



АКАДЕМИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН

Курс переподготовки государственных служащих, назначенных
на административную государственную должность корпуса «Б»

Производственная молочная ферма «Адал өнім»

Руководитель проекта: Назаров Н.М.

Участники проекта: Сатыбалдиев Р.Т., Омаров А.Н.

Төлеуиярова М.Р., Имагамбетова Г.Е.

«Направлено на защиту»

Кабинет реализации и продвижения
образовательных программ
«26» февраля 2021 года

Подпись

г.Уральск 26 февраля 2021 года



Развитие малого и среднего бизнеса в Республике Казахстан для повышения устойчивости экономики

«Стимулирование экономического роста является одной из важнейших задач экономической политики любой страны, так как экономический рост способствует повышению благосостояния населения. Малый и средний бизнес является одним из факторов экономического роста.

Роль малого и среднего бизнеса незаменима при решении наиболее острых экономических и социальных задач. Не требуя значительных затрат со стороны государства, малый и средний бизнес способствует формированию «здоровой» конкурентной среды, установлению рыночного равновесия, созданию новых рабочих мест, формированию среднего класса, удовлетворению различных потребностей населения, что в конечном итоге приводит к обеспечению устойчивого экономического роста.

Опыт ведущих стран современного мира со всей очевидностью доказывает необходимость наличия в любой национальной экономике высокоразвитого и эффективного малого предпринимательского сектора. Поэтому экономический прорыв Казахстана невозможно осуществить без соответствующего этому развитию данного сектора экономики, так как именно он является тем элементом, который буквально тащит за собой экономическое и социальное развитие.

Сегодня назрела ситуация, когда малое предпринимательство должно использовать свою гибкость, мобильность, рыночную объективность для ускоренного поиска своего места в инновационной экономике. Государство, в свою очередь, должно создать благоприятные условия для реализации инициатив предпринимательской среды и нацелить свою помощь на те предприятия малого предпринимательства, которые имеют наибольший потенциал с точки зрения своей конкурентоспособности и повышения научно-технологического потенциала страны. Глава нашего государства в своем послании народу Казахстана «Казахстанский путь – 2050: Единая цель, единые интересы, единое будущее» относит развитие малого и среднего бизнеса к одним из приоритетных направлений экономической политики государства. Развитие малого и среднего бизнеса – вот главный инструмент индустриальной и социальной модернизации Казахстана в XXI веке [1]...

Малый бизнес занимает свое особое место в экономических отношениях, внедряя в них, прежде всего, нестандартные и инновационные подходы и решения. Наряду с этим он способствует формированию и укреплению среднего класса. Есть свои особые связи и направления взаимодействия малого бизнеса и властных структур. Несомненно воздействие деятельности малого бизнеса на формирование ряда позитивных черт и ценностных ориентаций личности, особенно молодого поколения.

Таким образом, малый бизнес выполняет не только экономические функции, он теснейшим образом связан со всеми сферами жизнедеятельности общества...»

Из Послания Президента Республики Казахстан Н.А. Назарбаева народу Казахстана «Казахстанский путь – 2050: Единая цель, единые интересы, единое будущее» // Казахстанская Правда, 18 января, 2014 год.



УСТАВ

№№	Наименование	Описание проекта
1	Краткое название инвестиционного проекта	Производственная молочная ферма «Адал өнім»
2	Инициаторы	Правление АО, отдел предпринимательства и сельского хозяйства, аким сельского округа, председатель СПК, АО «Фонд развития предпринимательства «Даму»
3	Предпосылки для обоснования проекта	Послание Президента РК о развитии малого и среднего бизнеса в РК
4	Цель реализации инвест.проекта:	Обеспечение ЗКО и близлежащие регионы молочными изделиями
5	Участники инвестиционного проекта (координаторы, инвесторы)	Правление АО, председатель СПК, АО «Фонд развития предпринимательства «Даму»
6	Срок реализации инвест.проекта и сроки выхода на проектную мощность	3 года
8	Риски проекта	Нехватка ресурсов, погодные условия, отсутствие финансирования
9	Целевые индикаторы и критерии инвестиционного проекта	Заполнение рынка молочной продукцией (75%), увеличение потребности натуральной молочной продукции (30%), уменьшение безработицы (0,2%), поступление налогов в бюджет района (0,3%). Критерии: достоверность, объективность, наглядность, наличие качественной составляющей.
10	Товар проекта	Молоко и молочные изделия
11	День презентации	26 февраля 2021 года



КРАТКИЙ АНАЛИЗ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОЕКТА





1. Стратегическое планирование выстраивает вектор развития предприятия из будущего в настоящее, фокусируясь на адаптации предприятия к требованиям изменяющейся внешней среды как факторе достижения наилучшего соответствия между предприятием и его окружением, как условия предвидения реального будущего и создания необходимых процедур и операций для достижения целей предприятия. Использование совокупности принципов стратегического планирования: холизма, непрерывности, гибкости, точности, участия, разумной целесообразности, обратной связи, системности и системных взаимосвязей, последовательности поэтапного достижения цели, вариантности стратегических решений и вероятности результатов позволяет обеспечить гармоничную взаимосвязь основных этапов процесса стратегического планирования: целеполагающая, анализа внешней и внутренней среды предприятия, выбора стратегий, и конкретных отличительных параметров этого процесса: позиционирования предприятий в бизнес-пространстве в рамках стратегического анализа, органической взаимоувязки процесса стратегического и тактического планирования, оценки, учета и развития потенциала предпринимательской деятельности, ориентации на оптимальное использование ресурсов, обеспечение всех установок стратегического планирования финансовой стратегией.

2. В процессе исследования установлено, что на предприятиях молочной промышленности сформировались объективные условия и существует настоятельная необходимость использования стратегического планирования как инструмента адаптации к внешним условиям. При этом предприятиям важно ориентировать свою деятельность на конкретный потребительский спрос, опираясь на использование имеющихся в мировой теории и практике инструментов маркетинговых исследований и маркетинговых технологий, результаты которых позволят разрабатывать эффективную продуктивно-маркетинговую стратегию.

3. Предпринимательская деятельность как полисистемный объект стратегического планирования ориентирована на достижение высокой конкурентоспособности способом встраивания предприятия в бизнес-пространство, формированием обратной связи и построением взаимоотношений с конкретным потребителем, развитием целенаправленной инновационной деятельности с целью удовлетворения быстроменяющихся, дифференцированных потребностей потребителей. Механизмом адаптации предпринимательской деятельности предприятий к требованиям рынка является непосредственно процесс стратегического планирования, в ходе которого обосновываются миссия предприятия и система стратегических целей, формируется стратегический план функциональных подсистем, структурных подразделений и бизнес-процессов, базирующийся на всестороннем анализе тенденций изменения внешней и внутренней среды и изучении потребительских предпочтений.



4. Внедрение стратегического планирования предпринимательской деятельности предприятиями молочной промышленности Западно-Казахстанского области, основанного на принципах маркетинга, ориентированного в русле основных направлений социально-экономического развития Казахстана, решения проблем национальной продовольственной безопасности и удовлетворения потребностей населения в здоровом питании, позволит предприятиям преодолеть негативные тенденции развития отрасли последних лет, выйти на качественно новый уровень ведения бизнеса, добиться высокой конкурентоспособности в долгосрочной перспективе.

5. Результаты проведенного стратегического позиционирования предприятий молочной промышленности Западно-Казахстанского области в бизнес-пространстве наглядно и точно отражают «проблемные зоны» их функционирования, выявляют первоочередные задачи, решение которых необходимо для выживания и развития предприятия в долгосрочной перспективе, дают возможность обозреть стратегические ориентиры развития предпринимательской деятельности предприятия, а также являются одной из отправных точек для формирования общей корпоративной стратегии и стратегического плана.

6. В ходе исследования установлено, что структура и динамика спроса на молочные продукты, а также факторы его формирующие претерпевают постоянные изменения, при этом отсутствие стратегической маркетинговой ориентации не позволяет производителям своевременно уловить их сущность и направление и адекватно отреагировать на них соответствующим изменением предложения, что подтверждают расчеты нереализованного потенциала потребительского рынка в 2020 г. на сумму 2,56 млрд. тенге и в объеме 359,91 тыс.т молочной продукции. Кроме того, выявлен дополнительный потенциал потребительского рынка, охватывающий около 40-45% населения края, который имеет, с одной стороны, наименьшие потребительские возможности в настоящее время, с другой - перспективы повышения уровня жизни как важной составляющей программных установок Послания Президента РК.

7. В ходе мониторинга покупательских предпочтений установлено, что оценка целевых приоритетов в РК в структуре потребления молочных продуктов включает в себе функцию ориентации современного производителя на такие критерии расширения ассортимента производимой продукции как здоровый образ жизни, включая спортивную окраску этого понятия (28 %), удовольствие (18 %), лечебное и диетическое питание (54 %). Выявлено также, что степень значимости таких детерминант (при дифференцированном потребительском выборе предпочитаемого производителя) как качество (50 %), вкус (33 %), цена (30 %) и состав продукта (5 %) определяет конкурентоспособность продукции молочной промышленности на локальном рынке.



8. На основе результатов проведенного мониторинга потребительских предпочтений сформировано три потребительских типа, представляющих крупные целевые сегменты рынка, дифференциация которых позволила сформировать базовый модуль продуктового профиля предприятия молочной промышленности, составляющий основу оптимального продуктового профиля, который в системной совокупности его номенклатурных позиций будет давать эффект синергии конкурентоспособности продукции и предприятия. Результаты указанного мониторинга составили основу стратегического SWOT-анализа предприятий молочной промышленности Западно-Казахстанской области.

9. Разработанная адаптационная модель стратегического планирования будет реализована в виде основных позиций стратегического плана ОАО «Производственная молочная ферма «Адал өнім» (район Бәйтерек). Аналитический блок модели составят результаты анализа тенденций развития молочной отрасли Казахстана и Западно-Казахстанской области, анализ дальнейшей внешней среды, анализ потребительского рынка, анализ внешних и внутренних возможностей, угроз, слабых и сильных сторон предприятия, стратегическое позиционирование предприятия в бизнес-пространстве, мониторинг потребительских предпочтений с охватом основных конкурирующих субъектов на локальном рынке. С учетом всех ключевых требований, при соблюдении основных теоретических принципов для ОАО «Производственная молочная ферма «Адал өнім» сформирована корпоративная стратегия и разработана конкретная практически значимая продуктивно-маркетинговая стратегия предприятия до 2030 г.

Научная новизна инвестиционного проекта определяется системно-функциональным характером разработки механизма реализации адаптационных возможностей стратегического планирования предпринимательской деятельности предприятий молочной промышленности.

Конкретное приращение научного знания заключается в следующих положениях: - в контексте адаптации ключевых принципов стратегического планирования к предпринимательской деятельности предприятий молочной промышленности обобщены основные аспекты процесса целеполагания: уточнено понимание категории «миссия», сформирована классификация целей предприятия по нескольким ключевым признакам, сформирован блок принципиальных требований к формированию системы целей предприятий;

- разработана типология стратегий в соответствии с существующими принципиальными подходами к планированию развития предпринимательской деятельности на основе сформированных автором критериев; произведена классификация эталонных базовых стратегий развития бизнеса с выделением основных характеристик и обуславливающих факторов; обобщена и авторизованна совокупность основных инструментальных средств, моделей и методов стратегического анализа;



- дана оценка взаимосвязи видов молочных продуктов с режимом питания респондентов, что позволило получить дифференцированную информацию, способную ориентировать производителя на те или иные аспекты времени предложения, обновления продукции и роста разнообразия ассортимента;

- разработан обобщенный базовый эталон продуктового профиля предприятия молочной промышленности с обозначением дифференцированных характеристик основных ассортиментных позиций;

- разработана концептуальная модель использования адаптационных возможностей стратегического планирования предпринимательской деятельности предприятий молочной промышленности, состоящая из соподчиненных элементов: аналитического блока, включающего всесторонний анализ внешней и внутренней среды, стратегическое позиционирование предприятия в бизнес-пространстве, маркетинговый мониторинг потребительского рынка; стратегического видения предприятия; корпоративной стратегии, включающей выработку миссии, дерева целей и системы стратегических приоритетов предприятия; стратегического плана: функциональных подсистем, структурных подразделений и бизнес-процессов.

Практическая значимость работы заключается в том, что содержащиеся в ней теоретические и методические разработки, выводы и предложения способствуют развитию практики стратегического планирования предпринимательской деятельности на промышленных предприятиях, в том числе на предприятиях молочной промышленности Западно-Казахстанской области. Внедрение адаптационной модели стратегического планирования предпринимательской деятельности в практику казахстанских предприятий позволит использовать все преимущества стратегического планирования с целью повышения эффективности работы предприятий, их выживания, процветания и развития предпринимательской деятельности в стратегической перспективе, высокой конкурентоспособности их продукции на казахстанском и мировом рынках.



Пороговый уровень обеспечения продовольственной безопасности в соответствии с национальными стандартами потребления продуктов питания в РК

Продукты питания	Стандарты потребления продуктов питания, кг/год	Пороговый уровень потребления продуктов питания по РК (населения x гр2)		
		2018	2019	2020
Молочные продукты (в пересчете на молоко)	179,53	2681586	2694835	2706074
Молоко, л	91,24	1362825	1369558	1375270
Сметана	2,19	32711	32873	33010
Творог	2,19	32711	32873	33010
Сыр	2,55	38089	32873	38436
Масло сливочное	2,19	32711	32873	33011



Производство основной продукции молочной промышленности Республики Казахстан (тонна)

Продукт питания	2017	2018	2019	2020
Молоко, обработанное жидкое и сливки	108962	140467	155044	4251
Молоко и сливки в твердых формах	2438	2120	2190	18374
Масло сливочное	9240	11628	11895	14422
Сыр и творог	8686	10883	13144	14533
Прочие молочные продукты	63831	81585	98688	10864



ПЛАНИРОВАНИЕ ПРОЕКТА





Проект «Открытие производственной молочной фермы» Запланированные работы в рамках проекта

№	Работа	Примечание
А	Старт – Собрание учредителей	
В	Анализ состояния молочного комплекса региона	
С	Обоснования инвестиционного решения	
Д	Технико-экономическое обоснование проекта (разработка сметы проекта)	
Е	Бизнес-план	
Ф	Инвестиционное решение (привлечение инвестиций)	
Г	Привлечение подрядчиков для строительства	
Н	Строительство фермы	
І	Презентация (открытие)	
Ж	Оценка экономической эффективности инвестиционного проекта	



Оценка влияния стейкхолдеров (определение степени влияния на успех проекта)

№	Стейкхолдеры	Заинтересованность (от -100 до +100)	Влияние (от 0 до +100)	Ожидания стейкхолдера	Стратегия управления
1	Население	+80	+30	Рабочие места Возрождение «мертвых» (заброшенных) сёл, миграция населения в сельские места.	Информирование
2	Поставщики	+75	+25	Поставка продукции. Увеличение, расширения производства.	Ориентация на долгосрочную перспективу
3	Конкуренты	-85	+20	Усиление конкуренции. Усиление качества продукции. Низкие цены. Расширение ассортимента.	Поиск новых возможностей в конкурентной борьбе
4	Государственные органы (акимат, отдел сельского хозяйства и предпринимательства)	+80	+30	Заполнение рынка сбыта. Налоговые поступления.	Координирование действий
5	Контролирующие органы	+80	+50	Соблюдение нормативно- правовых актов	Контроль за процессом выполнения
6	Потребители	+80	+10	Потребность продукции	Внешние факторы Производство



Взаимозависимость работ

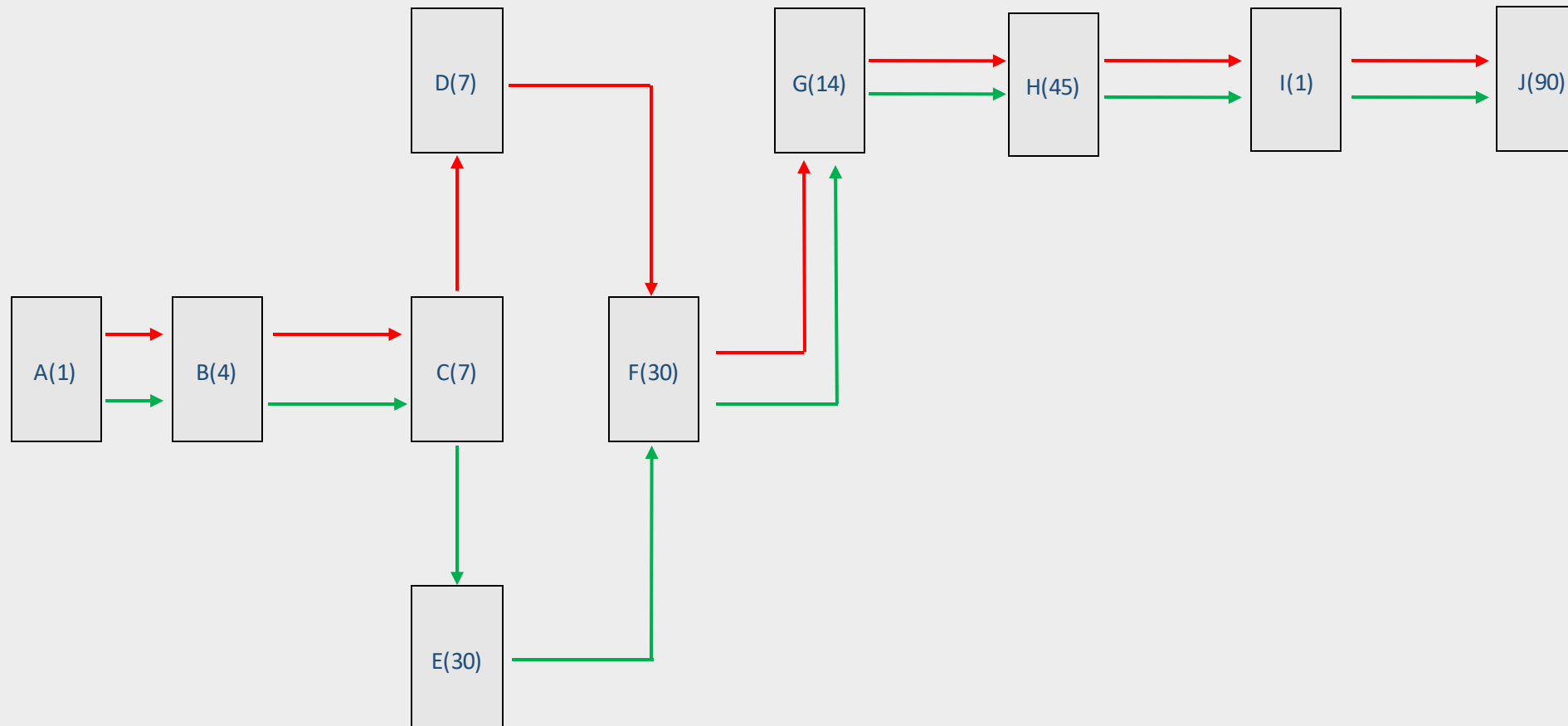
№п/п	Работа	Предшествующая работа	Продолжительность работы (дни)
A	Старт – Собрание учредителей	-	1 день
B	Анализ состояния молочного комплекса региона	A	4 дня
C	Обоснование инвест.решения	A B	7 дней
D	Технико-экономическое обоснование проекта (разработка сметы проекта)	C	7 дней
E	Бизнес-план	C	30 дней
F	Инвестиционное решение (привлечение инвестиции)	C D E	30 дней
G	Привлечение подрядчиков для строительства	D E F	14 дней
H	Строительство фермы	G	45 дней
I	Презентация (открытие)	H	1 день
J	Оценка экономической эффективности инвестиционного проекта	I	90 дней



Сетевой график проекта

199

222





Метод выявления и оценки рисков проекта

№	Риски	Вероятность возникновения рисков	Степень влияния рисков на конечный результат	Эффективность мероприятий по управлению рисками проекта	Рейтинг риска
1	<i>Несвоевременное выделение или отсутствие финансовых средств</i>	2	4	3	25
2	<i>Нехватка ресурсов</i>	1	4	3	20
3	<i>Погодные условия</i>	1	1	4	25
4	<i>Форс-мажорные обстоятельства (пандемия и т.п.)</i>	1	3	4	29



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!