J-СЕР обеспечить техническое руководство по методологии сбора урожая, хотя методология преподавалась устно еще за примерно полмесяца до сбора урожая.
- (ii) Сельчане избегают работы, требующие большую трату времени. Это наблюдалось в

случае эксплуатации солнечной сушилки, как описывалось в разделе 2.2.3 (7). На будущее, когда необходимо введение технического компонента в деятельность производителей, нужно учитывать, что лучше выбирать простые и легко эксплуатируемые установки.

- (iii) Сельчане очень заняты во время сезона сбора урожая, поскольку им приходится осуществлять сельскохозяйственные работы в течение короткого периода времени в изменчивых климатических условиях. Этот режим работы необходимо учитывать, когда J-СЕР планирует проведение какого-либо нового мероприятия или деятельности в адресных селах. В точки зрения эффективного распределения трудового времени, рекомендуется проводить новые мероприятия или деятельность в течение зимнего сезона.

#### в. Экономические вопросы

- (i) Большинство сельчан являются настоящими новичками в экономике не только в плане семейного бюджета, но и в плане рыночной экономики. Это связано с тем, что долгое время в течение Советской эры они жили в рамках плановой экономики. Возможно, было практически нереальным научиться жить по правилам рыночной экономики за такой короткий срок – за 16 лет после получения независимости. Поэтому, при реализации J-СЕР усовершенствование экономических навыков сельчан становится одной из самых важных видов деятельности.
- (ii) В подобном же русле, сельчане очень слабы в маркетинге своей продукции. В случае с календулой, их деятельность по производству и обработке календулы, в общем, можно назвать удовлетворительной. Однако сельчане все время беспокоились по поводу продажи своей продукции. Это и стало причиной того, что J-СЕР пригласил специалиста по торговле в качестве эксперта на сельских семинарах. Подобный подход рекомендуется для реализации и в течение следующей фазы J-СЕР.

#### с. Институциональные вопросы

- (i) Наличие посевной площади для производства определенных культур должно быть подтверждено до запуска J-СЕР, даже если члены потенциальной группы обещают обеспечить посевную площадь. В случае с Кооперативом Шаты, было потрачено определенное время на получение посевной площади, находившейся в собственности АО. В результате, посев был произведен на полмесяца позже, чем в других местностях.
- (ii) Работа с новоиспеченными ООС или кооперативами, не обладающими практическим опытом менеджмента, требует особого внимания и заботы в отношении усиления потенциала этих организаций, особенно социальной мобилизации. Зарегистрировать группу в качестве ООС или кооператива на местном уровне согласно упрощенным процедурам – не так уж и сложно, гораздо сложнее управлять этими организациями – хотя бы вести простой учет или отчетность в налоговую инспекцию. Очень немногие ООС и кооперативы обладают навыками менеджмента организацией.



## (2) Институциональное усиление

Оценка достижений институционального усиления должна была быть осуществлена на базе «объективно верифицируемых индикаторов», обозначенных в оригинале МПД.

Индикаторы оценки, обозначенные в оригинале МПД:

- 1.1.a. Уровень понимания проекта
- 1.1.b. Соответствие спроса на сотрудников и реального предложения квалифицированных кадров
- 1.1.c. Выделение необходимого бюджета от Иссык-Кульской области
- 1.1.d. Частота различных встреч, как заседания Совместной Управляющей Комиссии, встречи Форума Развития и т.п.

### 1) Уровень понимания J-СЕР

J-СЕР и движение ОСОП стали широко известными на каждом уровне администрации в силу следующих действий, предпринятых J-СЕР/ОРП и другими организациями / агентствами во время Фазы I:

#### а. Уровень администраций области, районов и АО

- (i) На семинаре, проведенном 18 января и нацеленном на обсуждение подходов J-СЕР среди заинтересованных сторон, участие приняли 9 сотрудников Областной Государственной Администрации и 6 сотрудников районных и муниципальных администраций.
- (ii) На семинаре, проведенном 21 февраля и нацеленном на презентацию плана J-СЕР и движения ОСОП, участие приняли около 150 представителей региона (главы всех АО, сотрудники по сельскому хозяйству на уровне АО, представители ООС).
- (iii) На встрече, проведенной 16 мая и нацеленной на презентацию J-СЕР и движения ОСОП, участие приняли областные сотрудники-финансисты. Аналогичная встреча была проведена 22 мая для сотрудников финансового и миграционного комитета Иссык-Кульского района.
- (iv) Местная газета «Вести Иссык-Куля» взяла интервью у МП по поводу J-СЕР и движения ОСОП. Статья была опубликована 6 апреля.
- (v) Интернет информационное агентство «АКИпресс» опубликовала заметку об обучающем туре, организованном в рамках J-СЕР и давшем возможность Первому Заместителю Губернатора ИКОГА и другим двум сотрудникам узнать о движении ОСОП непосредственно в Префектуре Оита (Япония). Материал был опубликован 28 августа.

#### б. Другие общественные организации в Иссык-Кульской области

- (i) Студенты Иссык-Кульского Государственного Университета в течение 6-11 августа провели исследование, охватившее практически все АО в области и нацеленное на сбор информации по потенциальной продукции для движения ОСОП. В ходе полевого исследования, студенты разясняли подробно деятельность J-СЕР и движения ОСОП среди сотрудников АО и жителей сел.
- (ii) Студенты проявили большой интерес к движению ОСОП, благодаря выше

приведенной работе. Многие из них намерены создать студенческое общество изучения движения ОСОП.

- (iii) Иссык-Кульское микро кредитное агентство проявило намерение поддержать движение ОСОП при наличии финансовых средств.

#### с. Уровень центрального правительства

- (i) Понимание движения ОСОП было постепенно расширено с тех пор, как японский Профессор Тетсузи Танака (Советник Президента Кыргызской Республики) порекомендовал Президенту распространение движения, а Министр Финансов говорил о движении на заседании доноров.
- (ii) Заместитель Министра Экономического Развития и Торговли выразил свою заинтересованность по отношению к движению ОСОП и согласился на сотрудничество с J-СЕР, в частности, стал членом СУК (16 июля 2007 года).

#### 2) Привлечение необходимого числа членов ОРП

Назначение членов ОРП на конец августа 2007 г. представлено в следующей таблице:

**Таблица 2.2.4 Назначение членов ОРП**

Должность	Формально (закреплено ЗО/соглашением)	Фактически (конец августа 2007)
Директор проекта	Алышбаев К.К. Первый зам. Губернатора	Без изменений
Менеджер проекта	Иманалиев Алмаз Глава департамента	Без изменений
Члены ОРП	1) Мамедова С.А. Глава департамента	Назначена Зам. Губернатора (июль 2007)
	2) Орозова Г.Ж.	В декретном отпуске
	3) Мамбеткулов Т.Б. Гл. специалист Отдел международных отношений	Дунганаев М.А. Гл. специалист Отдел сельского хозяйства и перерабатывающей промышленности

Все члены ОРП, включая МП, являлись партнерами проекта на основе неполной занятости, хотя, согласно П/О, ожидалось назначение партнеров на основе полной занятости. Согласно разъяснениям ИКОГА, назначение партнеров проекта на основе полной занятости является затруднительным в силу изменений в бюджетной системе правительства.

#### 3) Выделение необходимого бюджета

Бюджет для реализации J-СЕР не был выделен до конца Фазы I. Однако Областная Государственная Администрация прикладывала серьезные усилия по решению данной проблемы. В частности, она послала письмо – запрос в Министерство Финансов на выделение партнерских средств 2KR для J-СЕР.

#### 4) Частота различных встреч

Внеочередное заседание СУК было проведено 24 января 2007 года. На встрече присутствовало четыре представителя ИКОГА, включая губернатора, и пять представителей Японской стороны, включая Постоянного Представителя JICA в Кыргызской Республике (См. Раздел 2.5.1)

Относительно Иссык-Кульского Форума Развития были предприняты инициативы по консолидации участников и планировалось развитие сети взаимодействия между

заинтересованными сторонами.

Все три члена ОРП были назначены, включая тех, кто заменял ушедших членов ОРП. С конца марта 2007 года ОРП проводил еженедельные встречи, которые были призваны быть площадкой для осуждения текущих моментов и проблем пред-пилотного проекта. До конца августа 2007 года подобные встречи были проведены 18 раз.

### **(3) Подготовка Потенциальной Карты ОСОП**

Потенциальная Карта ОСОП была успешно подготовлена в сотрудничестве с Иссык-Кульским Государственным Университетом, местным НПО, АО и селами / сообществами, которые доказали возможность использования для реализации J-СЕР подобной сети взаимодействия.

Проект, можно сказать, вышел на прямой контакт с АО через студентов-исследователей во время полевых исследований (презентации движения ОСОП и обсуждения местной потенциальной продукции в кругу сельских лидеров). Было обнаружено, что почти во всех АО и селах имеется хороший потенциал для развития движения ОСОП. Студенты – исследователи отметили, что многие представители АО проявили свои лидерские качества и мотивацию к социально-экономическому развитию на местном уровне.

Также студенты особо подчеркивали обязательную необходимость вовлечения молодежи в продвижение движения ОСОП. Молодежь, полная массы идей, смогла бы стать отличным человеческим ресурсом. По прохождению пост-исследовательского семинара, студенты обсудили способы продолжения своих инициатив в движении ОСОП и решили организовать регулярные встречи для выпуска студенческой газеты, в которой они будут публиковать разный исследовательский материал для развития сообществ.

### **(4) Начальная оценка**

В конце Фазы I, была проведена начальная оценка J-СЕР совместно между заинтересованными сторонами ЛСА и властей Кыргызстана. В частности, ЛСА для данной оценки направила Команду по Начальной оценке на период 12-18 сентября 2007 года. Оценка достижений проекта в сравнении с изначально ожидавшимися результатами в Фазе I показала, что J-СЕР может перейти к Фазе II – реализации пилотного проекта. Результаты оценки, включающие некоторые предложения от обеих сторон для реализации Фазы II были собраны в Протоколе Обсуждений (ПО). Далее ПО был вынесен на обсуждение на заседании СУК (№1). Более подробно заседание СУК (№1) описано в Разделе 2.5.1.

## **2.3 Деятельность и достижения Фазы II**

### **2.3.1 Общий план пилотного проекта**

#### **(1) Стратегия активизации сообществ**

Стратегия J-СЕР была разработана в начале Фазы II и включала в себя следующие базовые положения:

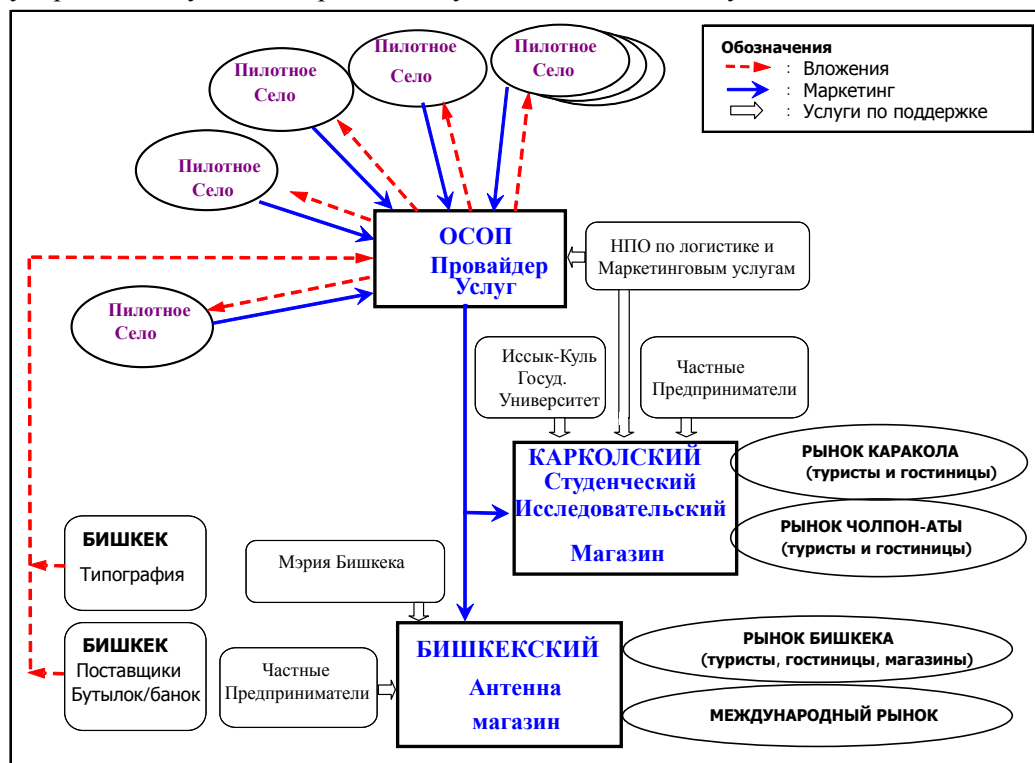
- (i) Поддержка сел/сообществ, имеющих потенциал и заинтересованность в производстве и переработке продукции ОСОП с целью развития человеческих ресурсов в сельской местности и создания Иссык-Куль Бренда.
- (ii) Поддержка сел/сообществ в маркетинге продукции ОСОП с целью создания новой

цепочки добавленной стоимости, в которой производители, оптовые закупщики, розничные торговцы, группы потребителей и другие стороны, поддерживающие движение ОСОП, работают в сети взаимодействия.

- (iii) Построение сети взаимодействия для продвижения движения ОСОП с вовлечением, как государственного, так и частного секторов.
- (iv) Доведение информации до центральных правительственных структур о технических барьерах на пути к открытию бизнеса, основанного на сообществе, с целью упрощения официальных ограничений.

**(2) Общий план пилотного проекта**

Основываясь на вышеприведенной стратегии, общий план пилотного проекта был сформулирован следующим образом, как указано на схеме внизу:



**Схема 2.3.1 Продвижение движения ОСОП и план реализации пилотного проекта**

Основными компонентами в вышеприведенной структуре являются i) села/сообщества, ii) Провайдер ОСОП услуг, iii) Караколский Студенческий Исследовательский Магазин (КСИМ) и iv) Бишкекский антенна-магазин. Роль каждого компонента, запланированная для реализации пилотного проекта, описана внизу.

**1) Села/сообщества**

В качестве адресных групп проекта, J-СЕР осуществляет поддержку сел/сообществ, имеющих потенциал и заинтересованность в производстве и переработке продукции ОСОП. Учитывая слабость данных адресных групп в вопросах ведения бизнеса, техническая помощь J-СЕР многосторонняя – включает деятельность от организации заинтересованных сельчан в группы до сбыта их продукции ОСОП. Однако финансовая помощь J-СЕР минимальна. В основном, оборудование, помещение и материалы, необходимые для начала бизнеса предоставляются в

натуральном выражении и на условиях дальнейшего возмещения адресными группами затрат на эти ресурсы. Целью такой политики является формирование постоянно пополняющегося фонда, который мог быть использован для устойчивого функционирования их бизнеса.

## 2) Провайдер ОСОП услуг<sup>2</sup>

Провайдер ОСОП услуг назначается в сотрудничестве с НПО, имеющими опыт маркетинга местной продукции и работы в сети взаимодействия заинтересованных сторон на рынках. Основные функции Провайдера ОСОП услуг включают: i) обеспечение сел/сообществ всем необходимым для производства и переработки продукции ОСОП, ii) оказание технической поддержки для переработки продукции ОСОП и iii) предоставление маркетинговых услуг для сбыта продукции ОСОП.

## 3) Караколский Студенческий Исследовательский Магазин (КСИМ)

КСИМ призван служить маркетинговой точкой в городе Каракол. Ожидается, что за основную часть функционирования и управления КСИМ будут отвечать студенты – волонтеры из Иссык-Кульского Государственного Университета. Предполагается нанять около 10 студентов – волонтеров, заинтересованных в проведении маркетинговых исследований по продукции ОСОП и продвижении бизнеса, основанного на сообществе. Для руководства деятельностью студентов – волонтеров и обеспечения их обучения без отрыва от работы/учебы необходимо нанимать другого Провайдера ОСОП услуг или менеджера КСИМ в сотрудничестве с местным НПО.

## 4) Бишкекский Антенна – Магазин

Создание Антенна – Магазина в большом городе является крайне важным для сбыта продукции ОСОП, которая очень отличается от товаров массового производства. Другой важной ролью Антенна – Магазина является реклама и демонстрация продукции ОСОП для жителей большого города. Таким образом, Бишкекский Антенна – Магазин создан в рамках J-СЕР с целью рекламы, демонстрации и сбыта продукции ОСОП среди потребителей из большого города и торговцев из зарубежных стран.

### 2.3.2 Система реализации Фазы II

#### (1) Администрирование Фазы II

Администрирование J-СЕР в Фазе II, в основном, соответствовало системе администрирования, приведенной в П/О. Ответственность по администрированию и реализации J-СЕР возлагалась на ДП (Первого Заместителя Губернатора). МП был ответственен за управленческие и технические вопросы. Все члены ОРП, как партнеры проекта, осуществляли деятельность по реализации J-СЕР на основе неполной занятости. Подобная практика была унаследована еще с Фазы I, хотя П/О предполагало вовлечение партнеров проекта на основе полной занятости. Назначение ДП, МП и членов ОРП для J-СЕР представлено в прилагаемой таблице 2.3.

Встречи ОРП регулярно проводились один раз в неделю еще с Фазы I. За период действия проекта (на конец июля 2010) ОРП провело 93 встречу. Основным предметом обсуждений на

---

<sup>2</sup> В текущем отчете (№2), в котором впервые был представлен общий план пилотного проекта, данная категория персонала называлась «ОСОП промоутер». В данном отчете применяется термин «Провайдер ОСОП услуг», поскольку он более полно отражает реальную роль данного компонента проекта.

данных встречах было текущее состояние (прогресс) проекта, проблемы и возможные пути их решения.

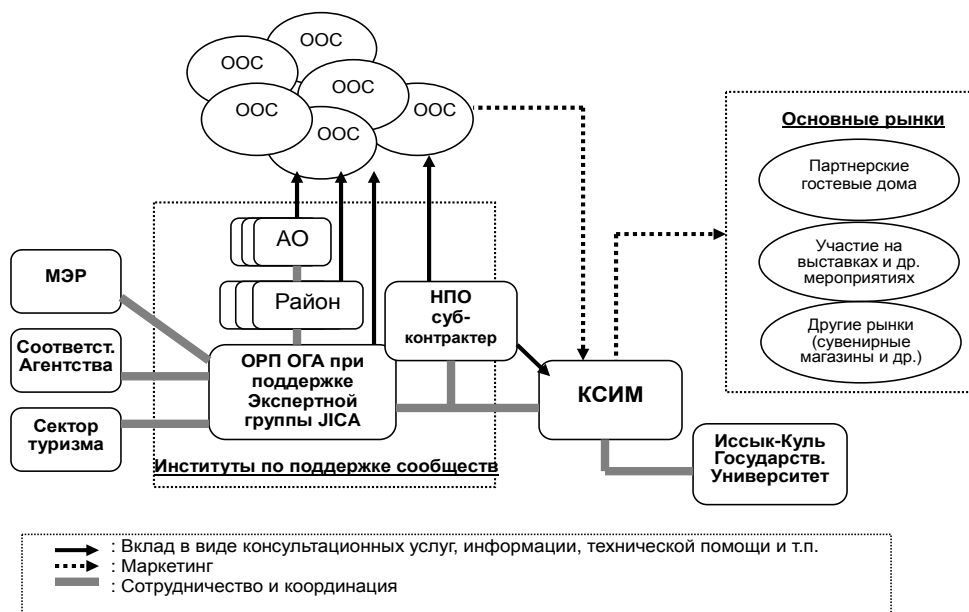
На центральном уровне ответственность за J-СЕР в течение всего периода Фазы II несло МЭРТ (Отдел Стратегии Помощи). Однако после объявления государственной реформы Президентом 20 октября 2009 года (в ходе которого МЭРТ был реорганизован в Министерство Экономического Регулирования, МЭР) стало неясно, какое же Министерство отвечает за J-СЕР.

На первичном уровне реализация пилотного проекта находилась в сфере ответственности районных администраций и АО.

Необходимо отметить, что МП и члены ОРП в марте 2009 года подготовили для ДП предложение по созданию нового отдела в ИКОГА, ответственного за активизацию сообществ посредством движения ОСОП. Данное предложение явилось результатом интенсивных обсуждений среди МП, членами ОРП и Экспертной Группой в рамках обзора деятельности 1-го цикла и критического взгляда на J-СЕР и активизацию сообществ (См. Приложение 7).

**(2) Система реализации Фазы II**

В приведенной ниже Схеме 2.3.2 отображена система реализации пилотного проекта в течение Фазы II.



**Схема 2.3.2 Система реализации Фазы II**

Приведенная выше система администрирования технически поддерживалась Экспертной Группой JICA для реализации пилотного проекта. Местная НПО была нанята на суб-контрактной основе для помощи по вопросам логистики в реализации пилотного проекта. В частности, НПО отвечала за обеспечение следующих специалистов:

- (i) Провайдер ОСОП услуг для осуществления следующей деятельности: i) логистики по производству и маркетингу продукции ОСОП каждого пилотного ООС, ii) мониторинга производственной деятельности ООС и iii) развития потенциала ООС в сфере маркетинга.
- (ii) Помощник менеджера КСИМ для управления и ведения деятельности КСИМ при

поддержке студентов – волонтеров.

- (iii) Специалист по ремонтным работам для предоставления инженерных услуг пилотным ООС для проведения ремонта перерабатывающих цехов.

#### 1) Открытие КСИМ

Официальное открытие Каракольского Студенческого Исследовательского Магазина (КСИМ) состоялось в начале сентября 2008 года и имело целью создать место для презентации и маркетинговых исследований по продукции ОСОП. Появление КСИМ было очень своевременным, поскольку пилотные ООС уже произвели к тому времени определенный объем своей продукции для продажи. КСИМ расположился в здании ИЭМ Иссык-Кульского Государственного Университета. Университет и ИКОГА заключили соглашение по использованию данного помещения на безвозмездной основе в качестве места для маркетинга продукции Иссык-Куль Бренд. J-СЕР сделал небольшой ремонт в помещении, который включал перекраску, приобретение полок и проведение электричества.

Фактическое открытие КСИМ состоялось еще в начале августа, сразу же после завершения ремонта, с целью проведения тренинга для студентов – волонтеров и запуска системы управления КСИМ. Другие местные производители продукции Иссык-Куль Бренд (такой продукции, как мед, войлочные сувениры и натуральные соки) также были приглашены для участия в деятельности движения ОСОП через продажу своей продукции в КСИМ.

Церемония официального открытия КСИМ состоялась 9 сентября 2008 года и транслировалась в местной телевизионной программе.

#### 2) Открытие Бишкекского Антенна – Магазина

Для получения помещения под Бишкекский Антенна – Магазин Губернатор ИКОГА сделал официальный запрос в Мэрию Бишкека (от 22 сентября 2008 года). В ответ на данный запрос, Департамент экономического развития и Агентство государственного имущества Мэрии провели изучение возможностей размещения магазина (это заняло около трех месяцев). Однако 20 февраля 2009 года ответственный за решение вопроса департамент отказал проекту в предоставлении помещения. Отказ был озвучен на встрече с участием J-СЕР и МЭРТ и оправдывался следующим образом:

- (i) Предоставление помещения для J-СЕР на безвозмездной основе представляется сложным, поскольку имеется много арендаторов, заинтересованных в получении помещения под свой бизнес на основе арендной платы.
- (ii) Есть возможность предоставления земельного участка Мэрией Бишкека, на которой ЛСА и ИКОГА предлагается построить Бишкекский Антенна – Магазин.

В связи с получением отрицательного ответа от Мэрии Бишкека на запрос помещения и в виду важности Антенна – Магазина для J-СЕР, ДП, МП, ОРП и Экспертная Группа обсудили контрмеры или альтернативные пути решения проблемы:

- (i) ИКОГА будет продолжать переговоры с Мэрией Бишкека о выделении помещения под Антенна – Магазин на безвозмездной основе.
- (ii) В качестве альтернативы, J-СЕР рассмотрит возможность получения помещения в Чолпон-Ате, посещаемом большим количеством туристов во время сезона летних отпусков.



В подкрепление принятого выше решения члены ОРП и Экспертной Группы провели изучение двух потенциальных помещений в Чолпон-Ате 27 марта 2009 года: i) Иссык-Кульский Биосферный Заповедник (или Эко-Центр) и ii) Государственная Резиденция. Но J-СЕР не удалось создать Антенна – Магазин с использованием этих помещений – они не подошли для магазина. Поэтому на июнь 2010 Антенна – Магазин пока еще не существует.

### 2.3.3 Реализация пилотного проекта 1-го цикла

#### (1) Отбор потенциальной продукции и пилотных сел/сообществ

Потенциальные пилотные села/сообщества были отобраны согласно следующим процедурам. Проект решил отбирать целевые ООС по их характеристикам, которые были бы выявлены в ходе совместной работы и наблюдения за отношением и энтузиазмом этих организаций. Поэтому ООС были отобраны только после 6 месяцев после начала процесса отбора. В частности, разработка совместного плана действий ООС стала одним из показателей их соответствия требованиям проекта.

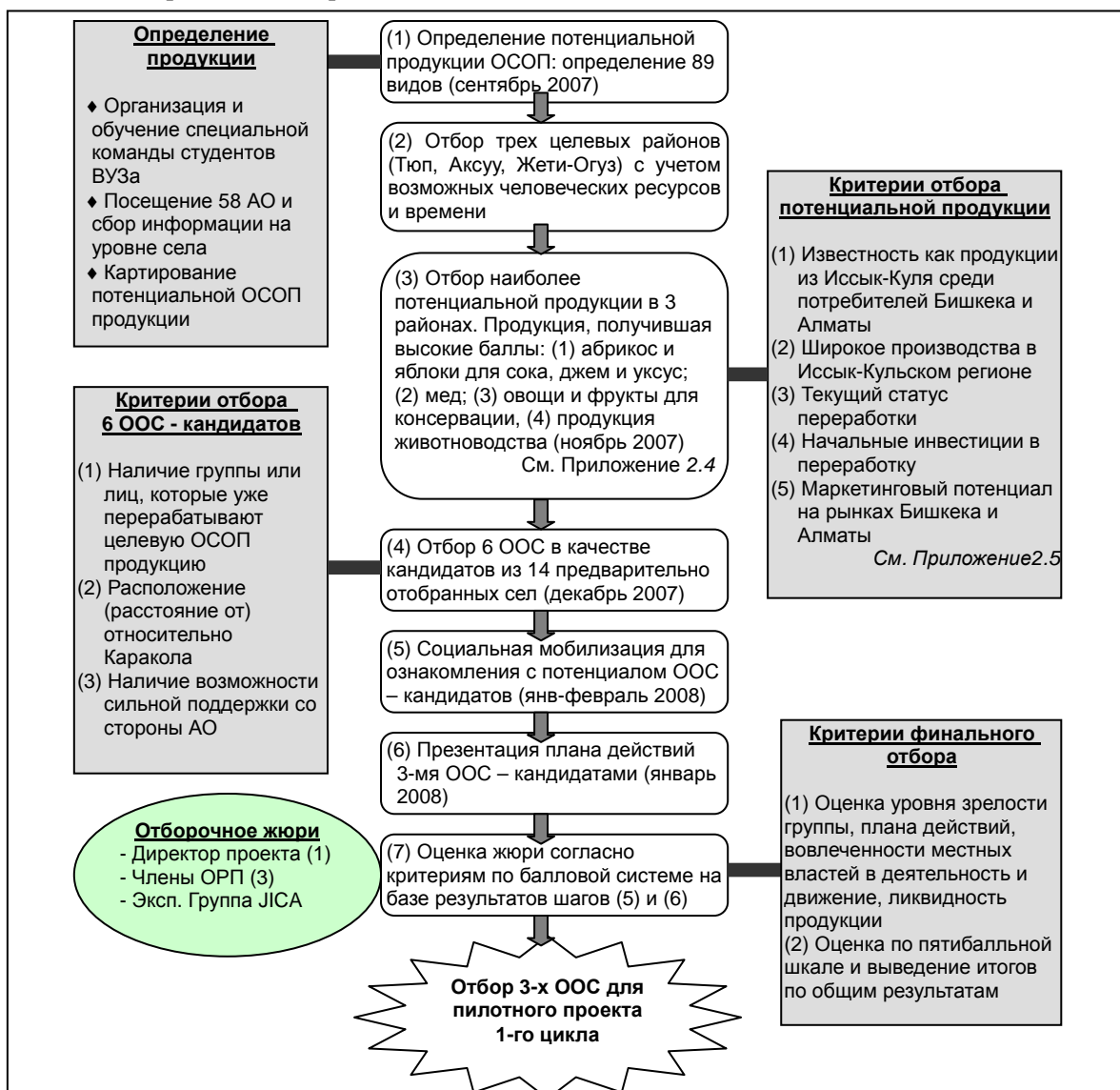


Схема 2.3.3 Процесс отбора пилотных ООС 1-го цикла

Для получения возможности отобрать наиболее подходящие пилотные села/сообщества, искренне заинтересованные в ОСОП движении, проект провел серию встреч, имеющих следующие цели:

- (i) формирование четкого понимания J-СЕР и движения ОСОП среди заинтересованных сторон, включая членов потенциальных пилотных ООС и соответствующих местных сотрудников РГА и АО
- (ii) получение информации для предварительной оценки текущих условий для потенциального ОСОП производства и текущего состояния сел/сообществ
- (iii) разработка плана действий для ОСОП производства и организационного развития ООС

Весь процесс назывался «социальной мобилизацией», поскольку он был призван организовать и мобилизовать людей на осмысление того, что они хотят делать и что они могут делать. Серия встреч, описанная выше, была разбита на две части (приведены в таблицах ниже) и завершена презентацией групп-участников своих планов действий. Процесс социальной мобилизации был проведен НПО, нанятой на суб-контрактной основе, под руководством Экспертной Группы.

#### 1) Часть 1 (декабрь 2007)

<p><b><u>Задача</u></b> Ознакомление участников с общей информацией о целях и опыте J-СЕР, концепцией движения ОСОП, целями и планами пилотного проекта, ожидаемыми обязанностями потенциальных пилотных сел и процессом отбора пилотных сел, включая расписание второго семинара.</p>
<p><b><u>Место</u></b> В шести потенциальных пилотных селах или офисах соответствующих РГА</p>
<p><b><u>Участники</u></b> Всего около 200 участников</p>
<p><b><u>Частота встреч</u></b> Один раз в каждом пилотном сообществе/районе (всего 6 раз)</p>
<p><b><u>Содержание встречи</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Презентация для разъяснения J-СЕР и движения ОСОП</li> <li>✓ Показ фильма «Иродори» (пример активизации сообществ в Японии)</li> <li>✓ Обсуждение среди участников о возможностях применения движения ОСОП в Иссык-Кульской области</li> <li>✓ Анализ заинтересованных сторон и текущей ситуации (преимущества и слабости) в сфере производства потенциальной продукции ОСОП – на каждой стадии (сбор сырья, переработка, упаковка/розлив, маркировка, транспортировка, сбыт и маркетинг)</li> <li>✓ Обсуждение распределения ролей и обязанностей между членами ООС, местными властями и J-СЕР.</li> </ul>

Было подмечено, что все участники продемонстрировали свой интерес к содержанию презентации и приняли активное участие на всех сессиях во время семинара. Все потенциальные села/сообщества показали свой потенциал и готовность взять на себя ответственность за работу с J-СЕР, хотя уровень их коммуникации с местными властями можно было расценивать, как очень низкий. Одной из рекомендаций семинара стала рекомендация о том, что сотрудникам местных властей, особенно главам АО, следует вовлекаться в процесс разработки плана действий во время второго семинара и что планы следует сделать доступными для широкой общественности сел для усиления их партнерства с заинтересованными сторонами в рамках J-СЕР. В конце семинара все шесть сел/сообществ подтвердили свое желание участвовать на втором семинаре для дальнейшего включения их в

процесс отбора пилотных сел/сообществ J-СЕР.

2) Часть 2 (январь и февраль 2008)

<p><b><u>Задача</u></b> Разработать план действий, состоящий из плана организационного развития и плана производства/переработки</p>
<p><b><u>Место</u></b> В шести потенциальных пилотных селах</p>
<p><b><u>Участники</u></b> Члены потенциальных ООС в каждом пилотном селе/сообществе</p>
<p><b><u>Частота встреч</u></b> Дважды в неделю для каждого потенциального пилотного села/сообщества</p>
<p><b><u>Содержание встреч</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ План организационного развития включал: разработку организационной структуры села, назначение персонала для организационного управления, определение обязанностей для каждого человека и разработка организационных правил.</li> <li>✓ План производства/переработки включал: сбор сырья, переработки сырья, приобретение необходимых для производства/переработки материалов и оборудования, маркетинг ОСОП продукции, требующаяся от местных властей помощь, требующаяся от J-СЕР помощь, сотрудничество с другими селами, требующиеся сертификаты и разрешения, требующиеся исследования/опросы для расчета неизвестных факторов.</li> </ul>

Семинар помог участникам пошагово разработать свой план действий. На первой встрече участники получили от организаторов общее понятие о планировании, включая матрицу плана. На последующих встречах участники заполняли эту матрицу своей информацией. Во время второго семинара участники собирались вместе, по крайней мере, дважды в неделю для усовершенствования своего плана действий. Ни одна из АО не участвовала непосредственно на семинаре, но некоторые из них предоставили место для проведения семинара и время от времени посещали некоторые сессии семинара.

В усовершенствование планов действий потенциальных ООС вклад своим опытом и информацией внесли также специалисты из таких структур и организаций, как Кыргыз Госстандарт, Санитарно-эпидемиологическая служба, Служба охраны природы, Служба налоговой инспекции, Центр маркетинговых услуг и другие. Большинство специалистов, сотрудничавших по разработке плана действий, были сотрудниками областных и районных структур и участвовали на семинаре согласно своим обязанностям и указаниям областных и районных администраций.


Информация о трех отобранных пилотных ООС приведена ниже. В отношении села Маман было принято решение о дальнейшем сотрудничестве и партнерстве между этим ООС, волонтером ЛСА и J-СЕР в рамках отдельной от пилотных ООС совместной деятельности.

**Таблица 2.3.1 Характеристики пилотных ООС и партнерского ООС 1-го цикла**

**Пилотные ООС 1-го цикла**

<p><b>АДИЛЕТ</b> Джем из диких ягод</p> 	<p>с. Жергез, Керегеташский АО, Аксууйский Район Регистрация: пока не зарегистрирована 14 членов (Ж7 и М7) Структура: лидер и члены группы Нет системы регулярных встреч и ведения учета Цех: домашняя кухня члена группы Оборудование: плита, котел и т.п.</p>
<p><b>БЕРЕКЕ</b> Джем из диких ягод</p> 	<p>с. Чонкызылсуу, Светлая Полянская АО, Жети-Огузский район Регистрация: пока не зарегистрирована 8 членов (Ж4 и М4) Структура: нет официальной структуры Нет системы регулярных встреч и ведения учета Цех: домашняя кухня члена группы Оборудование: плита, котел и т.п.</p>
<p><b>ШИРИН</b> Сухофрукты</p> 	<p>с. Сару, Саруйсктй АО, Жети-Огузский район Регистрация: пока не зарегистрирована 10 членов (Ж5 и М5) Структура: нет официальной структуры Нет системы регулярных встреч и ведения учета Цех: домашняя кухня члена группы Оборудование: электрический сушильный аппарат для фруктов</p>

**Партнерская ООС**

<p><b>УЗДАР*</b> Лекарственное мыло</p> 	<p>с. Маман, Октябрьский АО, Аксуийский айон Регистрация: пока не зарегистрирована 12 членов (Ж10 и М2), члены семьи и друзья Структура: нет официальной структуры Нет системы регулярных встреч, есть некоторый опыт ведения учета Цех: частный цех члена группы Оборудование: сушильный аппарат для трав</p>
---	--

**(2) Основное исследование в отобранных пилотных сообществах**

Основное исследование было проведено в марте 2008 года с целью получения большего понимания опыта и текущей ситуации в трех отобранных пилотных селах/сообществах. Краткое описание сфер исследования приведены в таблице.

**Таблица 2.3.2 Сферы основного исследования, проведенного в пилотных селах 1-го цикла**

Сферы исследования	Основные вопросы исследования	Источники информации
(1) Профиль потенциального ООС	Текущая ситуация в группе, опыт работы членов группы и других групп (как базы для новой ООС), история создания ООС, организационный статус, члены группы (кол-во и роли), организационное управление (структура, принятие решений, членство, коммуникация, управление ресурсами), устав, внешние отношения (отношения с местными властями, донорами, другими организациями и ООС).	Члены группы

Сферы исследования	Основные вопросы исследования	Источники информации
(2) ОСОП производство	История выбора своей продукции, навыки и знания по производству, расходы и вклады (сырье, оборудование, деньги), место для переработки (оценка согласно установленным стандартам таких государственных структур, как служба санитарии), переработка (человеческие ресурсы, объем, ценообразование, бухгалтерский учет), розлив/упаковка и маркировка (тара, этикетки, упаковочный материал), выработка (продажа, рынок, доход, прибыль), результат (самооценка, использование дохода и прибыли).	Члены группы
(3) Образ жизни членов потенциальных ООС	Источники дохода и сбережения, расходы, доступ и контроль за семейными ресурсами, домашняя инфраструктура, ежедневный рацион питания по сезонам	Два домохозяйства из каждой группы
(4) Общая информация о селах	Географические характеристики села, история, население, структура местной власти, организации местных жителей и их структура (включая ООС), образование, здравоохранение, экономика (включая основные виды промышленности), земельные ресурсы, водные ресурсы, другая относящаяся к делу информация.	АО и соответствующие государственные служащие на уровне села

В проведении основного исследования использовались такие методы исследования, как обсуждение в фокусной группе и полуструктурированное интервью. Исследование было проведено двумя исследователями из НПО «Лидер» – суб-контрактера проекта. Информация и данные, полученные через исследование, были тщательно рассмотрены и проанализированы, во-первых, для разработки соответствующих индикаторов оценки эффективности и масштаба ожидаемых достижений в ходе пилотного проекта, во-вторых, для мониторинга текущего прогресса в целевых селах.

В случае с селом Маман, необходимая информация и базовые данные были собраны и упорядочены в форме отчета самими членами ООС совместно с волонтером ЛСА. Данное исследование стало своего рода пробным мероприятием подобного характера, которое стало успешным примером – показателем потенциала группы, включая способность выполнять свои обязательства в работе такого рода.

### **(3) Подготовка к производству**

#### **1) Необходимые действия для открытия бизнеса**

Для открытия бизнеса, основанного на сообществе, необходимо предпринять много действий помимо прохождения всех государственных процедур. Стадии открытия бизнеса, основанного на сообществе, приведены внизу. Экспертная группа помогла ООС пройти все шаги по открытию своего бизнеса в формате ТБОР.

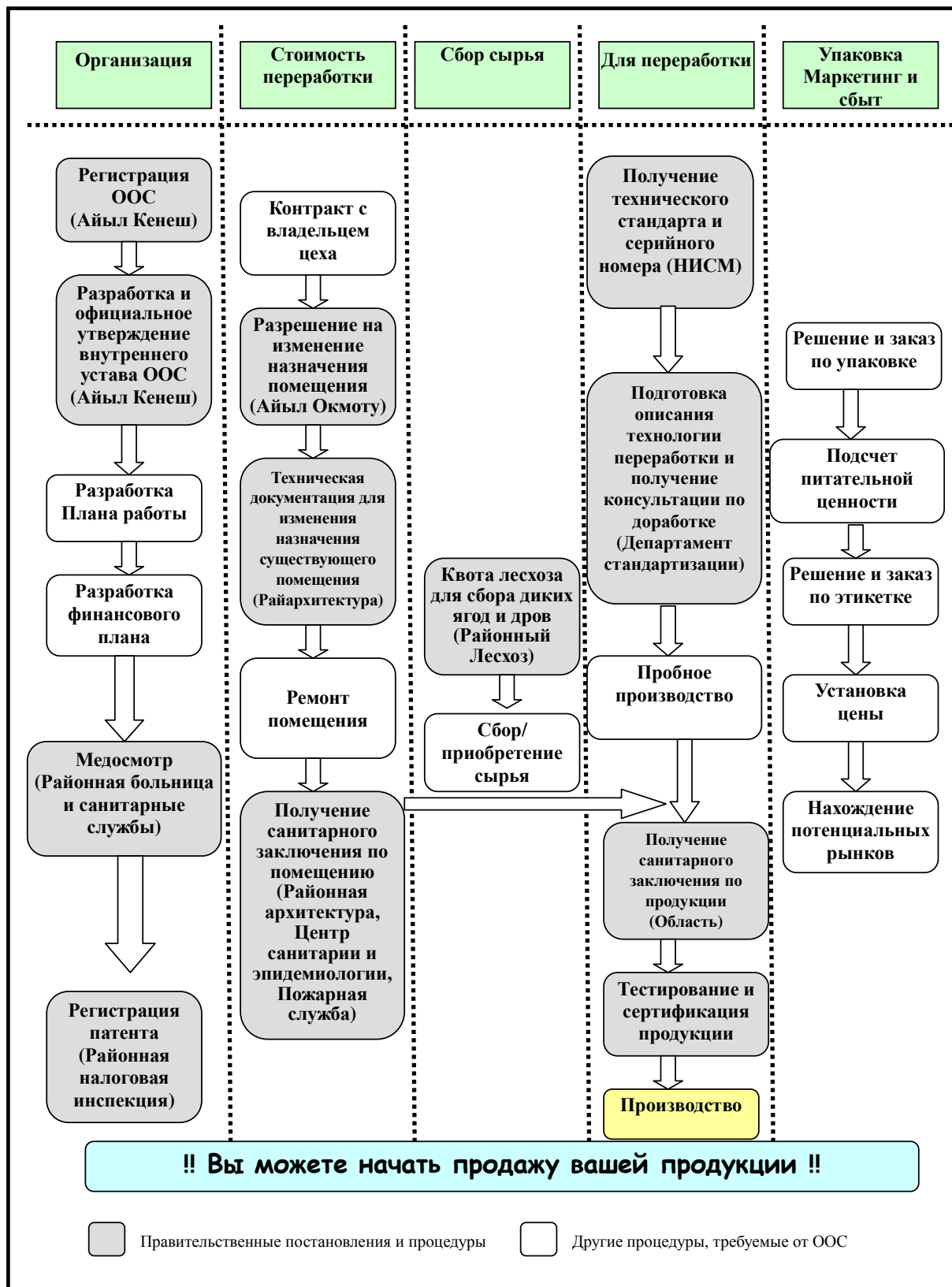


Схема 2.3.4 Стадии открытия бизнеса, основанного на сообществе

2) Процедуры, необходимые в настоящее время для открытия бизнеса, основанного на сообществе

Еще в начале пилотного проекта J-СЕР провел исследование по процедурам, которые требуется



пройти, чтобы открыть бизнес, основанный на сообществе. В силу частых административных реформ очень изменчива и нормативно-правовая база страны, что мешает плавному открытию и ведению бизнеса, основанного на сообществе. Согласно текущей нормативно-правовой основе (на июль 2008), для открытия бизнеса по переработке сельскохозяйственной продукции требуется пройти следующие процедуры. Стоимость прохождения процедур отличается в зависимости от места регистрации, вида продукции и других факторов.

**Таблица 2.3.3 Процедуры, необходимые для открытия бизнеса, основанного на сообществе**

Требующиеся правительственные постановления	Ответственная государственная структура	Примерное кол-во дней	Стоимость (Сом)
<b>(1) Регистрация для начала бизнеса (организационный аспект)</b>			
- Регистрация ООС	Айыл Кенеш	0.5	0
- Устав ООС	Айыл Кенеш	0.5	0
<b>(2) Безопасность и санитарные условия рабочего места</b>			
- Разрешение на изменение целей использования помещения	Айыл Окмоту	0.5	60
- Техническая документация для изменения целей существующего помещения	Районное управление архитектуры и градостроительства	14	3749-6000
- Заключение по санитарным условиям помещения после его проверки	Районное управление архитектуры и градостроительства, Районный государственный центр санитарно-эпидемиологического надзора, Пожарная служба	1.5	1,180
- Здоровье работников (каждого члена)	Районная больница, Районный Центр Санитарно-Эпидемиологического Надзора	5.0	300~430
<b>(3) Использование природных ресурсов</b>			
- Лесной билет (на приобретение диких ягод)	Районное управление лесного хозяйства	0.5	0.8~1.18/кг
- Лесной билет (на приобретение дров)	Районное управление лесного хозяйства	0.5	300~368/м <sup>3</sup>
<b>(4) Постановления относительно производства</b>			
- Технический стандарт	Национальный институт стандартизации и метрологии (НИСМ)	0.5	150
- Технология переработки	Каракольский центр испытаний стандартов и метрологии	-	-
- Тестирование и сертификация продукции	Каракольский центр испытаний стандартов и метрологии в сотрудничестве с Районным и Каракольским государственным центром санитарно-эпидемиологического надзора или аккредитованные структуры	10	1,000~5,587
<b>(5) Постановления относительно налогообложения</b>			
- Регистрация соответствующего патента	Районное управление налоговой инспекции	0.5	-

*Данные июля 2008 г. Они могут быть изменены в зависимости от изменений в постановлениях и организационной структуры.*

Прохождение выше приведенных процедур длится долгий срок и требует значительных финансовых затрат. Поскольку законы и процедуры меняются часто, перед началом оформления нового бизнеса необходимо четко выяснить последние изменения по процедурам.

### 3) Маркетинговое исследование и потенциальная продукция

Маркетинговое исследование по потенциальной продукции ОСОП было проведено в период декабрь 2007 – февраль 2008 года методом посещения супермаркетов и базаров г.г. Бишкек и Каракол. Основные вопросы исследования включали следующее:

- (i) Потенциальные фрукты Иссык-Куля
- (ii) Основные виды продукции из фруктов и процедуры их переработки
- (iii) Цены и маркетинг потенциальной продукции (джем, свежие соки, уксус, сухофрукты, мыло и масла из лекарственных трав)
- (iv) Внутренняя дистрибьютерская система
- (v) Упаковочные материалы (стеклянные банки, пластиковые бутылки / контейнеры, пластиковые пакеты и т.п.)

#### 4) Организация перерабатывающего цеха

Перерабатывающие цеха каждого ООС были подготовлены в июле и августе 2008 года под руководством НПО – суб-контрактера. Это должно было позволить начать производственную деятельность уже к концу августа. Под подготовкой цехов имелся в виду ремонт выделенного под цех помещения за счет самих членов ООС.

J-СЕР внес вклад в форме материалов, минимально необходимых для ремонта, а ООС внесли свой вклад в форме рабочей силы и имеющихся у них материалов (известь, кисти для покраски, песок, грунт, гвозди и т.п.). Ремонтные работы осуществлялись под руководством специалиста по ремонтным работам (НПО – суб-контрактёр). Необходимые инструменты и оборудование были приобретены согласно нуждам ООС.

Материалы, необходимые для ремонта, были приобретены совместно со специалистом по ремонтным работам и членами ООС и доставлены до цеха, как часть тренинга ООС по закупкам.

Работа по ремонту цехов шла достаточно медленно в сравнении с первоначальными планами из-за отключения света, занятости другой работой (фермерская деятельность и семейные дела), недостатка специалистов по отдельным вопросам (проведению электричества, установке системы водоснабжения и т.п.). Но, тем не менее, все цеха были готовы до конца августа 2008 года и получили сертификат для использования помещения в качестве цеха от таких государственных структур, как районные службы архитектуры, санитарии и пожарной безопасности.

Стоимость подобного ремонта, включая закупку необходимых инструментов и оборудования, приведена в Таблице 2.6.

В начале работы пилотных ООС, они пытались арендовать помещение у заинтересованных АО, но в конечном итоге ООС решили использовать свое помещение в силу отсутствия соответствующего помещения у АО.

#### **(4) Производство продукции ОСОП**

##### 1) Продукция

Продукция ОСОП, производимая пилотными ООС 1-го цикла, приведена ниже в таблице. Поскольку данная продукция менее конкурентоспособна на местном рынке, ее целевыми потребителями выбраны туристы. Проект не проводил для ООС какие-либо специальные технические тренинги, так как для работы в пилотном проекте – поиска и формирования модельных ООС – были отобраны ООС с определенным опытом производства и сбыта своей продукции.

Таблица 2.3.4 Продукция ОСОП, производимая ООС 1-го цикла

ООС	2008	2009	2010
ООС «Адилет»	Барбарисовое варенье (август-сентябрь) Облепиховое варенье (октябрь-декабрь)	Облепиховое варенье (апрель) Варенье из сосновых шишек (май-июнь) Варенье из костяники (июль-август) Барбарисовое варенье (август-сентябрь)	Варенье из одуванчиков (май) Варенье из сосновых шишек (май-июнь) Эликсир из сосновых шишек (май-июнь) Варенье из костяники (июль-август) Барбарисовое варенье (август-сентябрь) Варенье из дикой смородины (август) Варенье из шиповника (октябрь) Варенье из смородины (октябрь-декабрь)
ООС «Береке»	Барбарисовое варенье (август-сентябрь) Облепиховое варенье (октябрь-декабрь)	Барбарисовое варенье (август-сентябрь) Облепиховое варенье (октябрь-январь)	Варенье из одуванчиков (Май) Варенье из сосновых шишек (май-июнь) Барбарисовое варенье (август-сентябрь) Варенье из шиповника (октябрь) Варенье из смородины (октябрь-декабрь)
ООС «Ширин»	Сушеные яблоки, груши, абрикос (июль-октябрь)	Сушеные яблоки (сентябрь-декабрь) Пастила из абрикосов (август-сентябрь)	Сушеные яблоки и груши (август-октябрь) Пастила из абрикосов (август-сентябрь)
ООС «Уздар»	Лечебное мыло (круглогодично)	Лечебное мыло (круглогодично)	Лечебное мыло (круглогодично)

Примечание: Информация в скобках означает время производства/переработки каждой продукции

## 2) Планирование бюджета и ценообразование

### а. Планирование бюджета

Для приведения плана действий ООС в соответствие с реальным бизнесом проект провел в каждом ООС семинар по планированию бюджета с обзором плана действий в свете прибыльности. От четырех до шести семинаров было проведено в каждой ООС в зависимости от уровня подготовки ООС.

Через серию семинаров ООС осознали важность минимизации затрат на производство, особенно начальных затрат, для повышения прибыльности бизнеса.

**Программа семинара**

1. Разъяснение некоторых бизнес терминов
2. Обозначение взаимосвязи между продажей и прибылью
3. Перечисление и калькуляция всех необходимых затрат на бизнес
4. Калькуляция затрачиваемого объема работы и оплаты за работу
5. Метод ценообразования
6. Установление примерной цены на основе маркетинговой цены
7. Калькуляция прибыли с использованием данных из плана действий
8. Анализ причин низкой прибыльности и переустановка цены, если она была ранее установлена
9. Обзор затрат и несколько практических упражнений

**в. Ценообразование**

Цена продукции была установлена методом добавочной стоимости. Сначала рассчитываются все необходимые затраты на производство продукции и начальные инвестиции (как ремонт цеха, инструменты и необходимое для производства оборудование). Затем на основе рыночной цены похожих видов продукции производитель устанавливает цену, которая может покрыть все затраты и обеспечить некоторую ожидаемую производителем прибыль

Целевым потребителем продукции были выбраны туристы и состоятельные местные жители, которые могли бы оценить уникальность (принадлежность Иссык-Кульской области) и экологическую безопасность продукции. В целях привлечения именно таких потребителей, покупательная способность которых выше, ООС использовали уникальные и привлекательные банки и этикетки, поскольку это дает возможность увеличить добавочную стоимость продукции и установить чуть более высокую цену в отличие от обычной продукции. Цены на продукцию, установленные в течение первого года, приведены ниже в таблице. Цены на новые виды вареньев в течение последующих годов были установлены таким же методом.

**Таблица 2.3.5 Цены на продукцию, установленные ООС 1-го цикла**

Продукция	Кол-во по плану (единиц)	Минимальная цена, покрывающая затраты (КС)	Установленная цена за единицу (КС)	Примечание
<b>(Жергез)</b> <b>Варенье из ягод</b>				- Цена местного варенья, продаваемого в крупных супермаркетах в столице: 114 КС/400г, (эквивалентно: 64,9 КС/228г, 109,7 КС/380г)
- 228г банка	1400	45,1	80	
- 385г банка	1500	76,2	120	
<b>(Чонкызылсуу)</b> <b>Варенье из ягод</b>				- Цена импортного варенья: 150 КС/340г (100 КС/228г, 167 КС/380г).
- 228г банка	800	57,5	80	
- 385г банка	800	95,7	120	
<b>(Саруу)</b> <b>Сухофрукты</b>				Цена сушеных яблок на местном рынке 20 КС/кг. Нет предложения качественных сушеных яблок в качественных пакетах.
- 100г пакет	1750	23	25	
- 200г пакет	875	46	50	
<b>(Маман)</b> <b>Лечебное мыло</b>				- Размер мыла будет 70-100г. Планируется устанавливать цену в зависимости от веса. - Установили цену, немного ниже ожиданий ООС, для маркетинговых целей.
- 100г	170	92,3	100	

## 3) Этикетка и упаковка

Пилотные сообщества в рамках J-СЕР постоянно изучали пути усовершенствования привлекательности упаковки и этикетки для своей продукции. Например, ООС – производители варенья использовали банки маленького размера, которые туристам легче увезти с собой. Этикетки были разработаны совместно с местным дизайнером.

## 4) Контроль качества продукции

В период производства провайдер услуг (НПО – суб-контрактер) проводил мониторинг производственной деятельности два раза в месяц [посещая цеха ООС с целью подтверждения объема производства, инвентаризации стеклянных банок/упаковочных материалов и ингредиентов (сахар)], снабжал производителей упаковочными материалами и ингредиентами согласно графику производства, а также доставлял готовую продукцию в КСИМ.

Что касается контроля качества варенья из ягод, J-СЕР разъяснил способ стерилизации стеклянных банок и предоставил пособие по данной теме. В течение первого года (2008) среди произведенной продукции было обнаружено небольшое количество испорченных изделий (с плесенью), в основном, у ООС «Адилет». Было принято решение прекратить продажу данной продукции в качестве продукции ИК Бренда в КСИМ. Учитывая то, что у ООС «Береке» было обнаружено очень мало испорченной продукции, можно предположить, что причина проблемы ООС «Адилет» состояла в небрежной стерилизации. Из-за этого инцидента ООС «Адилет» пришлось сократить свои продажи на 50% от общего объема производства. В течение второго года (2009) подобные проблемы качества были минимизированы.

## 5) Результаты производства продукции ОСОП

План и результаты производства приведены в таблице.

**Таблица 2.3.6 План и результаты производства продукции ОСОП ООС 1-го цикла**

ООС	Продукция	2008		2009				2010		
		План	Результат	План	Результат	План	Результат на Июль			
Адилет	Джем барбарис (228г)	675кг	0кг	-	204кг	400 ед	-	372ед	100 банк	-
	Джем барбарис (450г)			-		250 ед	-	66ед		
	Джем облепиха (228г)			1440 ед		300 ед	0кг	-		
	Джем облепиха (450г)	675кг	665кг	749 ед	180.9кг	250 ед	0кг	-	100 банк	-
	Джем одуванчик (350г)				-	-	-	18ед	200 банк	0
	Джем одуванчик (450г)				-	-	-	5ед		180 банк
	Джем сосновые зерна (350г)				-	-	-	120ед	300 банк	251 банк
	Сироп сосновые зерна				-	-	-	-	100 банк	55 банк
	Джем из костяники (228г)				-	-	-	60ед	100 банк	-
	Джем дикая смородина								50 банк	-
	Джем боярышник								100 банк	-
Джем шиповник								100 банк	-	
Береке	Джем барбарис (228г)	250кг	294кг	686 ед	856кг	200 ед	-	216 банк	2000 банк	-
	Джем барбарис (450г)			305 ед		1800 ед	-	763 банк		
	Джем облепиха (228г)	250кг	195кг	184 ед	400кг	228 ед	-	268 банк	1000 банк	-
	Джем облепиха (450г)			340 ед		772 ед	-	472 банк		
	Джем одуванчик								250 банк	252 банк
	Джем сосновые зерна								100 банк	129 банк
Джем шиповник								250 банк	-	
Ширин	Сушеные яблоки (50г)			314 ед		-		252 ед		-
	Сушеные яблоки (100г)	150кг	71.7кг	314 ед	200кг	-	90кг	227 ед	40 банк	-
	Сушеные яблоки (150г)			162 ед		-		3 ед		-
	Сушеные груши (50г)	150кг	4кг	83 ед	50кг	-	0кг	-	24 банк	-
Пастила (20г)	50кг	0кг	-	50кг	-	1000кг	1681 ед	40 банк	-	
Уздар	Мыло	170кг	-	-	-	-	-	591 шт	1200 шт	205 шт

Основные причины разницы между планами и результатами производства (2008):

- (i) ООС «Адилет» не смогла производить варенье из ягод из-за i) раннего и неплодородного созревания ягод в силу климатических причин в их регионе и ii) невозможности доставить стеклянные банки вовремя в силу неожиданно раннего начала сезона созревания ягод.
- (ii) ООС «Береке» смогла произвести больше варенья, не ограничиваясь только облепиховым вареньем, в силу наличия в тот год сырья в их регионе.
- (iii) ООС «Ширин» не смогла выполнить свой план по производству в полном объеме из-за i) низкой продуктивности электрического сушильного аппарата в силу частого отключения света, ii) задержки в постройке альтернативной солнечной сушилки и iii) уменьшения числа членов ООС в силу семейных обстоятельств. Также ООС не производила сушеные абрикосы на продажу из-за задержки ремонта цеха.
- (iv) ООС «Уздар» не смогли добиться запланированных результатов из-за трудностей с получением косточек абрикоса для выжимания масла из абрикосовых семян.

Основные причины разницы между планами и результатами производства (2008):

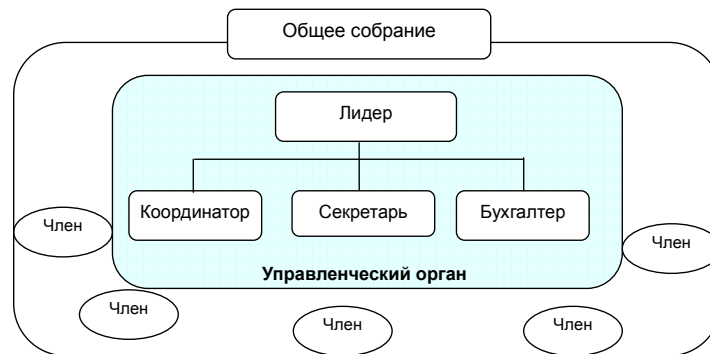
- (i) ООС «Адилет» произвела несколько разных видов варенья для пробы и провел маркетинговое исследование по образцам. С другой стороны, ООС не смогла произвести облепиховое варенье из-за i) низкого плодоношения ягод облепихи в силу климатических причин в регионе и ii) трудностей в сборе ягод облепихи в силу нехватки членов ООС (рабочих рук).
- (ii) ООС «Береке» запланированный объем двух видов варенья не было достигнуто из-за низкой производительности. Одной из причин этого является то, что сезон созревания ягод барбариса наступил позднее (в сравнении с обычным сезоном созревания) и совпал с сезоном сбора урожая картошки, которая является основным источником дохода местных жителей. Поэтому для членов ООС было сложно сочетать два вида деятельности.
- (iii) ООС «Ширин» произвела больше абрикосовой пастилы, чем было запланировано, поскольку результаты пробных продаж оказались успешными. ООС не производила сушеные груши из-за низкого урожая сырья, годного для сушки. Сушеные яблоки все еще в процессе производства.

## **(5) Усиление пилотных ООС**

### **1) Структура**

Все три пилотные ООС до конца апреля 2008 года официально зарегистрировались в качестве ООС на уровне АО. J-СЕР порекомендовал создать следующую структуру ООС с управленческим органом и четким распределением обязанностей между несколькими членами ООС. Очень часто можно было наблюдать, что при концентрации ответственности в руках одного человека ситуация складывалась в двух вариантах: либо работа в отсутствие этого человека останавливается, либо вся деятельность ООС контролируется одной личностью.





**Роли и обязанности**

- Лидер/Председатель: Общее управление и координация  
Созыв общего собрания, ведение встречи
- Общее собрание: Принятие решений
- Координатор/менеджер: Распространение Движения ОСОП  
Координация деятельности с заинтересованными сторонами (АО, доноры и т.п.)  
Поддержание сети взаимодействия с ООС и другими
- Секретарь: Ведение документации и протоколирование
- Бухгалтер: Бухгалтерский учет и финансовая отчетность

**Схема 2.3.5 Организационная структура ООС, предложенная J-CER**

Количество членов в каждой ООС представлено в таблице.

**Таблица 2.3.7 Количество членов каждого ООС 1-го цикла**

Район	Ак-suу	Jeti-Oguz		
АО	Керегеташ	Светлая Поляна	Саруу	
Село	Жергез	Чонкызылсуу	Саруу	
ООС	Адилет	Береке	Ширин	
КОЛ-ВО членов	Apr-08	14 (Ж7, М7)	8 (Ж4, М4)	8 (Ж8)
	Apr-09	5 (Ж3, М2)	9 (Ж5, М4)	5 (Ж4, М1)
	Jun-10	3 (Ж2, М1)	8 (Ж4, М4)	5 (Ж4, М1)

Практически во всех ООС, кроме ООС «Береке», число членов сократилось. Причины тому были разные, но в большинстве случаев – это были личные обстоятельства, как проблемы со здоровьем самого члена группы или представителей его/ее семьи, нахождение альтернативной работы с большим доходом, отъезд из села и т.д. Также, возможно, были и случаи ухода некоторых членов ООС из-за неудовлетворенности руководством (лидером) или непонимания между членами организации. Но такие случаи фактически не подтверждены.

Каждая ООС, особенно ООС «Адилет», пытается повысить численность своих членов и даже организовала презентацию в своем селе о деятельности ООС в марте 2010 года. Однако им не удалось привлечь дополнительных членов для совместной работы.

2) Внутренние правила

Внутренние правила (устав) были разработаны согласно стандартам, определенным законодательством, с некоторыми изменениями в соответствии с особенностями каждого ООС. Далее эти правила были официально приняты на уровне АО. Стандартные статьи внутренних правил включают следующее:

**Внутренние правила**

- ✓ Общая информация (название)
- ✓ Цели и задачи
- ✓ Политика по членству
- ✓ Процедуры отбора руководителя/лидера и других должностных лиц
- ✓ Организационная структура
- ✓ Должности и обязанности членов
- ✓ Членские взносы
- ✓ Рабочий график и условия
- ✓ Управление ресурсами и финансами
- ✓ Процедуры бухгалтерского учета
- ✓ Мониторинг и надзор
- ✓ Роспуск организации
- ✓ Список членов

## 3) Лого ООС

Каждый ООС разработала Лого своей организации с целью и намерением объединиться как одна единая группа, а также символизировать свою деятельность.



ООС «Адилет»



ООС «Береке»



ООС «Ширин»

**Схема 2.3.6 Лого ООС 1-го цикла**

## 4) Тренинг по ведению делопроизводства и проведению встреч

Проект организовал серию тренингов в формате ТБОР по усилению организаций. Темы подобных встреч/семинаров включали следующее:

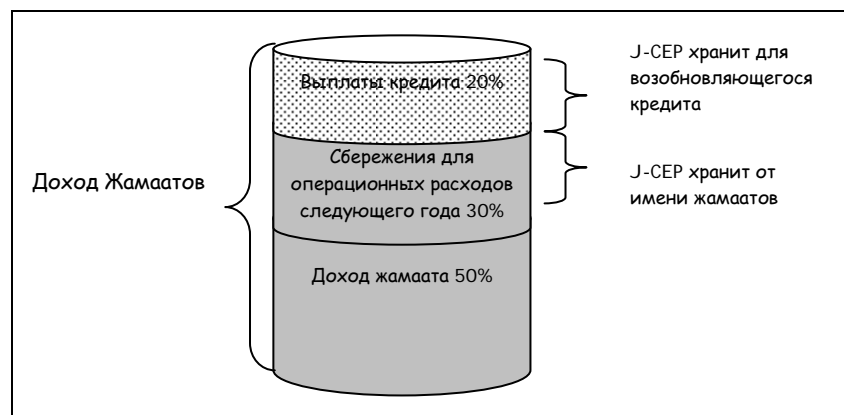
- (i) Проведение регулярных встреч всех членов организации для распространения информации и обсуждения вопросов (рекомендовано, по крайней мере, один раз в неделю).
- (ii) Распределение работы между членами организации
- (iii) Ведение протокола встреч секретарем (или ответственным лицом) и ведение архива
- (iv) Визуализация правил работы группы, плана действий, производственного плана, рабочих записок и т.п. – вывешивание на стене для доступа к ним всех членов организации.
- (v) Обсуждение вопросов относительно производственной деятельности, бухгалтерского учета, разработки производственного плана, дизайна этикеток и упаковок, планирования маркетинга, распределения работы, каких-либо изменений в членстве организации и т.п.

## 5) Бухгалтерское управление

Для производственной деятельности пилотных ООС J-СЕР внесла вклад в форме: i) самых

необходимых материалов для ремонта, ii) упаковочных материалов и iii) основных ингредиентов (сахар и пектин для производства варенья) через НПО – суб-контрактера. С учетом уроков, извлеченных в ходе других проектов, условия предоставления и правила пользования данным вкладом для ООС были следующими:

- (i) атраты с использованием вышеприведенного вклада J-СЕР должны были быть внесены в бухгалтерскую книгу в статью «расход». Это необходимо для осознания членами ООС того, что они «инвестируют» эти средства в свою деятельность и что эти средства должны расцениваться как беспроцентный «кредит» от J-СЕР.
- (ii) информация по продажам, включая продажи на собственных рынках ООС, будет скапливаться ежемесячно в КСИМ и предоставляться пилотным производителям в виде отчета на встречах бухгалтеров, проводимых регулярно каждую вторую среду.
- (iii) Для обеспечения средств на операционные расходы в следующем году, 30% дохода с продаж должны храниться в виде сбережений. 50% дохода можно распределить, как доход ООС. Оставшиеся 20% должны быть сохранены и зачтены в бухгалтерии как выплата кредита J-СЕР. Эта «выплата» затем может быть использована для реинвестирования в производственную деятельность в последующие годы.
- (iv) Согласно инструкциям проекта, ООС перед началом следующего производственного сезона должна переделать свой план действий и финансовый план с учетом уроков, извлеченных в течение первого года. Денежные средства, хранившиеся в качестве сбережений, должны были быть использованы согласно новому плану действий и финансовому плану.



**Схема 2.3.7 Система распределения выручки, внедренная J-СЕР**

Во время первого года работы 30% сбережений на операционные расходы следующего года и 20% возобновляющегося кредита J-СЕР хранились на банковском счету, который управлялся J-СЕР по просьбе ООС. Это позволяло сохранить средства в целостности, сохранности и порядке. Со второго года ООС уже сами хранили свои деньги для получения практических навыков управления денежными средствами. J-СЕР с данного момента осуществлял лишь мониторинг хранения средств.

Действуя в системе бухгалтерского учета J-СЕР, каждая ООС получала 50% дохода от продаж в качестве дохода ООС и распределяла ее между членами после вычета всех общих расходов, как налоги, транспортные расходы на деятельность ООС.

Мониторинг уровня продаж, бухгалтерского учета и использования финансовых средств проводился на встречах бухгалтеров, проводившихся в офисе J-СЕР.

#### б) Совместная деятельность между пилотными ООС

В свете важности продвижения ОСОП движения путем сотрудничества между заинтересованными сторонами, проект провел ряд мероприятий по повышению осведомленности ООС о совместной работе.

##### а. Регулярные встречи

В целях усиления потенциала пилотных сел/ООС были проведены различные мероприятия и предприняты различные инициативы. Проект делал акцент больше на поддержке независимости каждого пилотного ООС 1-го цикла через мониторинг их деятельности, нежели на проведение технических тренингов и тренингов по приобретению определенных навыков. J-СЕР мотивировал их уделять больше внимания процессу решения проблем в команде и между ООС через встречи.

**Таблица 2.3.8 Характеристики регулярных встреч ООС 1-го цикла**

Встреча	Основные темы	Участники	Частота	*Общее кол-во проведенных встреч
Встреча лидеров	- Рассмотрение текущей деятельности (успеха) и событий - Обмен опытом и обсуждение проблем и путей их решения	Лидеры	(2008) дважды в месяц (2009-2010) Один раз в месяц	22 раза
Встреча координаторов	- Получение информации по результатам маркетинга, вопросам налогообложения, совместных мероприятий, и т.п.	Координаторы	(2008) дважды в месяц (2009-2010) По необходимости	26 раз
Встреча бухгалтеров	Цель: консультация по надлежащему учету и управлению денежными средствами	Бухгалтера	Ежемесячно	22 раза

\* На конец июля 2010

##### б. Обучающий тур

В течение первого года несколько обучающих туров были организованы J-СЕР, в течение второго года – инициативами ООС.

**Таблица 2.3.9 Обучающие туры, организованные для пилотных ООС 1-го цикла**

Дата	Задачи	Посещаемые объекты	Участники
22-24 апреля, 2008	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Прохождение необходимых процедур для открытия бизнеса (расчет пищевой ценности продукции)</li> <li>◆ Обучение у опытных организаций</li> <li>◆ Обучение навыкам переговоров у компаний-производителей банок и упаковочных материалов</li> <li>◆ Маркетинговое исследование в супермаркетах, сувенирных и подарочных магазинах в Бишкеке</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Сертифицированный орган, осуществляющий расчет пищевой ценности (Чолпон-Ата)</li> <li>◆ Кооператив «Ай Кам Дан» (Ысык-Куль)</li> <li>◆ Компания-производитель банок «AIG Сервис»</li> <li>◆ Упаковочная компания «Четин» и «Таатан» для поиска информации по упаковочной машине</li> <li>◆ Качественные сувенирные магазины</li> </ul>	8 членов (2 из каждого ООС)

Дата	Задачи	Посещаемые объекты	Участники
3-5 августа 2009	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Изучение возможностей организации продаж в Чолпон-Ате</li> <li>◆ Сбор информации по упаковочным материалам и этикеткам через посещение печатных домов в Бишкеке</li> <li>◆ Сбор информации по компаниям-производителям банок через посещение компаний в Бишкеке и Токмоке</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Магазины в Чолпон-Ата: «Айдана», «Урсур», «Дария», «Сейил», «Голубой Иссык-Куль» и «Ала-Тоо»</li> <li>◆ Упаковочные/маркировочные материалы: «Четин» и «Из Басма»</li> <li>◆ Печатные компании: «Континент плюс» и «Аль Салам»</li> <li>◆ Стеклозавод: «AIG Сервис» (Бишкек), «Чуй глас» (Токмок)</li> </ul>	3 члена (1 член из каждого ООС: «Адилет», «Береке» и «Ширин»)
20 октября 2009	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Члены ООС «Ширин» и «Адилет» пройдут обучение технологии ООС «Береке», используемой для производства барбарисового и облепихового варенья</li> <li>◆ Члены ООС «Ширин» и «Адилет» пройдут обучение опыту ООС «Береке» по ведению учета и реализации деятельности на уровне жамаата</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ ООС «Береке», село Чонкызылсуу, Жети-Огузский район</li> </ul>	7 членов «Береке» и 3 члена «Ширин»

Эти обучающие туры дали возможность участникам поработать в команде с другими ООС и получить информацию и навыки, необходимые для производства.

с. Участие в серии мероприятий

Пилотные ООС приняли участие в нескольких мероприятиях по продвижению ИК Бренда и презентации своей деятельности. В рамках каждого мероприятия ООС совместно проводили репетиции презентаций в целях подготовки к мероприятию совместно. Через подобные совместные мероприятия ООС сформировали солидарность между собой и навыки совместного участия в различных мероприятиях.

**Таблица 2.3.10 Мероприятия с участием ООС 1-го цикла**

Дата	Мероприятия	Задачи	Участники
23-25 октября, 2008	Выставка Японского Центра (Бишкек) «Дизайн и современная жизнь: опыт Японии» (КЯЦПР)	Реклама (PR), продажи, сбор комментариев	ООС:8 ЭГ:2, КСИМ: 2 ЛСА:1
29 октября -1 ноября, 2008	АгроПродЭКСПО (Бишкек) (МСХВП и Торгово-промышленная палата)	Реклама (PR), продажи, сбор комментариев	ООС:7 ЭГ:2, КСИМ: 2
19 декабря, 2008	Встреча и презентация для потенциальных гостевых домов/ гостиниц в Караколе (ОГА) (J-СЕР)	Ознакомление с J-СЕР деятельностью и БК брэнда, обсуждение возможности сотрудничества	ГД/Гостиницы: 8 ООС: 4 ЭГ: 8 КСИМ: 4
13-14 марта 2009	Совместный завершающий семинар для ООС 1-го цикла	Завершение деятельности первого года	ООС:4 ЭГ: 4
25 июля 2009	ТОС Фестиваль (Жети-Огуз) (Туризм, основанный на сообществе)	Реклама (PR), продажи, сбор комментариев	ООС:7 ЭГ:6, КСИМ: 5
18-21 сентября 2009	АгроПродЭКСПО (Бишкек) (МСХВП и Торгово-промышленная палата)	Реклама (PR), продажи, сбор комментариев	ООС:12 ЭГ:4, КСИМ: 2
17 октября	Районный Фестиваль урожая	Реклама (PR), продажи, сбор комментариев	ООС: 2 КСИМ: 3

Дата	Мероприятия	Задачи	Участники
31 ноября - 1 декабря 2009	Фестиваль «Ат чабыш» (село Барскоон, Жети-Огуз) (Барскоон АО и местное туристическое агентство с поддержкой Фонда «Кыргыз Ат», Фонда Кристенсена, Мосты Памира и Посольство Франции)	Реклама (PR), продажи, сбор комментариев	ООС:13 ЭГ:5, КСИМ: 11
4 декабря 2009	Совместный семинар (ОГА) (J-SEP)	Презентация текущего состояния (успехов) пилотного проекта, обсуждение устойчивого регионального развития через ОСОП движение	44 участника
11 марта 2010	Семинар по продвижению ОСОП движения (Талас) (ЛСА Офис в Бишкеке)	Презентация ООС деятельности	ООС: 3 КСИМ: 1
21 марта 2010	Рекламная кампания во время праздника «Нооруз»	Реклама (PR), продажи, сбор комментариев	ООС:3 ЭГ:1, КСИМ: 4
19 марта 2010	Презентация летней продукции (ОГА)	Презентация летней продукции и утверждение их как продукции БК бренда	41 участник
30 апреля - 2 мая 2010	12-ая международная выставка-ярмарка «Кыргызстан 2010»	Реклама (PR), продажи, сбор комментариев	ООС:4 ЭГ:2, КСИМ: 5
29 мая 2010	12-ая Иссык-Кульская туристическая ярмарка	Реклама (PR), работа в сети взаимодействия с потенциальными бизнес партнерами, продажа, сбор комментариев	ООС:5 ЭГ:2, КСИМ: 3

### 2.3.4 Реализация пилотного проекта 2-го цикла

#### (1) Отбор потенциальной продукции и пилотных сообществ

На основе опыта отбора пилотных сел 1-го цикла и с учетом оставшегося времени проекта, методология отбора была изменена в двух целях. Во-первых, для нахождения инициативных и позитивных групп для работы с движением ОСОП, а не только групп с интересом в получении внешней поддержки для улучшения уровня жизни. Во-вторых, для поиска более упрощенного метода для дальнейшего применения ОГА/РГА/АО после завершения проекта.

Потенциальные пилотные села/сообщества 2-го цикла были отобраны согласно следующим процедурам. Сам процесс отбора занял около двух месяцев, период октябрь – конец декабря 2008 года.



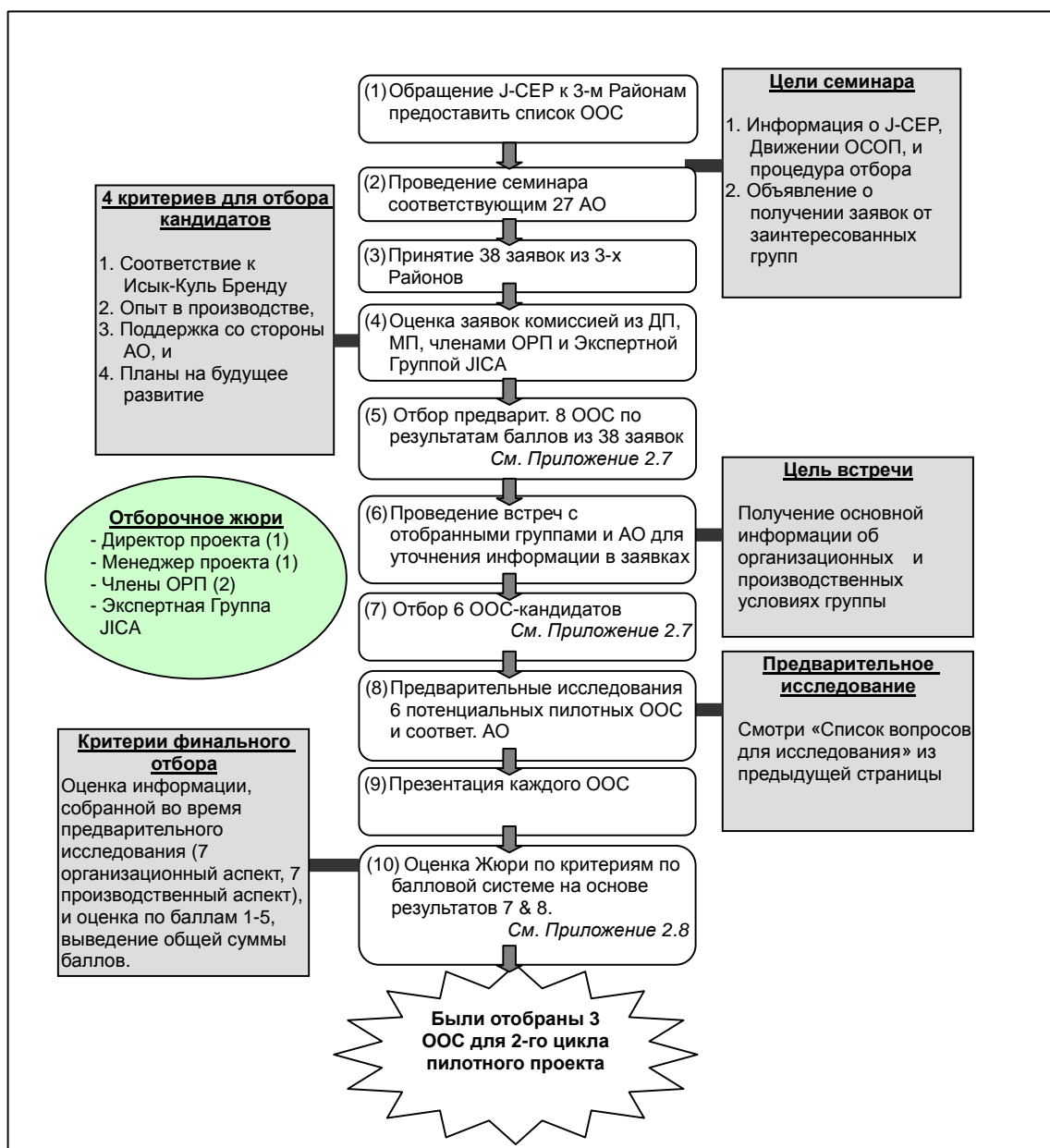

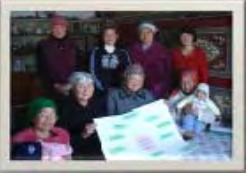



Схема 2.3.8 Процесс отбора пилотных ООС 2-го цикла

В конце процесса были отобраны следующие три ООС в качестве пилотных ООС 2-го цикла.

Таблица 2.3.11 Характеристики пилотных ООС 2-го цикла

<p><b>АК ШООЛА</b> Шерстяное/войлочное ремесло</p> 	<p>Село Тасма, Карасаев АО, Тюпский район                  Регистрация: ООС в 2003 году                  8 членов (7Ж и 1М), не на основе семьи                  Структура: лидер и члены                  Нет системы регулярных встреч и ведения учета                  Условия: перерабатывающий цех, предоставленный АО                  Оборудование: имеется аппарат по переработке шерсти</p>
--	--

<p><b>ОНОР БУЛАГЫ</b> Шерстяное/войлочное ремесло</p> 	<p>Село Барскоон, Барскоонский АО, Жети-Огузский район Регистрация: ООС в 2005 году 8 членов (5Ж и 3М), на основе семьи и друзей Структура: лидер, секретарь, бухгалтер, специалист по маркетингу, дизайнер Нет системы регулярных встреч, есть некоторый опыт ведения учета Условия: перерабатывающий цех, предоставленный АО Оборудование: аппарат по переработке шерсти не имеется</p>
<p><b>ЭРБОЛ</b> Шерстяное/войлочное ремесло</p> 	<p>Село Тосор, Тамгинский АО, Жети-Огузский район Регистрация: Цех в 2007 году 14 членов (9Ж и 5М), на основе семьи Структура: нет официальной структуры Нет системы регулярных встреч, есть некоторый опыт ведения учета Условия: перерабатывающий цех, предоставленный АО Оборудование: имеется аппарат по переработке шерсти</p>

## (2) Подготовка к производству

### 1) Маркетинговое исследование по потенциальной продукции

Маркетинговое исследование по потенциальной продукции ОСОП было проведено в период ноябрь – декабрь 2008 года через посещение местных производителей в Караколе, производителей войлока и швейных изделий в Токмоке и на Ошском рынке, производителей войлочных изделий ручной работы в Караколе и Бишкеке. Категории информации, собиравшейся в ходе исследования, включали следующее:

- Наличие войлока
- Стоимость войлока и других материалов
- Ремесленное производство войлока
- Потенциал разработки новых типов войлочных сувениров

### 2) Организация перерабатывающего цеха

Для скорейшего начала производственной деятельности на базе каждого ООС были подготовлены перерабатывающие цеха в течение июня 2009 года. Помещения под цеха были предоставлены АО на условиях безвозмездной аренды, а ремонтные работы в цехах проводились под руководством НПО – суб-контрактера. Правила и законы, регулирующие открытие цехов под ремесленное производство, менее строгие по сравнению с правилами и законами, по открытию и ведению цехов для производства пищевой продукции.

J-СЕР внес вклад в ремонт цехов в форме самых необходимых материалов для ремонта. Подобный вклад был осуществлен через НПО – суб-контрактера. ООС внесли вклад в форме рабочей силы и имеющихся у них материалов, как белила, кисти для покраски, песок, грунт, гвозди и т.п. Также были закуплены для нужд производства необходимые инструменты и оборудование. Данные материалы были приобретены членами ООС совместно со специалистом по ремонтным работам и доставлены в их цеха, как часть обучения членов ООС по закупкам. Расходы на ремонтные работы, включая расходы на приобретение необходимых инструментов и оборудования, приведены в прилагаемой таблице 2.9.

В случае с ООС «Ак Шоола», АО оказал поддержку ООС в виде предоставления некоторых необходимых материалов (как металлическая печь), покрытия расходов на подключение

электричества и т.п., что в денежном выражении составило около 125000 КС.

ООС «Ак Шоола» и «Онор Булагы» работали согласно графику. И даже начав раньше намеченного срока по своей инициативе, завершили работу до начала августа. С другой стороны, ООС «Эрбол» не закончила ремонт своего цеха – хоть и с использованием своих материалов, цех был отремонтирован только частично из-за нехватки человеческих ресурсов, нежелания продолжать работу и других внутренних проблем.

### 3) Технические тренинги

В целях улучшения качества продукции, было проведено несколько технических тренингов для ООС. Первый и второй технические тренинги были организованы НПО – суб-контрактером.

#### а. Первый технический тренинг

Задача:	Обучение ООС-ремесленников технологии качественной переработки шерсти и изготовления войлочной продукции, а также маркетингу.
Дата:	7-8 июля 2009 (2 дня)
Место:	сад лидера ООС «Ак Шоола» в селе Тасма
Участники:	15 участников (5 членов от каждой ООС)
Тренера:	1 специалист по изготовлению войлока, 1 специалист по маркетингу из САССА (Регионального Центра Центрально-Азиатской Ассоциации Поддержки Ремесленников)
Программа:	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Эффективный метод сортировки и очищения шерсти,</li> <li>✓ Изготовление различной толщины войлока вручную в зависимости от его назначения</li> <li>✓ Лекция по маркетингу войлочной продукции</li> <li>✓ Комментарии по существующей продукции ООС в целях улучшения качества</li> </ul>

#### б. Второй технический тренинг

Задачи:	Обучение ООС-ремесленников технике вышивания для улучшения качества их войлочной продукции и соответствия качества продукции требованиям рынка
Дата:	18-20 августа 2009 (3 дня)
Место:	Гостевой дом «Алтынбек», Каракол
Участники:	11 участников («Ак Шоола»: 4, «Эрбол»: 3, «Онор Булагы»: 4)
Тренера:	1 специалист по вышиванию из САССА
Программа:	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Различные технологии традиционной вышивки, существующие в Кыргызстане, включая утерянные и неиспользуемые в современности,</li> <li>✓ Сочетание цветов нитей в вышивании,</li> <li>✓ Значение узоров в продукции</li> <li>✓ Шаги производства: от подготовки, дизайна до производства</li> </ul>

#### с. Третий технический тренинг (23-24 июля 2010)

Задачи:	Обучение ремесленников ООС технике крашения с применением растений и химических красок
Дата:	23 – 24 июля 2010 (2 дня)
Место:	Гостевой дом “Green Yard”, г. Каракол
Участники:	11 участников («Ак Шоола»: 6 членов, «Онор Булагы»: 5 членов)
Тренер:	Один специалист РС КАКСА по крашению
Программа:	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ значение крашения растениями,</li> <li>✓ технология сбора лекарственных трав, коры, корней и листьев для подготовки сырья для крашения,</li> <li>✓ практические занятия (крашение шерсти, шелка и хлопка натуральными и химическими красками)</li> <li>✓ сравнительный анализ химического крашения, различные технологии крашения шерсти с применением химических красок, места приобретения, и</li> <li>✓ цветовая гамма, полученные из основных красок.</li> </ul>

**d. Технический тренинг японского краткосрочного эксперта (специалиста по дизайну)**

Для каждой ООС J-СЕР провел индивидуальный технический тренинг с приглашением японского краткосрочного эксперта (специалиста по дизайну) в сентябре (23 дня) и марте-августе (1 месяц).

Эксперт посетил каждую ООС 4-5 раз и провел серию тренингов. В содержание тренингов входили следующие вопросы: i) характеристика продукции ОСОП ООС в качестве ИК Бренда, ii) способы диверсификации продукции, особенно в плане вариации цвета, iii) ознакомление с новой технологией на основе войлочной вышивки, iv) предложение идей для новых видов продукции, v) инструктаж по улучшению существующей продукции.

В результате, ООС «Ак Шоола» и «Онор Булагы» пробовали улучшить свою продукцию. Они создали несколько пробных образцов и провели пробный маркетинг во время АгроПродЭКСПО, проводившейся 18-21 сентября 2009 года в Бишкеке. Во время этой выставки ООС могли получить информацию о спросе на свою продукцию по результатам продаж и комментариев потребителей. Что касается ООС «Эрбол», эксперт провел те же компоненты тренинга, но в соответствии с темпами работы данного ООС. Однако даже в таком режиме работы ООС не смогла изготовить даже образец.

**(3) Производство продукции ОСОП**

**1) Продукция**

Продукция ОСОП, произведенная пилотными ООС 2-го цикла – это войлочные/ шерстяные сувениры. Поскольку сувенирный рынок Кыргызстана переполнен войлочной продукцией, пилотным производителям было рекомендовано изготавливать что-то уникальное, представляющее образ Иссык-Куля, и высококачественное.

**2) Этапы производства**

Для производства качественной и востребованной войлочной продукции, соответствующей нуждам рынков, ООС пришлось предпринять несколько пробных попыток в разработке дизайна и разновидности продукции до запуска основного производства продукции в качестве ИК Бренда.

**Таблица 2.3.12 Производственный и маркетинговый планы ООС 2-го цикла**

Год	2009												2010								
	Фев	Мар	Апр	Май	Июн	Июл	Авг	Сен	Окт	Ноя	Дек	Янв	Фев	Мар	Апр	Май	Июн	Июл	Авг	Сен	
Категория маркетинга						Эксперимент. летний маркетинг						Зимний маркетинг						Летний маркетинг			
Производство		1-ые образцы		2-ые образцы							Образцы для зимнего маркетинга					Образцы для летнего маркетинга					
Презентация & Оценка			☆ 25 Мар			☆ ср. июня					☆ 6 Ноя					☆ 19 Мая					

Учитывая то, что основным потребителем являются туристы, маркетинговая категория установлена на летний и зимний туристический сезоны. Некоторая продукция, продававшаяся в летний и зимние сезоны, производилась постоянно в зависимости от спроса на рынках. Во время продаж активно собирались комментарии от потребителей для целей изучения рыночного

спроса для постоянной модификации своей продукции.

### 3) Оценка продукции в качестве продукции ИК Бренда

Продукцию ОСОП, произведенную ООС, оценивали члены ОРП, чтобы дать продукции статус ИК Бренда. Критерии оценки продукции ОСОП ремесленного производства включали следующее:

- Представление образа Иссык-Куля (экологический продукт и т.п.)
- Высокое качество, вызывающее гордость за ИК Бренд
- Портативный размер, удобный для туристов (поскольку приоритетный потребитель – это туристы)

#### а. Первая оценка: июнь 2009

Во время первой оценки, проведенной в июне, отборочная комиссия из членов ОРП и Экспертной Группы отобрала 4 вида продукции ООС «Онор Булагы» (настенное панно 2-х видов, войлочное ожерелье с петрографической вышивкой 2-х видов) в качестве продукции ИК Бренда и предложила свои комментарии ООС по улучшению продукции. После этого подобная оценка проводилась повторно в соответствии с ходом производства.

#### б. Вторая оценка: 6 ноября 2009

Категории продукции для зимнего маркетинга были представлены во время презентации, проведенной 6 ноября с участием 30 человек – представителей АО, ООС 1-го цикла, туристического сектора, партнерских гостевых домов и ИК ОГА, включая ДП и членов ОРП.

Участники заполнили специальный вопросник для комментариев по категориям. Несмотря на то, что участники сделали множество комментариев и рекомендаций по продукции, все категории продукции были утверждены в качестве продукции ИК Бренда. Комментарии также были внесены в оценочные листы и предоставлены ООС для будущих усовершенствований.

#### с. Третья оценка: 19 мая 2010

Категории продукции для весеннего и летнего маркетинга были представлены на презентации, проведенной 19 мая с участием 40 человек – представителей АО, ООС 1-го цикла, туристического сектора, университета, партнерских гостевых домов и Областной Государственной Администрации, включая ДП и членов ОРП. Участников также попросили заполнить специальный вопросник для комментариев по продукции. Все категории были утверждены в качестве продукции ИК Бренда с некоторыми комментариями и рекомендациями по улучшению. Комментарии также были внесены в оценочные листы и предоставлены ООС для будущих усовершенствований.

### 4) Расчет расходов и ценообразование

Для приведения плана действий ООС в соответствие с реальным бизнесом проект провел в каждом ООС семинар по расчету расходов и прибыли с целью обзора разработанного плана действий в свете прибыльности. Через серию семинаров ООС осознали важность минимизации производственных расходов, особенно начальных расходов, для увеличения прибыльности.

В отличие от пищевой продукции, ценность ремесленных изделий оценивается не только качеством сырья и затратами на рабочую силу – здесь рассматриваются также нематериальные ценности, как дизайн, аккуратность работы и творческий подход.

Цены на продукцию были установлены методом добавочной стоимости посредством расчета всех необходимых производственных расходов. С учетом также рыночных цен на похожую продукцию, ООС устанавливали цену, которая могла покрыть все расходы и принести определенную ожидаемую прибыль.

Целевой потребительской аудиторией были выбраны туристы и местные жители с хорошим уровнем жизни, которых можно было бы привлечь высоким качеством, региональной уникальностью (принадлежностью Иссык-Кульской области) и экологической безопасностью продукции.

**Таблица 2.3.13 Цены на продукцию, установленные на ООС 2-го цикла**

Производитель	Категория	Характеристика	Цена (КС)	
ООС «Ак Шоола» село Тасма	Шарф	Плетеный шарф, шарф в форме гнезда с кармашками, хлопчатобумажный шарф с шерстяными краями и т.п.	300	
	Митенки	Натуральные цвета, без пальцев	250	
	Перчатки	Натуральные цвета	300	
	Сумка	Сумка в форме гнезда птицы, рюкзак в форме гнезда птицы, сумка через плечо и т.п.	580-630	
	Тапочки	С пяткой		500
		Без пятки		400
	Сувенир в форме гнезда птицы ремезь	В форме птицы ремезь и ее гнезда, с брошью или петлей	50	
	Косметичка	Сумочка круглой формы с рисунком птичьего гнезда	150	
Чехол для мобильного телефона	Натуральные цвета, рисунок птичьего гнезда	75-80		
ООС «Онор Булагы» село Барскоон	Настенное панно	Квадратной формы с петроглифами	350	
		Дизайн в форме Жети-Огуза	200-350	
		Круглой формы с вышивкой карты Барскоона (3 в одном комплекте)	380	
	Кошелек для ключей в форме камня с петроглифами		60-75	
	Войлочное ожерелье	Вариации на основе различного количества войлочных шариков, цветов, с петроглифами и т.п.	170-185	
	Сумка	С петроглифами	430	
	Сувенир в форме юрты	Маленькая юрта для украшения	70-90	

5) Этикетка и упаковка

Пилотные сообщества в рамках J-СЕР постоянно изучали пути совершенствования привлекательности упаковки и этикеток своей продукции. Этикетки были разработаны в сотрудничестве с местным дизайнером. В случае с этикетками для войлочной продукции, ООС включили в информацию на этикетке характеристику дизайна для привлечения внимания потребителей.

6) Контроль качества

В период производства провайдер услуг (НПО – суб-контрактер) проводил мониторинг производственной деятельности два раза в месяц [посещая цеха ООС с целью подтверждения объема производства, инвентаризации продукции] и доставлял готовую продукцию в КСИМ.

7) Результаты производства

В течение периода июль 2009-конца июля 2010 года была произведена следующая продукция (в

плане количества) для продажи, помимо пробной продукции. Ниже приведенная таблица приводит информацию о продукции, привезенной в КСИМ для маркетинговых целей.

**Таблица 2.3.14 Учет производства ООС 2-го цикла**

Производство	Виды продукции	Кол-во (единиц)
ООС «Ак Шоола» село Тасма	30 видов продукции (тапочки, сумки, шарфы, брошки в форме птичьего гнезда, перчатки, митенки и т.п. в различном цвете, дизайне и размере)	595
ООС «Онор Булагы» село Барскоон	42 вида продукции (настенные украшения, войлочные бусы, кошельки для ключей, сумки, чехлы для мобильных телефонов, чехлы для фотокамер, украшение в форме юрты и т.п. в различном цвете, дизайне и размере)	879
ООС «Эрбол» село Тосор	5 видов продукции (набор подставок для чайника, чашек и т.п. с различной вышивкой и цветами)	5

#### (4) Усиление пилотных ООС

##### 1) Структура

Все три пилотные ООС официально зарегистрировались, как жамаат, на уровне АО до начала января 2009 года. На основе опыта 1-го цикла в ООС была введена схожая структура с соответствующими ролями и обязанностями (см. Схему 2.3.5). Количество членов каждого ООС приведено в ниже приведенной таблице.

**Таблица 2.3.15 Количество членов каждого ООС 2-го цикла**

Район		Тюпский	Жети-Огузский	
АО		Карасаевский	Барскоонский	Тамгинский
Село		Тасма	Барскоон	Тосор
ООС		Ак Шоола	Онор Булагы	Эрбол
Кол-во членов	Янв 2009	8 (Ж7, М1)	8 (Ж5, М3)	14 (Ж9, М5)
	Дек 2009	8 (Ж7, М1)	4 (Ж4)	6 (Ж4, М2)
	Июн 2010	8 (Ж7, М1)	5 (Ж5)	6 (Ж4, М2)

ООС «Ак Шоола» сохраняет сбалансированное членство в плане работы лидера и распределения работы среди членов ООС. Однако ООС «Онор Булагы» приходится прилагать много усилий, чтобы удерживать своих членов на работе. Причиной ухода членов ООС «Онор Булагы» являются разные обстоятельства, в основном, личные: проблемы с собственным здоровьем или здоровьем членов семьи, нахождение альтернативной работы с лучшим доходом и т.п.

ООС «Онор Булагы» пыталась повысить количество своих членов посредством приглашения людей, заинтересованных обучать определенным технологиям, принятия у себя в селе студентов из профтехучилищ (с марта 2010) и т.п. Однако это не помогло им привлечь больше людей для совместной работы.

В случае с ООС «Эрбол», членство в которой основано на семейных отношениях, было замечено, что управление ООС осложнялось в силу определенного распределения власти между членами семьи.

##### 2) Внутренние правила

Внутренние правила были разработаны согласно стандартам законодательства с учетом особенностей каждой ООС. (см. Раздел 2.3.3 (5) 2)).



3) Лого ООС

Как в 1-ом цикле ООС, каждый ООС разработала свое Лого, символизируя имидж своей организации.



**Схема 2.3.9 Лого ООС 2-го цикла**

4) Тренинги по ведению делопроизводства и проведению встреч

Проект организовал серию тренингов по усилению организаций в формате ТБОР, также, как и в случае ООС 1-го цикла. (см. Раздел 2.3.3 (5) 3)).

5) Бухгалтерское управление

Для производственной деятельности J-СЕР внес вклад в форме i) минимально необходимых материалов для ремонта, ii) упаковочных и маркировочных материалов и iii) основных инструментов и материалов для производства ООС через НПО – суб-контрактера. Введенная ранее в пилотных ООС 1-го цикла система бухгалтерского управления была применена и для пилотных ООС 2-го цикла.

Поскольку ООС нуждаются в наличных средствах для приобретения материалов на непрерывное производство, 30% средств от продаж должны были быть выделены для этих целей. 20%, идущих на формирование возобновляемого кредита J-СЕР, хранились на банковском счете, управлявшемся J-СЕР.

Мониторинг уровня продаж, бухгалтерского учета и использования финансовых средств проводился ежемесячно на встречах бухгалтеров, проходивших в офисе J-СЕР.

б) Совместная деятельность пилотных ООС

Проект провел несколько мероприятий по повышению осведомленности ООС о важности совместной работы, учитывая важность продвижения ООС движения в сотрудничестве со всеми заинтересованными сторонами.

а. Регулярные встречи

Поскольку ООС 2-го цикла имеют большой опыт групповой работы и им неудобно собираться часто в Караколе из-за расстояния, совместно проводились только встречи бухгалтеров.

**Таблица 2.3.16 Характеристики регулярных встреч ООС 2-го цикла**

Встреча	Основные темы	Участник	Частота	*Общее кол-во проведенных встреч
Встречи бухгалтеров	Цель: консультация по надлежащему бухгалтерскому учету и управлению финансовыми средствами	Бухгалтера	Ежемесячно (октябрь 2009-настоящее время)	10 раз

\* На конец июля 2010

**в. Обучающие туры**

УСЕР организовал несколько обучающих туров для ООС 2-го цикла. Целью обучающих туров являлось получение пилотными производителями информации, необходимой для усовершенствования их продукции, и построение сети взаимодействия среди ООС.

**Таблица 2.3.17 Обучающие туры, организованные для пилотных ООС 2-го цикла**

Дата	Задачи	Посещаемые объекты	Участники
5-7 марта 2009	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Обучение управлению цехом и маркетингу от опытных организаций (включая контроль качества, расположение цеха и т.п.)</li> <li>◆ Ознакомление с сувенирами международных стандартов через посещение выставок, изучение стандартов САССА и маркетинговые исследования в сувенирных магазинах</li> <li>◆ Изучение возможностей упаковок и этикеток, заказов в печатные дома</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Выставка войлочного искусства «Орхидея», организованная дизайнером «АЙДАЙ» (Бишкек)</li> <li>◆ Печатная компания «Ягуар», «Ко-График» (Бишкек)</li> <li>◆ САССА (Бишкек)</li> <li>◆ Артгруппа качественного войлока «Тумар»</li> <li>◆ Сувенирные магазины качественного войлока («Татьяна», «Тумар» и др.)</li> <li>◆ Войлочный цех, «Студия войлочного искусства», «Алтын Оймок» (Боконбаево)</li> </ul>	6 членов (2 от каждого ООС)
9 августа 2009	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Изучение качественных ремесленных изделий, изготовленных 100 мастерами-ремесленниками из Центральной Азии, России и Индии</li> <li>◆ Сбор любой информации о материалах, дизайне, новых технологиях, хороших материалах и т.п.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 4-й Международный Фестиваль «Диалог Культур», организованный САССА и Министерством культуры при поддержке Иссык-Кульской РГА (Чолпон-Ата)</li> </ul>	11 членов от 3-х ООС
12-13 февраля 2010	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Наблюдение и рассмотрение возможности участия в будущей ярмарке, организованной САССА</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Ремесленная ярмарка, организованная САССА (Центр «Караван», Бишкек)</li> </ul>	5 членов от 3-х ООС

**с. Участие в серии мероприятий**

Пилотные ООС приняли участие на нескольких мероприятиях по продвижению продукции ИК Бренда и презентации своей деятельности. В рамках каждого мероприятия ООС собирались для совместной подготовки, например, репетиции презентации. Через подобные совместные мероприятия формировалась солидарность между ООС и опыт подготовки к значимым мероприятиям.

**Таблица 2.3.18 Мероприятия с участием ООС 2-го цикла**

Дата	Мероприятие	Задачи	Участники
25 марта 2009	Презентация образцов продукции	Презентация первых образцов для получения комментариев	41 участников
25 июля 2009	Фестиваль ТОС (Жети-Огуз) (Туризм, основанный на сообществе)	Реклама (PR), продажи, сбор комментариев	ООС: 7 ЭГ: 6, КСИМ: 5
18-21 сентября 2009	АгроПродЭКСПО (Бишкек) (МСХВПП и Торгово-промышленной палаты)	Реклама (PR), продажи, сбор комментариев	ООС: 12 ЭГ: 4, КСИМ: 2
31 ноября-1 декабря 2009	Фестиваль «Ат чабыш» (село Барскоон, Жети-Огуз) (Барскоон АО и местное туристическое агентство с	Реклама (PR), продажи, сбор комментариев	ООС: 13 ЭГ: 5, КСИМ: 11

Дата	Мероприятие	Задачи	Участники
	поддержкой Фонда «Кыргыз Ат», Фонда Кристенсена, Мосты Памира и Посольство Франции)		
5 ноября 2009	Презентация образцов продукции	Презентация зимней маркетинговой продукции и утверждение как ИК Бренда	39 участника
4 декабря 2009	Совместный семинар (ОГА) (J-СЕР)	Презентация текущего состояния (успехов) пилотного проекта, обсуждение устойчивого регионального развития через движение ОСОП	44 участника
11 марта 2010	Семинар по продвижению ОСОП (Талас) (Офис ЛСА в КР)	Презентация деятельности ООС	ООС: 3 КСИМ: 1
21 марта 2010	Рекламная (PR) компания во время праздника «Нооруз»	Реклама (PR), продажи, сбор комментариев	ООС:3 ЭГ:1, КСИМ: 4
19 мая 2010	Презентация летней продукции (ОГА)	Презентация летней маркетинговой продукции и утверждение как ИК Бренда	41 участников
30 апреля- 2 мая 2010	12-ая международная выставка-ярмарка «Кыргызстан 2010»	Реклама (PR), продажи, сбор комментариев	ООС:4 ЭГ:2, КСИМ: 5
29 мая 2010	12-ая Иссык-Кульская туристическая ярмарка	Реклама (PR), работа в сети взаимодействия с потенциальными бизнес партнерами, продажа, сбор комментариев	ООС:5 ЭГ:2, КСИМ: 3

### 2.3.5 Реклама (PR) и маркетинг ОСОП продукции

#### (1) Каракольский Студенческий Исследовательский Магазин (КСИМ)

##### 1) Деятельность КСИМ

Деятельность КСИМ осуществлялась Ассистентом Менеджера КСИМ и Провайдером ОСОП услуг (ответственным за доставку и рекламу продукции ОСОП) совместно со студентами – волонтерами. В среднем, в деятельности КСИМ было задействовано около 10 волонтеров; общее число волонтеров на конец июня 2010 составляет более 50 человек.

По соглашению между ОГА и Университетом, помещение для КСИМ было предоставлено без арендной платы. Для поддержания КСИМ местные производители, выставяющие и продающие свою продукцию в КСИМ, должны были платить 100 КС ежемесячно. В дополнение к этому, было решено, что с начала января 2010 года ООС и местные производители должны будут оплачивать ежемесячно расходы на электричество (100 КС на ООС). Подобное решение было принято в связи с повышением тарифов на электричество.

##### 2) Функции КСИМ

В функции КСИМ входило следующее:

- (i) презентация, продвижение и сбыт продукции ОСОП
- (ii) проведение опроса потребителей по продукции
- (iii) обеспечение связи производителей и рынков
- (iv) правление продажами, инвентаризация запасов, регистрация и сбор информации о посетителях

(v) бучение студентов – волонтеров, как важных участников движения ОСОП

**а. Презентация, продвижение и сбыт продукции ОСОП**

С целью продвижения Иссык-Кульской продукции ОСОП КСИМ презентовал и продавал потенциальную продукцию ОСОП – не только продукцию пилотных ООС, но также продукцию местных производителей (пчеловодческая продукция, фруктовые соки, войлочные сувениры). Сотрудники КСИМ, как правило, готовили рекламные (PR) материалы для оформления магазина, которые содержали информацию о производителях, движении и продукции ОСОП. Также студенты-волонтеры проводили разъяснительную работу о продукции и организовывали дегустацию для потребителей в КСИМ. В дополнение к оригинальной деятельности КСИМ по продвижению продукции, сотрудники КСИМ помогали ООС участвовать в таких маркетинговых мероприятиях, как выставки и ярмарки.

**б. Проведение опроса потребителей по продукции**

КСИМ проводил опрос потребителей посредством интервьюирования с помощью вопросника и организации дегустации для потребителей от имени ООС с целью получения комментариев по продукции. Результаты продаж и комментарии потребителей доводились до сведения производителей ежемесячно во время бухгалтерских встреч. Подобная практика имело целью усовершенствование продукции и ознакомление с рынком.

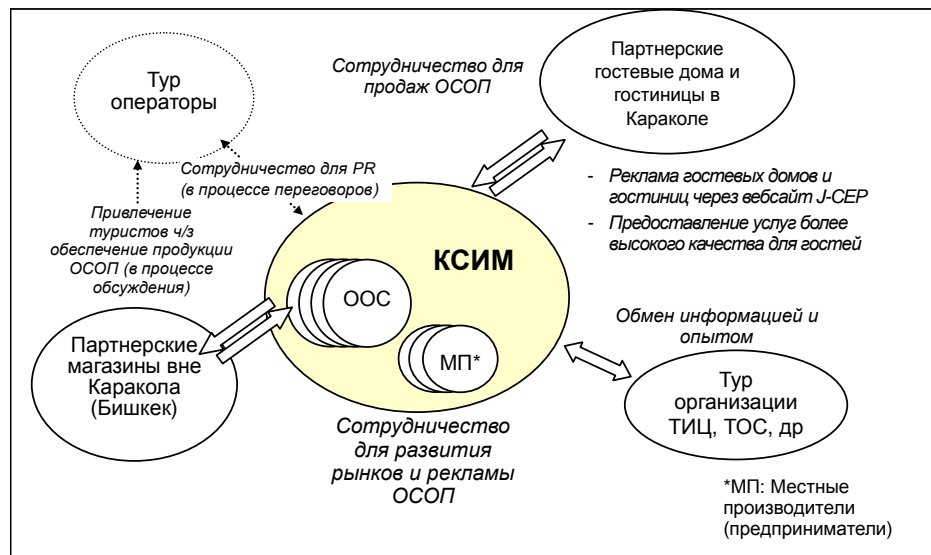
Некоторые примеры комментариев, предоставленных потребителями, представлены внизу:

**Таблица 2.3.19 Примеры комментариев потребителей по продукции ОСОП**

Продукция	Основные вопросы, заданные потребителям	Основные комментарии
Варенье	Вкус и цвет Размер Дизайн и содержание этикетки Цена	Для местных потребителей цена показалась высокой, а размер – маленьким На этикетке предоставляется достаточно информации, но она напечатана слишком мелким шрифтом Прекрасно знать, что имеются такие уникальные виды варенья
Сухофрукты		Слишком малое количество продукции в маленьком пакете Необходимо улучшить пакет Необходимо сортировать сухофрукты по размеру
Мыло	Размер Дизайн и содержание этикетки Цена	Лучше использовать прозрачный пакет, чтобы было видно мыло Лучше особо выделить абрикосовое масло, как один из самых важных ингредиентов
Войлочные изделия	Что вам нравится в изделии Комментарии по изделию, которое, вы вероятнее всего, не купите Комментарии по дизайну, размеру, качеству, цене Какие сувениры вы хотели бы приобрести на Иссык-Куле?	Практические вещи (сумки, перчатки, тапочки и т.п.) предпочитались больше, чем украшения Среди потребителей, предпочитающих настенные украшения (ассоциирующиеся с образом Кыргызстана), больше местных жителей. Необходим больший ассортимент продукции в плане размера и цвета для удовлетворения потребностей более широкого круга потребителей Что касается сумок, рекомендуется четко градировать сумки по их функциональному назначению и изготавливать их в соответствии с этим назначением.

с. Соединение производителей и рынков

Проект также проводил изучение различных возможностей по созданию сети взаимодействия между производителями и рынками, а также оценку эффективности этих взаимодействий. Самым успешным примером такого взаимодействия можно считать партнерство производителей с гостевыми домами и гостиницами в Караколе. Партнерские гостевые дома сотрудничали с ООС в форме продажи продукции, сбора комментариев потребителей и участия на презентациях ООС для утверждения их продукции в рамках движения ОСОП.



**Схема 2.3 10 Сеть взаимодействия КСИМ по маркетингу и рекламе (PR) продукции ОСОП**

d. Управление продажами, инвентаризация запасов, информация о посетителях

Студенты-волонтеры под руководством Ассистента Менеджера вели учет продаж, инвентаризацию запасов и сбор информации о посетителях. Все данные потом передавались J-СЕР в виде отчета и распространялись между ООС на бухгалтерских встречах. Информация о запасах в партнерских гостевых домах и на других рынках аккумулировалась в КСИМ и на основе них делались заказы производителям.

Согласно записям о посетителях, всего в течение периода с открытия до конца июля 2010 года КСИМ посетило 1880 человек. Большинство из них были из Европы и местными.

e. Обучение студентов-волонтеров, как важных участников движения ОСОП

Деятельность КСИМ осуществляли студенты-волонтеры, которые были привлечены на основе заявок и результатов собеседования, под руководством J-СЕР и с помощью НПО – суб-контрактера. До приема студентов на работу проект в сотрудничестве с администрацией Университета провел разъяснительную презентацию для заинтересованных студентов Иссык-Кульского Государственного Университета.

До открытия КСИМ, в июле 2008 года, проект провел обучающий курс (10 сессий) для первой группы студентов-волонтеров с целью формирования у них большего понимания J-СЕР, движения ОСОП и роли КСИМ. Проведение ТБОР (направленных на получение практических навыков работы с потребителями, маркетинговых исследований, ведения делопроизводства, инвентаризации, рекламы и английского языка) продолжалось на базе временно открытого

магазина до его официального открытия. После приема на работу первой группы, студенты-волонтеры постоянно принимались на работу по результатам собеседования в любое время года.

Помимо повседневной рутинной работы в магазине, волонтеры организовывали несколько мероприятий по вовлечению своих сверстников в активизацию сообществ через движение ОСОП. Подобные мероприятия включали следующее:

- (i) Презентация КСИМ деятельности для других студентов и учителей в университете (10 декабря, 2008 год). Волонтеры подготовили и исполнили на презентации песню и танец под названием «Магазин номер один»
- (ii) Выпуск газеты под названием «PI-ONE-R» (пионер). За период май 2009 - июнь 2010 всего было опубликовано 10 номеров газеты.
- (iii) Проект «Зеленая зона Каракол», направленная на объединение и мотивацию молодежи через социальную активность по очистке и содержанию города Каракола в чистоте, а также по сбору тетра пакетов для выпуска переработанной бумаги (февраль 2010 года)
- (iv) Проект «Ханышам», направленный на изготовление на базе КСИМ специальных пакетов для войлочных ожерелий с использованием бумаги, полученной в ходе проекта «Зеленая зона Каракола». Эта акция послужила своего рода способом продвижения подарков для международного женского дня (май 2010 год)
- (v) Посещение детского дома «Умут» и организация развлекательного мероприятия для детей заведения (апрель 2010 года)
- (vi) Сезонные мероприятия, как Рождество, Новый год, День защитника отечества, Международный женский день и др.

КСИМ смог стать центром для молодежи, где они могут собираться, обсуждать и практиковать свои идеи для активизации сообществ.

## (2) Маркетинг и реклама (PR)

Учитывая специфику движения ОСОП и ограниченный объем производства продукции, продажа продукции ОСОП была сфокусирована на рынках – нишах с ориентацией на зажиточные слои общества. В целом, ООС вышли на следующие рынки для продаж и провели маркетинговые исследования по данным рынкам для получения обратной связи с потребителями. Помимо индивидуальных продаж, были также доступны и другие маркетинговые возможности во время проекта. Все эти данные представлены в таблице внизу:

**Таблица 2.3.20 Основной рынок / потребитель продукции ОСОП**

Период / Дата	Рынок
<b>Основной рынок / потребитель</b>	
Сентябрь 2008- по настоящее	Караколский Студенческий Исследовательский Магазин (КСИМ)
Декабрь 2008- по настоящее	Партнерские гостевые дома и гостиницы г. Каракол
Январь 2010- по настоящее	Империя Сувениров (Бишкекская компания, владеющая 6 сувенирными магазинами в г. Бишкек)
<b>Участие в мероприятиях по рекламе (PR) и продаже</b>	
13 сентября 2008	Японский Бон Фестиваль
23-25 октября 2008	Выставка Японского Центра (г. Бишкек) «Дизайн и современная жизнь: опыт Японии»

Период / Дата	Рынок
29 октября 1 ноября 2008	АгроПродЭКСПО (г. Бишкек) МСХВПП и Торгово-промышленная Палата
25 июля 2009	ТОС Фестиваль (Жети-Огуз) ТОС (туризм, основанный на сообществе)
18-21 сентября 2009	АгроПродЭКСПО (г. Бишкек) МСХВПП и Торгово-промышленная Палата
31 августа 2009	Фестиваль абрикоса (село Ак-Терек, село Жети-Огуз) волонтер ЛСА
25 сентября 2009	70 годовщина Иссык-Кульской ОГА (г. Каракол)
17 октября 2009	Районный фестиваль урожая (Ак-Суйский и Жети-Огузский районы)
31 ноября- 1 декабря 2009	Ат чабыш Фестиваль (село Барскоон, Жети-Огуз)
11 декабря 2009	140 годовщина г. Каракол (Каракол)
6 февраля 2010	PR кампания на горнолыжной базе в г. Каракол
21 марта 2010	PR кампания во время праздника Нооруз
30 апреля- 2 мая 2010	12-ая Международная выставка – ярмарка «Кыргызстан 2010»
29 мая 2010	12-ая Иссык-Кульская туристическая ярмарка

КСИМ взял на себя функции маркетингового агента, хранения запасов и ведение учета продаж для других рынков, как выставки, гостевые дома и т.д.

На АгроПродЭкспо 2008 и 2009 годов продукция Иссык-Куль Бренд получила знак отличия. В 2008 году Иссык-Кульскому Бренду было предложено презентовать свою продукцию на Берлинской сельскохозяйственной выставке в январе 2009. Однако в силу финансовых трудностей, ИКОГА не смогла принять участие на этом мероприятии, но продукция Иссык-Куль Бренд была выставлена и презентована в Берлине МСХВПП.

### (3) Результаты продаж

#### 1) Общий объем продаж продукции ОСОП

Общее количество продаж достигнутые пилотными ООС, с учетом продаж партнерского ООС (ООС «Уздар») составляет 752759 КС как показано в Таблице 2.3.21. Продажи 1-го и 2-го циклов ООС в течение 23 месяцев с сентября 2008 г. по июль 2010 г. составили около 568564 КС, и около 184195 КС в течение 13 месяцев с июля 2009 г. по июль 2010 г.

**Таблица 2.3.21 Общий объем продаж Пилотных ООС в течение реализации проекта**

Название ООС	Общий объем продаж (КС)	% соотношение
ООС 1-го цикла (в течение 23 месяцев с сен. 2008 по июль 2010)		
Жергез («Адилет»)	168817	30%
Чон Кызыл Суу («Береке»)	276020	49%
Саруу («Ширин»)	49826	9%
Маман («Уздар»; Партнерский ООС)	73899	13%
<b>Суб-итог</b>	<b>568564</b>	<b>100%</b>
ООС 2-го цикла (в течение 13 месяцев с июля 2009 по июль 2010)		
Тасма («Ак Шоола»)	124325	67%
Барскоон («Онор Булагы»)	58600	32%
Тосор («Эрбол»)	1270	1%
<b>Суб-итог</b>	<b>184195</b>	<b>100%</b>
<b>Итого</b>	<b>752759</b>	<b>-</b>

#### 2) Ежемесячные результаты

Каждая ООС имела следующие результаты продаж. На сезонной основе, пищевые продукты



(особенно, варенье) пользовалось большей популярностью у местных потребителей и потребителей из СНГ и России. Войлочная/шерстяная же продукция была популярной среди европейских туристов. Поскольку первая категория потребителей посещают Кыргызстан в зимнее время года во время горнолыжного сезона, то уровень продаж пищевой продукции в партнерских гостевых домах и гостиницах выше в зимнее время. А уровень продаж войлочной продукции повышается летом, когда прибывают европейские туристы. Также более высокий уровень продаж зафиксирован в месяцы, когда ООС участвовали в продаже и рекламной деятельности.

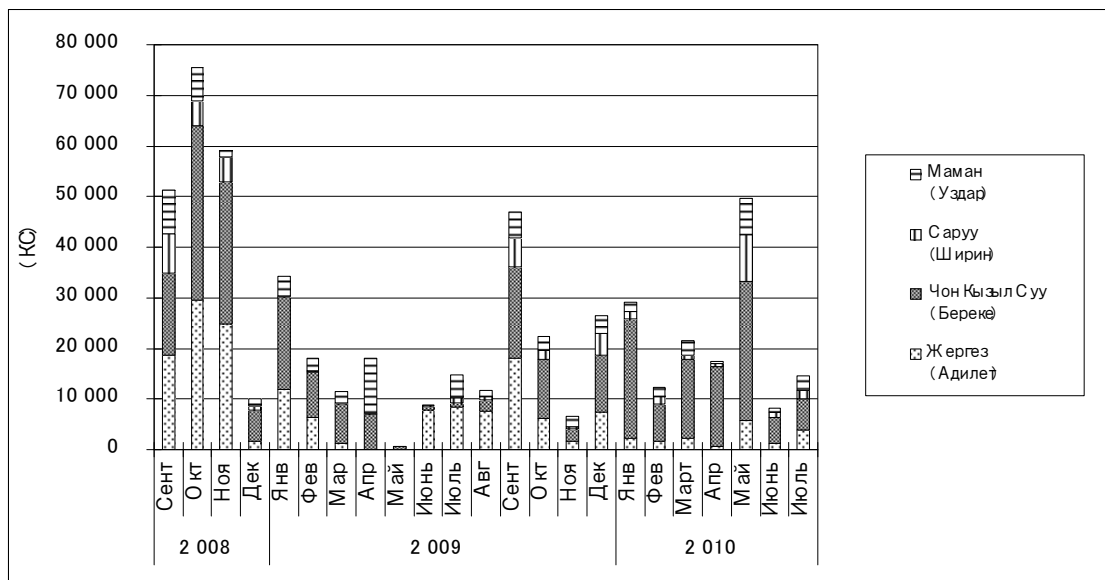


Схема 2.3.11 Результаты ежемесячных продаж ООС 1-го цикла (сентябрь 2008- июль 2010)

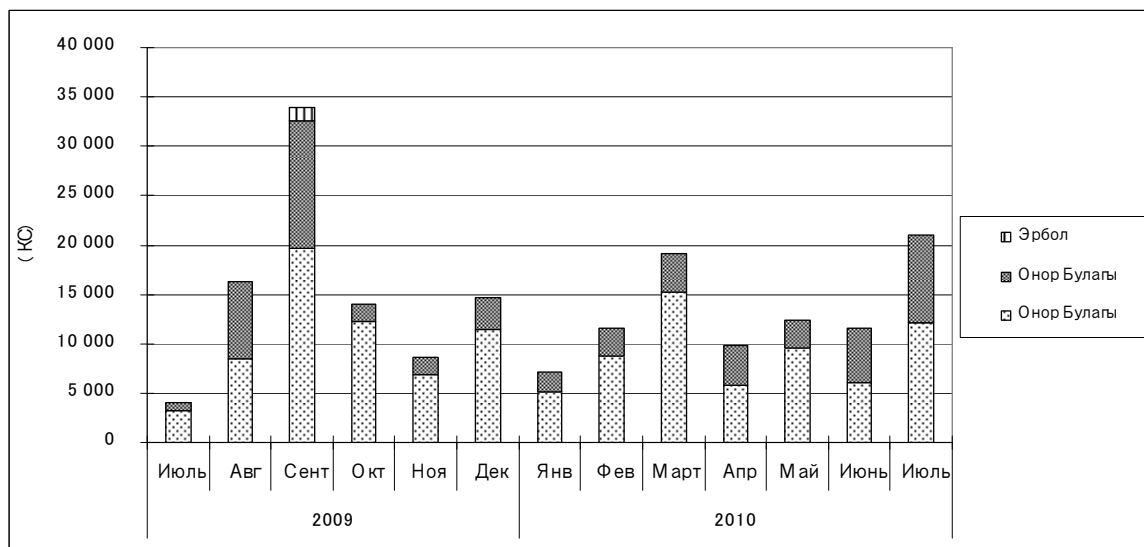
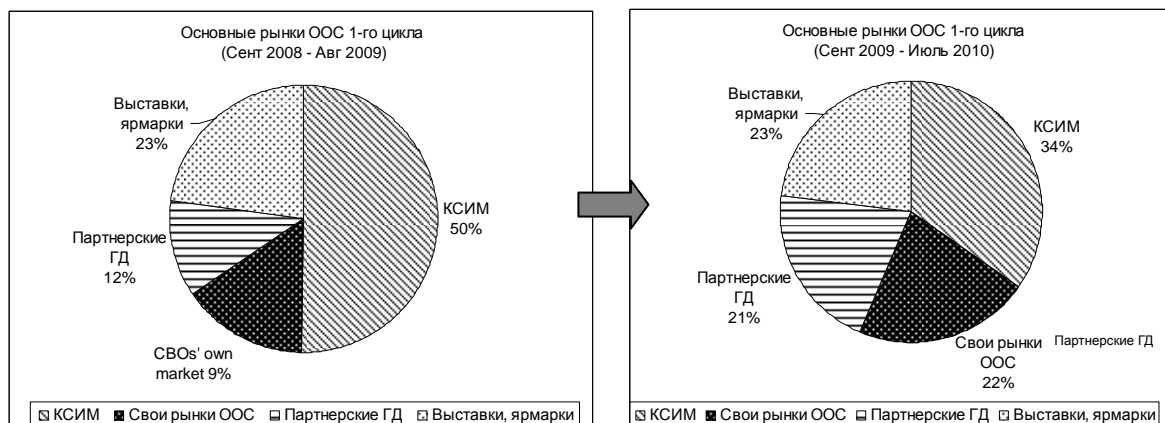


Схема 2.3.12 Результаты ежемесячных продаж ООС 2-го цикла (июль 2009- июль 2010)

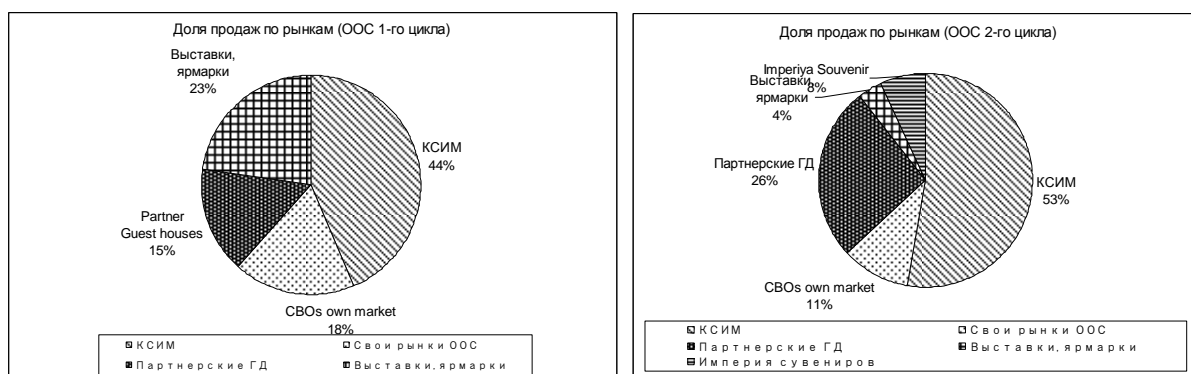
### 3) Основные рынки

Основными рынками продукции Иссык-Куль Бренд были КСИМ, партнерские гостевые дома, участие на выставках и ярмарках и собственные продажи ООС. Согласно наблюдениям за основными рынками ООС 1-го цикла с первого года (сентябрь 2008 – август 2009) и второго года (сентябрь 2009 – июль 2010) можно отметить, что доля продаж ООС на собственном рынке

возросла с 9% на 22% благодаря собственным усилиям ООС. Эта тенденция характерна в основном ООС в селе Чон Кызыл Суу, которая регулярно продавала продукцию в г. Бишкек через свои пути. Продажи в гостевых домах тоже увеличились. А продажи в КСИМ наоборот уменьшились, хотя этот рынок считается самым большим.



**Схема 2.3.13 Продажа продукции ИК Бренд 1-го цикла по основным рынкам**



**Схема 2.3.14 Доля продаж продукции ИК Бренд 1-го и 2-го циклов по рынкам**

В случае пищевой продукции (ООС 1-го цикла) – продажа более активна на выставках и ярмарках. Войлочная продукция (ООС 2-го цикла) пользуется большим спросом в гостевых домах.

Эти факты показывают, что пищевая продукция больше популярна среди местных жителей, которые посещают выставки и ярмарки, а туристы, останавливающиеся в гостевых домах, проявляют больший интерес к войлочной продукции.

**(4) Соотношение уровня фактических и ожидавшихся продаж (в случае ООС 1-го цикла)**

Ниже приведенная таблица показывает сравнение уровня продаж, ожидавшегося до начала производства (на один сезон производства), и фактического уровня продаж ООС 1-го цикла. Поскольку остатки продукции предыдущего года все еще находятся в продаже (в случае варенья), ниже приведенные данные являются округленными и призваны дать лишь некоторое представление о ситуации.

Таблица 2.3.22 Достижения продаж ООС 1-го цикла

ООС	Уровень ожидаемых продаж до начала деятельности	Результат (сент. 2008-авг. 2009)			Результат (сент. 2009-июль 2010)		
		Продажи с сент. 2008 по фев. 2009 (КС)	Продажи с марта 2009 по авг. 2009 (КС)	Уровень достижений в сезон (%)	Продажи с сент. 2009 по фев. 2010 (КС)	Продажи с марта 2009 по июль 2010 (КС)	Уровень достижений в сезон (КС)
Адилет	80000	93010	24915	147%	37122	13770	55%
Береке	120000	112080	19390	110%	74460	70090	129%
Ширин	87500	19050	2330	24%	15121	13325	149%
Уздар	170000	23882	18740	25%	17102	14175	131%

Как вытекает из статистики, кроме ООС «Адилет», ожидания ООС в плане продаж были достигнуты во второй год. ООС «Адилет» не сумел достигнуть ожидаемых продаж во второй год в силу сокращения объема производства. На встрече по самооценке эти ООС расценили полученные результаты продаж как удовлетворительные для первого и второго года после открытия бизнеса.

В случае с ООС 2-го цикла, четко обозначить ожидания в плане продаж этим группам было очень сложно, поскольку в начале своей работы они не знали, что и в каких объемах они смогут производить.

#### (5) Соотношение уровня продаж и объема производства (в случае ООС 1-го цикла)

Внизу описан количественный баланс между производством и продажей. Около 50% пастилы, произведенной ООС «Ширин» все еще не продано на конец июля 2010 года. Главной причиной такой ситуации является скорее отсутствие правильного планирования производства с обоснованием, нежели непопулярность продукции.

Таблица 2.3.23 Соотношение уровня продаж и объема производства (ООС 1-го цикла)

Производитель	Наименование	Размер (г)	Количество производства			Количество продаж	Кэф. Продаж от объема производства	Другие цели		Количество остатка
			2008	2009-2010	Всего			Для рекламы	Испорченные	
ООС Адилет	Облепиховое варенье	228	1440	0	1440	766	53%	16	614	44
	Облепиховое варенье	450	749	0	749	489	65%	9	201	50
	Барбарисовое варенье	228	0	372	372	149	40%	3	0	220
	Барбарисовое варенье	450	0	66	66	42	64%	0	0	24
	Варенье из одуванчиков	350	0	18	18	14	78%	4	0	0
	Варенье из одуванчиков	450	0	185	185	21	11%	0	0	164
	Варенье из основных шишек	350	0	371	371	193	52%	2	0	176
ООС Береке	Варенье из костяники	228	0	60	60	59	98%	1	0	0
	Барбарисовое варенье	228	686	208	894	789	88%	14	19	72
	Барбарисовое варенье	450	305	763	1068	732	69%	15	0	321
	Облепиховое варенье	228	184	269	453	365	81%	7	7	74
	Облепиховое варенье	450	340	520	860	653	76%	2	0	205
Оос ШИРИН	Варенье из основных шишек	450	0	129	129	13	10%			
	Сухофрукты из яблок	50	314	252	566	350	62%	0	1	215
	Сухофрукты из яблок	100	314	227	541	349	65%	23	1	168
	Сухофрукты из яблок	150	165	0	165	162	98%	3	0	0
	Сухофрукты из яблок	новая упаковка	0	29	29	29	100%	0	0	0
Маман (Уздар)	Сухофрукты из груш	50	83	0	83	82	99%	0	0	1
	Пастила	20g	0	1681	1681	722	43%	27	129	803
Маман (Уздар)	Лечебно мыло	-	529	607	1136	1136	-	0	0	-

на Июль 2010

**(6) Рекламные (PR) материалы**

Во время проекта были созданы следующие рекламные материалы и приспособления:

- |        |   |  |
|--------|---|--|
| (i)    | рошюра по проекту (версия 1):   | Мар. 2008, 1000 экз.                     |
| (ii)   | Вывески для КСИМ  | Авг. 2008,                               |
| (iii)  | Брошюра по продукции ОСОП:  | Сент. 2008, 2000 экз.                    |
| (iv)   | Баннеры ИК Бренда (для рекламных кампаний)  | Сент. 2008                               |
| (v)    | Создание вебсайта ( <a href="http://www.j-ser.kg/">http://www.j-ser.kg/</a> )                   | Сент. 2008                               |
| (vi)   | Брошюра по проекту (версия 2):  | Авг. 2009, 2000 экз.                     |
| (vii)  | Униформа КСИМ/ИК Бренд:   | Сент. 2009, 10 шт.                       |
| (viii) | Эко сумки с лого ИК Бренд:  | Нояб. 2009, 200 шт.                      |
| (ix)   | Каталог продукции (зима 2009-2010)  | Дек. 2009, 120 шт. (рус/англ.)           |
| (x)    | Каталог продукции (лето 2010)   | Май 2010, 100 шт. (рус.) и 10 шт.(англ.) |
| (xi)   | Карта магазина (для кампании на горнолыжной базе)   | Фев. 2010, 200 шт.                       |
| (xii)  | Плакаты, декорации для КСИМ, партнерских гостевых домов, Бишкекских сувенирных магазинов и т.п. |  |

**2.3.6 Достижения Фазы II**

Достижения Фазы II оцениваются на основе «объективно верифицируемых индикаторов», обозначенных в МРП версии 3.

**(1) Система реализации проекта**

Индикаторы оценки, установленные в МРП версии 3:

- |       |  |
|-------|--|
| 1.2.a | Создание отдела, ответственного за движение ОСОП на центральном уровне   |
| 1.2.b | Кол-во сотрудников, назначенных для проекта после начальной оценки в сентябре 2007 года  |
| 1.2.c | Кол-во сотрудников областной и местной администраций, участвовавших в пилотном проекте   |
| 1.2.d | Содержание действий, инициированных ИКОГА, местным самоуправлением и другими государственными структурами в рамках пилотного проекта |
| 1.2.e | Деятельность на базе Караколского Студенческого Исследовательского Магазина и Бишкекского Антенна – Магазина                         |
| 1.2.f | Выделение бюджета (или поддержки в натуральном выражении) с кыргызской стороны   |
| 1.2.g | Кол-во сообществ и связанных организаций в составе созданной в рамках проекта сети взаимодействия                                    |
| 1.2.h | Содержание и частота деятельности сети взаимодействия  |

1) Уровень ИКОГА (Индикаторы оценки МРП: 1.2.b, 1.2.c, 1.2.d, 1.2.e, 1.2.f)а. Назначение персонала для проекта

В начале Фазы I ИКОГА создала ОРП для совместной работы с Экспертной группой ЛИСА. ОРП должен был состоять из 3-х членов согласно П/О. Однако в реальности, ОРП в полном составе из 3-х человек проработал всего около 21 месяцев из 43 месяцев полного срока проекта (на конец июля 2010 года).

Все партнеры, включая МП, участвовали в реализации J-SER на основе неполной занятости, хотя изначально ожидалось участие партнеров в проекте на основе полной занятости (см.

прилагающуюся таблицу 2.3.).

Встречи ОРП проводились регулярно один раз в неделю со времен Фазы I. Основными темами обсуждения на встречах ОРП было текущее состояние проекта, проблемы и разработка решений этих проблем. На конец июля 2010 года было проведено 93 встречи членов ОРП. В дополнение к встречам ОРП проект провел специальный семинар с участием ОРП и Экспертной группой (27 и 28 марта 2009 года) для обсуждения устойчивой системы дальнейшего продвижения движения ОСОП и подготовки предложения для ИКОГА (см. Приложение 7.)

#### в. Содержание мероприятий, инициированных ИКОГА

ОРП вносил свой вклад в деятельность проекта, больше в форме координации семинаров с РГА, АО и соответствующими правительственными структурами, нежели в форме непосредственного участия в пилотном проекте. Некоторые примеры основных мероприятий, координированных ОРП, приведены внизу:

- (i) ОРП координировал вводный семинар для отбора пилотных ООС 2-го цикла (24 октября 2008 года). Было приглашено 27 АО, имеющих отношение к отбору, для разъяснения J-СЕР, движения ОСОП и процедур отбора ООС 2-го цикла. В результате всего процесса отбора, ОРП при помощи балловой системы составил список наиболее подходящих ООС и уже из них отобрал пилотные ООС.
- (ii) В июле 2008 г. ОРП организовал встречу для разъяснения задач, функций и операционной системы КСИМ для местных производителей. Это был своего рода способ пригласить и вовлечь местных производителей в деятельность движения ОСОП. Всего было приглашено семь местных производителей, пять из них изъявило желание реально участвовать в движении.
- (iii) По просьбе ОРП, ИЭМ Иссык-Кульского Государственного Университета предоставил место для размещения (15 м<sup>2</sup>) КСИМ на бесплатной основе. Между двумя сторонами в апреле 2008 года было подписано соглашение о сотрудничестве. Учитывая то, что арендная плата за помещение КСИМ составляет 100 долларов США в месяц (согласно реальным расценкам арендной платы в частном секторе), можно считать, что ОРП со своей стороны обеспечил для проекта ежегодный бюджет в размере 1200 долларов США.
- (iv) В сентябре 2008 г., ОРП организовал церемонию открытия КСИМ в сотрудничестве с ИЭМ. В мероприятии участвовало около 80 человек, представлявших соответствующие структуры ИКОГА, включая РГА и АО; JСА Офис в Кыргызской Республике; МЭРТ; ООС J-СЕР; студенты-волонтеры; НПО и т.п.
- (v) Также в сентябре 2008 г., ИКОГА послало официальное письмо в Мэрию города Бишкек, в котором она просила предоставить определенное помещение для открытия Бишкекского Антенна – Магазина на грантовой основе. К сожалению, просьба не была удовлетворена.
- (vi) ОРП совместно с Экспертной группой провел оценку (образцов) продукции ООС 2-го цикла и утвердил некоторые из них в качестве продукции ИК Бренд в ноябре 2009 года и в мае 2010 года.

- (vii) ИКОГА предложила провести выставку продукции ИК Бренд на 70-ти летнем юбилее Иссык-Кульской области в сентябре 2009 года) и проинформировала о предстоящем 140-летнем юбилее города Каракол в декабре 2009 г.

с. Выделение бюджета (или поддержки в натуральной форме)

Специального бюджета для реализации J-СЕР ИКОГА выделить не смогла. Однако необходимо отметить, что ИКОГА/ОРП смогла внести вклад в бюджет проекта в размере около 1820 долларов США в натуральном выражении. Этот вклад сформировался из стоимости аренды помещения КСИМ и стоимости скидок на взносы при прохождении необходимых разрешительных процедур.

- (i) В августе 2008 г. ИКОГА дало указание соответствующим государственным структурам, ответственным за выдачу разрешений и/или сертификатов по открытию бизнеса, снизить или не брать взносы. В результате, взносы на некоторые процедуры были снижены на 22864 КС (около 490 долларов США), как это отображено в таблице. Государственные структуры, ответственные за выдачу разрешений и/или сертификатов по открытию бизнеса, включают следующие структуры: Налоговая инспекция и Фонд социального страхования (регистрация для начала бизнеса, основанного на сообществе); Служба лесного хозяйства (выдача лесных билетов для сбора диких ягод); Отдел архитектуры, Центр санитарии и эпидемиологии и Больница (выдача разрешения на производство пищевой и мыло моющей продукции на базе цехов ООС).

**Таблица 2.3.24 Сокращенные взносы по производству и продаже продукции ОСОП продукции**

Требуемая процедура	Ответственная структура	Взнос за каждую процедуру (КС)		
		Стандарт	Применительно к J-СЕР	Разница
1) Разработка плана реконструкции помещения для перерабатывающего цеха	Районный отдел архитектуры	5000	3000	2000
2) Получение разрешения на реконструкцию помещения	Районный отдел архитектуры	1000	0	1000
3) Лабораторное тестирование продукции для получения санитарного заключения	Областной центр санитарии и эпидемиологии	726	0	726
4) Получение сертификата на продажу после проверки цеха и продукции	Караколский центр тестирования и стандартизации	4150	2160	1990
Всего на ООС		10876	4160	5716
Всего на 4 ООС		43504	16640	22864

Примечание: Взносы отличаются немного в зависимости от района. В данной таблице использованы стандартные цифры применительно к производству и продаже варенья.

- (ii) ИКОГА пригласила продукцию ИК Бренд участвовать на 12-й Туристической Ярмарке в селе Бостери Иссык-Кульского района. Благодаря усилиям ИКОГА, для

производителей ИК Бренд была сделана 50% скидка на взнос за участие на ярмарке, который изначально составлял 100 долларов США в мае 2010 г.

#### d. Создание отдела, ответственного за продвижение движения ОСОП

Экспертная группа настойчиво предлагала ИКОГА создать определенный отдел, ответственный за движение ОСОП, или назначить, по крайней мере, одного сотрудника на основе полной занятости для работы с J-СЕР. Однако подобных назначений не удалось добиться в силу двух ниже приведенных причин:

- (i) ИКОГА не обладает необходимым для этого бюджетом, которым она могла бы распоряжаться и выделять по своему усмотрению на реформирование структуры ОГА
- (ii) ИКОГА изыскала возможность (когда появился дополнительный бюджет) назначить одного сотрудника для работы по продвижению движения ОСОП в январе-феврале 2010 года, но из-за политических событий в апреле 2010 года данная возможность осталась нереализованной.

#### 2) Центральный уровень (Индикаторы оценки МРП: 1.2.a, 1.2.f)

На центральном уровне за поддержку ИКОГА в целях реализации J-СЕР ответственность несло МЭРТ. Некоторые положительные примеры координационной деятельности МЭРТ приведены ниже:

- (i) В процессе переговоров с Мэрией города Бишкек по вопросу предоставления помещения для Антенна – магазина, МЭРТ попыталось оказать положительное воздействие на ход переговоров. В частности, Сотрудники МЭРТ несколько раз посещали Мэрию несколько раз с октября 2008 г. по февраль 2009 г. и объясняли ей необходимость помещения. К сожалению, запрос о помещении не был удовлетворен.
- (ii) В сентябре 2008 г. МЭРТ организовало презентацию движения ОСОП с демонстрацией продукции ОСОП и приглашением представителей доноров – партнеров МЭРТ (Посольство Японии, ЛСА, Посольство Китая, ВБ, АБР, ООН и т.п.), Мэрии города Бишкек и торговых компаний зарубежных стран.

Помимо МЭРТ, J-СЕР поддержку оказало Министерство сельского хозяйства, водных ресурсов и перерабатывающей промышленности (МСХВПП). Делегация министерства представляла продукцию ОСОП (вместе с другими видами продукции от 31 компании Кыргызстана) на сельскохозяйственной выставке (АгроЭкспо<sup>3</sup>), проводившейся в Берлине (Германия) в январе 2009 года при поддержке ГТЦ.

До окончания проекта отдел, ответственный за движение ОСОП на центральном уровне, не был создан в силу следующих причин:

- (i) J-СЕР вела активную работу по информированию сотрудников министерства об опыте ИКОГА в сфере движения ОСОП, которая была достаточной для формирования у министерства полного понимания эффективности движения и

---

<sup>3</sup> Выставка АгроЭкспо в Берлине считается одной из самых больших выставок сельскохозяйственной продукции в мире с участием 50-60 стран и 500000 посетителей в течение 10 дней, которые длится выставка.



необходимости практических шагов по его активизации. Однако, в силу занятости соответствующих управлений министерства и административных реформ, специальный отдел все же не был создан.

- (ii) 29 июля 2009 г. Г-н Султан Акматов, Заведующий Отдела по Стратегии Внешней Помощи МЭРТ, пообещал перед Консультационно-исследовательской Миссией ЛСА, что МЭРТ инициирует создание отдельной неправительственной организации под названием «ОСОП Ассоциация». Однако данное обещание не было выполнено МЭРТ, в основном, из-за административных реформ и политических событий апреля 2010 года.

### 3) Уровень РГА и АО (Индикаторы оценки МПД: 1.2.c, 1.2.d, 1.2.f)

Следующие РГА и АО были вовлечены в реализацию пилотного проекта (в таблице представлено также содержание деятельности представителей данного уровня государственной администрации).

**Таблица 2.3.25 Деятельность J-СЕР с участием представителей РГА и АО**

РГА	АО	Участие в деятельности J-СЕР
Ак-Суу	Кереге Таш	СУК; Совместный семинар; участие в планировании действий; участие в открытии ООС семинара, церемонии открытия КСИМ; бизнес семинар КЯЦЧР; приглашение на ярмарку урожая; презентация маркетинговой продукции зимнего/летнего сезона; презентация ООС «Адилет» в селе Жергез
	Октябрь	СУК; Совместный семинар; участие в планировании действий; презентация маркетинговой продукции зимнего/летнего сезона
Жети-Огуз	Светлая Поляна	СУК; Совместный семинар; участие в планировании действий; презентация маркетинговой продукции зимнего/летнего сезона
	Сару	СУК; Совместный семинар; участие в планировании действий; приглашение на ярмарку урожая; презентация маркетинговой продукции зимнего/летнего сезона
	Барскоон	СУК; Совместный семинар; отбор ООС 2-го цикла; проведение семинара; участие в открытии ООС семинара; бизнес семинар КЯЦЧР; приглашение на ярмарку урожая в районе; презентация маркетинговой продукции зимнего/летнего сезона; презентация маркетинговой продукции зимнего/летнего сезона
	Тамга	СУК; Совместный семинар; отбор ООС 2-го цикла; проведение семинара; бизнес семинар КЯЦЧР; презентация маркетинговой продукции зимнего/летнего сезона
Тюп	Карасаев	СУК; Совместный семинар; отбор ООС 2-го цикла; проведение семинара; внесение вклада в ремонт цеха; презентация маркетинговой продукции зимнего/летнего сезона; презентация ООС «Ак Шоола» в селе Тасма (дважды)

В качестве примеров отличной координационной деятельности РГА и АО можно привести следующие действия:

- (i) Представители АО участвовали на отдельных секциях рабочих семинаров по разработке плана действий для пилотного проекта 1-го цикла. Целью их участия, в основном, было предоставление необходимой информации для ООС (январь – февраль 2008 года).
- (ii) АО поддержали проект, по просьбе J-СЕР, в плане распространения и сбора форм заявок среди/от ООС во время отбора ООС 2-го цикла (октябрь 2008 года). В результате, в J-СЕР было сдано всего 38 заполненных заявок через РГА (ноябрь 2008)

- (iii) АО Карасаев, Барскоон и Тамга обеспечили помещение для цехов ООС 2-го цикла на бесплатной основе. В дополнение к этому, например, АО Карасаев внес вклад в ремонт цеха ООС в размере 12500 КС и предоставил мебель (стол, стулья и полку). Другие АО также попытались предоставить существующие помещения заинтересованным ООС, но данные помещения не могли быть использованы в силу неподходящего состояния для перерабатывающих цехов.
- (iv) АО Кереге-Таш и Саруу пригласили пилотные ООС на ярмарку урожая (ноябрь 2009 года)
- (v) Заместитель Акима Жети-Огузской РГА предоставлял информацию о местах для продажи продукции на пляжах в летний сезон, а также, по просьбе пилотных ООС, назначил контактное лицо, ответственное за золотодобывающую компанию «Кумтор» (расположена в Жети-Огузском районе) (декабрь 2009 года).

**Таблица 2.3.26 Число государственных служащих, участвовавших в основных мероприятиях J-СЕР во время Фазы II (ноябрь 2007 - июнь 2010)**

Деятельность J-СЕР	Дата	ОГА	РГА	АО	МЭРТ	Госуд. Служ	Всего
Встреча по отбору пилотных сел 1-го цикла	05-21 дек 2007	0	12	15	0	10	37
СУК (№.2)	16 мая 2008	2	0	4	2	0	8
Церемония открытия КСИМ	09 сент 2008	12	2	4	1	0	19
Семинар для ОГА, РГА и АО	24 окт 2008	2	2	23	0	0	27
Презент. продукции ИК Бренд №1	25 марта 2009	4	0	3	0	0	7
СУК (№.3)	09 апр 2009	4	2	6	0	0	12
J-СЕР семинар	10 апр 2009	9	1	4	1	0	15
Семинар	15 мая 2009	10	2	4	0	0	16
СУК (№.4)	03 авг 2009	5	4	7	0	0	16
Презент. продукции ИК Бренд №2	06 нояб 2009	3	0	6	0	0	9
СУК (№.5)	03 дек 2009	3	0	5	0	0	8
Совместный семинар	04 дек 2009	2	1	6	0	0	9
Презент. продукции ИК Бренд №3	19 мая 2010	3	1	4	0	0	8
Всего		59	27	91	4	10	191

#### 4) Система продвижения движения ОСОП (Индикаторы оценки МРП: 1.2.e, 1.2.g, 1.2.h)

##### а. КСИМ (Индикатор оценки МРП: 1.2.e)

КСИМ был открыт 9 сентября 2008 года в рамках соглашения между Иссык-Кульским Государственным Университетом и ИКОГА об использовании помещения ИЭМ на бесплатной основе для продвижения продукции ОСОП. Подробности функционирования КСИМ приведены в Разделе 2.3.2 (2).

J-СЕР попытался установить выигрышные отношения для всех пользователей КСИМ через проведение разнообразных мероприятий, и эффективность функционирования КСИМ доказывается в определенной степени следующими примерами:

- (i) Пилотные ООС могли продавать свою продукцию ОСОП в КСИМ при поддержке Помощника Менеджера (НПО) и студентов-волонтеров. Пилотные ООС также могли продавать свою продукцию через партнерские гостевые дома, поскольку КСИМ выполнял функцию оптовой продажи при поддержке Провайдера ОСОП

услуг.

- (ii) Студенты-волонтеры имели возможность освоить навыки управления магазином, маркетинговых/потребительских исследований, ведения делопроизводства и разговорного английского языка через продажи продукции ОСОП иностранным потребителям. Также студенты-волонтеры могли в полной мере познакомиться с движением ОСОП, как методом активизации сообществ, через посещение пилотных ООС.
- (iii) Результаты анкетирования среди покупателей также были эффективно использованы пилотными ООС для усовершенствования продукции.
- (iv) Местные производители из частного сектора, отобранные J-СЕР в качестве производителей ОСОП, имели возможность улучшить качество своей продукции на основе результатов потребительских исследований, проводившихся студентами-волонтерами. С самого начала работы КСИМ местные производители должны были платить за место демонстрации и продажи своей продукции в КСИМ, а средства были использованы для деятельности КСИМ, и
- (v) Партнерские гостевые дома могли получить прибыль (хоть и маленькую по сравнению с прибылью от основного бизнеса) от продаж продукции ОСОП своим гостям, которые как раз искали сувениры для своих близких и знакомых в своей стране.

#### b. Создание Иссык-Куль Бренд (Индикаторы оценки МРП: 1.2.g, 1.2.h)

Продукция, продвинутая в рамках J-СЕР, была названа «продукцией ИК Бренд». J-СЕР и пилотные ООС изучили и определили образ ИК Бренд в виде «красивой природы», олицетворяемой известным озером Иссык-Куль и горами Тянь-Шань. Пилотные ООС всегда хранят этот образ в голове при создании своей продукции.

После запуска пилотного проекта 2-го цикла, началась оценка и утверждение членами ОРП и другими заинтересованными сторонами продукции ИК Бренд. Критериями оценки продукции ИК Бренд стали

- (i) наличие дизайна продукции, представляющего Иссык-Кульскую область,
- (ii) высокое качество продукции и изготовление из местных ресурсов,
- (iii) экологическая чистота продукции и
- (iv) привлекательность для туристов (удобный размер для легкой транспортировки домой).

Был разработан логотип ИК Бренд, и наклейку с логотипом бренда разрешалось наклеивать только на сертифицированную продукцию ОСОП. Процесс сертификации продукции в качестве продукции ИК Бренд представлен внизу:

- (i) Производство продукции ОСОП силами ООС на основе концепции движения ОСОП
- (ii) Презентация этой продукции каждым пилотным ООС перед оценочной комиссией ИК Бренда на презентационном заседании, организованном J-СЕР
- (iii) Оценка продукции ОСОП оценочной комиссией на основе критериев оценки продукции ИК Бренд, разработанных ранее

с. Сеть взаимодействия, созданная для продвижения движения ОСОП (Индикаторы оценки МРП: 1.2.g, 1.2.h)

➤ **Заинтересованные стороны, вовлеченные в сеть взаимодействия**

Краткое описание заинтересованных сторон, вовлеченных в сети взаимодействия J-СЕР, представлено в нижеприведенной таблице. Эти заинтересованные стороны были приглашены на презентацию продукции ИК Бренд в ноябре 2009 и мае 2010 года. Проект ожидал, что приглашенные на презентацию стороны станут основой для ОСОП комитета Иссык-Кульской области (во время проекта подобный комитет не был еще создан).

**Таблица 2.3.27 Заинтересованные стороны в рамках сетей взаимодействия J-СЕР**

Категория	Заинтересованные стороны	Основная деятельность
Сеть пилотных ООС	ООС	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Совместные встречи (пилотные сообщества 1-го цикла): лидеры жамаатов (ежемесячно), бухгалтера жамаатов (ежемесячно), координаторы сел (дважды в месяц) (апрель 2008 – апрель 2009)</li> <li>- Проведение обучающего тура (по 1 разу для пилотных ООС 1-го и 2-го циклов)</li> <li>- Участие на выставках (2 раза в 2008)</li> <li>- Реклама в гостевых домах и гостиницах в Караколе (декабрь 2008)</li> <li>- Совместная завершающая встреча (ООС 1-го цикла) (март 2008)</li> <li>- Технические тренинги (ООС 2-го цикла) (июль 2009)</li> <li>- Поиск информации по стеклотаре, качественной шерсти и т.п.</li> </ul>
Сеть по управлению КСИМ	ИКОГА, Иссык-Кульский Государственный Университет (ИЭМ, студенты-волонтеры), ТИЦ, НПО, ООС	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Управление КСИМ для продвижения ИК Бренда</li> <li>- Поддержка молодежной деятельности (включая усовершенствование знаний и опыта в сфере маркетинга, и т.п.)</li> </ul>
Сеть партнерских гостиниц и гостевых домов по маркетингу	10 гостевых домов и гостиниц внутри и вокруг Каракола: 9 в Караколе, 1 в Барскооне (2009 год), 8 в Караколе (2010 год)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Продажа продукции ИК Бренд</li> <li>- Продвижение движения ОСОП</li> </ul>
Сеть местных предпринимателей по продвижению ИК Бренда	4 предпринимателя: производители меда, фруктовых соков, морепродуктов, войлочных изделий (2008 год); 3 предпринимателя: производители меда, войлочных изделий	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Участие в деятельности по продаже в КСИМ</li> <li>- Участие на АгроПродЭКСПО совместно с пилотными ООС (октябрь 2008)</li> <li>- Обеспечение необходимой информации для КСИМ и ООС</li> </ul>

➤ **Сеть пилотных ООС**

Сеть пилотных ООС была создана в рамках J-СЕР. Через проведение различных совместных мероприятий пилотным ООС удалось усилить свой потенциал в плане организационного управления, бухгалтерского учета, производства высококачественной продукции, маркетинга продукции и т.п. Среди основных совместно проведенных мероприятий были такие

мероприятия, как

- (i) регулярные встречи,
- (ii) обучающие туры и
- (iii) участие в серии мероприятий.

Подробно об этих мероприятиях говорится в Разделах 2.3.3 и 2.3.4.

➤ **Сеть по управлению КСИМ**

Деятельность КСИМ связала в сеть такие стороны, как ИКОГА, Иссык-Кульский Государственный Университет (Институт Экономики и Менеджмента, Факультет Туризма и Факультет Иностранных Языков), ТИЦ, НПО, ООС и местные производители.

- (i) Повседневное управление КСИМ осуществлялось при регулярном содействии НПО и студентов-волонтеров университета
- (ii) Вопросы инвентаризации запасов и заказа продукции ИК Бренд решались Помощником Менеджера КСИМ, который в целях решения этих вопросов в нужное время выходит на связь с местными производителями и пилотными ООС.
- (iii) Помощь ООС в плане рекламы и продажи продукции осуществлялась студентами-волонтерами, которые посещали пилотные ООС для ознакомления с процессом производства продукции ИК Бренд и оказания необходимой помощи ООС в рекламе и продаже.
- (iv) КСИМ расположен возле ТИЦ, и две организации могли стать партнерами для совместного привлечения внимания туристов.

➤ **Маркетинговая сеть гостевых домов и гостиниц в Караколе и сувенирных магазинов в Бишкеке**

Маркетинговая сеть между производителями ИК Бренд и партнерскими гостевыми домами и гостиницами в Караколе была создана в декабре 2008 года. На июль 2010 года в сеть входило семь гостевых домов и гостиниц, служивших рынками для продукции ИК Бренд, как представлено в ниже приведенной таблице.

**Таблица 2.3.28 Список партнерских гостевых домов и гостиниц в Караколе**

Название гостевого дома/гостиницы	Период сотрудничества
Гостевой дом «Грин Ярд»	Декабрь 2008- наст.время
Гостевой дом «Ан Артизан»	Декабрь 2008- наст.время
Гостевой дом «Алтынбек»	Декабрь 2008- наст.время
Гостевой дом «Айша»	Декабрь 2008- наст.время
Гостевой дом «Жамиля» В&В	Декабрь 2008- март 2009
Гостевой дом «Тескей»	Декабрь 2008- март 2009
Гостевой дом «Валентина»	Декабрь 2008- март 2009
Гостевой дом «Гульнара»	Декабрь 2008- наст.время
Гостевой дом «Встреча»	Декабрь 2008- наст.время
Гостиница «Иссык-Куль»	Декабрь 2008- март 2009 Декабрь 2008- наст.время

С февраля 2010 года была запущена продажа войлочной продукции ИК Бренд в г. Бишкек через сеть магазинов «Империя сувениров».

➤ Сеть других местных производителей

Местные производители, заинтересованные в совместной работе по продвижению движения ОСОП, также принимали совместное участие в деятельности КСИМ и на различных выставках. Подобное сетевое сотрудничество с широким спектром производителей обогатило движение ОСОП и может в будущем стать основой привлечения внимания других производителей для дальнейшего вовлечения в движение ОСОП.

**Таблица 2.3.29 Мероприятия, проведенные совместно с местными производителями**

Мероприятия	Содержание
Деятельность по продаже в КСИМ	Компания «Тенториум плюс» (производитель меда и прополиса) (сентябрь 2008 – настоящее время) «Сайма» (производитель войлочных сувениров) (сентябрь 2008 – настоящее время) «Белек» (производитель войлочных сувениров) (сентябрь 2008 – настоящее время) Компания «Орегон» (производитель фруктовых соков) (сентябрь – ноябрь 2008)
Участие на выставках АгроПродЭКСПО	Компания «Тенториум плюс» (сентябрь 2008, сентябрь 2009) «Ильфат» (производитель сушеной рыбы) (сентябрь 2008) «Ак Булак» (производитель молочной продукции) (сентябрь 2008) * планировал участие и внес оплату за участие в сентябре 2009, но отменил участие из-за семейных обстоятельств
Участие на презентации продукции ИК Бренд	Компания «Тенториум плюс» (ноябрь 2009) «Сайма» (ноябрь 2009)
Совместные семинары	Компания «Тенториум плюс» (апрель 2009, декабрь 2009)

➤ Другое

Помимо приведенных выше сетей взаимодействия, ряд организаций проявили себя в качестве ресурсных организаций, которые совместно поддерживали деятельность проекта. Будучи больше ресурсными организациями, нежели сетью взаимодействия, эти организации были полезными партнерами для продвижения бизнеса, основанного на сообществе.

**Таблица 2.3.30 Организации, сотрудничавшие с J-СЕР**

Название организации	Содержание сотрудничества
НПО «Форвард»	Оказания помощи в деятельности по продвижению ОСОП на суб-контрактной основе (июль 2008- июль 2010)
НПО «Лидер»	Оказания помощи в деятельности по социальной мобилизации и основному исследованию на суб-контрактной основе (январь-март 2008)
НПО «Альянс развития сообществ» (АРС)	Проведение основного исследования в пред-пилотных сообществах/селах на суб-контрактной основе (март 2007)
Ресурсный центр Центрально-азиатской ассоциации поддержки ремесленников, (CACSA)	Проведение технических тренингов по производству и маркетингу продукции из шерсти и войлока (дважды в 2009) Посещение организации во время обучающего тура, как ресурсной организации Распространение информации по ремесленным ярмаркам Консультации по подбору подходящей машины для чесания шерсти и т.п.
Центр конкурентоспособности аграрного бизнеса (ЦКАБ)	Проведение исследования по лекарственным травам на суб-контрактной основе (2007) Консультации по технологиям сушки фруктов
Туризм, основанный на сообществе (ТОС)	Участие проекта на туристическом фестивале в Жети-Огузе, организованном ТОС Принятие делегации ТОС Таджикистан в КСИМ и презентация движения ОСОП в J-СЕР

Название организации	Содержание сотрудничества
Центрально-азиатская горная программа (ЦАГП)	Приглашение проекта на семинар, организованный ЦАГП в Бишкеке и презентация деятельности J-СЕР (2009)
Сертифицированный орган для выдачи сертификатов по продукции в Бостери	Запрос от проекта на тестирование и выдачу сертификата по калькуляции пищевой ценности продукции, выдачу сертификата как коммерческой продукции (2008, 2009)
Организатор ЭКСПО	Распространение информации по ЭКСПО, проводимым в Бишкеке
Кыргызско-Японский центр человеческого развития, Бизнес курсы (КЯЦЧР)	Организация семинара по ОСОП бизнесу для пилотных ООС (дважды в 2009) Участие проекта на семинаре по «дизайну», организованном КЯЦЧР (Август 2009)

## (2) Активизация пилотных сообществ через движение ОСОП

Индикаторы оценки, установленные в МРП версии 3:

- 1.3.a Выход продукции ОСОП, произведенной в пилотных сообществах (кол-во, разновидность, уровень достижений в соотношении с планами действий и т.п.)
- 1.3.b Уровень понимания сообществами нюансов открытия бизнеса, основанного на сообществе (включая знания о требованиях и разрешениях, расходах и прибыли, бухгалтерском учете и т.п.)
- 1.3.c Уровень маркетинговых навыков сообществ (знания и опыт производства продукции с добавочной стоимостью, маркетинговых исследований, методологии рекламы и т.п.)
- 1.3.d Внутренние правила, разработанные каждым пилотным сообществом и их соблюдение
- 1.3.e Обоснованность (соответствие) планов действий, разработанных каждым пилотным сообществом

### 1) Производство пилотных ООС 1-го цикла (Индикаторы оценки МРП: 1.3.a, 1.3.e)

План и результаты производства пилотных ООС 1-го цикла представлены в Таблице 2.3.6 в Разделе 2.3.3. При сравнительном анализе очевидна значительная разница между планом и результатами производства пилотных ООС. Однако уровень достижений производства не так уж и просто измерить и запланировать, поскольку он зависит от наличия сырья, которое определяется климатическими условиями, и наличия соответствующей стеклотары на рынке.

### 2) Производство пилотных ООС 2-го цикла (Индикаторы оценки МРП: 1.3.a, 1.3.e)

Результаты производства ООС 2-го цикла представлены в Таблице 2.3.14 в Разделе 2.3.4. Как отображено в таблице, до конца июля 2010 года ООС «Ак Шоола» в селе Тасма произвела 595 единиц качественной и продаваемой продукции, ООС «Онор Булагы» в селе Барскоон – 879 единицы, а ООС «Эрбол» в селе Тосор – только 5 единиц.

### 3) Уровень понимания сообществами нюансов открытия бизнеса, основанного на сообществе (Индикатор оценки МРП: 1.3.b)

Все действия по открытию бизнеса, основанного на сообществе, были предприняты в формате ТБОР при поддержке J-СЕР. В результате, уровень понимания сообществами нюансов открытия бизнеса, основанного на сообществе, можно было оценить при помощи следующих показателей (определенных категорий деятельности и определенного образа отношения):

- (i) ООС смогли самостоятельно (с минимальным руководством и проверкой J-СЕР) разработать собственные планы действий, которые включали все необходимые шаги для производства, и финансовые планы на 2009 и 2010 годы.
- (ii) ООС освоили методологию ведение учета (включая учет прихода и т.п.),



делопроизводства и финансовой документации, благодаря стратегии бухгалтерского учета J-СЕР, внедренного в 2008 году.

- (iii) ООС смогли сохранить определенную сумму накоплений, которые предназначались для поддержания последующей производственной деятельности. Это означает, что они осознали важность наличия «накоплений» для последующего производства. Если в 2008 году их накопления хранил J-СЕР от их имени, то в 2009 году ООС решили открыть свой банковский счет и хранить свои накопления самостоятельно.
- (iv) ООС – производители варенья планировали объем производства, исходя из возможностей их внутреннего фонда (сохраненного с прошлогодних продаж) и их производительности. Это показывает, что они приобрели знания по бухгалтерскому учету и мышление в таких категориях, как расходы и прибыль. (Уровень понимания других ООС по заданному кругу вопросов пока еще наблюдается).
- (v) Что касается контроля качества, ООС (особенно ООС «Адилет», у которой было много поврежденной/испорченной продукции в 2008 году), имели возможность осознать всю важность контроля качества. На основе подобного опыта ООС «Адилет» стала уделять больше внимания контролю качества и, следовательно, смогла сократить количество поврежденной/испорченной продукции на период 2009-2010 до минимума.
- (vi) Цены на новую продукцию в 2009 и 2010 годах были установлены на основе метода ценообразования, использованного в 2008 году (в случае с ООС 1-го цикла). В случае с ООС 2-го цикла, цены на продукцию весеннего/летнего сезона были установлены на основе методологии, использовавшейся во время осени/зимы.
- (vii) ООС привыкли получать комментарии потребителей через деятельность КСИМ и участие в мероприятиях по продаже. Например, на подготовительных встречах по организации участия в выставках ООС поднимают вопрос о сборе комментариев от потребителей (как важного элемента бизнеса) автоматически, без инициативы J-СЕР.
- (viii) С другой стороны, для устойчивого бизнеса очень важно совершенствование контроля качества (пищевая продукция: стерилизация и маркировка; непивцевая продукция: соблюдение стандартов продукции, четкое соответствие продукции заказу в плане цвета, размера и дизайна, и т.п.) и планирования производства.

#### 4) Продажа продукции ОСОП (Индикатор оценки МРП: 1.3.с)

##### а. Маркетинг

Все виды деятельности, связанные с маркетингом, также проводились в формате ТБОР при поддержке J-СЕР. Маркетинговая стратегия и рынки или места продажи, разработанные J-СЕР, подробно представлены в Разделе 2.3.5. Улучшения в понимании сообщества вопросов, касающихся маркетинга, можно было оценить при помощи следующих показателей (определенных категорий деятельности и определенного образа отношения):

- (i) В свои планы по совместной деятельности на 2009 ООС внесли такие мероприятия, как i) участие в выставках, ii) тесное сотрудничество с гостевыми домами и санаториями и iii) участие в деятельности КСИМ. Это показывает то, что ООС

- понимают всю важность этих трех базовых маркетинговых мероприятий для своей деятельности.
- (ii) Несмотря на то, что для ООС пока еще сложно реализовывать стратегическую деятельность в сфере рекламы и маркетинговых исследований, им все же уже удалось в формате ТБОР апробировать на практике и осознать виды деятельности, необходимые для маркетинга их продукции.
  - (iii) ООС «Адилет» производил несколько видов пробных (экспериментальных) видов варенья в течение весеннего и летнего сезонов 2009 года (из одуванчика, сосновых шишек и костяники) для изучения спроса на рынках. Изучение «уникальности» продукции может стать изучением ценности коммерческой продукции в 2008 году. В 2010 году этот производитель увеличил объем производства и планирует расширять ассортимент варенья.
  - (iv) ООС «Ширин» на 2009 год запланировала производство переработанного сушеного абрикоса из соображений того, что их абрикос меньше по размеру, следовательно, неконкурентоспособен с Баткенским абрикосом и не будет прибыльным при продаже в сыром / не переработанном виде. Это указывает на то, что члены пилотных ООС понимают идею продукции с добавочной стоимостью.
  - (v) Цены на продукцию в 2009 и 2010 годах были установлены ООС с учетом всех моментов, которые должны быть учтены при ценообразовании.
  - (vi) Пилотные ООС осознали эффективность участия на выставках и ярмарках в целях рекламы (PR) и продажи своей продукции. В первой половине проекта ООС зависели от J-СЕР, особенно Помощника Менеджера КСИМ и студентов-волонтеров, при участии в мероприятиях по продаже (выставках и ярмарках). После участия на выставке в г. Бишкек, в сентябре 2009 года, J-СЕР стал постепенно передавать ответственность за участие в подобных мероприятиях самим пилотным ООС. На последних трех выставках ООС по собственной инициативе рассчитали все затраты, необходимые для участия в данных мероприятиях; покрыли часть взноса за участие; и попросили ИКОГА и/или J-СЕР оказать им поддержку в плане покрытия другой части расходов, которую они не могли осилить своими силами. Например, они вели переговоры с ДП по возможности своего участия на туристической ярмарке, проведенной 29 мая 2010 года, с полной или частичной скидкой по взносу за участие. В результате ООС удалось получить 50% скидку.
  - (vii) С другой стороны, потенциал пилотных ООС по созданию рекламных (PR) материалов и ведению рекламных кампаний самостоятельно все еще не достаточен.
  - (viii) ООС пытаются развивать рынки через работу с местными рынками, выход на рынки г. Бишкек через знакомых, налаживание связей с посетителями на выставках и т.п. Примеры рынков, проработанных ООС, включают: местные рынки в пгт Кызылсуу (ООС «Ширин» и «Береке»), продажи в Бишкеке через знакомых (ООС «Береке»), продажи в пансионате «Тамга» и Бишкекских сувенирных магазинах (ООС «Онор Булагы»).

**в. Результаты продаж**

Общий уровень продаж ООС 1-го цикла составил 568564 КС за период 23 месяцев (сентябрь 2008 – июль 2010), общий объем продаж ООС 2-го цикла составил 184195 КС за период 13 месяцев (июль 2009 – июль 2010). Подробности результатов продаж, включая анализ результатов ежемесячных продаж, объема продаж по основным рынкам и уровень фактических продаж в соотношении с уровнем ожидаемых продаж ООС приведены в Разделе 2.3.5.

**с. Средний заработок на члена ООС**

Действуя в рамках системы бухгалтерского учета, внедренного J-СЕР, каждая ООС получала 50% от продаж своей продукции в качестве дохода ООС и распределяла его среди своих членов после вычета всех общих расходов (налогов и транспортных расходов на свою деятельность).

**Таблица 2.3.31 Средний заработок на члена ООС пилотных ООС 1-го цикла**

ООС	Сентябрь 2008 – Август 2009				Сентябрь 2009 – Июль 2010			
	Кол-во членов	Продажи в целом (КС)	Прибыль на ООС (50% продаж) (КС)	Заработок на человека (КС)	Кол-во членов	Продажи в целом (КС)	Прибыль на ООС (50% продаж) (КС)	Заработок на человека (КС)
Адилет	5	117925	58960	11792	3	50890	25445	8482
Береке	10	131470	65740	6574	8	144550	72275	9034
Ширин	4	21380	10690	2673	5	28450	14225	2845
Уздар	5	42622	21310	4262	-	31277	-	-

Заработок члена ООС на последнем этапе завершения проекта увеличился в случае ООС «Береке и «Ширин» по сравнению с первым годом, но в случае ООС «Адилет» сократился на 30% в силу сокращения объема производства.

По итогам основного исследования, проведенного в марте 2008 (до начала пилотного проекта), доход семьи одного члена ООС (например, в селе Жергез на 2007 год) составлял 200000 КС. В ситуации, когда два члена группы из одной семьи, заработок семьи от производства варенья достигало около 17000 - 18000 КС, что соответствует около 8,5 – 9,0% всего дохода семьи.

**Таблица 2.3.32 Средний заработок на члена ООС в пилотных ООС 2-го цикла**

ООС	Сентябрь 2009 – Июль 2010			
	Кол-во членов	Продажи в целом (КС)	Прибыль на ООС (50% продаж) (КС)	Заработок на человека (КС)
Ак Шоола	8	124325	62162	7770
Онор Булагы	5	58600	29300	5860
Эрбол	6	1270	-	-

**5) Организация пилотных ООС****а. Внутренние правила, разработанные каждым пилотным сообществом и их соблюдение (Индикатор оценки МРП: 1.3.d)**

Внутренние правила (Устав) были разработаны в каждой ООС для того, чтобы они могли стать сильной и надежной организацией для достижения своих целей и ведения достойной деятельности. Уставы были приняты всеми членами организаций на Общем собрании и подписаны лидерами ООС (см. Раздел 2.3.3 (5)). Важные решения – изменение состава членов организации и т.п. – с этого момента должны были приниматься согласно Уставу ООС.

## 6) Обзор достижений ООС

Обзор достижений каждой ООС прилагается в Приложении 4.

**(3) Эффективность движения ОСОП как метода активизации сообществ**

Индикаторы оценки МРП версии 3:

- 1.4.a Накопление извлеченных уроков и опыта по активизации сообществ
- 1.4.b Руководство по активизации сообществ через движение ОСОП
- 1.4.c Влияние на региональное развитие

1) Накопление извлеченных уроков и опыта по активизации сообществ (Индикатор оценки МРП: 1.4.a)

Извлеченные из практики уроки можно обобщить следующим образом:

**a. Организационный аспект**

- (i) Учитывая особенность кыргызских сообществ – меньшую склонность к взаимному доверию – необходимо начинать с малых количеств людей для того, чтобы сохранить доверительные отношения между членами группы.
- (ii) Движение ОСОП может включать деятельность различных типов организаций – это может быть групповая деятельность сообщества и малый бизнес. Однако без готовности заниматься «бизнесом», который может быть сопряжен с рисками и требует постоянных проб и ошибок, невозможно преодолеть трудности.
- (iii) Обучающий тур является эффективным методом передачи информации и знаний в сфере контроля качества, управления бизнесом, организационного управления и других сферах от опытных организаций.
- (iv) Предоставление возможности обмениваться опытом и идеями среди ООС является эффективным подходом к развитию ООС. Одним из методов данного подхода являются регулярные встречи ООС (встречи координаторов, лидеров, бухгалтеров), организованные J-СЕР в своем офисе.
- (v) Настойчивость и постоянная коммуникация с адресными группами является основой для поощрения/поддержки сообществ.
- (vi) Предварительное исследование по пилотным селам и ООС было проведено, как часть процесса отбора пилотных сообществ 2-го цикла. Опыт работы с сообществами 1-го цикла немного отличался – подобное исследование было проведено после финального отбора – и стал хорошим уроком для работы с сообществами 2-го цикла. Предварительное исследование по пилотным селам и ООС 2-го цикла помогло избежать непонимания и дезинформации о сообществах и провести более качественный отбор.

**b. Производственный аспект**

- (i) Необходимо уделять большое внимание контролю качества, включающему санитарные условия, стандарты по размеру/цвету/дизайну, а также процедуры упаковки и маркировки.
- (ii) Приобретение упаковочных материалов, как стеклянные банки для джема и полиэтиленовые пакеты для сухофруктов, является нелегкой задачей для ООС или

малых фирм, поскольку число посредников или торговцев, занимающихся подобными материалами, в Кыргызстане очень ограничено. Учитывая подобные реалии страны, рекомендуется формировать партнерство между несколькими организациями для повышения способности совместно приобретать упаковочные материалы.

- (iii) В случае с производством варенья и сухофруктов сезон производства ограничен в силу ограниченности сроков существования сырья для подобной продукции. Для того, чтобы бизнес ООС обрел активный и устойчивый характер, очень важно ООС пробовать использовать в своем производстве различные материалы, доступные в регионе. К примеру, ООС – производители варенья пробуют в этом году использовать различные виды фруктов.
- (iv) Необходимо изучить возможность стратегического производства с учетом особенностей туристического сезона в Кыргызстане, который ограничен летом (июль и август) и зимой (январь – март).
- (v) Набор форматов для учета должен быть простым, насколько это возможно, во избежание путаницы.

#### с. Система активизации сообществ через движение ОСОП

- (i) Для координации деятельности всех производителей ОСОП в целях совместного продвижения движения ОСОП необходим координатор. Иначе, без сети взаимодействия в качестве регионального бренда, движение ОСОП, способствующее оживлению региона, не сможет существовать.
- (ii) Видимые результаты производства ОСОП в течение первого года послужили мотивацией для повышения осведомленности заинтересованных сторон о движении ОСОП. Опыт проекта показал, что «практика» намного эффективнее «проповеди». В этом смысле создание модельных ООС в сопровождении интенсивной поддержки является очень эффективным для расширения движения ОСОП.
- (iii) Областной администрации необходимо приложить усилия и лоббировать улучшение бизнес среды для оживления региональной экономики с учетом текущей сложности всех процедур, требуемых для открытия бизнеса.
- (iv) Мобилизация местных студентов для волонтерской деятельности в движении ОСОП эффективно в двух смыслах – она дает возможность развить человеческие ресурсы и создать возможность и пространство для развития их потенциала.
- (v) Вовлечение и сотрудничество с частным сектором неизбежно для продвижения движения ОСОП.

#### 2) Руководство по активизации сообществ через движение ОСОП (Индикатор оценки МРП: 1.4.b)

Руководство по продвижению движения ОСОП было подготовлено и передано ИКОГА/ОРП в середине июля 2010 года. Целью руководства является краткое изложение того, как продвигать движение ОСОП для целей активизации сообществ на основе опыта, накопленного во время реализации пилотного проекта в рамках J-СЕР.

Руководство состоит из двух частей; часть I и II. Обе части подготовлены для применения

государственными чиновниками, ответственными за сельское и региональное развитие на всех уровнях государственной администрации, то есть, на уровнях центральной, областной и районной администраций и АО. В частности, часть II под названием «Справочник по ведению бизнеса, основанного на сообществе» подготовлена не только для применения государственными чиновниками, но и для лиц и/или групп лиц, заинтересованных в создании бизнеса, основанного на сообществе, с использованием концепции движения ОСОП.

### 3) Влияние на региональное развитие (Индикатор оценки МРП: 1.4.с)

Экономическое влияние все еще минимально в силу ограниченности числа адресных групп, вовлеченных в проект. С другой стороны, благодаря серии маркетинговых и рекламных (PR) мероприятий, название ИК Бренда и информация о движении получили определенную известность. Например, во время недавней выставки, среди посетителей павильона ИК Бренд появились посетители, которые уже не в первый раз интересуются продукцией данного бренда. Это были, в основном, люди, которые посещали павильон ИК Бренда на других выставках или сталкивались с продукцией бренда в гостевых домах. Этот факт говорит о том, что рекламная деятельность, проводившаяся во время проекта, уже дает результаты в обществе.

Другой вопрос касается расширения данного вида бизнеса, основанного на сообществе. Во время реализации проекта было очевидно, что сельские жители все еще наблюдают за результатами деятельности пилотных ООС и пока еще не создают новые группы под впечатлением опыта пилотных проектов. Исключением является село Тасма, где под эгидой ЛСА с апреля 2010 года была начата деятельность по поддержке сообществ.

## 2.4 Партнерские тренинги в Японии

Исполняющей стороной партнерских тренингов в Японии являлось ЛСА. Данные тренинги проводились три раза в течение проекта: один раз в ходе Фазы I и два раза в ходе Фазы II. На каждом из партнерских тренингов Экспертная группа помогала ИКОГА и ЛСА в подготовке программы и графика тренинга, а также оказывала содействие отобранным участникам тренинга от кыргызской стороны в подготовке документов, требовавшихся ЛСА. Один член Экспертной группы сопровождал участников на каждом тренинге, проводившемся в Префектуре Оита в Японии. Список участников и программа каждого тренинга представлена в Приложении 5.

## 2.5 Заседания СУК и Совместные Семинары

### 2.5.1 Заседания СУК

В ходе J-СЕР заседание СУК проводилось семь (7) раз с целью обзора и обмена мнениями среди членов СУК по рабочему плану, пересмотру МРП и оценке результатов проекта.

#### (1) Заседания СУК, проведенные во время Фазы I

##### 1) Внеочередное заседание СУК

Внеочередное заседание СУК было проведено 24 января 2007 года. Повестка обсуждений заседания включала следующие вопросы (также см. Приложение 6-1):

- (i) Формат реализации проекта J-СЕР с использованием движения ОСОП и методов улучшения социальной обстановки и уровня жизни (был согласован между членами

СУК)

- (ii) Содержание пред-пилотного проекта, т.е. производства и переработки лекарственных трав в отобранных селах совместно с деятельностью по улучшению социальной обстановки и уровня жизни (было согласовано между членами СУК)
- (iii) Запрос Менеджера Проекта (ОРП) в ЛСА по оказанию поддержки в назначении координатора и ассистента для проведения маркетингового опроса по потенциальной продукции ОСОП, планируемого в рамках движения ОСОП (был рассмотрен членами СУК)

## 2) Заседание СУК (№1)

Заседание СУК (№1) было проведено 17 сентября 2007 года совместно с Начальной Оценочной Миссией из Головного офиса ЛСА. Основным вопросом, рассмотренным членами СУК, был вопрос о переходе (продолжении) J-SEP в Фазу II, как это упоминалось в Разделе 2.2.5 (4). ПО, подписанный между Начальной Оценочной Миссией и ИКОГА, представлен в Приложении 6-2. Вместе с тем, Начальная Оценочная Миссия отметила, что перед запуском Фазы II необходимо усилить систему реализации проекта и обеспечить ее большей поддержкой со стороны центрального правительства. Миссия порекомендовала кыргызской стороне приложить дальнейшие усилия по усилению институциональной системы и финансовой поддержки, включая следующие меры:

### a. Меры, требующиеся от ИКОГА

#### ➤ Назначение членов ОРП

Один из членов ОРП должен сотрудничать с проектом по его реализации на основе полной занятости (полный рабочий день)

#### ➤ Организация бюджета для пилотного проекта

ИКОГА должна предпринять практические шаги по запросу от центральных властей необходимого бюджета для пилотного проекта

### b. Меры, требующиеся от МЭРТ и других министерств

#### ➤ Системная поддержка движения ОСОП МЭРТ

Предполагается запросить от МЭРТ назначения соответствующего представителя в качестве члена СУК проекта

#### ➤ Бюджетная поддержка движения ОСОП

Предполагается запросить от министерств, имеющих отношение к движению ОСОП, организации/обеспечения бюджета для реализации пилотного проекта во время Фазы II

Результаты оценки, включая выше приведенные вопросы, были обсуждены на заседании СУК (№1). ПО заседания СУК (№1) представлен в Приложении 6-3. На заседании обе стороны договорились пересмотреть МРП (версию 1). Принципиальные изменения в МРП были обозначены в ПО, упоминавшемся выше и представленном в Приложении 6-2.

## **(2) Заседания СУК, проведенные во время Фазы II**

### 1) Заседание СУК (№2)

Заседание СУК (№2) было проведено 16 мая 2008 года. Основные вопросы, вынесенные на

обсуждение заседания, включали следующие вопросы: i) стратегия J-СЕР по активизации сообществ, ii) общий план пилотного проекта, iii) пересмотр МРП на основе i) и ii). Данные вопросы, представленные в Текущем Отчете (№2), были утверждены членами СУК. По заседания СУК (№2) приводится в Приложении 6-4.

#### 2) Заседание СУК (№3)

Заседание СУК (№3) было проведено 9 апреля 2009 года. Основные вопросы повестки обсуждения включали следующее: i) текущая ситуация (успехи) J-СЕР на основе Текущего Отчета (№3) и ii) система реализации деятельности по активизации сообществ через движениОСОП е. Данные вопросы были утверждены членами СУК. По заседания СУК (№3) приведен в Приложении 6-5.

#### 3) Заседание СУК (№4)

Заседание СУК (№4) было проведено 3 августа 2009 года совместно с Консультационно-исследовательской Миссией JICA. Миссия была направлена Головным офисом JICA на период 28 июля – 5 августа 2009 года. В задачи Миссии входило i) обсудить текущую ситуацию и результаты J-СЕР с кыргызской стороной и ii) предложить рекомендации и руководство по дальнейшей реализации J-СЕР.

В результате исследования, Миссия разработала и презентовала на заседании СУК (№4) меры, требующиеся от J-СЕР до его завершения.

Внизу приведено резюме мер по дальнейшей реализации J-СЕР, предложенных Миссией:

- (i) Разработать руководство для государственных служащих и индивидов для большего понимания процедур, необходимых для i) создания ООС, ii) начала бизнеса, основанного на сообществе и iii) получения разрешения на производство и продажу продукции ОСОП. В этих целях, J-СЕР разработает и опубликует руководство, и попросит кыргызскую сторону распространить данный материал.
- (ii) Разработать критерии ИК Бренда и систему утверждения продукции в качестве ИК Бренда. Для этих целей, J-СЕР разработает черновой вариант критериев и наклейку ИК Бренд, и попросит кыргызскую сторону придать этому списку критериев официальный статус. Также J-СЕР попросит кыргызскую сторону создать систему утверждения продукции ИК Бренд.
- (iii) J-СЕР попросит кыргызскую сторону обеспечить место для демонстрации и пробных продаж продукции ОСОП.
- (iv) J-СЕР попросит кыргызскую сторону сделать официальный запрос в Иссык-Кульский Государственный Университет об оказании с его стороны постоянной поддержки движения ОСОП, включая поддержку для КСИМ.

Все участники заседания СУК, в основном, поняли предложенные Миссией меры, несмотря на то, что ДП J-СЕР отметил необходимость дальнейшего обсуждения кыргызской стороной (между собой) вопроса о создании системы утверждения продукции ИК Бренд. Протокол заседания СУК (№4) приведен в Приложении 6-6.

#### 4) Заседание СУК (№5)

Заседание СУК (№5) было проведено 3 декабря 2009 года. Основные вопросы, обсуждавшиеся



на заседании, включали следующее: i) текущая ситуация (успехи) J-СЕР на основе Текущего Отчета (№4) и ii) содержание черного варианта Руководства по продвижению движения ОСОП. На заседании Текущий Отчет (№4) был принят членами СУК. ПО заседания (№5) приведен в Приложении 6-7.

#### 5) Заседание СУК (№6)

Заседание СУК (№6) было проведено 14 июля 2010 года совместно с Завершающей Оценочной Миссией, направленной Главным Офисом JICA на период 30 июня – 20 июля 2010 года. Завершающая Оценочная Миссия провела завершающую оценку проекта совместно с кыргызской стороной. Обе стороны подтвердили результаты оценки на заседании СУК и согласовали основные положения, представленные миссией в Отчете по завершающей оценке. Более подробно о результатах оценки, включая резюме Отчета по завершающей оценке, представлены в Главе 4 (Достижение цели проекта).

ПО между Завершающей Оценочной Командой со стороны Японии и соответствующими государственными структурами со стороны Правительства Кыргызской Республики представлен в Приложении 6-8.

### 2.5.2 Совместные семинары

#### (1) Совместный семинар, проведенный во время Фазы I

18 января 2007 года Экспертная группа JICA провела семинар с заинтересованными сторонами Иссык-Кульской области. Общее число участников составило 28 человек, представлявших ИКОГА (ДП, МП, члены ОРП и сотрудники различных отделов, имеющих отношение к J-СЕР), районные и муниципальные администрации (Аксуйский, Тюпский, Жети-Огузский, Иссык-Кульский РГА и Мэрии г.г. Каракол и Балыкчы), Иссык-Кульский Государственный Университет, НПО, частные организации, Офис JICA в Кыргызской Республике и Экспертная группа.

В ходе обсуждений стороны пришли к соглашению о том, что J-СЕР будет реализовываться в рамках концепции движения ОСОП. Заинтересованные стороны порекомендовали проводить в рамках проекта программы по улучшению социальной обстановки и/или уровня жизни в селах, отобранных в качестве пилотных сел.

Также было согласовано проводить пробную деятельность в пред-пилотных селах, которые будут отбираться во время Фазы I. Масштаб программ по улучшению социальной обстановки и/или уровня жизни в пилотных селах во время Фазы II будет определен на основе анализа результатов пробной деятельности в пред-пилотных селах.

#### (2) Совместные семинары, проведенные во время Фазы II

##### 1) Совместный семинар по Текущему Отчету (№2)

Совместный семинар по Текущему Отчету (№2) был проведен 15 мая 2008 года с целью i) достижения консенсуса по стратегии J-СЕР и общего плана пилотного проекта и ii) согласования текущей ситуации (успехов) пилотного проекта среди участников. В общей сложности, в семинаре приняли участие 45 человек – представители ИКОГА (ДП, Заместитель Губернатора, МП, члены ОРП и сотрудники различных отделов, имеющих отношение к J-СЕР), РГА (Ак-Суу и Жети-Огуз), АО (Саруу, Светлая Поляна, Кереге-Таш и Октябрь),

Иссык-Кульский Государственный Университет, НПО, частные организации, пилотные села (Ширин, Береке, Адилет, Уздар), Офис ЛСА в Кыргызской Республике, волонтер ЛСА и Экспертная группа.

В общем, стратегия и общий план пилотного проекта были приняты участниками семинара достаточно позитивно. Текущая ситуация пилотного проекта также удовлетворила всех присутствующих.

В конце семинара было подписано специальное соглашение по сотрудничеству между проектом и лидерами пилотных ООС: лидер каждого пилотного ООС подписал отдельное соглашение с МП J-СЕР при свидетельстве Руководителя Экспертной группы ЛСА. Перед подписанием текст соглашения был зачитан перед всеми участниками, чтобы все четко понимали его содержание.

## 2) Совместный семинар по Текущему Отчету (№3)

Совместный семинар по Текущему Отчету (№3) был проведен 10 апреля 2009 года. У семинара было две основные задачи: i) презентация текущей ситуации (успехов) пилотного проекта и ii) обсуждение системы дальнейшей активизации сообществ через движение ОСОП. Семинар проходил с участием 42 человек, представлявших следующие заинтересованные стороны: ИКОГА (ДП, член ОРП и сотрудники различных отделов, имеющих отношение к J-СЕР), РГА (Ак-Суу), АО (Барскоон, Кереге-Таш, Октябрь и Карасаев), Иссык-Кульский Государственный Университет, НПО, частные организации, пилотные села (Береке, Уздар, Ак-Шоола, Онор Булагы и Эрбол), волонтеры КСИМ и Экспертная группа ЛСА.

Семинар также привлек внимание представителей местных СМИ (Иссык-Кульского ТВ и СМИ «Ыссык-Куль Кабарлары» и «Вест и Иссык-Куля»).

В рамках задачи i), с целью формирования понимания аудитории, Экспертная группа разъяснила участникам семинара достижения и стадии развития пилотных ООС. В рамках задачи ii) участники семинара имели возможность поделиться своим мнением о предложенной системе активизации сообществ через движение ОСОП. Они также могли выразить свое общее видение/позицию относительно общей стратегии по дальнейшей активизации сообществ в регионе.

## 3) Совместный семинар по Текущему Отчету (№4)

Данный семинар был проведен 4 декабря 2009 года для решения трех задач: i) презентация текущей ситуации (успехов) пилотного проекта на основе Текущего Отчета (№4), ii) ознакомление заинтересованных сторон с содержанием чернового варианта Руководства по распространению движения ОСОП и iii) групповое обсуждение по вопросу «что мы можем сделать для устойчивого развития регионального развития с применением движения ОСОП в существующей системе?» и презентация результатов групповой работы среди заинтересованных сторон. На семинаре участвовало около 40 человек, представлявших следующие заинтересованные стороны: ИКОГА (ДП, член ОРП), РГА (Ак-Суу), АО (Барскоон, Саруу, Кереге-Таш, Октябрь, Карасаев и Тамга), Иссык-Кульский Государственный Университет, НПО, частные организации, пилотные села (Ширин, Береке, Адилет, Уздар, Ак-Шоола и Онор Булагы), Офис ЛСА в Кыргызской Республике и Экспертная группа. Семинар также привлек внимание представителей местных СМИ (Ыссык-Кульского ТВ, областной газеты «Вести Иссык-Куля»).

В рамках задачи i) ООС 1-го и 2-го циклов презентовали текущую ситуацию в производственной и маркетинговой деятельности, Менеджер КСИМ кратко ознакомил участников с текущей работой КСИМ, а член ОРП – участвовавший в Партнерском Тренинге в Японии – отчитался по своей поездке.

В рамках задачи ii) Экспертная группа кратко рассказала о наиболее важных компонентах Руководства, включая его главные цели и задачи и ожидаемых пользователей и участников движения ОСОП. В рамках задачи iii) участники были разделены на три группы: Группа (А) – сотрудники ИКОГА, РГА и АО; Группа (В) – НПО, КСИМ, туристический и академический сектора; Группа (С) – пилотные ООС. После обсуждений в группах каждая группа презентовала результаты своей работы. В общем, обсуждение в группах прошло плодотворно. Презентации групп стали важным показателем того, что группы обладают четким пониманием своей роли в устойчивом региональном развитии через движение ОСОП.

В завершение семинара организаторы отметили для участников, что без развитых сообществ устойчивое региональное развитие является сложной задачей. Эти два фактора взаимосвязаны. Поэтому движение ОСОП – это хороший инструмент для стратегического регионального развития.

#### 4) Совместный семинар с участием Завершающей Оценочной Миссии ЛСА

Совместный семинар был проведен 9 июля 2010 года. Помимо всех категорий участников подобных семинаров, на данный семинар была приглашена также Завершающая Оценочная Миссия ЛСА. Задачами семинара являлось рассмотрение среди участников/заинтересованных сторон J-СЕР достижений проекта и обсуждение будущих планов по развитию сообществ через движение ОСОП. На семинаре приняли участие около 40 человек – представителей следующих сторон: ИКОГА (член ОРП), РГА (Жети-Огуз), АО (Карасаев, Кереге Таш, Светлая Поляна, Октябрь и Саруу), местные партнерские производители, партнерские гостевые дома, пилотные ООС и Завершающая Оценочная Миссия ЛСА.

Программа семинара состояла из следующих основных секций:

- (i) Обзор концепции проекта и стратегии активизации сообществ через движение ОСОП
- (ii) Презентация достижений и перспектив основными заинтересованными сторонами проекта
- (iii) Обзор рекомендаций, предложенных основными заинтересованными сторонами на Совместном семинаре от 4 декабря 2010 года по устойчивому региональному развитию через движение ОСОП.

После расширенного обсуждения, проведенного в рамках секции (iii), участники подтвердили следующие важные выводы:

- (i) Дальнейшее продвижение движения ОСОП в регионе требует участия всех категорий заинтересованных сторон: государственных структур, производителей ОСОП, академических и бизнес организаций
- (ii) Очень важна специализация и сотрудничество между заинтересованными сторонами. Под специализацией имеется в виду то, что каждый сектор должен внести свой уникальный вклад в продвижение движения ОСОП. Под сотрудничеством имеется в

виду, прежде всего, понимание того, что основной эффект участия любой заинтересованной стороны в движении ОСОП – это реклама региона и привлечение потребителей продукции и услуг региона.

- (iii) Существует множество проблем, которые могут препятствовать продвижению движения ОСОП, но их необходимо преодолевать тем или способом на различных уровнях.
- (iv) Решение данных проблем зависит во многих смыслах от выбора схемы дальнейшего продвижения движения ОСОП, как эффективного инструмента активизации сообществ.
- (v) Решение по поводу подобной схемы должно будет принято в ближайшее время в координации между ЛСА, J-СЕР и ИКОГА в рамках Совместной Управляющей Комиссии или какого-либо другого согласованного формата. Мнения, выраженные на данном семинаре и предыдущих совместных семинарах, должны быть приняты во внимание во время принятия решения по данному вопросу.
- (vi) На данный же момент, J-СЕР выражает свою уверенность в том, что ИКОГА продолжит выполнение всех обязательств, взятых на себя на данное время, несмотря на нестабильную политическую и социально-экономическую ситуацию в стране.

#### 5) Семинар в г. Бишкек

Семинар в г. Бишкек был проведен 4 августа 2010 г. с задачами, указанные ниже:

- (i) презентация положительной практики «активизации сообществ с Движением ОСОП», и
- (ii) предоставление руководства для дальнейшего распространения Движения заинтересованным сторонам на центральном уровне.

Участниками семинара были 45 представителей в лице следующих заинтересованных сторон: МЭР; Минсельхоз; ИКОГА (ДП и члены ОРП); пилотные ООС; донорские организации (ЛСА, ВБ, ПРООН, ГТЦ); и международные и местные НПО (Хельветас, КАКСАРК, ЦКА, ТОС и САМР).

Основные вопросы, которые рассматривались на повестке:

- (i) презентация движения ОСОП,
- (ii) презентация краткого обзора J-СЕР,
- (iii) презентация руководства по распространению Движения ОСОП, и
- (iv) потенциальные регионы для распространения Движения ОСОП в Кыргызстане.

Семинар проводился под руководством заместителя министра МЭР.

В ознакомительной части по Движению ОСОП, постоянный представитель ЛСА вкратце изложил проекты ЛСА по распространению Движения ОСОП в разных странах и опыт в Японии. Руководитель команды проекта J-СЕР презентовал концепцию и философию Движения ОСОП, а также подходы и результаты J-СЕР в ИК ОГА. После презентации о Движении ОСОП, один из членов ОРП сделал презентацию о J-СЕР, включая концепцию и стратегию проекта, систему реализации и достижения проекта. Третья презентация была представлена представителями каждого цикла ООС. Они в основном презентовали свои достижения в

производстве, продажах, в наращивании навыков и организационном развитии. Члены ООС подчеркнули необходимость продолжительной поддержки со стороны ИК ОГА и местных властей, а также ЛСА. Четвертая презентация была о руководстве. Эксперт J-СЕР вкратце презентовал содержание, цели разработки руководства, целевые люди, как применять руководство и ключевые вопросы. В конце, специалист МЭР сделал презентацию о потенциальных регионах как Нарын и Талас для распространения движения ОСОП, которые богаты природными ресурсами для разведения животноводства.

Были поставлены на обсуждение несколько вопросов и комментариев. ГТЦ в особенности проявил интерес в производстве лечебного мыла и попросил поделиться информацией и надеется на сотрудничество в будущем. ТОС, местное НПО, отметил о возможности продавать продукцию ИК Бренд в их партнерских гостевых домах по всему Кыргызстану. Участник Хельветас заинтересовался в вопросе о первоначальных инвестициях для начала бизнеса, основанного на сообществе и системе разделения дохода, внедренная J-СЕР.

ЛСА офис в КР объявил о продлении J-СЕР на шесть месяцев. МЭР также поделился информацией, что МЭР и ЛСА планируют провести семинар на национальном уровне о Движении ОСОП, с участием государственных служащих со всех регионов Кыргызской Республики в октябре 2010 г.

Продукция ИК Бренд была выставлена в зале, где проходил семинар. Была проведена дегустация продукции 1-го цикла, таких как варенье и сухофрукты с целью рекламы и продажи. Всего было продано на семинаре на сумму 3405 КС (продукция 1-го цикла на сумму 1095 КС и 2-го цикла на сумму 2310 КС).

## Глава 3 Уроки, Извлеченные из Реализации Проекта

### 3.1 Система реализации проекта

- (i) В рамках существующей административной системы Кыргызской Республики, ИКОГА не была напрямую ответственна за развитие/активизацию сообществ. В силу данной ситуации, J-СЕР попыталась вовлечь РГА и АО на нескольких важных встречах – таких, как заседания СУК и полевые семинары для отбора пилотных ООС – и добилась поддержки от этих сторон.
- (ii) Официальные запросы, подкрепленные властными полномочиями ИКОГА, от имени ДП и МП в адрес РГА и АО оказались, в общем, действенным инструментом мобилизации органов местного самоуправления и обеспечили достаточно хорошее участие государственных служащих этого уровня на встречах и семинарах.
- (iii) С другой стороны, ИКОГА не обладала властными полномочиями для изменения своей организационной структуры и увеличения числа сотрудников без разрешения центрального правительства. Поэтому создание нового департамента для продвижения движения ОСОП в структуре ИКОГА стало весьма проблематичной задачей, несмотря на то, что его создание было предложено членами ОРП.
- (iv) В силу выше описанной ситуации (i) и (ii), все члены ОРП, включая МП, участвовали в реализации J-СЕР на основе неполной занятости (неполного рабочего дня) и не могли взять на себя ответственность за полевые работы. В качестве контрмеры в отношении сложившейся подобным образом ситуации большинство организационных работ (логистики) исполнялось НПО, нанятой на суб-контрактной основе.
- (v) Для обмена информацией с членами ОРП по текущей ситуации проекта, проблемам и путям их решения на еженедельной основе проводились встречи ОРП. Эти регулярные встречи помогли достигнуть взаимопонимания по реализации проекта.

### 3.2 Активизация сообществ

#### (1) Развитие потенциала ООС

- (i) Учитывая особенность кыргызских сообществ – меньшую склонность к взаимному доверию и групповой организации – необходимо начинать с малых количеств людей для того, чтобы сохранить доверительные отношения между членами группы.
- (ii) Необходимо выбрать лидера, уважаемого всеми членами группы. Это практическая неизбежность. С другой стороны, также важно распределить работу между членами группы и, следовательно, не зависеть всецело от деятельности лидера.
- (iii) Частые встречи между членами группы помогут формированию групповой солидарности.
- (iv) Прозрачность в управлении фондом и принятии решений является базовым условием формирования хорошей организации. Практика проекта показала эффективность мотивации ООС на формирование/ведение фонда организации и осознания людьми возможности вести свой собственный фонд.

- (v) Деятельность группы обретает устойчивый характер тогда, когда члены группы начинают ощущать преимущества совместной групповой работы (т.е. получают удовлетворенность от совместной работы, помогая друг другу, достигая вместе одних целей и др.).
- (vi) Обучающие туры являются эффективным методом передачи информации и знаний в сфере контроля качества, управления бизнесом, организационного управления и других сферах от опытных организаций.
- (vii) Предоставление возможности обмениваться опытом и идеями среди ООС является эффективным подходом к развитию ООС. Одним из методов данного подхода являются регулярные встречи ООС (встречи координаторов, лидеров, бухгалтеров), организованные J-СЕР в своем офисе. На этих встречах ООС постоянно усваивали важность ведения учета, привыкали к нему и ощущали позитивное давление от своих коллег для постоянного совершенствования. Весь этот опыт развил у ООС определенные навыки и знания через практику.
- (viii) Аутсайдеры должны понять, что обучение и развитие потенциала взрослого человека требует времени, терпения и постоянных попыток, а также ТБОР.

## **(2) Производственный аспект**

- (i) Необходимо уделять большое внимание контролю качества, включающему санитарные условия, стандарты по размеру/цвету/дизайну, а также процедуры упаковки и маркировки.
- (ii) Приобретение упаковочных материалов, как стеклянные банки для варенья и полиэтиленовые пакеты для сухофруктов, является нелегкой задачей для ООС или малых фирм, поскольку число посредников или торговцев, занимающихся подобными материалами, в Кыргызстане очень ограничено. Учитывая подобные реалии страны, рекомендуется формировать партнерство между несколькими организациями для повышения способности совместно приобретать упаковочные материалы.
- (iii) В случае с производством варенья и сухофруктов сезон производства ограничен в силу ограниченности сроков существования сырья для подобной продукции. Для того, чтобы бизнес ООС обрел активный и устойчивый характер, очень важно ООС пробовать использовать в своем производстве различные материалы, доступные в регионе. К примеру, ООС – производители варенья пробуют в этом году использовать различные виды фруктов.
- (iv) Необходимо изучить возможность стратегического производства с учетом особенностей туристического сезона в Кыргызстане, который ограничен летом (июль и август) и зимой (январь – март).
- (v) Набор форматов для учета должен быть простым, насколько это возможно, во избежание путаницы.

## **(3) Маркетинг и реклама (PR)**

- (i) Эффективным для маркетинговых целей является открытие антенна – магазина, в функции которого может входить следующее: i) реклама продукции, ii) продажа

- продукции, iii) сбор комментариев от потребителей для усовершенствования продукции
- (ii) Несмотря на то, что работа КСИМ в рамках проекта в г. Каракол была успешно организована, было бы более эффективным открыть магазин в столице, который был бы доступен для большего числа населения.
  - (iii) КСИМ играл роль только организационного (логистического) центра для деятельности по продаже, а для продвижения регионального бренда необходимо создать полномасштабный опорный пункт для продаж и рекламы продукции регионального бренда.
  - (iv) Участие на выставках и ярмарках, особенно проводимых в столице, полезно, как для улучшения продаж, так и для рекламы продукции.

#### **(4) Создание модельных ООС**

- (i) Основой расширения деятельности является успешное развитие пилотных ООС. В случае создания модельных ООС, лучше всего выбирать опытные группы, для которых приоритетом является продолжение своей деятельности, нежели просто получение внешней помощи.
- (ii) Важным наблюдением стало то, что у сообществ/сел, расположенных в отдаленных регионах, имеется большая склонность к объединению внутри сельчан и приложению максимальных усилий к использованию всех возможных ресурсов, включая внешнюю помощь. Эта тенденция должна быть принята во внимание при отборе пилотных сообществ. Предварительное исследование по пилотным селам и ООС было проведено, как часть процесса отбора пилотных сообществ 2-го цикла. Опыт работы с сообществами 1-го цикла немного отличался), подобное исследование было проведено после финального отбора) и стал хорошим уроком для работы с сообществами 2-го цикла. Предварительное исследование по пилотным селам и ООС 2-го цикла помогло избежать непонимания и дезинформации о сообществах и провести более качественный отбор.
- (iii) видение ОСОП может включать деятельность различных типов организаций – это может быть групповая деятельность сообщества и малый бизнес. Однако без готовности заниматься «бизнесом», который может быть сопряжен с рисками и требует постоянных проб и ошибок, невозможно преодолеть трудности.
- (iv) Настойчивость и постоянная коммуникация с адресными группами является основой для поощрения/поддержки сообществ.

#### **(5) На пути к активизации сообществ**

- (i) Создание «модельных ООС» является действенным методом демонстрации региону эффективности деятельности, поскольку через «модельные ООС» люди могут наблюдать происходящее непосредственно в своем селе и очень быстро усваивать информацию. Люди в селе более скромные и не пытаются начать что-то новое. Именно в силу этого обстоятельства аутсайдеры должны понять, что вовлечение сельчан в какие-либо действия требует определенного времени, и выделять более широкие временные рамки на стадию планирования проекта.



- (ii) Для координации деятельности всех производителей ОСОП в целях совместного продвижения движения ОСОП необходим координатор. Иначе, без сети взаимодействия в качестве регионального бренда, движение ОСОП, способствующее оживлению региона, не сможет существовать.
- (iii) Видимые результаты производства ОСОП в течение первого года послужили мотивацией для повышения осведомленности заинтересованных сторон о движении ОСОП. Опыт проекта показал, что «практика» намного эффективнее «проповеди». В этом смысле создание модельных ООС в сопровождении интенсивной поддержки является очень эффективным для расширения движения ОСОП.
- (iv) Областной администрации необходимо приложить усилия и лоббировать улучшение бизнес среды для оживления региональной экономики с учетом текущей сложности всех процедур, требуемых для открытия бизнеса.
- (v) Мобилизация местных студентов для волонтерской деятельности в движении ОСОП эффективно в двух смыслах – она дает возможность развить человеческие ресурсы и создать возможность и пространство для развития их потенциала.
- (vi) Вовлечение и сотрудничество с частным сектором неизбежно для продвижения движения ОСОП.

## Глава 4 Достижение Цели Проекта

### 4.1 Введение

На финальной стадии проекта и в сотрудничестве японской и кыргызской сторон была проведена завершающая оценка проекта. Специально для проведения данной оценки Головной Офис ЛСА направил Завершающую Оценочную Миссию, возглавляемую господином Сузуки Масахико, Старший помощник Директора Департамента Экономической Инфраструктуры ЛСА, на период 1-14 июля 2010 года. В ходе оценки, совместно обеими сторонами, также рассматривался вопрос достижения цели проекта.

Данная глава резюмирует результаты оценки, полученные в ходе завершающего оценочного исследования. Подробности исследования приведены в Отчете по завершающей оценке, прилагающемся к протоколу обсуждения (П/О) между Завершающей Оценочной Миссией с японской стороны и соответствующими государственными структурами со стороны Правительства Кыргызской Республики (см. Приложение 6-8).

### 4.2 Завершающая оценка

Цели завершающего оценочного исследования включали следующее:

- (i) Проверить уровень достижений, эффективности и процесса реализации мероприятий проекта согласно ПО и МРП,
- (ii) Провести оценку проекта с использованием пяти критериев оценки: актуальность, эффективность, продуктивность, влияние и устойчивость. Для проекта была разработана матрица оценки,
- (iii) Разработать рекомендации и систематизировать уроки, извлеченные из проекта,
- (iv) Подготовить результаты оценочного исследования в форме протокола обсуждения и достичь общего понимания оценки.

Оценка была проведена совместно между японской командой и кыргызской стороной. В частности, стороны были представлены следующими лицами:

#### Японская сторона

Г-н Сузуки Масахико	Лидер (Старший помощник Директора Департамента Экономической Инфраструктуры, Штаб-квартиры ЛСА)
Г-н Томинага Ясухиса	Планирование оценки (Отдел планирования и координации/Департамент Экономической Инфраструктуры, Штаб-квартиры ЛСА)
Г-жа Окумото Ясуё	Дизайн оценки (Отдел по развитию частного сектора, Группа по развитию частного сектора, Департамент промышленного развития, Штаб-квартиры ЛСА)
Г-н Тоцукава Жюн	Оценка проекта (Департамент международных проектов, Старший консультант, Сано Планинг Ко. ЛТД)

#### Кыргызская сторона

Г-н Алышбаев Калыбек Кенешович Директор Проекта, Первый заместитель главы, ИКОГА

Обе стороны подтвердили достижения проекта в плане его задач, результатов, мероприятий и вкладов, обозначенных в МРП, и провели оценку согласно пяти критериям, т.е. актуальности, эффективности, продуктивности, влияния и устойчивости, после проведения опросов методом анкетирования и интервью и посещения мест деятельности пилотных проектов.

#### **4.3 Результаты совместной оценки**

Результаты оценочного исследования были представлены на рассмотрение на заседании СУК (№6), проведенном 14 июля 2010 года. Обе стороны пришли к согласию по поводу следующих основных положений или выводов оценки проекта:

##### **(1) Выводы**

Концепция проекта «Активизация сообществ через движение ОСОП» была хорошо понята заинтересованными сторонами не только на уровне Иссык-Кульской области, но и на уровне центральных властей. В дополнение к этому, проект создал почти законченную методологию активизации сообществ через движение ОСОП. Эта методология уделяет важную роль развитию человеческих ресурсов для производства «местной, в то же самое время, глобальной продукции» на принципах «самодостаточности и творчества» с применением местных ресурсов.

С другой стороны, учитывая результаты оценки по пяти оценочным критериям, можно сказать, что цель проекта по определенным аспектам еще не достигнута на удовлетворительном уровне. Однако стороны, участвовавшие в оценке, отметили ряд неожиданных позитивных влияний проекта:

- (i) Заметная активизация некоторых пилотных ООС, которая оказала позитивное влияние на сообщества,
- (ii) Расширение роли и функций КСИМ с участием студентов в его управлении,
- (iii) Активизация местной НПО, вовлеченной в реализацию проекта,
- (iv) Распространение концепции о методологии активизации сообществ через движение ОСОП в Кыргызской Республике.

В общем, было признано, что обеспечение непрерывной помощи для деятельности, способной дальше повышать потенциал и достижения проекта, является весьма актуальным.

##### **(2) Рекомендации по дальнейшему продвижению движения ОСОП**

###### **1) Распространение и использование руководства**

Руководство, которое будет официально опубликовано до конца проекта, является значительным результатом проекта и суммирует то, чему заинтересованные стороны научились в ходе проектной деятельности. МЭР, ИКОГА и команде проекта следует предпринять соответствующие меры для распространения данного руководства в целях полного его использования министерством, местными властями и ООС даже после завершения проекта.

###### **2) Активная и ответственная поддержка со стороны региональных государственных структур**

Роль каждой заинтересованной стороны в движении ОСОП обсуждалась в рамках серии семинаров и была отражена в Части I Руководства. Региональному правительству (ИКОГА, районам и АО) следует принять активное участие в поддержке ООС через инициирование и

выполнение таких задач (рекомендованных в руководстве), как предоставление информации, технические тренинги, маркетинговая поддержка и/или поддержка в финансовой или иной форме.

### 3) Поддержка расширения деятельности ООС

Роль регионального правительства в продвижении продукции ОСОП весьма важна. Региональное правительство должно обеспечивать ООС информацией по любым маркетинговым возможностям, как выставки и ярмарки, и предоставлять определенную поддержку заинтересованным ООС для их участия на подобных мероприятиях.

### 4) Укрепление деятельности КСИМ

Маркетинговая деятельность, проводимая КСИМ, принесла пользу не только пилотным ООС, но также студентам, которые работали в КСИМ в качестве волонтеров. Студенты имели возможность пополнить свои знания и опыт в области маркетинга и усвоить концепцию и принципы движения ОСОП. ИКОГА и Иссык-Кульскому Государственному Университету следует продолжить поддержку деятельности КСИМ.

### 5) Финансовая поддержка ООС

Бизнес, основанный на сообществе, как правило, начинается с малых масштабов. И в рамках движения ОСОП, сельчанам рекомендуется быть осведомленными о возможных местных ресурсах в селе, разработка которых не требует больших инвестиций. Однако потребность в финансовых ресурсах всегда существует, особенно, когда ООС пытается повысить объем производства и/или улучшить качество продукции. Для подобных нужд ИКОГА следует гарантировать финансовую поддержку через создание системы финансовой поддержки или предоставление информации о микро кредитных агентствах, способных предоставить кредитные услуги на соответствующих условиях.

### 6) Влияние на государственные программы

Центральное и региональное правительства рассматривают «Активизацию сообщества» как одну из важных задач и намерены использовать подход ОСОП как эффективный метод решения этой задачи. Для будущего применения движения ОСОП, опыт и результаты, полученные от проекта, должны быть хорошо поняты и использованы в полной мере при разработке соответствующих государственных программ с устойчивым выделением необходимого бюджета.

### 7) Создание устойчивой системы сертификации продукции «ИК Бренд»

Создание «ИК Бренда» имело позитивный эффект на продвижение продукции, изготовленной пилотными ООС. «ИК Бренд» увеличил ценность имиджа продукции, как высококачественной, экологически безопасной и хорошо оформленной (в плане дизайна) продукции, и привлек потребителей. Но система сертификации регионального бренда все еще не создана. ИКОГА необходимо продолжить обсуждение вопроса его создания с заинтересованными сторонами.

## **(3) Извлеченные уроки**

### 1) Своевременное управление проектом

Реализация и мониторинг всех мероприятий в рамках проекта должны быть основаны на МРО и П/О. Необходимо было своевременно провести пересмотр этих документов, например, в

конце Фазы I или во время визита мониторинговой миссии в августе 2008 года, и использовать их для регулярного мониторинга.

## 2) Соответствующий мониторинг проекта

Стратегия проекта должна была быть разработана на базе тщательного изучения текущей ситуации в сообществах и окружающей их среде. Очень важно проводить доскональное исследование в целях планирования и мониторинг текущего хода проекта, поскольку только таким путем можно обеспечить соответствие формата проекта существующим реалиям (обстоятельствам).

## 3) Важность местных ресурсов

Реализация проекта доказала эффективность низко-затратного подхода к активизации сообществ через применение возможных местных ресурсов, которые легко доступны в регионе. Делая ставку на доступные местные ресурсы, все же необходимо также тщательно изучать возможности финансовой помощи или помощи в какой-либо другой форме для эффективной активизации сообществ.

## Глава 5 Рекомендации для Достижения Общей Цели Проекта

### 5.1 Введение

Всеобъемлющей целью проекта является «социально-экономическое оживление в Иссык-Кульской области в гармонии с сохранением окружающей среды» (см. Приложение 2). Достижение общей цели ожидается в течение пяти лет после завершения проекта. Поэтому ожидается, что ИКОГА, как исполняющая сторона проекта, продолжит проектную деятельность для достижения общей цели проекта через применение технологий, переданных Экспертной группой в течение деятельности J-СЕР.

В свете нынешней ситуации в Кыргызской Республике вполне понятно, что в ближайшем будущем будет очень много неопределенностей в национальной административной системе, от центрального до локального уровня. Однако важность социально-экономического оживления не изменится, как универсальная необходимость для людей Иссык-Кульской области и Кыргызской Республики, в целом.

Соответственно, от ИКОГА ожидается продолжение проектной деятельности с использованием рекомендаций Экспертной Группы, представленных в данной главе.

### 5.2 Создание отдела, ответственного за продвижение движения ОСОП

ИКОГА рекомендуется создать отдел, ответственный за продвижение бизнеса, основанного на сообществе, через движение ОСОП. Основная роль отдела должна состоять в следующем:

- (i) Предоставлять руководство заинтересованным группам (ООС, ассоциациям, СМБ и индивидам) по вопросам начала бизнеса, основанного на сообществе, с использованием Руководства по распространению движения ОСОП, подготовленного Экспертной группой.
- (ii) Собирать соответствующую информацию по кредитным возможностям; ресурсным персонам; услугам поддержки; официальным процедурам, требующимся для получения разрешений/сертификатов, т.е. для начала и ведения бизнеса, основанного на сообществе.
- (iii) Организовать и создать орган, временно названный «Комитет ИК Бренда», с приглашением представителей из пилотных ООС, местных производителей, партнерских гостевых домов/гостиниц и НПО
- (iv) Разработать критерии ИК Бренда и отбирать продукцию ИК Бренд на основе критериев на заседаниях Комитета ИК Бренда. Подобные заседания должны проводиться, по крайней мере, два раза в год – один раз для продукции летнего сезона, а второй раз для продукции зимнего сезона.
- (v) Проводить мониторинг деятельности групп, включая пилотные ООС, чтобы данные по запуску и ведению бизнеса, основанного на сообществе, аккумулировались в отделе.
- (vi) Поддерживать деятельность КСИМ в сотрудничестве с ИЭМ и НПО (см. Разделы 5.5 и 5.6).
- (vii) Предоставлять группам, которые производят продукцию ИК Бренд, информацию о

выставках и ярмарках, чтобы они могли демонстрировать и продавать свою продукцию на этих мероприятиях.

В частности, в рамках выше приведенных ролей (i) и (v) ИКОГА будет использовать существующие административные каналы РГА и АО, поскольку заинтересованные группы не всегда посещают ИКОГА.

Также рекомендуется, чтобы ИКОГА провела переговоры по ряду ниже приведенных вопросов с центральным правительством, несущим ответственность за бизнес, основанный на сообществе и СМБ (хотя ситуация по данной теме в рамках нового правительства, одобренного гражданами Кыргызстана в июле 2010 года, пока еще не прояснилась).

- (i) Упрощение процедур, необходимых в настоящее время для открытия бизнеса, основанного на сообществе. Как представлено в Таблице 2.3.3, ООС 1-го цикла пришлось обойти более чем 10 инстанций, согласно законодательству, для получения разрешения/подтверждения на открытие и ведение бизнеса, основанного на сообществе. Более того, затраты финансовых средств и времени, требующихся для каждой процедуры, отличались в зависимости от места расположения инстанции даже в рамках одной и той же процедуры. Поэтому затраты и процесс прохождения процедур должны быть унифицированы и прозрачны.
- (ii) Утверждение центральным правительством создания отдела, несущего ответственность за продвижение бизнеса, основанного на сообществе через движение ОСОП, и выделение на его нужды определенного бюджета. Идеальным количеством сотрудников в отделе будет 4 сотрудника со следующей специализацией для выполнения своих функций/деятельности: i) начальник (менеджмент), ii) специалист А (экономика), iii) специалист В (туризм) и iv) специалист С (право).

### **5.3 Создание модельных ООС**

В рамках проекта, было обучено 6 ООС с целью создания из них модели ведения бизнеса, основанного на сообществе через движение ОСОП.

Движение ОСОП является подходом эндогенного развития. Людям дается возможность развивать свои регионы через продвижение бизнеса, основанного на сообществе, при этом используя в полной мере потенциальные местные ресурсы и капитал и сохраняя окружающую среду. Это и есть дух движения ОСОП.

Этот тип развития не рассчитан изначально на оказание большого влияния на экономическое развитие на индивидуальной основе, поскольку каждая деятельность в рамках такого развития, как правило, имеет малый масштаб и задействует также малый объем капитала и ресурсов. Но совокупность эффектов множества малых бизнесов может обеспечить стабильное и устойчивое развитие региона.

Однако люди склонны верить в то, что открытие бизнеса требует больших начальных инвестиций и что бизнес могут начать только те, кто смог получить оборудование и другие условия. Видеть значит верить. Поэтому, чтобы освободить людей от стереотипов мышления о бизнесе, необходимо представить им иную – новую модель развития. Модели можно представить через соответствующие мероприятия, антенна – магазин, организацию обучающихся

туров, создание возможностей для презентаций и т.п.

Это будут модели не только для представителей сообщества, которые могут быть заинтересованы в ведении бизнеса, но и для органов местного самоуправления, намеренных продвигать движение ОСОП.

Для того, чтобы показать отдельные модели, рекомендуется отобрать опытные группы, которые обладают сильным желанием и приверженностью идее продолжения своей деятельности, нежели просто пытаются получить внешнюю помощь. Движение ОСОП может включать в себя разные виды деятельности – «групповая деятельность сообщества» и «малый бизнес», но без готовности вести «бизнес», который может быть сопряжен с рисками и требует бесконечных проб и ошибок, невозможно преодолеть трудности.

#### **5.4 Взаимодействие в сети с туристическим и частным секторами и другими заинтересованными сторонами**

Движение ОСОП будет активировано тогда, когда будет вовлечен более широкий круг производителей и других заинтересованных сторон.

В рамках J-СЕР в осуществление пилотного проекта было вовлечено множество сторон, поскольку целью реализации проекта было i) проверить эффективность движения ОСОП через практическое внедрение ОСОП деятельности, ii) подобрать подходящую операционную систему в контексте Иссык-Кульской области в Кыргызской Республике. В целях проверки и изучения ситуации в рамках двух выше приведенных задач, мероприятия проекта проводились на параллельной основе (одновременно) – только так можно было получить быстрые результаты, чтобы как можно раньше поделиться информацией о них с заинтересованными сторонами.

В частности, неизбежно сотрудничество с туристическим сектором, поскольку движение ОСОП направлено на региональное развитие с использованием местных ресурсов. Потенциальными партнерами сотрудничества являются гостиницы и гостевые дома, рестораны и кафе, и сувенирные магазины для туристов. Движение ОСОП может способствовать росту туризма через обеспечение туристического сектора уникальной продукцией, которая, став приобретением туристов в качестве подарков для своих друзей и близких, сможет представлять и рекламировать регион уже среди других потенциальных туристов и в других странах.





**Схема 5.4.1 Сеть взаимодействия заинтересованных сторон, вовлеченных в пилотный проект J-SEP**

Для дальнейшего стабильного продвижения движения ОСОП не обязательно неукоснительно соблюдать выше приведенную идеальную систему взаимодействия заинтересованных сторон. Рекомендуется для начала отталкиваться от того, что есть на данный момент в данной местности.

В рамках проекта для управления КСИМ был нанят менеджер магазина, который осуществлял деятельность магазина под началом НПО – суб-контрактера и совместно со студентами-волонтерами из Иссык-Кульского Государственного Университета. Мобилизация студентов университета для волонтерской деятельности в движении ОСОП показала свою эффективность в двух смыслах – она создает больше человеческих ресурсов и дает возможности и пространство для развития потенциала молодежи.

### 5.5 Стабильная деятельность КСИМ и его расширение

Одним из важных методов стратегического продвижения движения ОСОП является наличие места, где будет проводиться презентация движения ОСОП и его продукции. Таким местом, как правило, являются исследовательские магазины или антенна – магазины. Подобные магазины выполняют следующие функции: i) презентация и продажа продукции ОСОП (включая функции распространения – дистрибьютера), ii) продвижение ОСОП деятельности, iii) проведение маркетинговых исследований по нуждам и интересам потребителей. В зависимости от организатора и финансовых ресурсов можно создать различные виды магазинов данной категории – от маленького пространства в зданиях государственных администраций до открытия независимого магазина в столице.

В рамках проекта КСИМ, расположенный в здании ИЭМ Иссык-Кульского Государственного

Университета, был открыт для презентации и маркетинговых исследований продукции ОСОП, согласно договору между Университетом и ИКОГА. Как отмечено в Разделе 2.3.5, КСИМ играл важную и многостороннюю роль в продвижении продукции ОСОП через такие виды деятельности, как ознакомление, продвижение и продажа продукции ОСОП, проведение опроса потребителей, обеспечение связи производителей и рынков, управление продажами, ведение инвентаризации запасов и т.п.

Продвижение и продолжение движения ОСОП очень нуждается в подобной категории ключевого представителя (агента), который смог бы стать двигателем в продвижении продукции (особенно, с точки зрения организационных моментов).

## **5.6 Сотрудничество с носителями местных ресурсов, включая НПО**

Существует много способных местных организаций, которые могут внести огромный вклад в движение ОСОП.

Учитывая то, что местные НПО являются структурами, укорененными в регионе и преданными миссии его развития, сотрудничество с НПО для развития движения ОСОП является эффективным. В частности, НПО являются носителями местных ресурсов, которые очень рекомендуется использовать для развития региона в условиях ограниченности ресурсов на уровне государственной и местной администраций ИКОГА.

НПО могут эффективно поддерживать процессы активизации сообществ, которые требуют затрат времени. К числу такой поддержки относятся социальная мобилизация, базовые исследования и операционное консультирование для реализации ОСОП деятельности, требующей определенных навыков, опыта и частой коммуникации с сообществами. Существуют также различные проекты/программы, которые могут обеспечить технические тренинги и/или займы для инновации движения ОСОП, адресных сообществ и МСБ. Эти ресурсы также выгодны для продвижения движения ОСОП. Применение местных ресурсов внесет вклад в развитие потенциала этих сторон через ТБОР, которые могут обогатить устойчивый региональный потенциал по оживлению региона.



## **Приложенные Таблицы**





Таблица 2.1 Фактический График Реализации ( Фаза 2)

№.	Наименование работ	2007		2008												2009												2010														
		11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8							
	<b>3-е Полевое Исследование в КР</b>	■																																								
2,01	Разработка стратегий ПАС	■																																								
2,02	Отбор продуктов ОСОП и пилотных сел/сообществ 1-го цикла	■	■	■																																						
2,03	Основное исследование в отобранных сообществах				■	■																																				
2,04	Системы институционального укрепления			■	■																																					
2,05	Подготовка пилотных проектов 1-го цикла			■	■	■																																				
	реализация пилотных проектов 1-го цикла																																									
2,06	ТО (2), СУК (2) и Семинар																																									
	<b>4-е Полевое Исследование в КР</b>																																									
2,07	Реализация пилотного проекта 1-го цикла																																									
2,08	Подготовка пилотных проектов 2-го цикла																																									
	2-й Учебный тренинг в Японию																																									
2,09	Оценка деятельности пилотных проектов																																									
2,10	ТО (3), СУК (3) и Семинар																																									
	<b>5-е Полевое Исследование в КР</b>																																									
	Реализация пилотного проекта 1-го цикла																																									
2,11	Реализация пилотного проекта 2-го цикла																																									
	СУК (4)																																									
	3-й Учебный тренинг в Японию																																									
	ТО (4), СУК (5) и Семинар																																									
2,12	Оценка деятельности пилотных проектов																																									
2,13	Подготовка руководства по деятельности ПАС и распространение																																									
2,14	Подробный план деятельности по усилению сообщества																																									
2,15	Совместная оценка деятельности ПАС																																									
	Поддержка Завершающей Оценочной Миссии Штаб-квартиры JICA																																									
	СУК (6) и Семинар																																									
2,16	Составление ФО и проведение Финального заседания СУК																																									

Примечание: Не пронумерованные наименования работ не были представлены в рабочем плане ПО

Таблица 2.2 Лист Потенциальных ОСОП Продуктов в Иссык-Кульской Области (1/2)

№	Продукты	Ак-Суу	Тюп	Иссык-Куль	Тон	Жети-Огуз	Всего
1	Облепиховое масло, джем, лекарства	2		1	1	3	7
2	Природный газ из навоза	4				1	5
3	Грибы	1				1	2
4	Молоко, сыр, масло	1				1	2
5	Цигейковая продукция	1					1
6	Деревянная мебель	1					1
7	Целебные травяные напитки	1					1
8	Гидро-энергия	2					2
9	Декоративная голубая ель	1					1
10	Колбаса	1					1
11	Смородиновое вино	1					1
12	Смородиновый сок					1	1
13	Ивовые корзины и сувениры	1		2		1	4
14	Засолы из огурцов, помидоров, капусты	1					1
15	Национальные тапочки	1					1
16	Овощи и фрукты	1					1
17	Календула	1	1				2
18	Лекарственные растения	2					2
19	Валериана		1				1
20	Ромашка		1				1
21	Шерстянные изделия	2					2
22	"Гулазык" традиционное блюдо	1					1
23	Седло	1					1
24	Яблочный сок, уксус	1	1	2			4
25	Мука, хлеб		1				1
26	Шампанское, вино (роза, малина, виноград)		1				1
27	Брынза		1				1
28	Известь, цемент, шифер		1				1
29	Мазь репейника		1				1
30	Камышовые корзины		1				1
31	Кирпичи		1			1	2
32	Кроличье мясо/шкурки		1				1
33	Шерстянные одеяла, шырдак, тапочки		1	1			2
34	Мед		1	1			2
35	Кожанная конная амуниция		1				1
36	Камышовая мебель, сувениры		1				1
37	Войлочные сувениры и изделия		1			1	2
38	Клубничное варенье, сок		1				1
39	Консервированные паттисоны			1			1
40	Абрикосовое масло			1			1
41	Рыболовство			1			1
42	Юрты			1	1		2
43	Корм для скота			1			1
44	Брюссельская капуста			1			1
45	Хмелевой экстракт			1			1
46	Ликер, вино из малины			1			1
47	Сувениры из природных материалов			1			1
48	Корень солодки			2			2
49	Сувениры из дерева			1			1
50	Пескостройки			1			1



Таблица 2.2 Лист Потенциальных ОСОП Продуктов в Иссык-Кульской Области (2/2)

№	Продукты	Ак-Суу	Тюп	Иссык-Куль	Тон	Жети-Огуз	Всего
51	Шкуры, мясо МРС и коз			4			4
52	Варенье, сок, сухофрукты из королевского абрикоса			1			1
53	Барбарисовое варенье			1			1
54	Масло из грецкого ореха			1			1
55	Лекарства из подорожника			1			1
56	Варенье и сухофрукты из красного урюка			1			1
57	Абрикосовый сок				1		1
58	Камыш-сувениры				1		1
59	Горячий источник "Бар-Булак"				1		1
60	Кварцевый песок				1		1
61	Радужная форель				1		1
62	Целебная вода из источника				1		1
63	Чекенде-целебная трава				1		1
64	Эрбоцин-целебная трава				1		1
65	Картофельный крахмал				1		1
66	Мрамор				1		1
67	Двери, окна из дерева				1	2	3
68	Цех по вышиванию				1		1
69	Яблоки-варенье, сок, сушки				1		1
70	Боярышник-варенье, вино, лекарства				1		1
71	Малина-варенье, сок				1		1
72	Яки-мясо, шкура				1		1
73	Ташкентский абрикос-варенье, сок				1		1
74	Бобы в рассоле				1		1
75	Фруктовый сок					3	3
76	Шерсть для юрты					1	1
77	Абрикосовое варенье					2	2
78	Сушеный чеснок					1	1
79	Барбарис-настойки, травы					2	2
80	Подсолнечные семечки					1	1
81	Элементы юрты-уук, тундук					1	1
82	Дунганские салаты					1	1
83	Минеральная вода					1	1
84	Радиола розовая-настойки					1	1
85	Рыбные консервы, икра					2	2
86	Гречиха					1	1
87	Горячие источники					1	1
88	Сурепное масло					1	1
89	Капуста					1	1
	<b>Всего</b>	<b>28</b>	<b>18</b>	<b>29</b>	<b>20</b>	<b>32</b>	<b>127</b>

Таблица 2.3 Назначение ДП, МП и членов ОРП для J-СЕР

Должность персонала ПГО	ФИО	Должность в Иссык-Кульской Областной Государственной Администрации	2007			2008			2009			2010					
			2-й год (I)			2-й год (2)			3-й год			4-й год			5-й год		
			1-й год	2-й год	3-й год	1-й год	2-й год	3-й год	1-й год	2-й год	3-й год	1-й год	2-й год	3-й год	1-й год	2-й год	3-й год
Директор проекта	Алыбаев К.К.	Первый заместитель главы	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Советник ОРП	Мамедова С.А.	Заместитель главы	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Менеджер проекта	Иманалиев А.Ч.	Заведующий отделом развития внешнеэкономических связей и туризма	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
	Ибраев Б.	Заведующий сектором по поддержке предпринимательства и туризма, и отдела экономического развития и привлечения инвестиций	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Член ОРП	Мамедова С.А.	Заведующий отделом МПТТ	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
	-также-	Заместитель главы	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
	Альмобеков Азабек	Ведущий специалист отдела промышленности, транспорта и коммуникаций	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
	Мамырова Гульнара	Главный специалист по кадровым вопросам отдела организационной работы и местного самоуправления	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Член ОРП	Орзова Г.Ж.	Ведущий специалист отдела социально-культурного развития	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
	Байызов Тилек	Ведущий специалист отдела экономического развития, промышленности и коммуникаций	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
	Капчаев Азамат	Главный специалист территориального отдела Северного межрегионального управления	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
	Сулайманов Руслан	Специалист отдела социального развития и здравоохранения	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Член ОРП	Мамбеткулов Т.Б.	Главный специалист отдела развития внешнеэкономических связей и туризма	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
	Дунгаев Максат	Ведущий специалист отдела аграрного развития и перерабатывающей промышленности	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
	Балпаев Чынгыз	Ведущий специалист отдела агропромышленного развития и природопользования	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

■ : Фактическое назначение, ■ : Планируемое назначение

**Таблица 2.4**

**Потенциальные продукты ОСОП Иссык-Кульской Области (Ак-Суйский, Тюпский и Жеты-Огузский Районы) с баллами на основе критерий**

№	Продукты	Экспертная группа	Члены ОРП	Всего	Продукты с высокими баллами*
1	Облепиховое масло, джем, лекарства	20	9	29	
2	Грибы	7	11	18	
3	Молоко, сыр, масло	17	20	37	*
4	Цигейковая продукция	12	8	20	
5	Деревянная мебель	10	13	23	
6	Целебные травяные напитки	15	13	28	
7	Декоративная голубая ель	15	19	34	
8	Колбаса	10	15	25	
9	Смородиновое вино	16	11	27	
10	Смородиновый сок	16	10	26	
11	Ивовые корзины и сувениры	13	10	23	
12	Засолы из огурцов, помидоров, капусты	8	14	22	
13	Национальные тапочки	12	9	21	
14	Овощи и фрукты	19	18	37	*
15	Календула	20	13	33	
16	Лекарственные растения	20	14	34	
17	Валериана	20	8	28	
18	Ромашка	20	8	28	
19	Шерстянные изделия	15	12	27	
20	"Гулазык" традиционное блюдо	7	5	12	
21	Седло	7	10	17	
22	Яблочный сок, уксус	21	17	38	*
23	Мука, хлеб	16	16	32	
24	Шампанское, вино (роза, малина, виноград)	7	13	20	
25	Брынза	11	13	24	
26	Известь, цемент, шифер	14	18	32	
27	Мазь репейника	11	5	16	
28	Камышовые корзины	11	5	16	
29	Кирпичи	9	11	20	
30	Кроличье мясо/шкурки	15	7	22	
31	Шерстянные одеяла, шырдак, тапочки	15	16	31	
32	Мед	21	21	42	**
33	Кожанная конная амуниция	7	10	17	
34	Камышовая мебель, сувениры	13	5	18	
35	Войлочные сувениры и изделия	15	13	28	
36	Клубничное варенье, сок	13	14	27	
37	Двери, окна из дерева	10	16	26	
38	Абрикосовый и яблочный сок	21	19	40	**
39	Шерсть для юрты	11	10	21	
40	Абрикосовое варенье	21	21	42	**
41	Сушеный чеснок	14	14	28	
42	Барбарис-настойки, травы	18	11	29	
43	Подсолнечные семечки	15	13	28	
44	Элементы юрты-уук, тундук	13	14	27	
45	Дунганские салаты	10	14	24	
46	Минеральная вода	14	12	26	
47	Радиола розовая-настойки	6	3	9	
48	Рыбные консервы, икра	11	10	21	
49	Гречиха	11	10	21	
50	Сурепное масло	10	6	16	
51	Капуста	10	13	23	

\*\* : Более чем 40, \* : от 35 до 39

**Таблица 2.5 Критерии Отбора Пилотных Сел/Сообществ 1-го Цикла**

Критерии		Баллы	Ссылки	
Жамаат	Организационный уровень	Имеется ли у Жамаата опыт работы в одной команде?	Хорошо 5	
		Каким образом осуществляется работа (наличие структуры и системы)?	Удов. 3	
			Неудов. 1	
	Чувство ответственности членов	Все ли члены Жамаата (ЧЖ) активно участвовали в мероприятиях? Не слишком ли ЧЖ полагаются на лидера? Понимают и поддерживают ли семьи их работу?	Высокий 5	*Презентация *Обобщенная информация фасилитаторов
			Средний 3	
Низкий 1				
Участие в мероприятиях (посещаемость)	Сколько % из ЧЖ участвовали в семинарах?	80~100% 5	*Отчет посещаемости	
		60~79% 3		
		30~59% 1		
Лидерство	Имеется ли у Жамаата лидер? Каким образом он/она управляет группой? Доверяют ли ЧЖ своему лидеру?	Хорошо 5	*Презентация *Обобщенная информация фасилитаторов *План Действий	
		Удов. 3		
		Неудов. 1		
Понимание ОСОП Движения	Сколько % из членов участвовали в ориентационном семинаре (Работа А)?	80~100% 5	*Отчет посещаемости Работы А	
		60~79% 3		
		30~59% 1		
МСУ	Вовлеченность АО	Участвовал ли глава АО и/или сотрудники АО в мероприятиях? Поддерживали ли они организацию семинаров?	Хорошо 5	
			Удов. 3	
			Неудов. 1	
	Вовлеченность РГА	Участвовал ли глава РГА и/или сотрудники РГА в мероприятиях? Поддерживали ли они организацию семинаров?	Хорошо 5	*Презентация *Обобщенная информация фасилитаторов *Участие в Работе А
			Удов. 3	
Неудов. 1				
ОСОП	Имеет ли АО конкретную идею каким образом МСУ может поддержать ОСОП движение?	Сильно 5	*Презентация *План Действий	
		Достаточно 3		
		Немного 1		
План Действий	Компетентность	Компетентно и приемлемо ли качество Плана Действий для поддержки со стороны J-СЕР?	Хорошо 5	
			Удов. 3	
			Неудов. 1	
	Осуществимость (процедура)	Практична и осуществима ли процедура производства (сырье ~ маркетинг/сбыт) ?	Хорошо 5	*План Действий
			Удов. 3	
Неудов. 1				
Осуществимость (финансово)	Практичен и осуществим ли План Действий с финансовой точки зрения?	Хорошо 5	*План Действий	
		Удов. 3		
		Неудов. 1		
Реализуемость продукта	Конкурентоспособность	Достаточно ли конкурентоспособен продукт, чтобы конкурировать с другими производителями?	Высокий 3	
			Средний 2	
			Низкий 1	
	Потенциальность как подарка из Ысыккуля?	Достаточно ли привлекателен продукт, чтобы быть выбранным в качестве подарка из Ысыккуля туристами и местным населением?	Высокий 3	*Отчет по маркетинговому исследованию
			Средний 2	
			Низкий 1	
	Местный рынок	Каков уровень сбыта продукта на территории Ысыккульской области?	Высокий 3	*Отчет по маркетинговому исследованию
			Средний 2	
Низкий 1				
Бишкекский рынок	Каков уровень сбыта продукта в Бишкеке?	Высокий 3	*Отчет по маркетинговому исследованию	
		Средний 2		
		Низкий 1		

Таблица 2.6 Издержки на Ремонтную Деятельность (1-й цикл)

	Наименование	Жергез	Чон-Кызыл-Суу	Саруу	Маман
Вклад от ЖСР	Реконструкция Цеха	41 426	36 488	66 626	40 456
	Первоначальные расходы на оформление официальных документов (относительно открытия производственного цеха, водоснабжение и т.д.)	5 524	3 498	6 498	3 000
Начальная стоимость	Инструменты и Оборудование:	16 820	15 110	16 920	9 910
	<b>Подитог (а)</b>	<b>63 770</b>	<b>55 096</b>	<b>90 044</b>	<b>53 366</b>
Текущие расходы	Расходы на оформление официальных документов (Приобретение лесных билетов, мед. обследование, проверка готовой продукции, и т.д.)	5 971	6 451	2 687	4 008
	Ингредиенты (сахар и пектин)	15 412	9 631	0	0
	Упаковочные материалы, стеклянные банки	50 953	34 872	1 549	856
	Электроэнергия, вода и т.д.	750	1 500	1 606	880
	Патентная пошлина (Налог)	3 600	2 448	2 500	3 300
	<b>Подитог (б)</b>	<b>76 686</b>	<b>54 902</b>	<b>8 342</b>	<b>9 044</b>
<b>Вклад от ЖСР</b>	<b>Общая сумма (а) + (б)</b>	<b>140 456</b>	<b>109 998</b>	<b>98 386</b>	<b>62 410</b>

Примечание:

1. По субконтракту транспортные расходы на доставку упаковочных материалов, продукции на рынок и т.д. были финансированы ЖСР. Так как, они доставлялись каждому жамаату не отдельно, а всем вместе, включая некоторую другую работу, невозможно узнать сколько было потрачено на каждый жамаат.

Таблица 2.7 Оценочный Лист 3-го Тура Отбора Пилотных Сел/Сообществ 2-го Цикла (1/2)

## Аксайский район [10 жаматов]

Айыл Окмоту		Ак-Булуң	Боз Учук					Кереге-Таш	Октябрь		Отрадный	
Село		не имеется	Боз Учук					Ичке-Жергеэ	Кереге-Таш	Маман		Шапак
Жамаат		Ак Бата	Айымбача	Ноокор	Уздар	Зергер	Зирек	не имеется	Арашан	Бекбекей	Хан тенир	
Регистрация		05.06.05	05.04.00	2004	20.04.03	2003	20.08.06	05.06.05	не имеется	09.03.06	20.09.04	
Количество членов		10	4	5	5	3	5	2	не имеется	12	5 семей	
Производство		продукция из ягод барбариса	сувениры	обработка дерева	сувениры	пекарня	обработка дерева	обработка дерева	обработка дерева	выращивание лекарственных трав	сувениры	войлочные изделия
Соответствие Иссык-Куль Бренду	ОРП	14	10	18	14	12	18	10	12	12	16	14
	ЭГ ЛСА	24	18	12	28	14	18	15	14	22	25	26
Опыт в целевом производстве	ОРП	0	12	12	12	12	12	12	14	12	12	12
	ЭГ ЛСА	7	16	24	22	15	17	20	24	16	28	20
Поддержка МСУ (ОГА, РГА, АО)	ОРП	12	12	12	12	12	12	12	14	0	12	20
	ЭГ ЛСА	26	24	28	24	24	14	22	29	7	24	36
Перспективы производства	ОРП	12	10	8	14	12	10	8	12	12	12	14
	ЭГ ЛСА	32	18	16	16	15	7	12	21	8	24	20
Всего		127	120	130	142	116	108	111	140	89	153	162
Средний	ОРП	9,50	11,00	12,50	13,00	12,00	13,00	10,50	13,00	9,00	13,00	15,00
	ЭГ ЛСА	11,13	9,50	10,00	11,25	8,50	7,00	8,63	11,00	6,63	12,63	12,75
	Средний	10,58	10,00	10,83	11,83	9,67	9,00	9,25	11,67	7,42	12,75	13,50

## Тюпский район [2 жамаата]

Айыл Окмоту		Карасаевский			
Село					
Жамаат		Ак Шоола	Албан		
Регистрация		2003	1996		
Количество членов		7 (Ж5, М2)	6 (Ж3, М3)		
Производство		войлочные изделия и приданное	выращивание лекарственных трав	жив-водство	выращивание зерновых культур
Соответствие Иссык-Куль Бренду	ОРП	14	20	7	9
	ЭГ ЛСА	30	26	5	10
Опыт в целевом производстве	ОРП	16	16	9	11
	ЭГ ЛСА	34	26	7	9
Поддержка МСУ (ОГА, РГА, АО)	ОРП	18	0	0	0
	ЭГ ЛСА	35	2	2	2
Перспективы производства	ОРП	16	18	11	11
	ЭГ ЛСА	30	26	10	10
Всего		193	134	51	62
Средний	ОРП	16,00	13,50	6,75	7,75
	ЭГ ЛСА	16,13	10,00	3,00	3,88
	Средний	16,08	11,17	4,25	5,17

**Таблица 2.7** Оценочный Лист 3-го Тура Отбора Пилотных Сел/Сообществ 2-го Цикла (2/2)

**Жети-Огузский район [22 жамаата] (1/2)**

Айыл Окмоту		Барскоон							Жети-Огуз		Дархан			
Село		Барскоон							Жети-Огуз	Чырак	Дархан	не имеется	Жаргылчак	
Жамаат		ОсОО "Ак Орго"		Азийне	Жаштык-Кол	Караколка Уздары	Онор Булагы	Асылзат	Келечек	Ак пейил	Ай Данек	Ак Тилек		
Регистрация		28.02.95		24.10.05	не зарег.	13.03.06	11.03.04	апр.04	июн.06	27.10.08	27.10.08	02.02.06		
Количество членов		24		15	7	8	6	4	10	3	5	6		
Производство		боз уй	сувениры	плетенные корзины из ивы	сувениры	обработка шкуры	сувениры	сувениры	сувениры	сувениры	обработка фруктов	обработка фруктов	сувениры	
Соответствие Иссык-Куль Бренду	ОРП	14	14	14	14	14	12	12	12	12	10	16	12	10
	ЭГ ЛИСА	12	31	29	22	23	32	20	32	23	21	22	21	22
Опыт в целевом производстве	ОРП	20	20	20	14	14	8	14	16	12	18	6	10	12
	ЭГ ЛИСА	33	31	23	12	20	26	18	32	20	21	9	7	18
Поддержка МСУ (ОГА, РГА, АО)	ОРП	12	12	12	12	12	14	12	14	0	10	16	18	20
	ЭГ ЛИСА	23	23	23	15	18	23	24	27	2	14	25	26	33
Перспективы производства	ОРП	20	20	20	14	14	16	16	16	14	12	12	14	14
	ЭГ ЛИСА	24	28	28	20	25	31	26	31	10	14	12	16	14
<b>Всего</b>		<b>158</b>	<b>179</b>	<b>169</b>	<b>123</b>	<b>140</b>	<b>162</b>	<b>142</b>	<b>180</b>	<b>93</b>	<b>120</b>	<b>118</b>	<b>124</b>	<b>143</b>
Средний	ОРП	16,50	16,50	16,50	13,50	13,50	12,50	13,50	14,50	9,50	12,50	12,50	13,50	14,00
	ЭГ ЛИСА	11,50	14,13	12,88	8,63	10,75	14,00	11,00	15,25	6,88	8,75	8,50	8,75	10,88
	Средний	13,17	14,92	14,08	10,25	11,67	13,50	11,83	15,00	7,75	10,00	9,83	10,33	11,92

**Жети-Огузский район [22 жамаата] (2/2)**

Айыл Окмоту		Кызыл-Суу	Липенка	Оргочор		Саруу		Тамга				Ырлык		
Село		Ичке-Булу	Боз Бешик	Оргочор		Саруу		Тамга	Тосор	не имеется	не имеется	Жон Булак	Балтабай	
Жамаат		Береке	Онор Булагы	Ширин	не имеется		Айнура	Уз Чебер	Ак Чий	Эрбол	не имеется	Алмаз Боталиев	Асем	Шоола
Регистрация		15.10.04	30.06.05	15.07.2008	20.07.08		01.10.00	12.07.06	2004	18.05.07	2006	2005	05.05.04	2004
Количество членов		6	5	5	3 (F (1) M (2))		2	4	5	5	5	3	10	6
Производство		сувениры	сувениры	варенье	обработка шерсти и хлопка	производство кирпича	швейное производство	сувениры	сувениры	сувениры	производство о пельменей	обработка дерева	кондитерская	сувениры
Соответствие Иссык-Куль Бренду	ОРП	10	10	18	8	6	8	10	10	12	6	6	8	14
	ЭГ ЛИСА	18	18	36	12	8	11	19	15	23	9	14	11	27
Опыт в целевом производстве	ОРП	10	6	16	14	14	10	12	12	12	8	12	10	20
	ЭГ ЛИСА	23	19	31	21	25	22	19	23	25	24	20	29	35
Поддержка МСУ (ОГА, РГА, АО)	ОРП	12	14	12	0	0	3	12	20	20	18	20	0	18
	ЭГ ЛИСА	27	35	17	2	2	31	24	33	33	36	33	2	31
Перспективы производства	ОРП	10	12	16	16	16	12	12	12	12	8	10	10	20
	ЭГ ЛИСА	20	18	34	18	18	14	14	14	20	18	12	25	30
<b>Всего</b>		<b>130</b>	<b>132</b>	<b>180</b>	<b>91</b>	<b>89</b>	<b>111</b>	<b>122</b>	<b>139</b>	<b>157</b>	<b>127</b>	<b>127</b>	<b>95</b>	<b>195</b>
Средний	ОРП	10,50	10,50	15,50	9,50	9,00	8,25	11,50	13,50	14,00	10,00	12,00	7,00	18,00
	ЭГ ЛИСА	11,00	11,25	14,75	6,63	6,63	9,75	9,50	10,63	12,63	10,88	9,88	8,38	15,38
	Средний	10,83	11,00	15,00	7,58	7,42	9,25	10,17	11,58	13,08	10,58	10,58	7,92	16,25





**Таблица 2.9 Затраты на Ремонтные работы (2-й Цикл)**

Жамаат	Расходы (в сомах)				Источник финансирования			
	Ремонтные работы*	Материалы	Транспортировка	Непредвиденные расходы (15%)	Всего	Вклад жамаата	Ј-СЕР (вкл. 15 %)	АО
"Ак Шоола"	19 108	81 280	1 000	3 010	<b>104 398</b>	68 788	23 075	12535**
"Онор Булагы"	14 780	33 340	2 000	5 532	<b>55 652</b>	13 240	42 412	0

\* Расходы на ремонтные работы включает стоимость необходимого оборудования, такие как шерсто-чесальный аппарат в случае жамаата Ак Шоола, которую жамаат получил от другой донорской организации в качестве гранта

\*\*Все жамааты получили помещения под цех в аренду от АО на безвозмездной основе.

В дополнение к этому Карасаевский АО предоставил б/у мебель и оказал финансовую поддержку жамаату "Ак Шоола".

## **Приложенные Схемы**



Схема 1.1 Диаграмма Деятельности

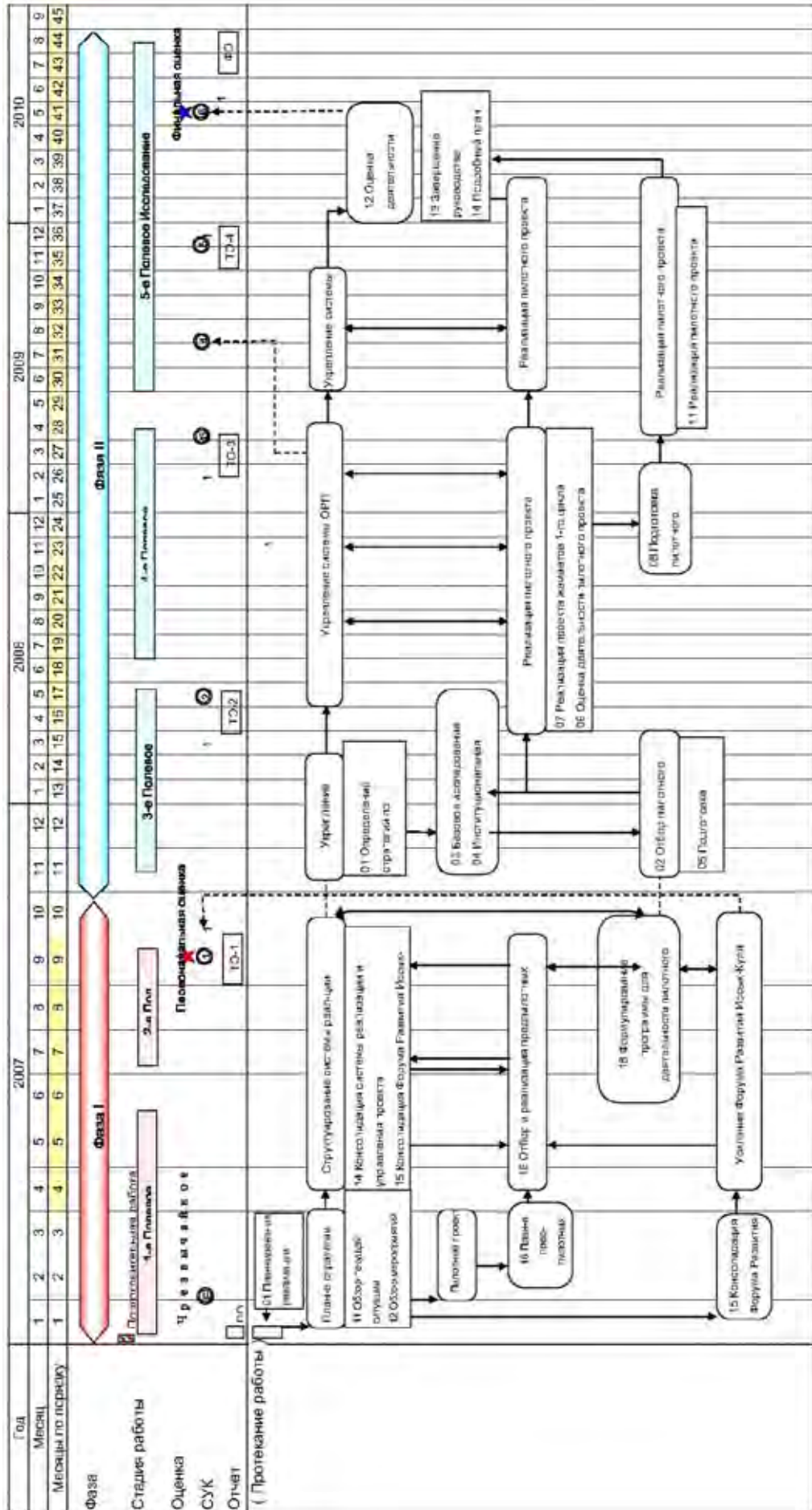


Схема 2.2 Изображение Потенциальной ОСОП Карты

