

ОТЧЕТ
по результатам маркетингового исследования
ПЕРЕРАБОТКА И КОНСЕРВИРОВАНИЕ РЫБЫ, РАКООБРАЗНЫХ И
МОЛЛЮСКОВ

Подготовлен в рамках проведения маркетинговых исследований в приоритетных секторах Государственной программы поддержки и развития бизнеса «Дорожная карта бизнеса – 2025»

Отрасль: Переработка и консервирование рыбы, ракообразных и моллюсков (код ОКЭД - 10.20)

Заказчик: Национальная палата предпринимателей «Атамекен»

Исполнитель: Керембаев А.Т.

г. Нур-Султан, 2020

СОДЕРЖАНИЕ

1. Описание отрасли, существующие проблемы и тенденции.....	3
2. Оказываемая поддержка отрасли.....	6
3. Перспективы отрасли в рамках реализации проектов (объем рынка, планируемые проекты, обоснование спроса в будущем).....	15
4. Определение возможности и целесообразности реализации проекта.....	19
5. Внутреннее производство.....	23
6. Производственные мощности.....	29
7. Внешняя торговля.....	32
8. Размер рынка	37
9. Обзор цен	41
10. Потребительское поведение	45
11. Описание сложившейся конъюнктуры рынка по продукту/услуге проекта.....	50
12. Анализ существующей и прогнозируемой конъюнктуры спроса на образующуюся в результате реализации проекта продукцию (товары/услуги) - проблемы, решения, статус реализуемых проектов ...	56
13. Описание уже реализованных проектов (функционал объекта, преимущества и недостатки).....	58
14. Swot-анализ - определение и оценка потенциальных сильных и слабых сторон, возможностей и угроз товаров, работ, услуг, предлагаемых в рамках реализации проекта (обязательно указываются используемые источники информации проведения маркетинговых исследований с приложением отчетов).....	68
15. Основные выводы и рекомендации	77

1. Описание отрасли, существующие проблемы и тенденции

Развитие аквакультуры в 2020 году является главным международным трендом в рыбном хозяйстве наряду со стабилизацией уловов в естественных промысловых водоемах. В Казахстане, где на внутреннем рынке присутствует импортная продукция, складывается благоприятная ситуация для бурного роста отечественного рыбного хозяйства. В 2019 году рыболовство в объеме составляло 35-40 тысяч тонн рыбы, основной улов составляли не крупнотелые рыбы: сазан, судак, сом и другие мелкие породы рыб. Этот факт являлся предвестником бурного развития аквакультуры. Местные переработчики вынуждены начать искать новые источники сырья, чтобы восполнить дефицит.

Внутренний рынок свежей, охлажденной и замороженной рыбы в РК за 1 квартал 2020 года оценивается в 70 тысяч тонн. Из них доля импорта составляет порядка 75%. Такие данные приводились в Государственной программе развития АПК РК на 2017-2021 годы. В 2019 году в Казахстане основные рыбные ресурсы вылавливались в естественных водоемах, медленным темпом развивалась аквакультура, объем выращивания колебался от 700 тонн (по данным КС МНЭ РК, 2019 года) до 1000 тонн (по данным КС МНЭ РК, 1 квартал 2020 года). Выращивали рыбу в 75 рыбоводных хозяйствах, из них 42 озерно-товарных хозяйства, 17 прудовых, 10 промышленных рыбоводных хозяйств с установками замкнутого водообеспечения, три бассейновых и три садковых рыбоводных хозяйства.

Для того чтобы изменить ситуацию в лучшую сторону, в рыбной промышленности обратили внимание на ряд проблем, присущих отрасли. Среди основных:

- необеспеченность частных рыбоводных хозяйств специализированными кормами;
- недостаток информационно-консультационного обеспечения предпринимателей современными технологиями выращивания рыбы;
- отсутствие источников финансирования и государственных мер поддержки.

Решение всех названных проблем было предусмотрено стратегическим планом министерства сельского хозяйства РК на 2017-2021 годы. Но не в полной степени проработана другая существенная проблема – несовершенство нормативно-правовой и нормативно-технической базы аквакультуры. Не хватает нормативно-регулирующих документов, которые давали бы рыбной отрасли один из приоритетов экономического развития. Кроме того, в Казахстане необходимо появление института развития, который курировал бы вопросы рыбной отрасли.

Развитие рыбной отрасли может носить и мультипликативный эффект. Потенциал отрасли с перспективой существенного вклада в экономику страны способен обеспечить дополнительными рабочими местами и снизить импорт аналогичной продукции за счет создания добавленной стоимости на предприятиях по глубокой переработке рыбы и морепродуктов и смежных с ними производств.

В 1 квартале 2020 году внутренний дефицит на рыбу в РК составил 36%. Для сбалансированности внутренних цен на рыбу и стимулирования покупательной способности населения стоит перенаправить экспортные резервы в пользу удовлетворения внутреннего дефицита.

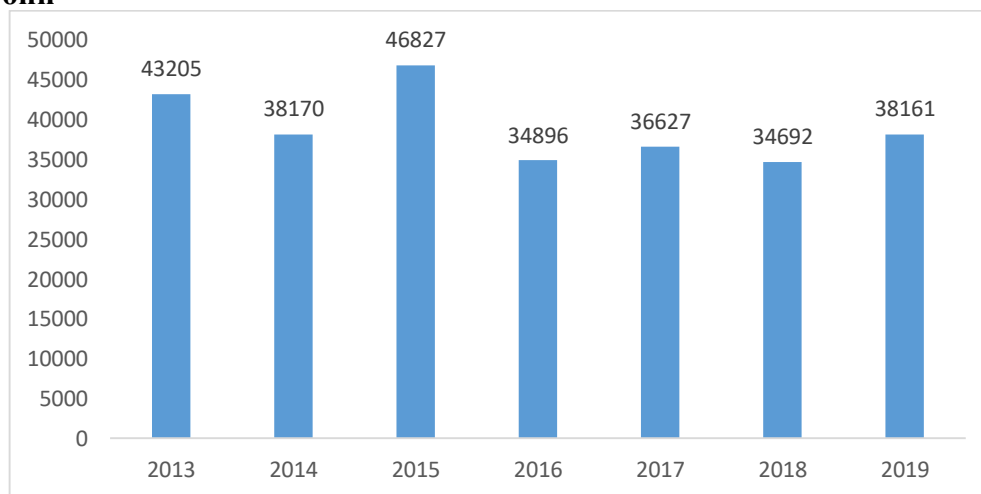
Ранее, в 2019 году, местные производители, освоив технологию искусственного разведения рыбы от малька до получения товарного продукта, обрели возможность увеличить производство форели и карповой рыбы до 700 тонн.

В 2019 году в Актюбинской области была получена первая партия чёрной икры в искусственных условиях в Казахстане. Прудовое крестьянское хозяйство-производитель больше 10 лет занимается разведением рыб ценных пород. Ранее оплодотворённая икра завозилась из России по высоким ценам. Теперь в этом нет необходимости — маточное поголовье стерляди дало первую партию икры в 2019 году.

В Кызылжарском районе СКО (Каменная старица) разводят форель. Старица занимает площадь в 20 гектаров. В ней водятся плотва, карась и лещ.

Объемы выловленной рыбы во многом зависят от циклов развития рыбных популяций страны, о чем свидетельствует цикличность развития популяций и величины уловов казахстанских рыбаков.

Улов рыбы и других водных животных рыбными хозяйствами Казахстана (2013 - 2019), тонн



Источник: КС МНЭ РК

Большая часть вылавливаемой в Республике Казахстан рыбы потребляется населением и не попадает на обрабатывающие предприятия.

Если брать сравнение, то в начале 90-х на нашей территории вылавливали под 100 тысяч тонн рыбы в год, в т.ч. осетровых пород. А в 2019 году наши ресурсы позволили вылавливать лишь 35-40 тысяч тонн рыбы (по официальной статистике), и основной улов составляет лещ, то есть не крупнотелые рыбы вроде сазана, судака, сома, а мелкие. В 2000 году всего три казахстанских предприятия – «Атыраубалык», «Балхашбалык» и «Рыбпром» – вошли в список номерных предприятий, которые имели право экспортировать свою продукцию в Европу. Продажа продукции за рубеж в свое время позволила рыбной отрасли Казахстана получить развитие за счет притока валюты, а вместе с ним и инвестиций, в том числе в рыбоводство.

Количество рыбокомбинатов в Республике Казахстан составляет 128, из них активны – 54 компании. Большая часть обрабатывающих рыбу предприятий – малые.

Однако, учитывая внутриконтинентальное положение Республики Казахстан и отсутствие большого количества крупных рек, очевидно, что внешнеторговые операции с рыбными ресурсами во многом определяют положение отрасли в стране.

Положительную тенденцию с 1990 - 2020 года, наблюдается стабильный рост рыбоводства, (в РК имеется 184 рыбоводное хозяйство, из них: 99 озерно-товарных рыбоводных хозяйств, 55 прудовых хозяйств, 10 садковых рыбоводных хозяйств, 20 УЗВ и бассейновых хозяйств), который напрямую связан с субсидированием государством затрат (на корма).

Подробно остановимся на следующих проблемах в рыбной отрасли:

Недостаточность количества и разнообразия рыбопосадочного материала, что сдерживает товарное рыбоводство, но серьезно сокращает рыбопродуктивность водоемов и разнообразие ихтиофауны

Казахстан не осваивает трансграничные морские рыбные ресурсы на Каспии. Морские лимиты только по минимальным оценкам составляют 12 тыс. т, это около 20% общего лимита по стране.

Для рационального ведения рыболовства в Северной мелководной части Каспия было рекомендовано ограничить прибрежное и предустьевое сетное рыболовство и переориентировать вылов на освоение именно морских видов рыб (сельди и кефали) на новые малозатратные ставные орудия лова, в эффективности которых убедились при апробации орудий лова на Северном Каспии (на глубинах более 3м в удалении от берега на 15-20 км.).

Касательно рыболовства на Северном Каспии необходимо содействовать внедрению малозатратных орудий и способов рыболовства, это

апробированные совместно с бизнесом ставные орудия и способы рыболовства, а также запатентованные разработки новых орудий и способов лова.

Разработка нового орудия и способы рыболовства, а также осуществление трансферта и апробации новых эффективных орудий лова не только на Каспии, но и на других крупных водоемах продолжается.

По проблеме недостаточности количества и разнообразия рыбопосадочного материала, предлагается следующие решения:

— Внести изменения в НПА в части механизмов зарыбления, чтобы покрыть необходимость к переходу на увеличение объемов зарыбления. При этом за счет госзаказа появится возможность осуществлять зарыбление редкими и исчезающими видами, а бизнес сможет зарыблять те виды, которые они вылавливают.

— Необходимо создание специализированных селекционно-генетических центров, где будут содержаться различные маточные поголовья ценных видов рыб, и они будут снабжать икрой и рыбопосадочным материалом весь Казахстан.

Для решения данной проблемы необходима разработка технологии искусственного воспроизводства ценных рыб, внедрение и их коммерциализация. Например, в 2020 году было принято решение о внедрении проекта искусственного воспроизводства судака, являющегося наиболее ценным экспортоориентированным видом рыб. в рамках грантов Фонда науки в Кызылординской области на базе Камышлабашского рыбопитомника. Из-за высокого пресса рыболовства наблюдается снижение естественных запасов, а данный проект призван искусственно восполнить запасы судака посредством зарыбления его в наших водоемах.

Аналогичный проект по внедрению и коммерциализации осуществляется в 2020 г. в Алматинской обл. (ТОО «Капшагайское НВХ-1973) по искусственному воспроизводству сазана. Предлагается перейти от повсеместного зарыбления карпом (который является одомашненной формой сазана) на зарыбление рыбопромысловых водоемов именно сазаном. Так как сазан — это исходная природная форма, приспособленная к выживанию в естественных условиях, это позволит повысить выживаемость, промысловый возврат зарыбляемого сазана и соответственно повысить рыбопродуктивность наших крупных водоемов.

2. Оказываемая поддержка отрасли

Государственной программой развития агропромышленного комплекса Республики Казахстан на 2017-2021 годы (Указ Первого Президента Республики Казахстан от 14 февраля 2017 г. № 420) запланировано

значительное увеличение производства продукции аквакультуры: в 2021 году производство товарной рыбы составит 5 тыс. тонн (рост в 6,8 раза), в т.ч. осетровых – до 0,7 тыс. тонн (рост в 6,8 раза), сиговых – до 1,2 тыс. тонн (рост в 11,6 раза), карповых – до 1,7 тыс. тонн (рост в 5,6 раза).

Для достижения к 2021 году целевых показателей аквакультуры предлагается к реализации:

- субсидирование затрат на осуществление инвестиций в организацию новых и расширение производственных мощностей действующих рыбоводных организаций (озерно-товарные рыбоводные хозяйства, садковые хозяйства, рыбоводные хозяйства с применением установок замкнутого водоснабжения);

- субсидирование стоимости затрат на корма при выращивании осетровых, лососевых и карповых видов рыб в рыбоводных хозяйствах (прудовых, бассейновых, садковых, рыбоводных хозяйствах с применением установок замкнутого водоснабжения, озерно товарных рыбоводных хозяйствах).

Планом развития товарного рыбоводства в Республике Казахстан на период 2013-2020 гг. был запланирован рост производства товарной рыбы до 15 тыс. тонн, в т. ч. сиговых – до 4 тыс. тонн и карповых – до 5,7 тыс. тонн.

Согласно Плану развития товарного рыбоводства в Республике Казахстан на период 2013-2020 гг. бюджет субсидий на содержание племенных ремонтно-маточных стад ценных видов рыб составляет 1,8 млрд. тенге (около 5,4 млн. долларов США в эквиваленте) в 2016-2020 гг. Развитием индустриальной аквакультуры занимаются 8 юридических лиц со средней рентабельностью выращивания рыбы менее 10 %.

Селекционно-племенная работа в аквакультуре государств-членов Евразийского экономического союза одним из направлений интенсификации рыбоводства, стабилизации и обеспечении прироста продукции аквакультуры является обеспечение рыбоводных хозяйств качественным высокопродуктивным племенным материалом. Например, в Республике Беларусь в рамках реализации Государственной программы развития рыбохозяйственной деятельности на 2016 – 2018 годы был введен в эксплуатацию рыбопитомник по производству рыбопосадочного материала лососевых видов рыб мощностью 3 млн. штук молоди в год, который в полном объеме обеспечивает внутренние потребности республики в рыбопосадочном материале лососевых видов рыб.

Одним из препятствий для увеличения производства уникальных сиговых видов рыб, которые могут прижиться в Северном Казахстане, является недостаток посадочного материала. Данный вопрос может быть решен при налаживании контактов с Тюменским Госрыбцентром, который

может также помочь начинающим рыбакам во внедрении современных технологий для озер данного региона, в частности по выращиванию рыб в заморных озерах.

В Кыргызской Республике наблюдается отсутствие собственного маточного поголовья теплолюбивых карповых и растительноядных видов рыб, холодолюбивых сиговых и лососевых видов. Актуальным для Кыргызстана является задача создания селекционно генетических организаций. Целью исследований в области генетики и селекции рыб является создание высокопродуктивных пород, кроссов и форм объектов аквакультуры. Это дает возможность без дополнительных затрат увеличить производство рыбной продукции на 30 – 40%. Например, в Российской Федерации из-за малых объемов производства селекционно-генетические исследования в стране были практически свернуты, а племенной фонд пришел в неудовлетворительное состояние. В этой связи, аналогично России, в области генетики и селекции стоят основные задачи:

1. Сохранение и восстановление племенного фонда рыб, выращиваемых в аквакультуре, а также редких видов и популяций, обитающих в естественных условиях и служащих резервом для развития аквакультуры;

2. Разработка современных методов селекции и создание на их основе новых высокопродуктивных пород, кроссов и специализированных экологически безопасных форм рыб и других гидробионтов, предназначенных для выращивания в аквакультуре различных форм производства (индустриальная, прудовая, пастбищная). Вовлечение в селекционно-генетические исследования новых видов и популяций;

3. Организация распространения племенного материала в товарной аквакультуре, замена в промышленных организациях беспородного материала высокопродуктивными кроссами и специализированными формами. Для решения первой и второй задач необходимо значительно усилить кадровое и материально-техническое обеспечение селекционно-генетических исследований. Восстановить имеющиеся и создать новые базы для проведения работ и содержания племенного фонда (селекционно генетические центры, племенные заводы, специализированные лаборатории).

В 2020 году огромное значение приобрело получение рыбопосадочного материала для последующей реализации желающим выращивать товарную продукцию. Так, производство (выращивание) рыбопосадочного материала составило в 2019 году 25 тыс. тонн. Значительными остаются объемы импорта рыбопосадочного материала. Так, рыбоводческими организациями Республики Армения ежегодно импортируется 1,1 – 1,8 тонны рыбопосадочного материала, а в Казахстан импортируется – 0,9 – 1,7 тонны.

Причинами в области селекционно-племенной работы, сдерживающими развитие аквакультуры, являются:

- недостаточное внедрение в производство новых перспективных высокопродуктивных пород и видов объектов аквакультуры, одомашненных видов и пород рыб, обеспечивающих максимальное использование производственных возможностей водных объектов;

- недостаточный уровень взаимодействия с научными организациями по внедрению и научному сопровождению разработок в области селекционно-племенных работ;

- низкий уровень материально-технического обеспечения рыбоводов;

- низкий уровень сотрудничества племенных рыбоводных организаций государств-членов ЕАЭС;

- отсутствие или недостаточный уровень государственной поддержки производства и приобретения племенного рыбоводного материала;

- низкий уровень информационного обеспечения о производителях рыбоводного материала в государствах-членах.

Эффективность развития рыбоводства в значительной мере определяется оказываемыми мерами государственной поддержки отрасли, 32 которые значительно отличаются между государствами.

Государственная поддержка рыбной отрасли практически не осуществляется в Республике Армения и Кыргызской Республике. В Республике Беларусь государственная поддержка аквакультуры предполагает:

- приобретение комбикормов для рыбы и погашение задолженности за комбикорма, приобретенные и используемые для кормления рыбы;

- лечебно-профилактические мероприятия в прудах рыбоводных организаций, известкование прудов, включая выполнение работ (оказание услуг) по агрохимическому обследованию прудов рыбоводных организаций, осуществляющих выращивание рыбы;

- поставку негашеной извести рыбоводным организациям;

- оплату тарифов на перевозку негашеной извести железнодорожным транспортом и расходов по ее хранению; транспортные расходы, связанные с перевозкой негашеной извести от мест хранения (погрузки) до прудов рыбоводных организаций, а также внесение негашеной извести в пруды, включая использование для этих целей средств авиации;

- лечебно-профилактические мероприятия в прудах рыбоводных организаций, в том числе приобретение ветеринарных препаратов, дезинфицирующих и дезинфицирующих средств;

-известкование прудов, включая выполнение работ (оказание услуг) по агрохимическому обследованию прудов рыбоводных организаций, осуществляющих выращивание рыбы, приобретение негашеной извести, оплату тарифов на перевозку негашеной извести железнодорожным транспортом и расходов по ее хранению, транспортные расходы, связанные с перевозкой негашеной извести от мест хранения (погрузки) до прудов рыбоводных организаций, а также внесение негашеной извести в пруды, в том числе с использованием для этих целей средств авиации.

В сравнении с Российской Федерацией, в которой на федеральном уровне рыбоводству оказываются разные виды поддержки, предусмотренные государственными программами Российской Федерации. В рамках Государственной программы развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013 – 2020 годы, Подпрограммы «Развитие подотрасли животноводства, переработки и реализации продукции животноводства» на проведения противоэпизоотических мероприятий в субъектах Российской Федерации» в 2018 году было выделено 2,4 млрд. рублей.

В целях осуществления государственной поддержки рыбоводным хозяйствам в рамках Государственной программы «Развитие рыбохозяйственного комплекса» предоставляются субсидии из федерального бюджета бюджетам субъектов Российской Федерации на возмещение части затрат на уплату процентов по кредитам, полученным в российских кредитных организациях на развитие товарной аквакультуры (товарного рыбоводства), включая товарную аквакультуру осетровых видов рыб. Субсидии предоставляются в целях софинансирования исполнения расходных обязательств субъектов Российской Федерации на возмещение части затрат по кредитным договорам, заключенным для реализации в том числе инвестиционных проектов, направленных на развитие товарной аквакультуры, за исключением осетровых видов рыб: - на срок от 1 года до 3 лет – на приобретение кормов и рыбопосадочного материала; - на срок до 10 лет – на строительство, реконструкцию и (или) модернизацию объектов рыбоводной инфраструктуры, объектов по производству кормов и рыбопосадочного материала для товарной аквакультуры, объектов переработки и хранения продукции аквакультуры, а также на приобретение техники, специализированных судов, транспортных средств и оборудования для разведения, содержания и выращивания объектов товарной аквакультуры.

В отношении товарного осетроводства субсидии предоставляются при реализации инвестиционных проектов на срок до 10 лет - на приобретение оборудования для разведения, содержания и выращивания осетровых видов

рыб, а также на строительство, реконструкцию и (или) модернизацию объектов товарной аквакультуры осетровых видов рыб.

С целью ускоренного развития товарной аквакультуры решением Коллегии ЕЭК (Евразийская экономическая комиссия) от 8 июля 2015 г. № 78 «О внесении изменений в единую Товарную номенклатуру внешнеэкономической деятельности Евразийского таможенного союза и в Единый таможенный тариф Евразийского таможенного союза в отношении оборудования для выращивания рыбы», решением Совета ЕЭК (Евразийская экономическая комиссия) от 23 апреля 2015 г. № 15 «Об установлении ставок ввозных таможенных пошлин Единого таможенного тарифа ЕАЭС в отношении отдельных видов рыбы» и решением Коллегии ЕЭК (Евразийская экономическая комиссия) от 5 мая 2015 г. № 44 «Об установлении ставки ввозной таможенной пошлины Единого таможенного тарифа ЕАЭС в отношении отдельных видов оплодотворенной икры рыбы» установлены и применены временные ввозные ставки в размере 0% на оборудование для товарной аквакультуры: специализированные плавучие средства для раздачи кормов, рыбоводные садки, а также установлены ставки ввозной таможенной пошлины на оплодотворенную икру и мальков лосося и форели в размере 0% от таможенной стоимости сроком на три года.

Коллегия Евразийской экономической комиссии на заседании рекомендовала странам Евразийского экономического союза сотрудничать в сфере аквакультуры и предложила для этого перечень мер.

В основу документа легли результаты анализа рынка аквакультуры стран союза, подготовленного комиссией. Речь была о разведении и выращивании рыб, ракообразных, моллюсков и водорослей в естественных и искусственных водоемах, на специально созданных морских плантациях".

Актуальность межгосударственного сотрудничества в ЕАЭС в сфере аквакультуры обусловлена конъюнктурой мирового и внутреннего рынка союза, а также общими вопросами развития рыбоводства в союзных государствах, которые целесообразно решать совместно. К проблемным вопросам относится нехватка качественного собственного рыболовного материала, импортозависимость по кормам и лекарствам, высокий износ основных средств, недостаточное использование научного потенциала и другие.

В перечень мер включены пять блоков: меры в области ресурсного обеспечения, производства продукции аквакультуры, развития рынка, научно-инновационного сотрудничества, а также совершенствования нормативно-правовой и методологической базы, информационного обеспечения.

Что касается ресурсного обеспечения, то странам предлагается реализовывать совместные проекты в племенном рыбоводстве, создавать производства специализированных кормов и ветеринарных препаратов. Перспективно развитие производственной кооперации с увеличением мощностей по переработке объектов аквакультуры и локализацией производства оборудования для рыбоводства.

Среди научно-инновационных мер - применение современных эффективных технологий, адаптированных к климату союзных государств; совместные селекционно-племенные исследования; использование инновационных технологий выращивания объектов аквакультуры в установках замкнутого водоснабжения, переработки продукции; создание технологий, позволяющих сохранить редкие и исчезающие виды.

В обзоре ЕЭК отмечается, что в мире растет спрос на рыбу и другую продукцию водного промысла. Вместе с тем увеличивается объем рыбоводства. Если в начале 2000-х доля продукции аквакультуры в общемировом потреблении составляла лишь четверть, то в 1 квартале 2020 года достигает половины. В ЕАЭС также наблюдается рост в этой сфере: за период с 2017 по 2020 года производство продукции аквакультуры в Армении увеличилось в 1,5 раза, в Беларуси - на 15%, Казахстане - в 5,4 раза, Кыргызстане - в 2,3 раза, России - в 1,3 раза.

При этом потенциал государств ЕАЭС далеко не раскрыт. В среднем по странам союза среднедушевое потребление товаров аквакультуры составляет всего 1 кг в год, или около 5% от потребления рыбной продукции. Для обеспечения же спроса населения стран союза в 2019 году импортировано 649,5 тыс. т рыбы и рыбной продукции на сумму \$2,2 млрд.

Межгосударственное взаимодействие позволит предприятиям стран - членов ЕАЭС заимствовать лучший опыт партнеров по союзу, повысить эффективность национальных планов по развитию рыбного хозяйства, стимулировать расширение торгово-экономических отношений. Это, в свою очередь, будет способствовать расширению ассортимента рыбной продукции, импортозамещению средств и ресурсов производства, а также сбалансированному развитию внутреннего рынка.

Развитие рыбоводства в Казахстане вынесено в число приоритетов отечественного агропромышленного комплекса. Госпрограммой развития АПК прогнозируется рост объемов товарного рыбоводства с 1,6 тыс. до 5 тыс. тонн к 2021 году, что позволит повысить загруженность перерабатывающих мощностей.

В целом у страны есть все условия для развития рыбного хозяйства – при наличии более 3 млн га площади внутренних водоемов (без Каспия). И определенные положительные сдвиги в отрасли есть. За 2017-2020 годы

страна нарастила экспорт и снизила импорт рыбной продукции. 17 казахстанских предприятий соответствуют требованиям Европейского союза к качеству экспортируемой рыбной продукции, а в реестр КНР включены 52 отечественных производителя.

Размещение рыбоперерабатывающих мощностей традиционно привязано к крупным промысловым водоемам. При этом основной объем переработки рыбы приходится на Атыраускую, Алматинскую, Восточно-Казахстанскую и Кызылординскую области. В 2019 году рыболовными предприятиями выращено 2700 тонн товарной рыбы. Выращивают в основном осетровых, форель и карповые виды рыб, на которые имеются отработанные биотехнологии выращивания.

Для поддержки предпринимателей, занимающихся рыбоводством, с 2014 года уже была реализована программа субсидирования инвестиционных вложений в размере 20% на создание рыбоводных установок с замкнутым водоснабжением (УЗВ) и садков. Так, по данным Минсельхоза, в 2018 году предприятия получили инвестиционные субсидии в размере 145,8 млн тенге, в 2019 году сумма субсидий составила 25 млн тенге, в 2017-м – 538,4 млн тенге. Одновременно вводится автоматизация государственных услуг в области рыбного хозяйства.

В 2020 году восемь видов услуг уже оказывается через информационную систему «Е-лицензирование» и госкорпорацию «Правительство для граждан». В частности, таким образом можно получить разрешение на ввоз на территорию Казахстана редких видов флоры и фауны, получить марку икры осетровых для торговли на внутреннем рынке, получить справку о происхождении вылова рыбы и ряд других. В 2018 году, по словам вице-министра, планируется цифровизировать процедуру проведения конкурса по закреплению рыбохозяйственных водоемов и/или участков посредством веб-портала реестра государственного имущества. Кроме того, принимаются меры по внедрению мониторинга продвижения на рынке рыбной продукции в целях пресечения ее теневого оборота, для чего прорабатывается вопрос создания автоматизированной системы контроля за оборотом рыбной продукции.

Хозяйственникам согласно Госпрограмме развития агропромышленного комплекса на 2017-2021 годы будет возмещаться часть расходов, понесенных субъектом агропромышленного комплекса при инвестиционных вложениях в товарное выращивание рыбы. Субсидированию подлежат расходы на приобретение техники и оборудования для рыбоводных хозяйств, в том числе для установок замкнутого водоснабжения, садковых хозяйств, озерно-товарных рыбоводных хозяйств площадью более 100 га.

Кроме того, был рассмотрен проект «Правила субсидирования повышения продуктивности и качества продукции аквакультуры (рыбоводства)», которые предусматривают предоставление субсидий субъектам рыбного хозяйства по комбикормам для выращивания товарной рыбы. В Республике 247 участков международного и республиканского значения относятся к закрепленному фонду, а 115 участков, или 32 процента — к резервному фонду. 1272 водоемов местного значения или 47 процентов относятся к закрепленному фонду, 1516 водоемов – к резервному фонду. Причем освоение лимита 2017 году составил всего 45 процентов.

Хозяйствам оказываются меры государственной поддержки. К ним относятся во-первых, возмещение части расходов предпринимателей при инвестиционных вложениях (приобретение техники и оборудования для рыбоводных хозяйств с установками замкнутого водообеспечения (УЗВ), садками, для озерно-товарных рыбоводных хозяйств (ОТРХ) и для рыбопитомников с 30%-ным возмещением затрат). Во-вторых, возмещение 30% стоимости затрат на корма при выращивании осетровых, лососевых и карповых видов рыб.

Также идет работа по совершенствованию законодательства в области рыбного хозяйства. В частности:

- введены понятия «озерно-товарные», «садковые рыбоводные хозяйства» и «рыбоводные хозяйства с замкнутым циклом водообеспечения».

- уполномоченный орган наделен компетенцией по утверждению критериев отнесения рыбохозяйственных водоемов и (или) их участков к водоемам и (или) участкам для ведения промыслового рыболовства, любительского (спортивного) рыболовства, озерно-товарного рыбоводного хозяйства, садкового рыбоводного хозяйства.

- введена норма, позволяющая реализацию государственным осетровым рыбоводным заводам, части искусственно выращиваемой молоди осетровых, а также взрослых особей в живом виде после изъятия из них половых продуктов, заинтересованным лицам для товарного выращивания осетровых.

- введен запрет на реализацию запрещенных орудий лова, в том числе сетей из моноволокна;

- введены нормы по установлению промыслового усилия.

Специализация регионов Казахстана по видам выращиваемых рыб выглядит таким образом. Государство размещает заказ по воспроизводству рыбных ресурсов государственным и частным рыбоводным предприятиям. В 2017 году всего выпущено в естественную среду обитания 127,7 млн. штук молоди ценных видов рыб, в том числе государственным рыбоводным

предприятиям — 85 млн. штук молоди; а частным рыбоводным предприятиям — 42,7 млн. штук молоди.

При корректировке Госпрограммы АПК предлагались:

1. Реконструкция осетрового рыбоводного завода в городе Атырау с внедрением рыбоводной установки с замкнутым циклом водообеспечения (УЗВ) для увеличения производственной мощности завода с 3,5 до 6 млн. штук молоди в год, а также формирования и содержания ремонтно-маточного стада осетровых.

2. Модернизация производственной базы Камышлыбашского рыбопитомника в Кызылординской области с внедрением рыбоводной установки (УЗВ) для выращивания молоди редких и исчезающих видов рыб (шип, Аральский усач).

3. Перспективы отрасли в рамках реализации проектов (объем рынка, планируемые проекты, обоснование спроса в будущем)

Общий объем рынка рыбы и рыбной продукции Казахстана на 1 полугодие 2020 года составляет порядка 66 тыс. тонн, из которых на рыболовство приходится 45 тыс. тонн, рыбоводство — 7,4 тыс. тонн. При этом экспортируется 30 тыс. тонн, импортируется 43,5 тыс. тонн продукции.

В среднесрочной перспективе имеется потенциал увеличения объема отечественного рынка до 120 тыс. тонн, что позволит снизить объемы импорта благодаря выращиванию форели и Атлантического лосося, одновременно увеличивая объемы экспорта на мировые рынки, в частности, в Китай, Россию и Европу. 1272 водоемов местного значения или 47 процентов относится к закрепленному фонду, 1516 водоемов – к резервному фонду. Причем освоение лимита 2019 году составил всего 45 процентов.

Вложение финансовых средств на развитие рыбного хозяйства пользователями животного мира в 2019 году составил: на научные работы – 192,7 млн тенге, на мероприятия по техническому перевооружению перерабатывающих мощностей – 1,6 млрд тенге, на воспроизводство рыбных ресурсов – 255,8 млн тенге, на охрану рыбных ресурсов и среды их обитания – 399,5 млн тенге.

Экспорт рыбной продукции в натуральном выражении в 2019 году составил 26,9 тыс. тонн. Экспорт рыбной продукции в стоимостном выражении составил 52,8 млн долларов США.

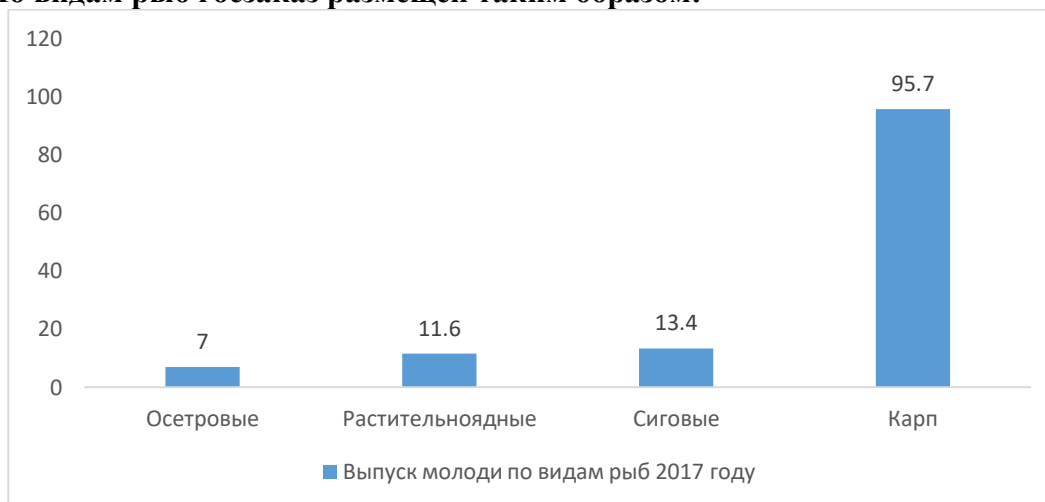
Тем временем, импорт рыбной продукции в 2019 году составил в стоимостном выражении 59,6 млн долларов США.

Специализация регионов Казахстана по видам выращиваемых рыб выглядит таким образом:

Государство размещает заказ по воспроизводству рыбных ресурсов государственным и частным рыбоводным предприятиям.

В 2019 году всего выпущено в естественную среду обитания 127,7 млн. штук молоди ценных видов рыб, в том числе государственным рыбоводным предприятиям — 85 млн. штук молоди; а частным рыбоводным предприятиям — 42,7 млн. штук молоди.

По видам рыб госзаказ размещен таким образом:



Источник: МСХ РК

Утвержденный план в 2019 году: госпредприятиям — 51,0 млн. штук молоди; частным предприятиям — 9,1 млн. штук молоди.

По реконструкции и модернизации государственных рыбоводных предприятий планировалось осуществить два инновационных проекта.

В целях создания условий для естественного воспроизводства осетровых видов рыб из республиканского бюджета рассмотрены средства на проект повышения водности и улучшения гидрологического режима рек Урал и Кигач в пределах Атырауской области.

Налажены взаимодействие с научными организациями по инновационному развитию рыбного хозяйства.

Совместно с Агротехническим университетом в г. Нур-Султан осуществляются работы по разработке биотехнических приемов выращивания судака с формированием опытных партий на базе государственных рыбоводных предприятий; по биотехнологии выращивания новых видов рыб в условиях Казахстана (тилапия, клариевый сом); по разработке рецептов кормов для рыб.

Проводятся генетические исследования для достоверного определения происхождения осетровых видов рыб.

Определены основные направления применения генотипирования осетровых:

1. Определение популяционно-видовой принадлежности для сохранения биоразнообразия
2. Оптимизация схем скрещивания для производства здоровой молодежи
3. Подтверждение легального происхождения икры от искусственно выращенных особей
4. Оценка эффективности искусственного воспроизводства.

По данным МСХ РК, финансово-экономические показатели ТОО «Казахский научно-исследовательский институт рыбного хозяйства» растут.

В 2017 году доходы ТОО составили 642 млн тенге, в том числе доходы от хозяйственных договоров с бизнесом – 170,2 млн тенге, за счет бюджетных программ – 471,8 млн тенге.

Действует Соглашение о сохранении и рациональном использовании биологических ресурсов Каспийского моря.

Прикаспийскими государствами подписано межправительственное Соглашение о сохранении и рациональном использовании биологических ресурсов Каспийского моря, вступившее в силу 24 мая 2016 года.

Согласованы объемы вылова совместных водных биологических ресурсов (осетровых видов рыб (воспроизводственный лов), килек и сельди) на 2020 год.

Продлен запрет на коммерческий промысел осетровых рыб на 2020 год.

МСХ РК выдвигает также некоторые новые инициативы по поправкам в законодательства:

- Внесение дополнений в законодательство по компетенции уполномоченного органа разрабатывать и утверждать порядок перевода ранее закрепленных водоемов в статус озерно-товарных рыбоводных хозяйств, что позволит на ранее закрепленных водоемах, пригодных под ОТПХ, осуществлять ведение товарного рыбоводства;

- Расширение перечня компенсационных мероприятий по возмещению вреда рыбным ресурсам и другим водным животным при осуществлении хозяйственной деятельности;

- Внедрение обязательства зарыбления закрепленного рыбохозяйственного водоема молодью рыб в объемах, пропорциональных ежегодным объемам изъятия рыбных ресурсов;

- Внесение механизма переноса сроков запрета в нерестовый период в зависимости от гидрометеорологических условий.

При корректировке Госпрограммы АПК предлагается Разработка и утверждение специальной отраслевой программы «Сохранение и устойчивое использование биологических ресурсов».

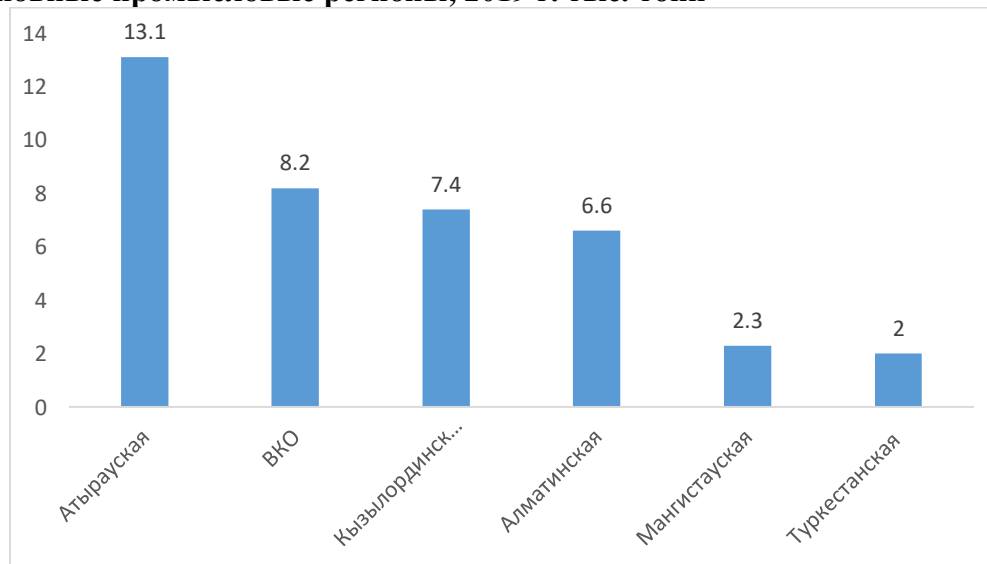
Общий объем рынка рыбы и рыбной продукции Казахстана составляет около 66 тыс. тонн, из которых на рыболовство приходится 45 тыс. тонн, рыбоводство — 7,4 тыс. тонн.

При этом экспортируется 30 тыс. тонн, импортируется 43,5 тыс. тонн продукции. В среднесрочной перспективе имеется потенциал увеличения объема отечественного рынка до 120 тыс. тонн, что позволит снизить объемы импорта благодаря выращиванию форели и атлантического лосося. Одновременно увеличивая объемы экспорта на мировые рынки, в частности, в Китай, Россию и Европу.

Промысловое рыболовство в РК осуществляют свыше 1 тыс. субъектов рыбного хозяйства, за которыми закреплено 1646 рыбохозяйственных водоемов и их участков. В отрасли занято 11 тыс. человек.

Рыболовство ведется преимущественно в Каспийском и Аральском морях, в озерах Балхаш и Зайсан, в Бухтарминском, Капшагайском и Шардаринском водохранилищах, в Алакольской системе озер, в реках Жайык и Кигаш. Основными промысловыми регионами являются Атырауская — 13,1 тыс. тонн (29,2%), Восточно-Казахстанская — 8,2 тыс. тонн (18,3%), Кызылординская — 7,4 тыс. тонн (16,4%), Алматинская — 6,6 тыс. тонн (14,6%), Мангистауская — 2,3 тыс. тонн (5,2%) и Туркестанская области — 2 тыс. тонн (4,5%).

Основные промысловые регионы, 2019 г. тыс. тонн



Источник: КС МНЭ РК

В Казахстане динамично развивается рыбоводство — за период с 2011 по 2020 года объем выращенной рыбы увеличился с 800 тонн до более 35

тыс. тонн. Выращиванием рыбы в стране занимаются 180 рыбководных хозяйств, где занято более 1 тыс. человек.

Рассмотрены вопросы снятия запрета рыбководным хозяйствам на деятельность в водоохраных зонах рек, а также сократить плату субъектами рыбководства за пользование водными ресурсами, предусмотрев лишь оплату фактических расходов воды. Совершенствовать механизм оплаты за пользование рыбными ресурсами, включая снижение ставок платежей.

Активно идёт работа по расширению мер государственной поддержки субъектов рыбного хозяйства и отнесению рыбного хозяйства к числу приоритетных направлений экономики. Актуален вопрос закупа дноуглубительной техники для обеспечения регулярного проведения рыбохозяйственной мелиорации, а также подготовить предложения по финансированию материально-технического оснащения рыбководных заводов и территориальных инспекций рыбного хозяйства.

4. Определение возможности и целесообразности реализации проекта

Рыба и морепродукты – один из наиболее ценных и питательных продуктов, составляющих значимую часть рациона населения в различных странах мира. Согласно официальным данным Комитета по статистике РК, потребление рыбы и морепродуктов в 1 полугодие 2020 году среднестатистическим жителем страны составило 11 кг/год. По этому показателю страна уступает как среднемировым показателями (около 19 кг/чел в год) и, особенно, развитым Европейским и Североамериканским странам (не менее 21 и 24 кг/чел в год). В данном исследовании рассмотрены основные показатели развития рынка рыбы Республики Казахстан, его динамика и прогноз.

В 2020 г. разрабатываются новые технологии выращивания редких и эндемичных видов рыб (балхашская маринка, выловы которых достигали 6-7 тыс. тонн в 40-50 гг. прошлого столетия, маркакольский ленок – являющийся эндемиком, запасы которого несмотря на статус ООПТ, находятся в напряженном состоянии).

Еще один очень перспективная ветвь отрасли связана с добычей ракообразных, а именно цист Артемии, его дальнейшей переработкой и экспортом.

Цисты (яйца) артемии являются уникальным стартовым кормом для креветок и рыб, без которого невозможно успешное разведение объектов аквакультуры. Этот рачок обитает в горькосолённых водоемах, в Казахстане имеются большие запасы данного биоресурса, которые составляют 15-20% от общемировых запасов.

Экспортируют его в первично обработанном виде, в Китай по официальной цене 2 \$, тогда как Россия экспортирует такое же сырье по 8-10 \$.

При этом стоимость глубоко переработанной цисты артемии по минимальным расценкам варьируется от 30 до 120 \$. Поэтому необходимо стимулировать экспорт глубоко переработанных цист Артемии, в первую очередь обеспечить ветеринарные соглашения и сертификацию продукции с потенциальными странами импортерами нашей продукции, это позволит создать новые рабочие места, увеличить налогооблагаемую базу и на порядки повысить экспортный потенциал отрасли, сопоставимый в денежном выражении с экспортом мяса и рыбы (56,6 млн.\$ и 45 млн.\$ в 2018 г.)

В свою очередь есть возможность не только определять новые потенциальные запасы данного биоресурса, но и совместно с бизнесом осуществить трансферт технологии по глубокой переработке цисты, адаптировать его к нашим условиям, и выступить в роли органа по сертификации данной продукции при его экспорте.

На 2020 год в рыбном хозяйстве отсутствует единый стратегический документ с четкими целевыми индикаторами развития отрасли и для успешной реализации программы необходимо разработать долгосрочный программный документ.

На территории Акмолинской области насчитывается порядка 780 водоемов, из которых 524 имеют рыбохозяйственное значение.

В соответствии с действующим законодательством на конкурсной основе любой желающий, имеющий правовой статус (физическое или юридическое лицо) имеет право закрепить за собой водоем для ведения рыбного хозяйства. Так, по области за 265 потенциальными пользователями закреплены 334 водоема, что составляет 60% от эффективной добычи природопользователями, от которых зависит рыбопродуктивность водоемов.

Согласно планам развития, на научные работы, техническое, технологическое перевооружение, а также (что самое главное) на восполнение рыбных резервов, запланировано 121,8 миллиона тенге, фактически вложено 142,8 миллиона тенге. Среди пользователей имеются такие лица, которые не выполняют взятые на себя обязательства. За невыполнение обязательств инспекция в одностороннем порядке вынуждена расторгать с ними договоры. За 2018 год с 33 пользователями на 40 водоемов были расторгнуты договоры. Одной из важных задач в работе остается сохранение и приумножение рыбных запасов области за счет государственного контроля, недопущения незаконного лова рыбы браконьерами. В целом инспекцией за незаконный лов рыбы обнаружено 332

правонарушителя и наложено 4 628 423 тенге штрафов, изъято 78 незаконных орудий лова, 5 плавательных средств.

Со стороны государства немало уделяется внимания тому, чтобы рыбные ресурсы не уменьшались. ТОО «Карагандинский рыбопитомник» и КХ «Сандель» Жамбылской области проводят зарыбление за счет госзаказа на резервных водоемах.

Природопользователи на закрепленных водоемах при плане 22 млн шт. провели зарыбление 27 млн шт. различных видов рыб. Это в основном карповые и сиговые породы. Один из интенсивных методов увеличения доли рыбной продукции на прилавках — это развитие аквакультуры.

В 2018 году 25 рыбохозяйственных водоемов переведены в озерно-товарные рыбоводные хозяйства.

Государством предусматривается субсидирование затрат на повышение продуктивности и качества продукции аквакультуры. За счет средств местного бюджета было выделено 4 миллиона 32 тысяч тенге на корма для рыб.

Закупаемое оборудования для переработки рыбной продукции

№	Наименование товара	ед.изм	Кол-во
1	Холодильный агрегат BITZER 6HE-28	шт	2
2	Конденсатор FNV-87/300	шт	2
3	Воздухоохладитель DJ28, 0/170	шт	4
4	ТРВ R404A TES 12-10, 2kw	шт	2
5	Виброгаситель 54	шт	2
6	Обратный клапан 28	шт	2
7	РД высокого давления	шт	6
8	Фильтр всас А-TDS-4817 54	шт	2
9	Труба медная 54	м	20
10	Труба медная 22	м	20
11	Труба конденсатора медная 32	м	18
12	Труба конденсатора медная 25	м	18
13	Труба медная 6	м	6
14	Уголок медный 54	шт	10
15	Уголок медный 32	шт	10
16	Уголок медный 25	шт	10
17	Уголок медный 22	шт	10
18	Уголок медный 6	шт	2
19	Тройник медный 6	шт	4
20	Смотровое окно	шт	2

21	Припой медно фосфорный	шт	100
22	Пульт управления	шт	2
23	Утеплитель (армофлекс) 54	шт	12
24	Гибкий ТЭН	шт	24
25	Фреон R 404 А	кг	160

Источник: КС МНЭ РК

Рыбохозяйственный комплекс включает в себя не только производителей и рыболовов, но и научно-исследовательские предприятия и институты. Имеются компании, специализирующиеся на логистике продукции до магазинов. Также сюда относятся организации, которые основывают деятельность на длительном хранении товаров в замороженном состоянии.

Рыбный промысел связан не только с пищевой промышленностью, но и медициной. Также рыба является участником пищевой цепи. Для правильного развития межотраслевых взаимоотношений необходим качественный научный регулятор, который будет способствовать развитию и экономической стабилизации промысла.

Промышленные компании можно условно разделить в зависимости от исполнения ими той или иной деятельности, которая позволяет обслуживать отрасль. К ним относятся:

- рыбные комбинаты, которые осуществляют переработку рыбы, производят готовый к употреблению продукт;
- склады, оснащенные холодильными установками, которые нужны для длительного хранения морской продукции в соответствии с нормативами ГОСТ;
- предприятия, которые занимаются изготовлением тары для готового продукта;
- фирмы, специализирующиеся на филировании пойманных представителей фауны моря;
- компании, которые служат для ремонта судов морского и речного флотов;
- изготовители судов рыболовного флота.

Для упрощения логистической цепочки на вышеописанных предприятиях часто открывают магазины готовой рыбной продукции, где можно приобрести свежий товар из имеющегося в наличии. Кроме того, они сотрудничают с компаниями грузоперевозок, которые доставляют продукцию непосредственно в магазины.

Например, в ЗКО определен 91 водоем годным для ведения рыбохозяйственной деятельности. Ежегодно западноказахстанскими предпринимателями выпускаются сотни тысяч мальков для зарыбления местных прудов и рек.

Сохранению и улучшению экологического состояния рыбных ресурсов в области уделяется особое внимание. Из 91 водоема, определенных для ведения рыбохозяйственной деятельности, 39 переданы местным предпринимателям для зарыбления. В прошлом году ими также были выпущены в водоемы области свыше одного миллиона мальков.

Выращивается три вида карпов в прудах. Затем реализуется их близлежащие регионы, а также зарыбляем местные водоемы. Необходимы определенные погодных условия и технические оснащения. Из 100% выведенных мальков приживаются не более 40%. Поэтому хорошо подрастить их перед запуском в водоем, хотя бы до 20 грамм и выше. Все работы по запуску мальков проводятся в конце весны, когда прогреется вода и есть небольшие разливы вокруг водоемов, камыши, где легче спрятаться мальку и выжить. В этом году хочется вырастить и другие породы рыб, таких как белый амур и толстолобик.

Вода в прудах по разведению мальков предварительно фильтруется, очищается от примесей и личинок хищных рыб, жуков.

Если в пруду поселится щука, например, она съест всех мальков. Сначала делают специальные инъекции, затем берут икру и закладывают ее в аппарат. Через три-четыре дня идет выклев личинки. Ее собирают в емкости и перевозят в очищенный пруд, где идет процесс доращивания. После выпускают в водоемы, где рыба растет в естественных условиях.

По информации управления сельского хозяйства ЗКО, в регионе активно развивается рыбоводство, в основном, в южных районах. В 2020 году проводится научно-исследовательская работа по улучшению экологического состояния озера Шалкар и увеличения его рыбопродуктивности.

5. Внутреннее производство

Свежая, охлажденная и мороженая рыба

В многолетней динамике заметный рост рыбпрома начался в 2016 году (сразу +18,2% к 2013), в 2019 годовой рост достиг 21,5%.

По итогам 2019 года объемы свежей, охлажденной или мороженой рыбы приросли к 2018 г. на 16,1%, консервированной рыбы, икры и заменителей — на 2,6%.

Общий объем рынка рыбы и рыбной продукции Казахстана составляет порядка 66 тыс. тонн, из которых на рыболовство приходится 45 тыс. тонн, на рыбоводство — 7,4 тыс. тонн. При этом экспортируется 30 тыс. тонн,

импортируется 43,5 тыс. тонн продукции. В среднесрочной перспективе имеется потенциал увеличения объема отечественного рынка до 120 тыс. тонн, что позволит снизить объемы импорта, благодаря выращиванию форели и атлантического лосося, одновременно увеличивая объёмы экспорта на мировые рынки — в частности, в Китай, Россию и Европу.

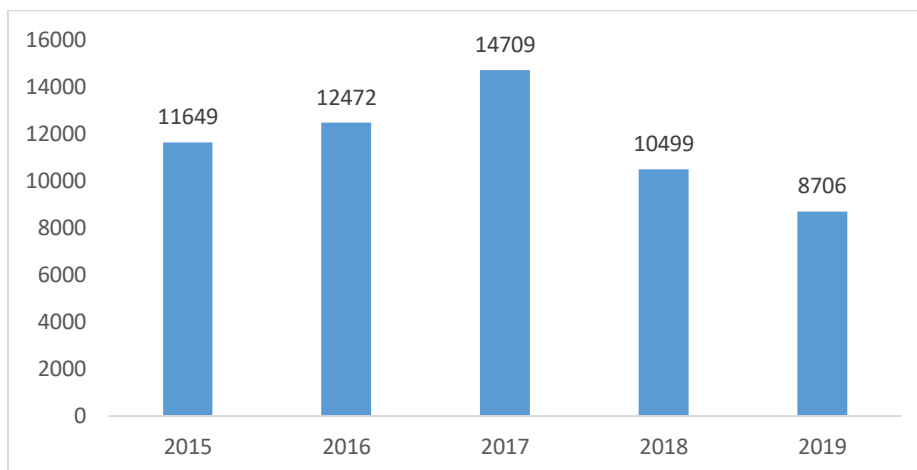
Основные производители приготовленной или консервированной другим способом рыбы, икры и её заменителей — Западно-Казахстанская (274 тонны), Туркестанская (193 тонны) и Восточно-Казахстанская (51 тонна) области. В этих регионах было произведено 518 тонн рыбы, что составляет 77,8% от всего производства.

В начале июля 2017 года в Аральском районе Кызылординской области прошел III международный слет рыбаков Приаралья с участием гостей из Дании, России, Актыубинской, Карагандинской, Туркестанской области и Восточно-Казахстанской областей. На реализацию инвестиционных проектов в секторе рыбпрома влияют автокоридор «Западная Европа-Западный Китай» и образование ЕАЭС. Например, был построен совместно с российскими предпринимателями рыбоперерабатывающий завод «Рыбный край Димитровград» в Ульяновской области, сырье на этот завод поставляется в основном с Аральского моря.

В сегменте приготовленной или консервированной рыбы объемы производства достигли 4,3 тыс. тонн — на 5,8% больше, чем годом ранее. Здесь две трети объемов обеспечивает три ключевых региона: Алматинская область, ЗКО и Туркестанская область.

В Туркестанской области планируется открыть два малых предприятия по переработке рыбы в Шардаринском районе — лидере рыбпрома в регионе. На 2020 год в районе действуют 4 завода по переработке, которые способны производить более 5 тыс. тонн рыбной продукции. Предприятия с начала года уже переработали 1300 тонн рыбы на общую сумму 1,3 млрд тенге. Из них 80% продукции уходят на экспорт в Россию, Германию, Израиль, Грузию и Узбекистан, а 20% - поставляются на внутренний рынок.

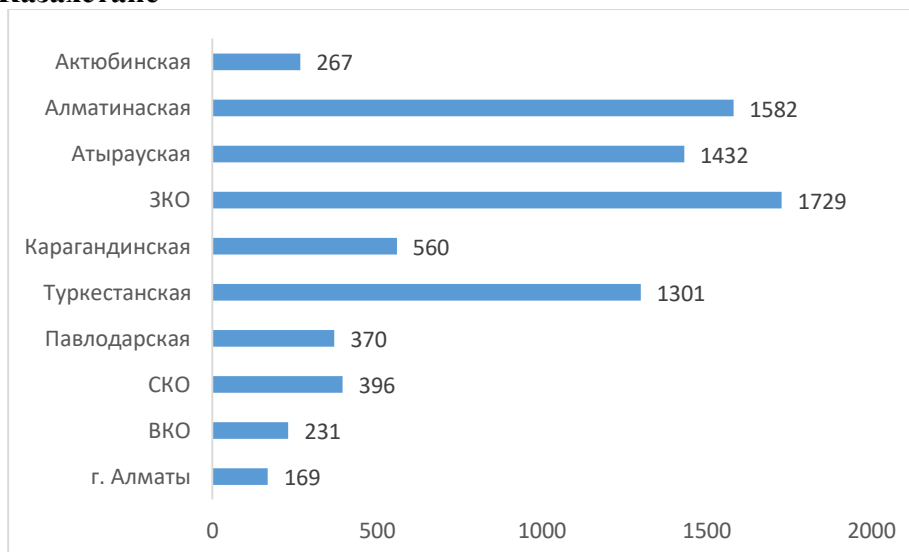
Производство рыбы приготовленной и консервированной в Казахстане (2015-2019)



Источник: КС МНЭ РК

Сокращение объемов производства готовых рыбных изделий и консервов в Республике Казахстан связано с несколькими причинами – ужесточением конкуренции на рынке со стороны зарубежных игроков, уменьшением объемов улова рыбы, снижением внимания к отрасли и уменьшением инвестиций. Наибольшие объемы производства рыбной продукции в Алматинской, Атырауской и Западно-Казахстанской областях.

Региональное распределение объемов производства готовой рыбы и консервов из рыбы в Казахстане



Источник: КС МНЭ РК

Объемы производства отдельных предприятий

С 1998 г. по 2019 г. выращено и выпущено в Урало-Каспийский бассейн свыше 89 млрд штук жизнестойкой молоди осетровых видов рыб.

Производится 3,5 млн молоди осетровых видов рыб, для природопользователей производим свыше 120 тыс. молоди осетровых видов рыб, работают 78 человек. 60% из них — специалисты рыбного хозяйства.

Выпуском рыбной продукции с 1934 года занимается ТОО «Имени Амангельды». Все эти годы основным принципом предприятия являлся выпуск только лучшей, экологически чистой рыбной продукции. За сутки здесь перерабатывается 395 тонн рыбы. В 2019 году произведено 1,1 тыс. тонн замороженной рыбы, 225 тонн филе и 50 тонн переработанной рыбы. Продукция ТОО «Имени Амангельды» пользуется большим спросом на рынках Казахстана, России, Украины и Азербайджана, Узбекистана и Франции, Болгария, Германия.

Производимую продукцию отправляют в страны ЕАЭС, Таможенного союза и другие зарубежные страны. Полностью обеспечен внутренний рынок. Более 20 видов рыбной продукции реализуют в г. Атырау и районах Атырауской области. Свою продукцию ТОО «Имени Амангельды» продают в торговых точках по низким ценам.

Еще одно предприятие, работающее в отрасли рыболовства, — осетровый рыбноводный завод ТОО «CaspianRoyalFish». Свою деятельность предприятие начало в 2014 году под названием «CaspianRoyalFish». В 2019 году завод произвел 12,5 тонн товарной рыбы и 620 кг пищевой икры. Главный рыбновод CaspianRoyalFish Ахат Ниматов рассказал о показателях работы завода и планах на будущее.

Классификация рыбного сырья

Рыба поступает на предприятия общественного питания:

1. свежей
2. живой;
3. свеже уснувшей;
4. охлажденной;
5. мороженой;
6. соленой.

Живая рыба ценится особенно высоко. Ее транспортируют в авто аквариумах, хранят на предприятиях в проточной воде (температура воды 4-8°C) в ваннах-аквариумах не более 2 суток. В живом виде поступают зеркальный карп, щука, сом, сазан, карась, угри.

В местах вылова иногда используют свежее уснувшую рыбу, но она плохо хранится и ее следует немедленно перерабатывать.

Охлажденная рыба имеет температуру в толще тушки позвоночника от -1 до 5°С. Она поступает в бочках или деревянных ящиках.

По виду разделки рыба может быть:

1. неразделенной;
2. с удаленными жабрами и частично внутренностями;
3. потрошеной с головой;
4. потрошеной без головы.

Мороженая рыба имеет температуру в толще тушки выше (- 6..8) °С. Рыба мороженая бывает тех же видов, что и охлажденная, и, кроме того, потрошеной без головы с удаленным хвостовым плавником и разрезанной на куски массой не менее 0,5 кг. В мороженом виде выпускают также рыбное филе. У некоторых рыб (сом и др.) перед срезанием филе удаляют кожу. По качеству мороженая рыба уступает живой и охлажденной, но при правильном размораживании ее свойства в значительной степени восстанавливаются.

Соленая рыба, поступающая на предприятия общественного питания, подразделяется на две группы:

1. рыба, созревающая при посоле или хранении в соленом виде и употребляемая в пищу без тепловой обработки (сельди, кильки, семга и др.);
2. соленая рыба, которую перед употреблением в пищу подвергают тепловой обработке.

По содержанию соли различают рыбу:

1. крепко соленую (свыше 14% соли);
2. среднесоленую (10-14%);
3. слабосоленую (до 10%).

Соленая рыба, требующая тепловой обработки (лещ, сазан и др.), поступает неразделанной или разных видов разделки: потрошеной, потрошеной без головы или без жабр, разделанной на пласт с головой или без головы, тушкой.

Рыба и рыбная продукция, выпускаемая с предприятий питания, бывает:

- 1) свежей (живая, свежая уснувшая, охлаждённая, мороженая);
- 2) солёной;
- 3) в виде консервов и пресервов.

Механическая обработка рыбы очень трудоемка и должна производиться в специальных цехах или на особых рабочих местах, отделенных от участков обработки других продуктов. На небольших предприятиях механизировать процесс обработки рыбы невозможно, так как существующие для этой цели машины имеют очень высокую производительность. Поэтому экономически целесообразно производить механическую обработку рыбы централизованно.

Централизованное производство рыбных полуфабрикатов организовано на рыбокомбинатах, в рыбных цехах крупных фабрик-кухонь и предприятий-заготовочных на механизированных поточных линиях.

Для выработки полуфабрикатов производители используют охлажденную и мороженую рыбу. Размораживают ее на воздухе и в воде. Для воздушного размораживания рыбу помещают в камеры, где укладывают на стеллажи в один слой. Температура в камере от 8 до 20°C, а относительная влажность — 95%, продолжительность размораживания 24 ч. Недостатком этого способа является подсыхание поверхности рыбы.

Мелкую и среднюю рыбу размораживают в воде или в 4%-ном растворе поваренной соли.

После размораживания рыбу очищают от чешуи, срезают плавники, удаляют головы, внутренности, вырезают плечевую кость, промывают, фиксируют в охлажденном растворе соли и охлаждают. Трудоемкие операции (отделение чешуи, срезание плавников, отделение головы) механизированы.

Фиксация заключается в обработке рыбы в течение 5—15 мин 15—18%-ным раствором поваренной соли, охлажденным до температуры от —4 до —6°C.

В процессе фиксации мышечная ткань быстро охлаждается, поверхностный слой насыщается солью. При этом увеличивается влагоудерживающая способность белков и на 5—12% уменьшаются потери массы полуфабриката при хранении, транспортировании и порционировании. Вследствие повышенного содержания соли в мышечном слое снижается температура замерзания, что позволяет хранить рыбу при температуре -1-5-2°C без подмораживания. После фиксации рыбу охлаждают в холодильной камере. Полуфабрикаты выпускают в виде тушки без головы — чешуя, плечевая кость, икра и молоки удалены, брюшная полость зачищена. Хвостовой плавник удален прямым срезом на 1—2 см выше конца кожного покрова, остальные плавники — на уровне кожного покрова.

У рыб массой в разделанном виде 200 г и менее может быть оставлена голова без жабр. Крупную рыбу разделяют на куски по длине упаковочных ящиков. Содержание поваренной соли не должно превышать 1%.

Полуфабрикаты упаковывают в деревянные ящики, покрытые пищевым лаком (или металлическую тару), с крышками. В каждый ящик укладывают полуфабрикаты одного вида, изготовленные в одно время. Общий срок хранения полуфабрикатов с момента изготовления 24 ч, в том числе срок хранения на предприятии-изготовителе — не более 8 ч при температуре от -1 до 5°C.

Рыбу с хрящевым скелетом размораживают на воздухе в течение 6—10 ч. У оттаявших тушек вручную отрубают голову вместе с грудными плавниками. Затем тушки помещают в ванны с кипящей водой на 3—5 мин. У ошпаренных тушек срезают спинные жучки и плавники, удаляют боковые брюшные жучки и костные чешуйки. В конце отрубают хвостовой плавник. Пластуют рыбу со стороны брюшка на звенья, обмывают струей воды и срезают спинной и реберные хрящи. Разрезают на куски длиной 40—60 см. Полученные звенья подвергают фиксации в течение 10—15 мин.

Количество отходов при обработке рыбы зависит от ее вида; размера; способа промышленной обработки (с головой или без головы, потрошенная или нет и т. д.); способа кулинарной обработки (пластованная с кожей и реберными костями, с кожей без костей и т. д.).

Отходы, образующиеся в результате механической кулинарной обработки рыбы, сортируют на пищевые и непищевые. К пищевым отходам относят головы без жабр, икру, молоки, внутренний жир, плавники (в том числе хвостовой), кожу, кости, а также визигу и хрящи осетровых рыб.

6. Производственные мощности

По данным, приведенным в Государственной программе развития агропромышленного комплекса РК на 2017-2021 годы, мощности казахстанских предприятий по переработке рыбы в 1 полугодие 2020 г. составляют 64 тысячи тонн в год, в то время как их загруженность всего 43%. При этом покупка рыбы за рубежом, кроме того, что является финансированием экономики другой страны, предполагает зависимость покупателя от поставок, различных международных санкций и других обстоятельств. Гораздо выгоднее формировать собственную сырьевую базу и тем самым способствовать развитию рыбной промышленности в Казахстане.

На территории Кызылординской области, кроме Малого Аральского моря, есть еще 184 водоема, которые имеют большое рыбохозяйственное значение. В 2016 году по области было выловлено 8394 тонны рыбы.

Утвержденная квота на вылов рыбы на 2018 год составляет 7883 тонны. В 2017 году объем переработанной рыбы составил 3461 тонну, на экспорт ушло 1768 тонн рыбной продукции. В 2018 году намечено увеличить переработку рыбы. Помимо нового рыбозавода был запущен Карашалинский сервисно-заготовительный центр. Всего в Приаралье функционируют 8 рыбоперерабатывающих заводов мощностью 11 тысяч тонн в год, они обеспечивают стабильным заработком более 350 работников.

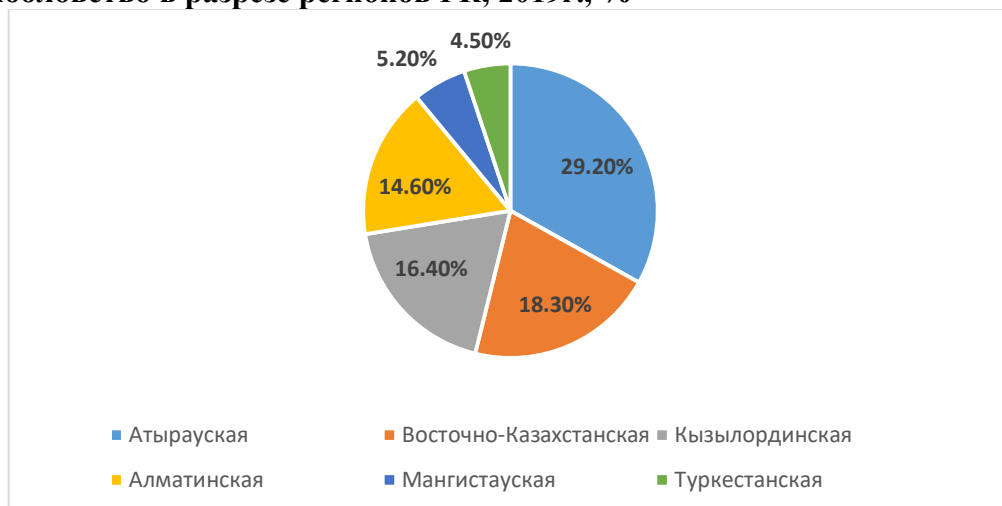
Увеличение внутренней емкости происходит в определенной степени под влиянием качественного развития самого рынка, в частности, это продуманная маркетинговая политика предприятий, увеличение

ассортимента продукции, улучшение вкусовых качеств, удобность упаковки, активность рекламной компании и другие факторы. Также, одним из факторов, способствующих повышению спроса, остается рост численности населения. По статистическим данным, численность населения республики ежегодно увеличивается примерно на 1,1% или на 165,3 тыс. чел.

Промысловое рыболовство в РК осуществляют свыше 1 тыс. субъектов рыбного хозяйства, за которыми закреплено 1646 рыбохозяйственных водоемов и их участков. В отрасли занято 11 тыс. человек.

Рыболовство ведётся преимущественно в Каспийском и Аральском морях, в озерах Балхаш и Зайсан, в Бухтарминском, Капшагайском и Шардаринском водохранилищах, в Алакольской системе озёр, в реках Жайык и Кигаш.

Рыболовство в разрезе регионов РК, 2019г., %

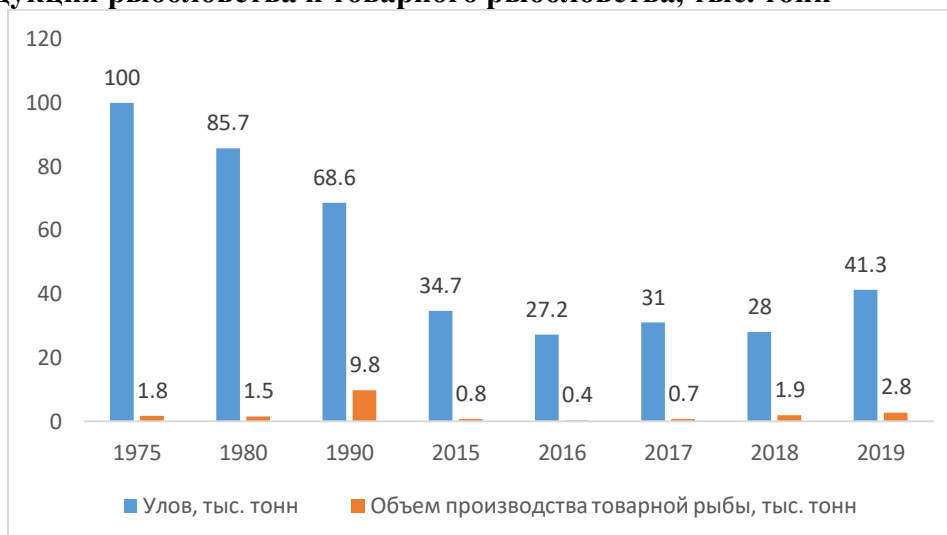


Источник: КС МНЭ РК

Основные промысловые регионы — Атырауская (13,1 тыс. тонн, 29,2% от всего промысла), Восточно-Казахстанская (8,2 тыс. тонн, 18,3%), Кызылординская (7,4 тыс. тонн, 16,4%), Алматинская (6,6 тыс. тонн, 14,6%), Мангистауская (2,3 тыс. тонн, 5,2%) и Туркестанская (2 тыс. тонн, 4,5%) области.

По данным Комитета по статистике МНЭ РК, за январь 2020 года в натуральном выражении казахстанские компании произвели 1,7 тысячи тонн свежей, охлажденной или мороженой рыбы — на 19,2% больше, чем в январе 2019-го; выпуск приготовленной или консервированной другим способом рыбы, икры и ее заменителей составил 666 тонн, отмечен спад производства на 4,6%.

Продукция рыболовства и товарного рыболовства, тыс. тонн



Источник: КС МНЭ РК

Предпосылки для развития товарного рыбоводства:

- Рост потребления при одновременном сокращении естественных ресурсов
- Выравнивание цен с импортной морской рыбой в результате девальвации тенге
- Наличие водоемов – озер, прудов, морских участков
- Имеются работающие хозяйства, специалисты и рыбоводники

Технология озерно-товарного рыбоводства, мощностью более 10 тон, на площади более 100 га

Подготовительные работы	Производство
<p>1. Паспортизация водоема и разработка РБО (рыбоводно-биологического обоснования) за счет гос-ва - перевод промысловых водоемов ОТПХ 1,3 млн. тг.</p>	<p>5. Приобретение кормов и удобрений на сумму 300 тыс. тг ежегодно - корма с содержанием 23% протеина в коэфф. 3,6 - удобрения 0,3 млн. тг</p>

<p align="center">2. Подготовка водоема</p> <ul style="list-style-type: none"> - отлов малоценных и хищных видов рыб - стимулирование естественной кормовой базы <p align="center">0,8 млн. тг</p>	<p align="center">6. Приобретение оборудования и инвентаря для хранения рыбы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - садки для передержки рыб - живорыбный контейнер (с инвест. субсид.) <p align="center">3,4 млн. тг</p>
<p align="center">3. Покупка оборудования и инвентаря</p> <ul style="list-style-type: none"> - моторная лодка - орудия лова - контейнер для хранения кормов <p align="center">1,3 млн. тг</p>	<p align="center">7. Вылов и реализация товарной рыбы со второго года</p> <ul style="list-style-type: none"> - 10 800 шт рыбы * 1 кг (сред. Навеска) x 700 тг/кг = 7,6 млн. тг
<p align="center">4. Зарыбление озера поликультурой</p> <ul style="list-style-type: none"> - 60 тыс. сеголеток * 30 тг = 1,8 млн тг. - выживаемость сегоклеток в первый год до 30%, во второй год – до 60% <p align="center">1,8 млн. тг</p>	<p align="center">8. Предусматривается также возможность услуг по спортивно-любительскому рыболовству, туризму, рекреаций с получением доходов, возможно разведение водоплавающей птицы.</p>

Источник: Евразийская экономическая ассоциация

7. Внешняя торговля

Казахстанская рыбная продукция экспортируется в более 10 стран: Австрию, Германию, Грузию, Канаду, Кыргызстан, Литву, Нидерланды, Польшу, Россию, Румынию, Таджикистан, Узбекистан, Украину, Чехию.

По итогам 2019 года экспорт рыбной продукции из Казахстана составил 26,9 тыс. тонн на общую сумму 52,8 млн долларов, тогда как в 2016 году было экспортировано 23,7 тыс. тонн на 50,2 млн долларов. При этом снижается импорт: в 2019 году в Казахстан было импортировано 27,2 тыс. тонн рыбной продукции, тогда как в 2018 году – 29,8 тыс. тонн.

В составе импорта преобладает морская и океаническая рыба (сельдь, скумбрия, семга, лосось, тресковые) и морепродукты (креветки, кальмары, мидии, морская капуста). Они пользуются спросом на нашем рынке, так как во внутренних водоемах не вылавливаются.

За январь-апрель 2019 только свежей, охлажденной и мороженой рыбы было выпущено 8,4 тыс. тонн, против 5,3 тыс. тонн в аналогичном периоде прошлого года. В стоимостном выражении производство рыбы,

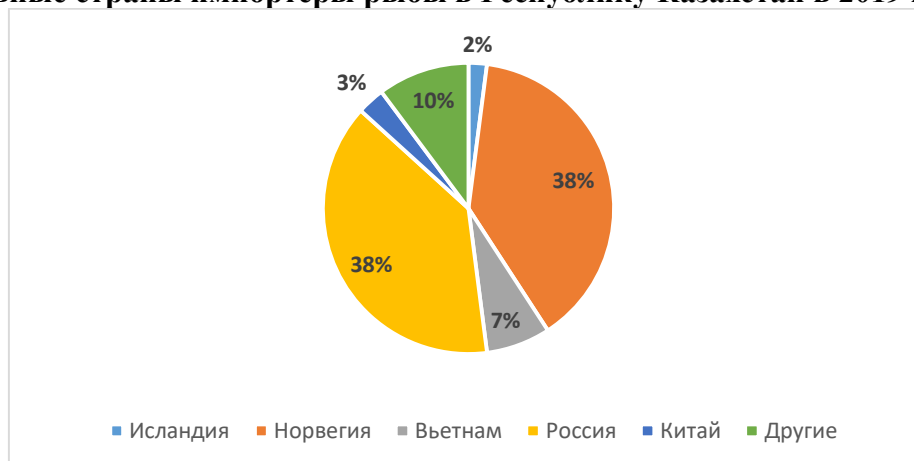
ракообразных и моллюсков за четыре месяца 2019 года достигло 4,3 млрд тг, против 3,8 млрд годом ранее.

Около трети всех ресурсов в секторе (собственное производство + импорт) ушло на экспорт (31,5%). По итогам прошлого года доля собственного производства в секторе была ниже — 41,5%. За границу было вывезено 23,6% ресурсов.

По итогам 2019 года по объемам сырой рыбы (свежей, охлажденной или мороженой) лидирует Кызылординская область — 1,3 тыс. тонн, +56,7% к аналогичному периоду годом ранее. На втором месте Алматинская область — 1,3 тыс. тонн, +77,2% за год. Замыкает тройку лидеров Атырауская область — 1,2 тыс. тонн, +59,4% за год.

В сегменте консервированной рыбы и икры лидирует ЗКО — 850 тонн, -25,5% за год. На втором месте — Туркестанская область, где, напротив, зафиксирован более чем двукратный прирост — до 680 тонн. Замыкает тройку лидеров Атырауская область — 148 тонн, -35,9%.

Основные страны импортеры рыбы в Республику Казахстан в 2019 году, %



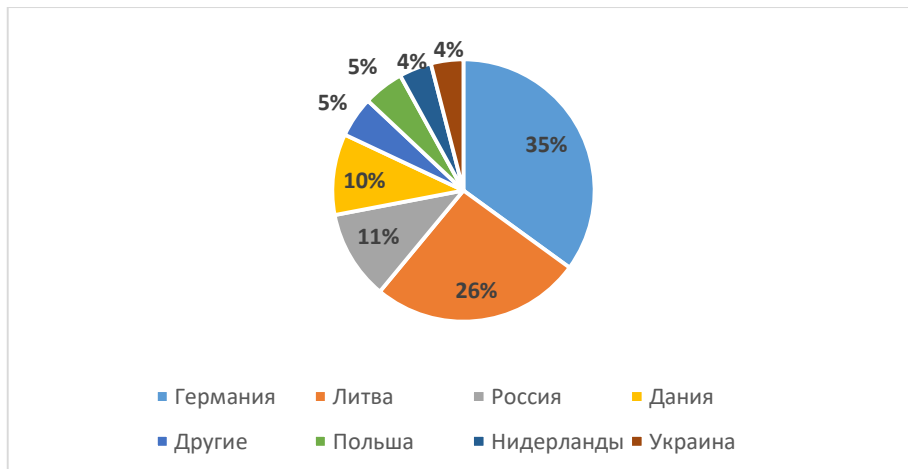
Источник: КС МНЭ РК

Изменение структуры экспорта можно проследить, анализируя диаграммы, на которых изображены основные страны-экспортеры рыбы из Казахстана. Основное снижение доли характерно для Германии и Нидерландов, рост — для Дании и Польши. В целом можно говорить о диверсификации экспорта по различным странам.

По итогам первого полугодия 2020 года импорт переработанной и консервированной рыбы, ракообразных и моллюсков увеличился год к году на 19,1%, достигнув почти 20 тысяч тонн, что составило 52,4% от общих ресурсов государства. Вместе с тем внутреннее производство в Казахстане также выросло, правда, не столь значительно, как импорт, — на 0,8% по

сравнению с данными за первое полугодие 2019 года. Всего казахстанские компании произвели за первое полугодие 2020 года 18,2 тысячи тонн рыбы, ракообразных и моллюсков (переработанных и консервированных). А вот производство свежей, охлажденной или мороженой рыбы за январь-июль 2020 года в сравнении с данными за аналогичный период 2019 года снизилось на 11,1%, до 13,6 тысячи тонн.

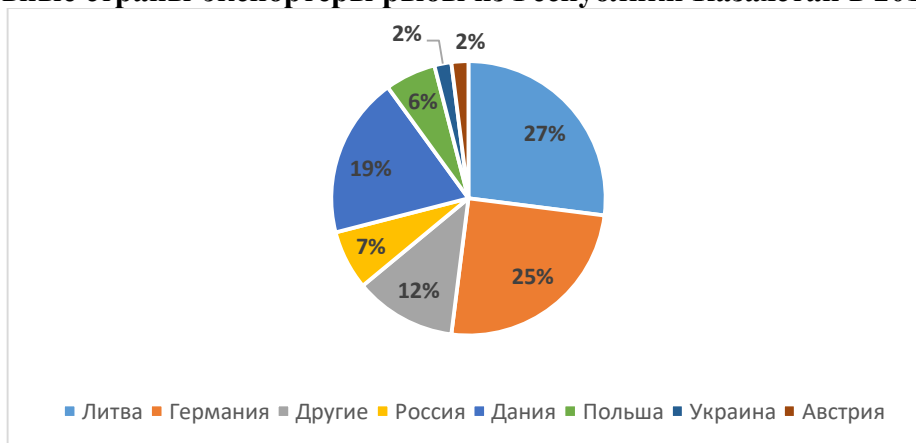
Основные страны-экспортеры рыбы из Республики Казахстан в 1 квартале 2020 года



Источник: КС МНЭ РК

Что же касается экспорта, за полгода он упал на 5,2% и составил 10,5 тысячи тонн рыбы, ракообразных и моллюсков (консервированных и переработанных). При этом, по данным министерства сельского хозяйства РК, в стране отмечается положительная тенденция импортозамещения на основные виды рыбной продукции.

Основные страны-экспортеры рыбы из Республики Казахстан в 2018 году

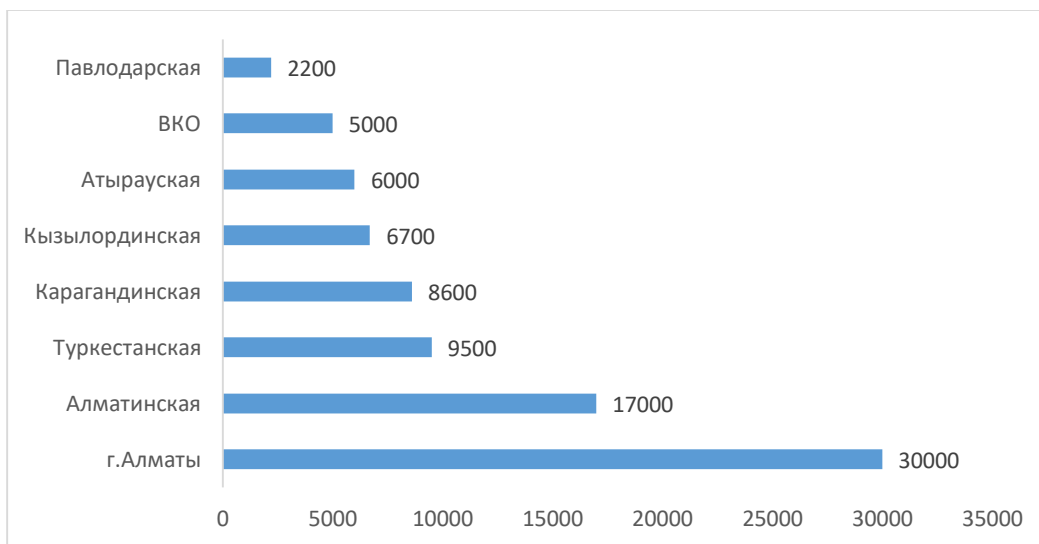


Источник: КС МНЭ РК

Основу экспорта рыбы из Республики Казахстан составляет филе рыбы и фарш из нее, составляющий до 85% в различные годы от общего объема экспорта. Доля мороженой и сушеной рыбы невелика и незначительно меняется в различные годы.

Кроме того, представляет интерес анализ основных регионов-экспортеров рыбы в Республике Казахстан.

Регионы Казахстана, экспортирующие рыбу и морепродукты 2019г., тыс. долл. США



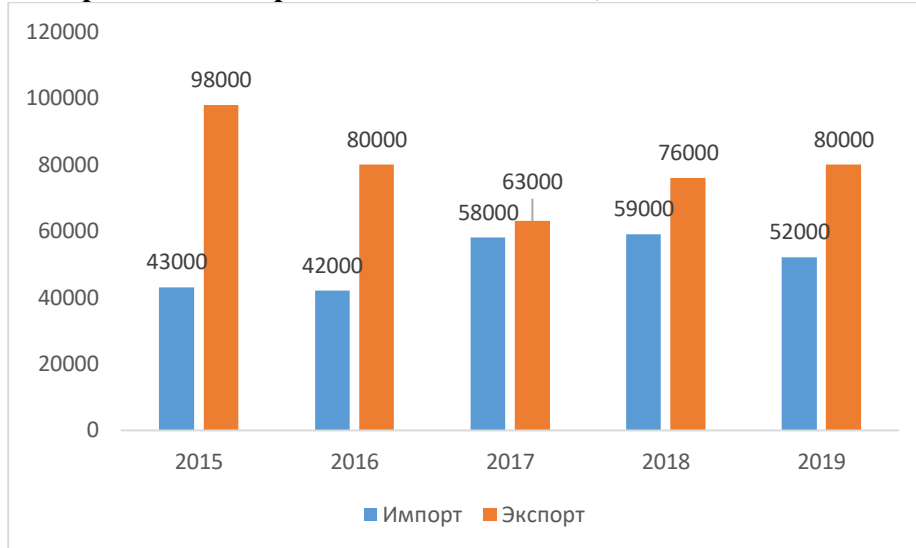
Источник: КС МНЭ РК

Таким образом, наибольшие объемы поставок рыбы и морепродуктов в Республике Казахстан приходятся на совсем не морские регионы – Алматы, Алматинскую и Туркестанскую области, что связано с размещением на территории этих областей основных мощностей рыбокомбинатов.

В 2019 году в Республику Казахстан было ввезено более 34 тыс. тонн рыбы и продуктов из рыбы, вывезено – более 20 тыс. тонн. В стоимостном выражении преобладает экспорт рыбы из Казахстана, это связано с тем, что ряд предприятий в РК на основе импортного сырья производит готовые к употреблению продукты из рыбы, которые, обычно, имеют более высокую цену. Динамика экспорта и импорта Казахстана в стоимостном выражении представлена ниже.

В целом, в рассматриваемом промежутке времени наблюдается уменьшение объемов импорта в натуральном выражении и менее значительное снижение объемов экспорта.

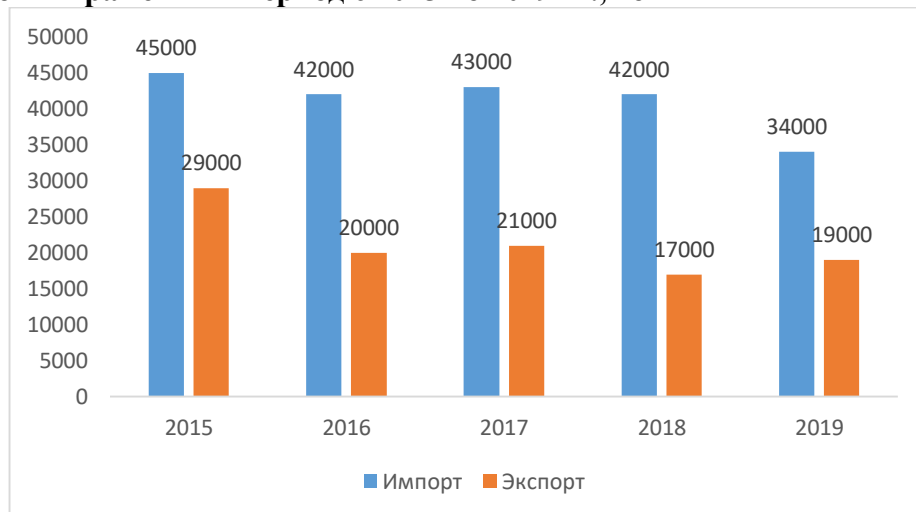
Динамика импорта и экспорта рыбы и морепродуктов в Казахстан в стоимостном выражении в период с 2015 по 2019 гг., тыс. долл. США



Источник: КС МНЭ РК

Однако, для рассматриваемого периода в стоимостном выражении характерно снижение объемов экспорта на 22% и увеличение объемов импорта на 10%. При анализе натуральных и стоимостных объемов ввоза и вывоза рыбы и морепродуктов из Республики Казахстан становится ясно, что в страну начинают ввозить более дорогие продукты из рыбы. Вывозят по сравнению с 2018 годом те же продукты – относительно дорогие готовые продукты из рыбы, относящиеся к категории филе, готовые части рыбы и фарш из рыбы.

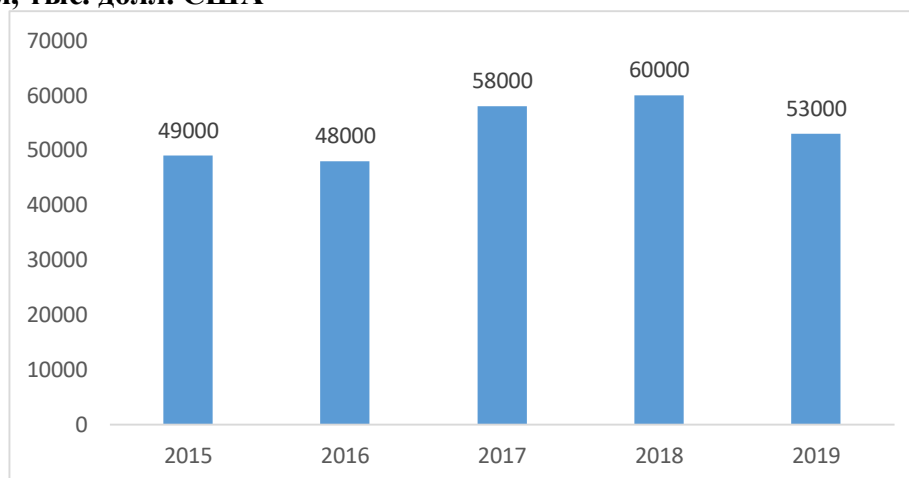
Динамика импорта и экспорта рыбы и морепродуктов в Казахстан в натуральном выражении в период с 2015 по 2019 гг., тонн



Источник: КС МНЭ РК

Наибольшую часть импорта рыбы и морепродуктов в Республику Казахстан составляют рыба мороженая, филе и фарш из рыбы и моллюски и ракообразные. Положительным сдвигом является увеличение на рынке объемов поставляемой живой и свежей рыбы.

Структура экспорта рыбы и морепродуктов в Казахстане по годам и категориям, тыс. долл. США



Источник: КС МНЭ РК

8. Размер рынка

По итогам 2018 года производство продукции аквакультуры составило 729 тонн. Импорт рыбопосадочного материала составил 1,7 тыс. тонн, в том числе мальков осетровых рыб – 0,4 тыс. тонн, оплодотворенной икры рыб – 1,3 тыс. тонн.

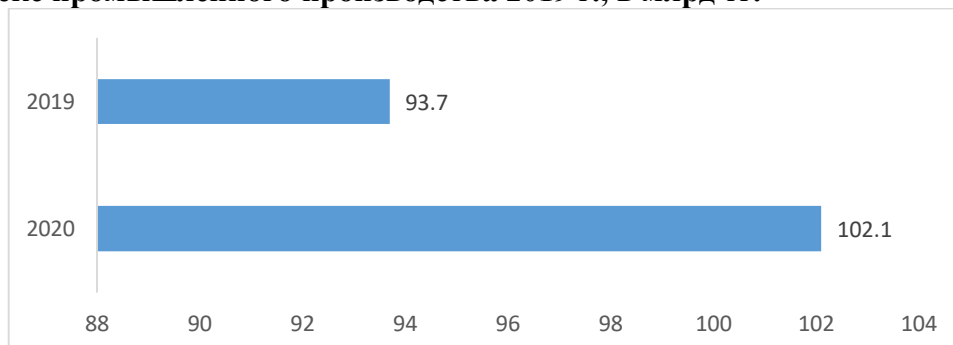
Общий фонд прудовых площадей составляет 1,15 тыс. га. Производство продукции прудовой аквакультуры (каarp, белый амур) увеличилось на 14,6 % до 105,8 тонн в период с 2016 по 2018 гг. при рыбопродуктивности прудов в среднем по рыбоводным хозяйствам 0,6 тонн/га. Развитием прудовой аквакультуры занимаются 3 юридических лица со средней рентабельностью выращивания рыбы менее 10 %.

За 1 полугодие 2020 года в Казахстане переработали и законсервировали рыбы, ракообразных и моллюсков на сумму 1,4 млрд тг, согласно сведениям КС МНЭ РК. Рост с учетом инфляции составил 2,1%. В январе прошлого года показатель был равен 1,5 млрд тг.

В целом за январь–декабрь 2019 года выпуск в секторе переработки и консервирования рыбы, ракообразных и моллюсков составил 20 млрд тенге, что означало сокращение производства на 2,7%. Для сравнения: в январе–

декабре 2018 года сумма производства достигла 23,1 млрд тг, рост производства — 8,3%.

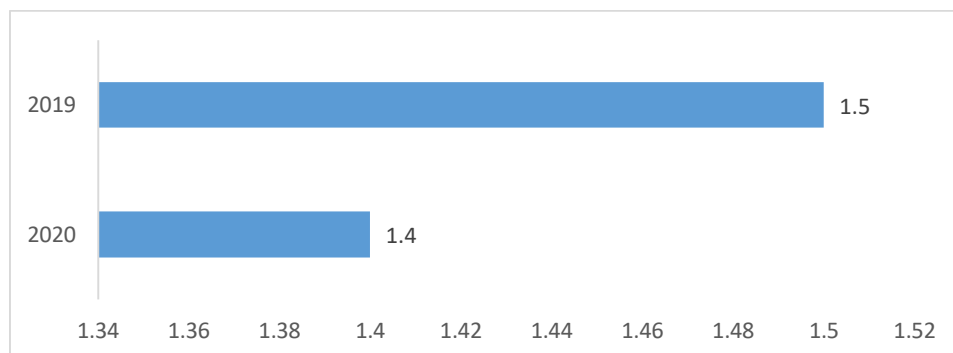
Индекс промышленного производства 2019 г., в млрд тг.



Источник: КС МНЭ РК

Общий объем рынка рыбы и рыбной продукции Казахстана составляет порядка 66 тыс. тонн, из которых на рыболовство приходится 45 тыс. тонн, на рыбоводство — 7,4 тыс. тонн. При этом экспортируется 30 тыс. тонн, импортируется 43,5 тыс. тонн продукции. В среднесрочной перспективе имеется потенциал увеличения объема отечественного рынка до 120 тыс. тонн, что позволит снизить объемы импорта, благодаря выращиванию форели и атлантического лосося, одновременно увеличивая объёмы экспорта на мировые рынки — в частности, в Китай, Россию и Европу.

Переработка и консервирование рыбы, ракообразных и моллюсков., 2019 г., млрд. тг.



Источник: КС МНЭ РК

Промысловое рыболовство в РК осуществляют свыше 1 тыс. субъектов рыбного хозяйства, за которыми закреплено 1646 рыбохозяйственных водоемов и их участков. В отрасли занято 11 тыс. человек. Рыболовство ведется преимущественно в Каспийском и Аральском морях, в озерах Балхаш и Зайсан, в Бухтарминском, Капшагайском и Шардаринском

водохранилищах, в Алакольской системе озёр, в реках Жайык и Кигаш. Основные промысловые регионы — Атырауская (13,1 тыс. тонн, 29,2% от всего промысла), Восточно-Казахстанская (8,2 тыс. тонн, 18,3%), Кызылординская (7,4 тыс. тонн, 16,4%), Алматинская (6,6 тыс. тонн, 14,6%), Мангистауская (2,3 тыс. тонн, 5,2%) и Туркестанская (2 тыс. тонн, 4,5%) области.

Индикаторы развития рыбного хозяйства в Казахстане до 2023 г.

Год	2017	2023
Производство и добыча рыбы в год	35 тыс. тг в среднем	73 тыс тг
ОТРХ, пруды	1,4 тыс. тг	8,1 тыс. тг
Садки, бассейны	0,5 тыс. тг	11,5 тыс. тг + 350 т. Икры
УЗВ, береговые комплексы	0,6 тыс. тг	11 тыс. тг +10 т икры
Улов	32 тыс. тг в среднем	42 тыс. тг
Среднегодовые объемы вылова и аква-культуры, млрд. тг	7,8	+47,8
Количество рабочих мест, чел	800	+4500
Господдержка, млрд. тг	1,2 за 7 лет	30,4 за 10 лет

Источник: КС МНЭ РК

По данным КС МНЭ РК, в Казахстане активнее всего вывозят рыбное филе. Его доля в экспорте рыбы и рыбной продукции, согласно аналитическим выкладкам Kazakh Invest, составила 86% в 2014 и 82% в январе-сентябре 2019 года. Далее следуют мороженая рыба – 9 и 12%, соленая, сушеная или копченая – 3 и 4% соответственно. В 2014 Казахстан из

31,1 тыс. тонн произведенной рыбы экспортировал 20,5 тыс. тонн, или 66%. Сама страна «съела» 43,1 тыс. тонн рыбы, при этом импортировав 32,45 тыс. тонн на сумму \$48,7 млн. 60–70% судака на рынках Европы – это казахстанский продукт

По данным Комитета государственных доходов Министерства финансов (без учета стран ЕАЭС. – F), с 2010 по 2019 вывезено 43 тыс. тонн рыбного филе и прочего мяса на \$370 млн 442 тыс. Этот товар отгружался в 20 стран, в том числе в Канаду, США, Китай, Чехию, Турцию и даже в Новую Зеландию и Сейшелы. За этот же период Казахстан продал более 33 тыс. тонн мороженой рыбы (за исключением филе) на сумму \$23 млн 825 тыс. Рыбка «уплыла» в 19 стран, включая Грузию, Азербайджан, Данию, Германию, Британские Виргинские острова. 11 стран в указанный период импортировали сушеную, соленую, копченую рыбу из Казахстана. В физическом выражении импорт составил 7 тыс. тонн, в стоимостном – \$9 млн 911 тыс.

Свежую и охлажденную рыбу (исключение – все то же рыбное филе) Казахстан стал вывозить в 2013 и только в Узбекистан. Соседняя республика приняла чуть более 1 тыс. тонн на сумму \$540 тыс.

Если посчитать «рыбный» экспорт за период с 2014 по 2020 года, то в физическом выражении он составил более 84 тыс. тонн, в стоимостном – более \$404 млн 717 тыс.

В 2020 году в водоёмах Казахстана обитает преимущественно пресноводная рыба 155 видов. В Красную книгу занесены 18 из них. Коммерческий лов на реках, озёрах и водохранилищах включает 52 вида рыб. По данным "НПЦ рыбного хозяйства", в озёрах Балхаш, Алаколь, Зайсан, а также в Арале, Капшагайском и Бухтарминском водохранилищах и Каспийском море обитают следующие виды промысловых рыб:

1. Урало-Каспийский бассейн

- Осетровые: белуга, севрюга, русский осётр, шип, стерлядь.
- Крупный частик: сазан, судак, жерех, сом, щука, толстолобик, кефаль, кутум.
- Сельди: каспийский пузанок, большеглазый пузанок, круглоголовый пузанок.
- Килька: анчоусовидная килька, обыкновенная килька.
- Мелкий частик: вобла, лещ, карась, окунь, линь, краснопёрка, густера, синец, чехонь, белоглазка.

2. Аральское море

- Крупный частик: сазан, судак, жерех, щука, сом, белый амур, толстолобик, змееголов.

●Мелкий частик: плотва, лещ, чехонь, камбала, белорыбица, красноперка.

3. Озеро Балхаш, Капшагайское водохранилище (бассейн реки Или)

●Крупный частик: сазан, судак, жерех, сом, змееголов, белый амур, белый толстолобик.

●Мелкий частик: вобла, карась.

4. Алакольские озера

●Крупный частик: сазан, судак.

●Мелкий частик: плотва, лещ, карась, окунь.

5. Озеро Зайсан, Бухтарминское, Усть-Каменогорское, Шульбинское водохранилища, река Ертис (бассейн реки Ертис)

●Осетровые: стерлядь.

●Крупный частик: сазан, судак, щука, налим.

●Мелкий частик: плотва, лещ, карась, окунь, пелядь, рипус, линь, язь.

Систематизированных данных об изменении количества рыбы, обитающей в основных водных бассейнах республики и в казахстанской части Каспийского моря, за период с 2010 - 2020 гг. у центра нет.

9. Обзор цен

В стоимостном выражении переработка и консервирование рыбы, ракообразных и моллюсков достигли за 2019 года 6,79 млрд тг - сразу на 31,8% больше, чем в аналогичном периоде годом ранее.

Цены на розничном рынке ощутимо отличаются в зависимости от региона. В среднем, в 2020 году, скумбрия холодного копчения стоит 2091 тг за кг, солёная сельдь — 915,76 тг за кг, шпроты в масле — 509,3 тг за 240 г.

Скумбрия и шпроты дешевле всего среди крупных городов и мегаполисов страны стоили в Кызылорде, сельдь — в Павлодаре. Дороже всего скумбрия и шпроты обходились жителям Талдыкоргана, а солёная сельдь — столичным жителям.

Розничные цены. (1 квартал 2020г), тг

	Скумбрия холодного копчения(кг)	Сельдь соленая (кг)	Шпроты в масле (240г)
Казахстан	2090,9	915,8	509,3
Нур-Султан	2445	1072	458
Алматы	2199	935	532
Шымкент	1857	874	492
Актау	1933	984	559
Актобе	1721	871	577
Атырау	2060	930	543

Кокшетау	1884	945	573
Караганда	2060	916	536
Костанай	2107	861	458
Кызылорда	1596	887	438
Уральск	1931	894	464
Усть-Каменогорск	2464	885	564
Павлодар	1752	819	518
Петропавловск	1911	876	543
Семей	2282	886	497
Галдыкорган	2546	862	668
Тараз	2307	873	443
Туркестан	1977	999	460

Источник: КС МНЭ РК

В 2019 году был запланирован выпуск в естественную среду обитания 78,4 млн молоди ценных видов рыб. Госпрограммой развития АПК прогнозировался рост объемов рыбоводства с 1,5 тыс. до 5 тыс. тонн к 2021 году. Розничные цены на рыбную продукцию значительно возросли. Так, свежая или охлажденная рыба в сентябре 2019 года стоила в среднем по республике 756,6 тенге за кг — на 16,5% больше, чем в мае того же года (649,3 тенге за кг). Дороже всего свежая рыба обходится жителям Алматы и Атырау, цена в этих регионах составила 1109 и 1108 тенге соответственно.

Соленая и копченая рыба подорожала за год на 16,7%, с 1381,2 до 1611,5 тенге за кг. Высокие цены наблюдаются в Атырау (2727 тенге за кг), г.Нур-Султан (2250 тенге за кг) и Алматы (2008 тенге за кг).

Рыбные консервы выросли в цене на 12,6% за год, с 557,4 до 627,8 тенге.

Розничные цены на рыбу. 2019г, тг за кг

	Свежая или охлажденная	Рыба соленая и копченая (без деликатесной)	Мороженая, обезглавленная	Сельдь	Консервы рыбные не деликатесные усл.банка
Казахстан	756,57	1611,5	1138,48	908,48	627,77
Нур-Султан	868	2250	1582	1219	932
Алматы	1109	2008	1259	1061	950
Шымкент	695	1357	1146	812	528
Актау	718	1776	825	949	424
Актобе	623	1336	922	905	514
Атырау	1108	2727	1540	857	486
Кокшетау	649	1465	968	926	659

Караганда	640	1762	1095	850	675
Костанай	461	1847	1399	784	679
Кызылорда	721	1082		876	466
Уральск	903	1263	900	850	445
Усть-Каменогорск	692	1116	1255	935	653
Павлодар	584	1586	862	819	582
Петропавловск	400	1721	1033	790	569
Семей	721	1305	985	770	495
Талдыкорган	696	1259	1077	814	615
Тараз	578	1182	817	816	468
Туркестан	718	1749		955	424

Источник: КС МНЭ РК

По итогам апреля 2019 г. предприятия-производители увеличили цену к апрелю 2018 г. года на мороженую неразделанную рыбу в полтора раза, до 125,1 тг за кг. Цена за килограмм филе выросла на 4,2%, до 1104,3 тг. Больше всего выросла в цене копченая сельдь — почти в 2,5 раза, до 1098,2 тг за кг.

Оптовая цена на замороженную рыбу за год немного снизилась — на 9%, до 1819 тг за кг.

В рознице за свежую или охлажденную рыбу в среднем платили 551,1 тг за кг, на 16% больше, чем годом ранее. Самые высокие цены среди крупных городов и мегаполисов зафиксированы в Алматы (759 тг за кг, рост за год на 10,8%). Дешевле всего свежая рыба в Таразе (349 тг за кг, +23,3% за год).

Соленая и копченая рыба, без учета деликатесных пород, в среднем по стране обходилась в 1171 тг за кг (+22,4% за год). Наибольшая цена — в г. Нур-Султан (1878 тг за кг, +23,6%), наименьшая — в Кокшетау (799 тг за кг, +12,4% за год).

Мороженая рыба без головы в среднем по стране обходилась по 765 тг за кг (+22,6% за год). Дороже всего ее покупали в Жезказгане (1023 тг за кг, + 47,8% за год), дешевле всего — в Уральске (559 тг за кг, +3,5% за год).

Сельдь в среднем стоила 774 тг за кг, +53,5% за год. Дороже всего она обошлась жителям г. Нур-Султан (1012 тг за кг, +46% за год), дешевле всего — жителям Талдыкоргана (577 тг за кг, +12,9%).

Рыбные консервы (без учета деликатесных) стоили в среднем 438 тг за банку, +39,8% за год. Самые дорогие рыба консервы — в г. Нур-Султан (626 тг за банку, +40,7%), самые дешевые — в Актау (315 тг за банку, +2,6% за год).

За 2018 года в Казахстане произвели 11,2 тысячи тонн свежей, охлажденной и мороженой рыбы - сразу на 18,6% больше, чем годом ранее. Основные регионы-поставщики - Атырауская и Кызылординская области, обеспечивающие порядка двух третей всей продукции по РК.

В 2018 году цены на рыбу и рыбную продукцию в магазинах и на базарах РК растут: так, наиболее ценная свежая или охлажденная рыба подорожала за год на 11%, до 649,4 тенге по итогам мая в среднем за кг, мороженая - на 7,3%, до 887,9 тенге за кг, соленая и копченая - на 5,8%, до 1354,2 тенге за кг (без учета деликатесной).

Сельдь выросла в цене на 3% год-к-году, до 847,7 тенге за кг, рыбные консервы - на 10,3%, до 557,4 тенге в среднем за банку.

Розничные цены. 2018, тг за кг

	Свежая или охлажденная	Рыба соленая и копченая (без деликатесной)	Морожена я, обезглавленная	Сельдь	Консервы рыбные не деликатесные усл.банка
Казахстан	649,37	1354,24	887,89	821,45	557,42
Нур-Султан	727	1881	1164	1192	858
Алматы	925	1687	986	1037	792
Актау	711	1761	815	948	398
Актобе	549	1254	807	860	457
Атырау	839	2726	1097	918	449
Жезказган	620	1191	1031	718	456
Кокшетау	606	1154	686	825	598
Караганда	525	1423	907	814	593
Костанай	519	1586	987	760	479
Кызылорда	651	923		844	452
Уральск	661	1200	660	801	420
Усть-Каменогорск	596	1000	1000	897	598
Павлодар	453	1194	611	757	556
Петропавловск	418	1470	880	812	477
Семей	622	1305	839	737	479
Талдыкорган	676	1065	869	659	585
Тараз	431	1041	712	765	421
Шымкент	579	975	784	719	419

Источник: КС МНЭ РК

Розничные цены на свежую или охлажденную рыбу выросли в 2017 году на 6,1%, до 588,7 тг за кг, на соленую и копченую - на 8,6%, до 1283,3 тг за кг, на мороженую обезглавленную - на 8%, до 830,6 тг за кг.

Сельдь подорожала на 5,6% за год, до 821,5 тг за кг, рыбные консервы - на 13,2%, до 509,5 тг.

Розничные цены. Рыба и рыбная продукция. 2017, тенге за кг

	Свежая или охлажденная	Рыба соленая и копченая (без деликатесной)	Мороженая, обезглавленная	Сельдь	Консервы рыбные не деликатесные усл.банка
Казахстан	588,72	1283,28	830,64	821,45	509,50
Нур-Султан	684	1915	1078	1140	758
Алматы	804	1451	947	961	716
Актау	621	1662	731	907	338
Актобе	531	1211	752	818	410
Атырау	656	2481	964	828	445
Жезказган	583	1011	1063	718	459
Кокшетау	576	1374	701	884	557
Караганда	525	1522	822	797	539
Костанай	519	869	871	678	381
Кызылорда	566	1171		813	408
Уральск	531	1001	621	801	381
Усть-Каменогорск	543	1171	933	892	581
Павлодар	450	1001	571	730	526
Петропавловск	401	1194	882	784	458
Семей	606	1374	779	920	472
Талдыкорган	541	1249	746	607	522
Тараз	377	1019	633	720	390
Шымкент	579	1029	784	729	389

Источник: КС МНЭ РК

10. Потребительское поведение

В современном динамично развивающемся мире потребительское поведение постоянно меняется.

В 2020 году потребители предъявляют все более высокие требования к розничным сетям, обращая внимание не только на цены, но и на ассортимент, обслуживание, качество товаров в магазине. Для того чтобы преуспеть в гонке за кошелек своего потребителя, необходимо постоянно отслеживать эти изменения и адаптировать свой бизнес.

Для стран с развивающимся рынком розничной торговли, к которым относится Казахстан, понимание и знание потребителя станет ключевым дифференциатором в борьбе за лидерство.

В среднем каждая семья в Казахстане тратит на продукты питания и товары повседневного спроса более 400 долларов в месяц. При этом по сравнению с прошлым годом жители столицы на 30% увеличили свои

расходы на данную категорию товаров. Покупка свежих продуктов (мясо, рыба, овощи и фрукты) в обоих городах составляет почти половину ежемесячных затрат, а именно 48%.

Расходы на продукты питания и товары повседневного спроса во многом зависят от текущих потребительских цен. По опросным данным было выявлено, что большинство покупателей (89%) отмечают рост цен на продукты питания, однако они по-разному корректируют свое покупательское поведение. Так, например, в Алматы и г. Нур-Султан порядка трети респондентов не изменяют свое покупательское поведение в связи с ростом цен: продолжают ходить в те же магазины и покупают прежний объем продуктов. Около 45% потребителей снижают расходы на излишества и покупают только необходимое. Для алматинцев более, чем для жителей г. Нур-Султан, характерно сокращение покупательской корзины в целом (22% приобретают меньше товаров).

Основным местом совершения покупок в Алматы и г. Нур-Султан остаются магазины шаговой доступности (87%) и супермаркеты (76%). Жители г. Нур-Султан отдают большее предпочтение магазинам шаговой доступности в сравнении с жителями Алматы. В них жители г. Нур-Султан делают покупки примерно 25 раз в месяц. Знание соотношения голосов потребителей в пользу того или иного формата важно для того, чтобы понимать приоритетные миссии потребителей. В Алматы закупка продуктов с большим запасом является наиболее популярной покупательской миссией (65%). В г. Нур-Султан, где популярный формат — это магазины шаговой доступности, покупатели разделились на тех, кто покупает продукты с большим запасом, и тех, кто делает покупки на каждый день.

Рыба – это полезный продукт диетического питания, источник легкого белка, необходимых микроэлементов и полезных жиров. Однако, казахстанцы потребляют рыбную продукцию в малом количестве. Причин несколько:

1. Цена. Рыба и мясо продаются с незначительной разницей в цене, поэтому потребитель выбирает мясо. Сложилось твердое убеждение, что мясо (животных и птиц) более питательно. Снижение цены на рыбу возможно только при увеличении объема производства и продажи рыбы в Казахстане. Тогда снизится себестоимость и, соответственно, цена продажи.

2. Традиционные кулинарные пристрастия, а именно ориентир на красное мясо, изменить которые нелегко.

3. Доверие потребителя, которое сильно пошатнули большое количество мифов об опасности заражения через рыбу. рыба тоже подвержена заболеваниям, часто является их переносчиком. Однако, эта опасность может

исходить от любого животного белка – и мяса животных, и мяса птицы, при несоблюдении санитарных норм.

Предвзятое отношение к рыбе в этой связи свидетельствует об отсутствии должного информирования потребителя о том, как минимизировать риски заражения при питании. А это в первую очередь достаточная кулинарная обработка продукта.

На казахстанском рынке также имеет место быть неравномерное потребление рыбы и консервов из рыбы в натуральном и ценовом выражениях.

Во всем мире с приходом весны и лета потребление рыбы возрастает. Кроме того, рыба – это легкий белок, при этом достаточно питательный. Человек, который ест рыбу, может не беспокоиться о наборе лишних килограммов, чего не скажешь о мясе. Но в Казахстане, с наступлением теплых дней увеличивается потребление баранины, свинины, устраиваются пикники, жарятся шашлыки.

Рыбная промышленность специализируется на отлове и переработке рыбы. По статистическим данным, в Казахстане в среднем ежегодно потребляется до 7-8 кг рыбных продуктов на душу населения.

Как правило, потребление выше в прибрежных районах и ниже в отдалённых от побережья регионах. Также молодые люди реже употребляют в пищу рыбные продукты, чем люди старше 50 лет.

Опрос потребителей был одним из этапов проекта, который показал, что такие качества рыбы и морепродуктов как вкус и полезность для здоровья являются самыми важными мотивами для употребления рыбы в пищу. Причинами прекращения употребления рыбы являются её цена, запах и недостаточное знание о способах её приготовления. Некоторые потребители также имеют проблемы относительно происхождения рыбы. Они считают, что рыба с ферм является в какой-то степени искусственным, ненатуральным продуктом и продаётся по более низкой цене в магазинах.

Чтобы провести количественное и качественное исследование этих предположений, были проведены два опроса потребителей.

Первый опрос дал очень разрозненные результаты, которые отразили весь спектр мнений относительно потребления рыбы. Особенно важным стало то, что только 2,5% опрошенных сказали, что не едят рыбу совсем. Когда их спрашивали о потреблении фермерской и дикой рыбы, то результаты были следующими:

- 34,4% заявили, что никогда не употребляют в пищу дикую рыбу;
- 33,6% ответили, что никогда не употребляют в пищу фермерскую рыбу.

Многие потребители оказались неспособными судить о качестве рыбы и способах её приготовления. Что удивительно, это относится и к тем потребителям, где большинство жителей умеют готовить рыбу. Это означает, что такие потребители часто прислушиваются к мнению других людей относительно этих вопросов. И здесь для рыбной отрасли открывается большая возможность убедить потребителей покупать тот или иной рыбный продукт с помощью брендов, знаков качества, легко понятной информации о продукте и частного совета в магазинах. И тот производитель, кому это удастся лучше, будет иметь больше шансов успешно продать свой продукт на рынке.

Опрос потребителей показал, как сильно варьируется частота потребления рыбы в исследуемых регионах.

Опрашиваемым предлагалось 4 готовых к употреблению блюда (лазанья, гамбургер, азиатская лапша и сэндвич) с 4 начинками (курица, свинина, говядина, тунец с овощами), с помощью которых им нужно было составить различные варианты блюд. Положительным результатом стал тот факт, что рыба выбиралась довольно часто. Несмотря на это, приготовление этих блюд создавало проблему для некоторых потребителей. В результате исследователи, пришли к выводу, что инструкции на розничной упаковке для приготовления даже легко приготавливаемых рыбных блюд должны быть более понятны.

В целом, общий вывод таков, что потребители хотят получать рыбные продукты, которые вкусные, полезны для здоровья и удобны в приготовлении, а также, чтобы они были готовились приемлемым способом.

Так как потребители имеют ограниченные возможности, чтобы оценивать рыбные продукты, ответственность отрасли в этом плане возрастает, чтобы гарантировать свежесть и качество продуктов, которые она предоставляет.

Возможность для рыбной отрасли найти способ улучшить пищевые качества рыбы и морепродуктов, предназначенных для потребителей, стала одной из самых важных задач, результаты которого были представлены группе учёных. Одной из их задач было создание и внедрение ориентированной на потребителя модели.

Свежая треска стала опытным образцом, выбранным исследователями. Прежде всего, они проанализировали, как меняются органолептические характеристики и срок хранения во время прохождения продукта по цепочке поставок. Наименьшие отклонения были зафиксированы в рыбе, которая подвергалась комбинированному хранению в упаковке с модифицированной атмосферой в суперохлажденном виде. Это открытие важно для планирования переработки и транспортировки, чтобы улучшить пищевые

качества, особенно филе свежей трески, которое предназначено для других, более отдалённых рынков.

Имеются различия в разных местах, которые частично можно объяснить так называемыми демографическими отличиями. Так, например, южные и восточные потребители предпочитают самую свежую продукцию, в городах потребители менее притязательны, а северные потребители в большей степени отдают предпочтение рыбе с большим сроком хранения. Из этого исследователи сделали вывод, что отрасли необходимо разработать общие принципы для сенсорного анализа, который можно использовать по возможности в любой момент для оценки рыбы. Чем легче потребитель может понять такие критерии свежести и параметры качества, тем больше уверенности и доверия он имеет относительно того или иного продукта.

Этикетки на упакованных продуктах в розничных магазинах уже содержат большое количество подробной информации. Однако важно не количество информации, а её специфичность, которая в полной мере отвечает потребностям потребителя. Что действительно важно для потребителя и как это может быть донесено до него в понятной форме стали важным предметом исследования. В этой области существует так называемая информационная асимметрия, которая вызывает неуверенность у потребителя и часто даже мешает ему сделать выбор в соответствии со своими предпочтениями.

Маркетинговые тестирования и опрос потребителей показали, что не все потребители проявляют интерес к информации. Исследователи, таким образом, разделили их на три группы в соответствии с различными критериями.

Было выяснено, что интерес потребителя к информации о рыбной продукции вырос, в частности к информации о питательных свойствах продукта. Наибольший интерес вызывает у потребителей информация о качестве продукта. Самыми важными в списке приоритетов являются окончание срока хранения продукта, цена и название вида, за ними следуют вес, дата вылова и информация о питательных свойствах продукта. С другой стороны, потребители уделяют меньше внимания этикетке производителя и даже району вылова. В целом, однако, стоит сказать, что отрасль недооценивает потребительский интерес к информации о рыбных продуктах, особенно интерес к знаку качества. Потребительские сегменты можно определить, опираясь на использование и доверие к информационным источникам.

Объективное знание потребителей о рыбе увеличилось, и они хорошо осведомлены о полезных для здоровья свойствах рыбы и морепродуктов. Но такое знание менее ценно, чем субъективное или приобретённое знание в плане потребления рыбных продуктов. Поэтому изучались такие вопросы,

что влияет на мнение потребителей при выборе того или иного продукта, и как можно объяснить их предпочтения и поведение при выборе продукта.

Для практических экспериментов 350 молодых испанских людей было поделено на две группы, одна из которых была взята для проведения тестирования в столовой, а другая - для проведения тестирования в домашних условиях. Сначала существенных отличий в оценках относительно желания потреблять новый продукт не наблюдалось. Удовольствие от приготовления продукта оказало значительное влияние на оценку и желание потреблять продукт в домашних условиях, хотя приобретённое умение готовить было одинаковое в обеих группах. Когда небольшая группа потребителей потерпела неудачу при приготовлении гамбургера в домашних условиях, то ситуация с оценками изменилась настолько, что группа, которая тестировалась в домашних условиях, оказалась самой мотивированной для потребления нового продукта по сравнению со второй группой.

Домашний тест с фермерской треской показал такие же результаты. Тест проводился двумя группами потребителей, которые оценивали новый рыбный продукт с и без информации о продукте и его полезных свойствах. Результаты показали, что информация о полезности для здоровья повысила оценку потребителей. Она активизировала позитивное отношение к продуктам здорового питания, которое в свою очередь определило отношение к полезности для здоровья нового продукта.

11. Описание сложившейся конъюнктуры рынка по продукту/услуге проекта

На начало 2020 года 17 казахстанских предприятий соответствуют высоким требованиям Европейского Союза к качеству экспортируемой рыбной продукции. За 2017-2020 году они положительно зарекомендовали себя и укрепились на данном рынке.

Рынок экспорта рыбной продукции расширяется благодаря согласованию между Казахстаном и Китаем ветеринарного сертификата. При этом в реестр КНР включены 52 отечественных производителя.

Кроме того, рыбная продукция экспортируется в более чем 10 стран (Австрия, Германия, Грузия, Канада, Кыргызстан, Литва, Нидерланды, Польша, Россия, Румыния, Таджикистан, Узбекистан, Украина, Чехия)

В частности, по итогам 2017 года экспорт рыбной продукции из Казахстана составил 26,9 тыс. тонн на общую сумму 52,8 млн долларов (в 2016 году было экспортировано 23,7 тыс. тонн на 50,2 млн долларов).

В составе импорта преобладает морская и океаническая рыба (сельдь, скумбрия, семга, лосось, тресковые) и морепродукты (креветки, кальмары, мидии, морская капуста). Они пользуются спросом на нашем рынке, так как

во внутренних водоемах не вылавливаются. В частности, в 2017 году в Казахстан было импортировано 27,2 тыс. тонн рыбной продукции, тогда как в 2016 году - 29,8 тыс. тонн.

Анализ состояния аквакультуры и национальных отраслевых программных документов государств-членов ЕАЭС показывает, что в страны сталкиваются с решением схожих вопросов при обеспечении эффективности развития прудовой и индустриальной аквакультуры. К таким вопросам можно отнести:

-недостаточное использование научного потенциала государств-членов ЕАЭС и механизмов межгосударственного взаимодействия для интенсивного развития аквакультуры;

-дефицит качественного собственного рыбопосадочного материала;

-импортозависимость по кормам и лекарственным средствам для объектов аквакультуры, что ведет к удорожанию продукции;

-высокая степень износа основных производственных фондов;

-дефицит инвестиционных ресурсов, длинных кредитов для малого бизнеса, как основного драйвера развития аквакультуры;

-недостаток квалифицированных специалистов-рыбоводов с профильным образованием.

Научный потенциал сдерживается недостаточным уровнем внедрения разработок, низким взаимодействием государств-членов ЕАЭС по научным разработкам в области аквакультуры, что не позволяет обеспечить рациональное использование кадрового, приборного и экспериментального обеспечения.

Проводимые исследования в основном носят узко технологический характер в части искусственного воспроизводства объектов аквакультуры, при этом недостаточный их уровень по селекции высокопродуктивных форм, проведению геномных исследований и т.д.

Требуется расширение исследований в области разработки оперативной диагностики бактериальных, вирусных и паразитарных болезней с использованием методов молекулярной биологии и увеличение выпуска организациями государств-членов ЕАЭС современных ветеринарных препаратов для защиты рыб от болезней.

Государства-члены ЕАЭС, решая задачу по расширению объемов и ассортимента производства продукции аквакультуры во внутренних водоемах сталкиваются с необходимостью снижения зависимости отрасли от импорта ресурсов и средств производства, применения инновационных технологий и разработок в производстве продукции аквакультуры.

Актуальным является объединение усилий в расширении ассортимента выпускаемой продукции, разработке малозатратных технологий

выращивания, диверсификации объектов аквакультуры, адаптированных к региональным природно-климатическим условиям государств-членов; методикам и нормативам обеспечения современных технологических процессов.

В целях повышения конкурентоспособности продукции аквакультуры важно применять энерго- и ресурсосберегающие технологии при обновлении материально-технической базы рыбоводных организаций. Для этого государствам-членам ЕАЭС целесообразно:

- осуществлять обмен опытом реализации эффективных инновационных проектов в рыбоводстве;

- вырабатывать предложения о локализации производства оборудования для разведения рыбы, создания кооперационных проектов в государствах-членах Союза;

- подготавливать предложения о разработке и использовании типовых производственных объектов в рыбоводстве на основе применения отечественных материалов и комплектующих;

- осуществлять взаимодействие посредством создания информационного ресурса Союза о производителях в государствах-членах оборудования для рыбоводных хозяйств.

Причинами в области селекционно-племенной работы, сдерживающими развитие аквакультуры, являются недостаточное внедрение в производство новых перспективных высокопродуктивных пород и видов объектов аквакультуры, одомашненных видов и пород рыб, обеспечивающих максимальное использование производственных возможностей водных объектов. Также отмечается низкий уровень материально-технического обеспечения рыбопитомников, недостаточный уровень взаимодействия с научными организациями по сопровождению разработок, низкий уровень сотрудничества племенных рыбоводных организаций государств-членов ЕАЭС.

Решение вопросов обеспечения рыбопосадочным материалом возможно путем унификации требований к племенным рыбоводным организациям, формирования уполномоченными органами государств-членов ЕАЭС перечня племенных рыбоводных хозяйств, доступе к национальным программам поддержки рыбоводства при поставках рыбопосадочного материала из государств-членов Союза. Целесообразно налаживать взаимодействие стран Союза по вопросам профилактики и лечения болезней рыб путем проведения мониторинга эпизоотического состояния на рыбоводных объектах и гармонизации методов и средств профилактики и лечения болезней рыб.

Наблюдается недостаточное производство качественных специализированных кормов и их узкий ассортимент для объектов аквакультуры, несбалансированность кормления объектов аквакультуры, ведущая к перерасходу кормов и удорожанию продукции, отсутствие или недостаток качественных компонентов для производства кормов, в том числе рыбной муки, а также современных рецептур для производства полноценных кормов.

Высокий импорт специализированных кормов для объектов аквакультуры обусловлен применением комбикормовыми организациями устаревших технологий производства, недостаточное производство экструдированных кормов. Не развита система долговременных отношений между производителями кормов и рыболовными организациями.

В целях снижения зависимости от импорта используемых при производстве аквакультуры кормов и кормовых добавок, сбалансированности кормления для увеличения объемов производства объектов аквакультуры необходимо проведение совместных научных исследований в сфере кормообеспечения объектов аквакультуры, отработка технологических режимов и технических регламентов производства и безопасности комбикормов, в том числе для разных возрастных групп, разработка технологий и эффективных схем кормления различных объектов аквакультуры, обеспечение информированности мелких рыболовных организаций по эффективным системам кормления, формирование информационного ресурса о производителях кормов и кормовых добавок для выращивания объектов аквакультуры.

Общей проблемой является неразвитость системы информационного обеспечения отрасли, низкий уровень информационно-консультационного обеспечения предпринимателей современными технологиями выращивания рыбы. Для развития эффективной системы информационного обеспечения необходимо обеспечить доступ всех рыболовных организаций к современным технологическим и научным разработкам по эффективному ведению рыбохозяйственной деятельности, осуществлять стратегическое прогнозирование в сфере аквакультуры на основе тенденций мирового развития и действующих государственных программ развития отрасли.

Промысловое рыболовство в РК осуществляют свыше 1 тыс. субъектов рыбного хозяйства, за которыми закреплено 1646 рыбохозяйственных водоёмов и их участков. В отрасли занято 11 тыс. человек. Рыболовство ведётся преимущественно в Каспийском и Аральском морях, в озёрах Балхаш и Зайсан, в Бухтарминском, Капшагайском и Шардаринском водохранилищах, в Алакольской системе озёр, в реках Жайык и Кигаш. Например, в 2020 г. в Атырауской области добычей и переработкой рыбы

занимаются 19 производственных предприятий различных форм собственности, 2 осетровых рыбоводных завода. В 2019 году экспорт рыбы составил 8,9 тыс. тонн.

Чтобы достичь таких результатов в настоящее время, когда-то, а именно в 1998 году, в связи с сокращением объемов естественного воспроизводства осетровых рыб и интенсификацией добычи углеводородного сырья на северо-восточном побережье Каспийского моря в качестве компенсационного объекта в дельте реки Урал построен и введен в эксплуатацию в 1998 году Атырауский осетровый рыбоводный завод.

Предметом деятельности предприятия является пополнение запасов осетровых видов рыб Каспийского моря путем выпуска в реку Урал молоди осетровых видов рыб, полученных и выращенных искусственным способом. Как рассказал директор завода РашиденКалидуллин, ежегодно на заводе производится 3,5 млн штук молоди осетровых видов рыб. В основном белуги, осетра, шипа и севрюги.

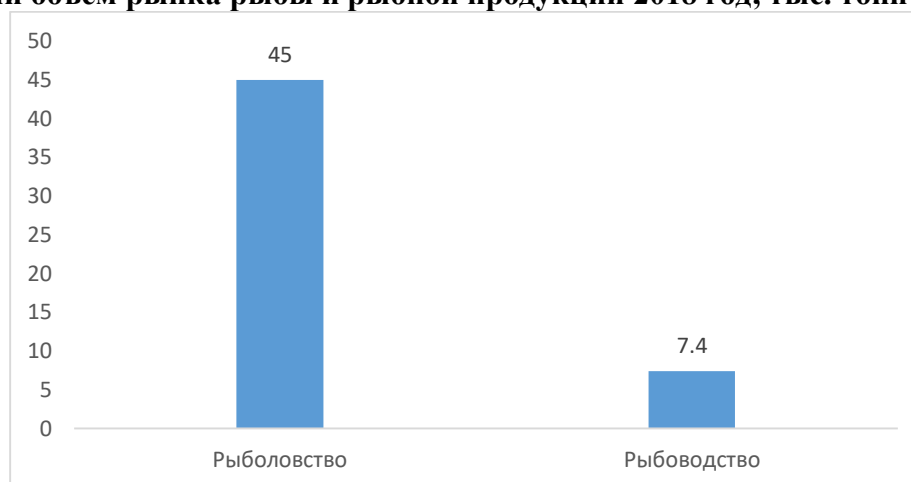
С 1998 г. по 2019 г. выращено и выпущено в Урало-Каспийский бассейн свыше 89 млрд штук жизнестойкой молоди осетровых видов рыб.

Выпуском рыбной продукции с 1934 года занимается ТОО «Имени Амангельды». Все эти годы основным принципом предприятия являлся выпуск только лучшей, экологически чистой рыбной продукции. За сутки здесь перерабатывается 395 тонн рыбы. В 2019 году произведено 1,1 тыс. тонн замороженной рыбы, 225 тонн филе и 50 тонн переработанной рыбы. Продукция ТОО «Имени Амангельды» пользуется большим спросом на рынках Казахстана, России, Украины и Азербайджана, Узбекистана и Франции, Болгария, Германия.

Еще одно предприятие, работающее в отрасли рыболовства, — осетровый рыбоводный завод ТОО «CaspianRoyalFish». Свою деятельность предприятие начало в 2014 году под названием «CaspianRoyalFish». В 2019 году завод произвел 12,5 тонн товарной рыбы и 620 кг пищевой икры. Главный рыбовод CaspianRoyalFish Ахат Ниматов рассказал о показателях работы завода и

Общий объем рынка рыбы и рыбной продукции Казахстана составляет порядка 66 тыс. тонн, из которых на рыболовство приходится 45 тыс. тонн, рыбоводство — 7,4 тыс. тонн.

Общий объем рынка рыбы и рыбной продукции 2018 год, тыс. тонн



Источник: КС МНЭ РК

При этом экспортируется 30 тыс. тонн, импортируется 43,5 тыс. тонн продукции. В среднесрочной перспективе имеется потенциал увеличения объема отечественного рынка до 120 тыс. тонн, что позволит снизить объемы импорта благодаря выращиванию форели и Атлантического лосося, одновременно увеличивая объемы экспорта на мировые рынки, в частности, в Китай, Россию и Европу.

За 2017-2019 годы объем вылова рыбы в Кызылординской области увеличился на 40%, в том числе по малому Аральскому морю-на 33,6%. На 2020 год в области имеется Малое Аральское море, река Сырдарья и 179 озер местного значения, имеющих рыбохозяйственное значение. После того, как 18 участков Малого Аральского моря и 149 озер были закреплены за природопользователями в долгосрочное пользование, в регионе сыра активно развивается рыбоперерабатывающая отрасль. В Аральском, Казалинском районах функционируют 8 рыбоперерабатывающих заводов с годовой мощностью свыше 11 тысяч тонн. Основными продуктами производства являются рыбное филе, рыба копченая, мороженая, замороженная, рыбная мука.

В конце 2013 года рыбоперерабатывающий завод «Атамекен» был сдан в аренду местному предпринимателю и преобразован в «Аральский рыбоперерабатывающий завод». Администрация предприятия проводит мероприятия по получению международных стандартов качества и еврокодов. Предприятие выпускает рыбную продукцию в основном в Алматинской, Актюбинской, Атырауской областях, а также в Россию и Грузию. Кроме того, заключаются соглашения с Австрией, Германией, Польшей. Так увеличивается объем экспорта рыбной продукции. Так, в 2014 году стоимость проекта составила 3,1 млн. долларов США. более 500 тонн

рыбной продукции в долларах США экспортировано в Грузию, Дания, Польша, Австрия, Германия. Как известно, развитие товарного рыбоводства в области осуществляется с прошлого года. За 2018 - 2020 года 9 хозяйств получили статус товарного рыбоводства.

12. Анализ существующей и прогнозируемой конъюнктуры спроса на образующуюся в результате реализации проекта продукцию (товары/услуги) - проблемы, решения, статус реализуемых проектов

Согласно прогнозам, содержащимся в новом докладе Всемирного банка, в удовлетворения растущего спроса более 62% морепродуктов будет выращиваться на фермах. Около 70% мирового потребления будет приходиться на Азию, из них 38% на Китай.

На основе увеличения производства морепродуктов аквакультура может внести свой вклад в повышение продовольственной безопасности и расширение источников дохода беднейших слоев населения в мире.

Повышение спроса на морепродукты дает странам возможность расширить и улучшить методы ответственного разведения рыбы и моллюсков.

По мере того, как естественный вылов рыбы приблизится к максимально возможным значениям, аквакультура – фермерское рыбоводство – поможет удовлетворять растущий глобальный спрос на рыбу и морепродукты.

В новом докладе Всемирного банка прогнозируется, что в 2030 году половина мировых поставок рыбы, в том числе рыбы, предназначенной для употребления в пищу, а также других рыбных продуктов, таких, например, как рыбная мука, будет осуществляться за счет фермерского их производства.

При этом 62% морепродуктов, которые окажутся на столе у населения, будут поступать из рыбных хозяйств, расширяющих производство, чтобы удовлетворить растущий спрос, особенно в странах Азии, где будет потребляться примерно 70% рыбы. В 2030 году увеличится рыбный рынок Китая, где набирает силу средний класс. Согласно оценкам доклада, увеличив инвестиции в агрокультуру, Китай будет производить 37% мирового объема рыбы, потребляя при этом 38%.

По мере неуклонного роста населения, чья численность к 2050 году приблизится к 9 миллиардам, потребность людей в продуктах питания и работе будет возрастать. Развитие аквакультурного сектора может помочь в решении обеих задач, но работа в этом направлении должна вестись ответственно.

Факты, свидетельствующие о рисках и экологических последствиях некоторых методов рыбоводства, все чаще попадают в заголовки средств массовой информации. Вспышки заболеваний, связанные с практикой

разведения креветок в Китае, Таиланде и Вьетнаме и выращивания лосося в Чили, иллюстрируют некоторые из проблем отрасли. Развитие аквакультуры предоставляет странам возможность расширения и совершенствования рыбоводства при соблюдении принципов устойчивости и экологической ответственности.

Необходимо продолжать узнавать о фактах чрезмерной и безответственной добычи рыбы и о вспышках заболеваний, связанных с сектором аквакультуры, которые, среди прочего, особенно сильно ударили по производству. Большие возможности открываются для развивающихся стран, готовых инвестировать в развитие рыбного промысла и экологически устойчивой аквакультуры.

Аквакультура станет важной составной частью поиска решения проблемы глобальной продовольственной безопасности. Начнется улучшение методов работы в секторе аквакультуры в целях устойчивого и ответственного производства морепродуктов в соответствии с ожиданиями рынка.

Стремясь воспользоваться теми экономическими и экологическими преимуществами, которые дает устойчивое развитие аквакультуры, многие страны оказывают помощь общинам в производстве рыбы.

Например, с мая 2012 года Вьетнам сотрудничает с Всемирным банком, который помогает рыболовецким общинам внедрить перспективные методы рыбоводства, призванные контролировать возникновение заболеваний и улучшить утилизацию отходов. Устойчивые методы рыбоводства развиваются также в Гане, которая приступила к созданию рыбных ферм в районе озера Вольта.

По мере роста народонаселения аквакультура становится одним из способов, позволяющих удовлетворить мировой спрос на рыбу. Однако потребуются немало усилий, чтобы улучшить работу в этой отрасли. Это трудная задача, но Всемирный банк активно поможет развивающимся странам в их усилиях, направленных на устойчивое производство рыбы, путем индивидуальных и инновационных решений, проверенных практикой.

Встав на путь использования передовых методов рыбоводства, страны могут обеспечить больше людей питательными рыбными продуктами, не забывая при этом об охране окружающей среды.

Что касается отдельно Казахстанского рынка рыбной продукции, то рыбное хозяйство вновь превращается в одну из важных отраслей экономики Кызылординской области: 3 из 8 рыбоперерабатывающих заводов имеют еврокоды для экспорта рыбной продукции в Европу. За 4 года объем добычи рыбы в регионе вырос на 65%, а экспорт рыбной продукции — в 3 раза.

Аральская рыба экспортируется в Данию, Польшу, Россию, Грузию и Азербайджан, а вылов рыбы в Аральском море достиг 8 тыс. тонн в год.

За 1 полугодие 2020 года Казахская рыбная промышленность не смогла полностью обеспечить спрос (экспорт плюс реализация) на переработанную рыбу, ракообразных и моллюсков. За январь–декабрь 2019 года потребности были перекрыты местным производством менее чем на половину — на 45,3%. За январь-июнь 2020 года в Казахстане произвели 11,2 тыс. тонн свежей, охлажденной и мороженой рыбы — сразу на 18,6% больше, чем годом ранее. Основные регионы-поставщики — Атырауская и Кызылординская области, обеспечивающие порядка двух третей всей продукции по РК.

13. Описание уже реализованных проектов (функционал объекта, преимущества и недостатки)

В Казахстане КРП предусматривает 3 класса предприятий по их размерности от среднесписочной численности занятых: малые (до 50), средние (51-250), крупные (свыше 250 человек). Каждый класс включает подклассы. В классе крупных предприятий - 3 подкласса: 305, 310, 311.

Всего в справочнике на 2020 год зарегистрировано 419 310 юридических лиц, классифицированные на крупные, средние, малые предприятия; а также по видам хозяйственной деятельности: АО, ТОО, филиалы, государственные учреждения, за исключением ИП.

Количество компаний, занимающихся рыболовством в Казахстане: крупные, средние и малые предприятия

Всего в Казахстане зарегистрировано 323 компании, занимающиеся рыболовством, из них статистически активные - 77. Из общего числа рыболовных организаций:

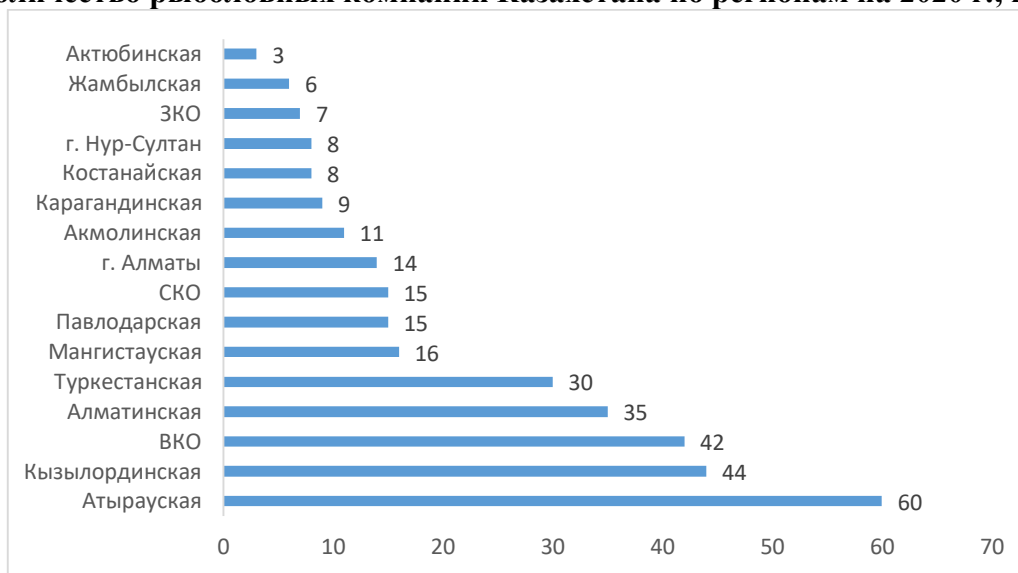
1. Крупные предприятия (с количеством сотрудников более 250 человек)
2. Средние организации (от 101 до 250 чел.);
3. Малые предприятия (от 5 до 100 чел.).

География рыболовных компаний в Казахстане

Больше всего зарегистрировано компаний в Атырауской области (60), Кызылординской области (44) и в ВКО (42).

Меньше всего рыболовных компаний располагается в Актюбинской области (3), в Жамбылской области (6), в ЗКО (7).

Количество рыболовных компаний Казахстана по регионам на 2020 г., шт.



Источник: КС МНЭ РК

Все рыболовные компании Казахстана по видам деятельности

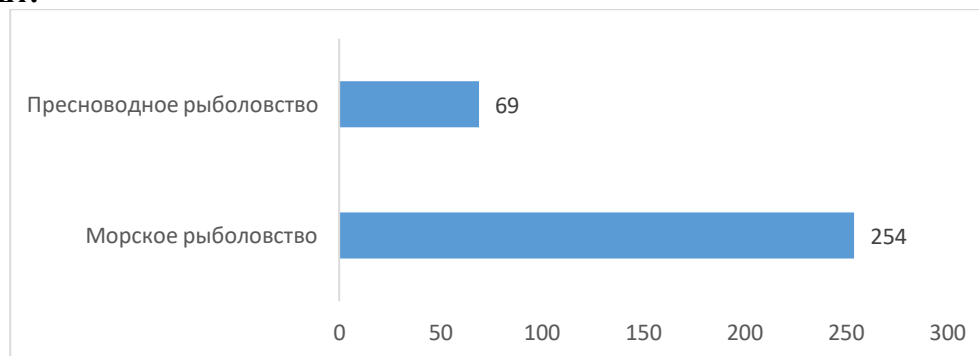
В базе данных каталога присутствуют не только активные, но и неактивные компании, которые зарегистрированы, но находятся в процессе ликвидации, заморозки, либо новые (еще не начали деятельность).

Рыболовным промыслом в Казахстане занимаются компании, зарегистрированные под двумя кодами ОКЭД:

03110 – Морское рыболовство (69 предприятий);

03120 – Пресноводное рыболовство (254 предприятий).

Количество рыболовных компаний Казахстана по размерам предприятия на 2020 г., шт.



Источник: КС МНЭ РК

Рыболовные компании Казахстана с численностью сотрудников более 30 чел представлены ниже

Рыболовные предприятия Казахстана на 2020 г.

Наименование	БИН	Вид деятельности предприятия	КАТО	Населенный пункт	Размер предприятия
ТОВАРИЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ "ИМЕНИ АМАНГЕЛЬДЫ"	941140001207	Морское рыболовство	231010000	Атырауская область Г.АТЫРАУ	Крупные предприятия (от 251 до 500 чел.)
ТОВАРИЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ "СПК КЫЗЫЛОРДА БАЛЫК"	110840004291	Морское рыболовство	434430100	Кызылординская область П.АЙТЕКЕ БИ	Малые предприятия (от 41 до 50 чел.)
ТОВАРИЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ "ТЛЕКШИ"	950640002094	Морское рыболовство	231043300	Атырауская область С.АМАНГЕЛЬДЫ	Малые предприятия (от 31 до 40 чел.)
ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ КООПЕРАТИВ "КАСПИЙ - БАЛЫК"	990140006046	Пресноводное рыболовство	234639100	Атырауская область С.БИРЛИК	Средние предприятия (от 201 до 250 чел.)
ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ КООПЕРАТИВ "ИМЕНИ ЖАМБЫЛА"	940440001156	Пресноводное рыболовство	231035200	Атырауская область с.Жанаталап	Средние предприятия (от 151 до 200 чел.)
ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ КООПЕРАТИВ "РЫБАКИ ЗАЙСАНА"	020740006502	Пресноводное рыболовство	635863100	Восточно-Казахстанская область С.ТУГЫЛ	Малые предприятия (от 51 до 100 чел.)

ПРОИЗВОДСТВЕН НЫЙ КООПЕРАТИВ "ИМЕНИ КУРМАНГАЗЫ"	950240001 913	Пресновод ное рыболовств о	2310100 00	Атырауская область г.Атырау	Малые предприят ия (от 51 до 100 чел.)
---	------------------	-------------------------------------	---------------	-----------------------------------	--

Источник: КС МНЭ РК

Крупные и средние казахстанские предприятия, занимающиеся переработкой и консервированием рыбы, ракообразных и моллюсков

Компания	Вид деятельности	Местоположение	Размер предприятия
ТОО "РЫБПРОМ"	Переработка и консервирование рыбы, ракообразных и моллюсков	Алматинская область, П. ОТЕГЕН БАТЫРА	Крупные предприятия (от 251 до 500 чел.)
ТОО ФИРМА "БАЛХАШБАЛЫК"	Переработка и консервирование рыбы, ракообразных и моллюсков	Карагандинская область, П. ШАШУБАЙ	Средние предприятия (от 201 до 250 чел.)
ФИЛИАЛ ТОО "РЫБПРОМ" В ГОРОДЕ УСТЬ-КАМЕНОГОРСК	Переработка и консервирование рыбы, ракообразных и моллюсков	Восточно-Казахстанская область, С. САМАРСКОЕ	Средние предприятия (от 101 до 150 чел.)
АЛАКОЛЬСКИЙ ФИЛИАЛ ТОО "РЫБПРОМ"	Переработка и консервирование рыбы, ракообразных и моллюсков	Алматинская область, Г. УШАРАЛ	Средние предприятия (от 101 до 150 чел.)
СЕЛЬСКИЙ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ КООПЕРАТИВ "ХАМИТ"	Переработка и консервирование рыбы, ракообразных и моллюсков	Туркестанская область, Г. ШАРДАРА	Средние предприятия (от 151 до 200 чел.)
ТОО "УНИАРТ-ПВ"	Переработка и консервирование рыбы,	Павлодарская область, г.ПАВЛОДАР	Средние предприятия (от 201 до 250 чел.)

	ракообразных и моллюсков		чел.)
--	--------------------------	--	-------

Источник: КС МНЭ РК

Таким образом, рынок рыбопромышленных предприятий является олигопольным.

Наиболее крупным предприятием на рынке является **ТОО "Рыбпром"** с филиалами в Восточно-Казахстанской и Алматинской области.

Средние по численности персонала предприятия и заводы по переработке рыбы и морепродуктов, работают в Туркестанской, Карагандинской и Павлодарской областях. Компания «РЫБПРОМ» - ведущее казахстанское производственное предприятие по выпуску рыбной продукции, в основном из отечественного сырья, соответствующей европейским нормам и стандартам. За период своей деятельности компания выросла в автономный альянс, обеспечивая полный цикл безотходного производства рыбной продукции – от отлова и переработки рыбы, до выпуска готовой продукции, а также переработки рыбных остатков в богатую протеином муку и комбикорма.

Основным источником рыбного сырья для нашей продукции служат пресные рыбопромысловые водоемы нашей страны, такие как оз.Балхаш, оз.Зайсан, Капчагайскоевдхр., Аральское море.

Целью в вопросах добычи и переработки рыбного сырья, является рациональное использование рыбных ресурсов, глубокая переработка всего видового состава добываемого нами сырья, а также завозимых морских видов рыб.

В целях восполнения рыбных запасов компания осуществляет искусственное воспроизведение рыбопосадочного материала и ежегодное зарыбление водоемов страны молодь.

Продукция ТОО «Рыбпром» соответствует требованиям Технического регламента ЕАЭС 040/2016 «О безопасности рыбы и рыбной продукции». Продукция компании имеет Декларации соответствия, выданные Национальным центром экспертизы и сертификации;

Все производственные комплексы компании имеют Ветеринарные учетные номера и подвергаются контролю со стороны государственных органов;

ТОО «Рыбпром» является зарегистрированным экспортером в страны Евросоюза;

Предприятие сертифицировано в соответствии с международными стандартами Системы менеджмента качества ISO 9001 и Системы

безопасности пищевой продукции ISO 22000, основанной на принципах анализа рисков и критических контрольных точек НАССР;

ТОО «Рыбпром» единственное предприятие в Казахстане, сертифицированное по международному стандарту IFS Food (международный продовольственный стандарт), позволяющий поставлять свою продукцию в предприятия розничной торговли Европы и Северной Америки. Предприятие ежегодно проходит международный аудит IFS Food с 2011 г.;

ТОО «Рыбпром» предприятие в Казахстане, сертифицированное по международному стандарту FriendoftheSea, основанного на принципах ответственного рыболовства и экологической безопасности. Данный стандарт внедрен и действует в компании с 2015 г.

С 2016 года компания подвергается периодическому аудиту в соответствии с международным стандартом SMETA, подтверждающий наше устойчивое развитие, деловую репутацию и социальную ответственность в цепочке поставок.

В Казахстане открыли рыбопромышленный комплекс, выращивающий 6 видов аквакультуры. В рамках развития рыбного кластера в Кызылординской области, Казалинском районе Приаралья в 2016 году приступил к работе на рыбоперерабатывающий завод. Реализация проекта обошлась в 60 млн тенге. На объекте создано 50 рабочих мест. В сутки на заводе перерабатывают до 5 тонн свежевывловленной рыбы. На выходе — 2,5 тонны готовой продукции, большая часть которой ориентирована на экспорт. Ранее хозяйство занималось только рыбной ловлей и продажей рыбы.

14 июня 2019 года в городе Капчагай, на Северном побережье Капчагайского водохранилища состоялось торжественное открытие первого в Казахстане органического рыбопромышленного комплекса полного цикла ТОО «KazOrganicProduct».

Проект ТОО «KazOrganicProduct» полностью отвечает задачам Программы продовольственной безопасности республики Казахстан как фактора повышения качества жизни и направлен на обеспечение населения диетическим питанием, которым является рыба, особо важным в условиях йододефицитного региона, по доступным ценам.

В рамках открытия гости мероприятия посетили мальковые и выростные бассейны, цех производства кормов, осмотрели холодильное оборудование и установки фильтрации воды, провели дегустацию продукции предприятия.

ТОО «KazOrganicProduct» расположено по адресу Алматинская область, город Капчагай, Северное побережье Капчагайского водохранилища, строение 35А.

Территория предприятия составляет 7 гектаров. На этой площади расположены крытые бассейны 12 000 м³ УЗВ (установки замкнутого водоснабжения), а также открытый бассейн площадью 2 500 м³. Основано в начале 2017 года, в 2020 году действует и успешно воспроизводит такие виды рыбы, как клариус, баррамунди, стройбасс, тилапия, нефритовый окунь, судак — сеголетка и австралийский красноклешневый рак.

Продукция выращивается в искусственных бассейнах, вода циркулирует в УЗВ (установки замкнутого водоснабжения), проходя ступени очистки, кормится рыба высокоэффективными современными кормами собственного производства. Годовые объемы производства при 100% загрузке производства, порядка 10 000 тонн клариуса, 500 тонн белой рыбы, 10 тонн австралийского красноклешневого рака.

Бассейны предприятия оснащены современным оборудованием, с использованием передовых технологий контроля и автоматизации— это концепция, которая основана на использовании ряда инновационных решений, позволяющих максимально автоматизировать рыбоводческую деятельность, повысить прирост рыбы и тем самым значительно улучшить показатели по интегральному критерию «цена + качество».

Рыбная ферма подразделяется на шесть профильных отделов, отвечающих за весь процесс производства:

- 1) рыбоводческие цеха;
- 2) инкубационно-мальковое отделение;
- 3) цех фильтрации и очистки воды;
- 4) цех кормов и участок производства живых кормов;
- 5) цех водоподготовки, включающий в себя оборудование по приведению в соответствие с ПДК микроэлементов и насыщение воды кислородом.

Компания **«FishHouse»** (Фиш Хаус) – казахстанское рыбоперерабатывающее предприятие и крупнейший импортер и поставщик свежемороженой рыбы и морепродуктов на внутренний рынок Республики Казахстан.

Продукция, производимая компанией «FishHouse» (Фиш Хаус), вносит свой вклад в повышение престижа Республики Казахстан на международном рынке рыбного производства, как страны-производителя рыбных продуктов, отвечающих самым высоким мировым стандартам качества. Предлагает оптовым и розничным покупателям максимально выгодные условия сотрудничества. Ассортимент представлен широким выбором продукции для ресторанов, суши-баров, ресторанов азиатской кухни, магазинов и торговых точек. Основным стратегическим приоритетом компании является высокое качество выпускаемой и продаваемой продукции, позволяющее быть

востребованной как на территории Республики Казахстан, так и за её пределами.

Компания «FishHouse» (Фиш Хаус) ориентирована на переработку сырья, поставляемого из таких стран как Норвегия, Чили, Дальневосточный регион Российской Федерации, Вьетнам. Так же компания перерабатывает сырье, добываемое на рыбопромысловых водоемах Республики Казахстан. Таких как озеро Балхаш, озеро Зайсан, Капчагайское водохранилище. В планах компании создание безотходного производственного цикла. От искусственного воспроизводства рыбопосадочного материала с целью восполнения рыбных запасов водоемов Республики Казахстан, вылова и переработки рыбы до переработки рыбных отходов в муку и комбикорма

ТОО «Балхашбалык»: основу обрабатывающей промышленности Актогайского района составляет производство пищевых продуктов, а именно рыбная промышленность. Предприятие является одним из крупных предприятий региона, осуществляет деятельность с 1932 года и действует бесперебойно.

Добыча носит сезонный характер, начинается в апреле месяце и заканчивается в ноябре месяце. Переработка рыбы производится круглый год. На предприятии производится рыба мороженая, копчено-вяленая, филе рыбное, мука кормовая, рыбные полуфабрикаты. Постоянными партнерами являются: ТОО «Алгазыбалык», ТОО «Агыбай батыр». Свойство технологии производства: посол, заморозка. Является экспортоориентированным предприятием. Экспорт в страны СНГ (Литва), Россия, Германия.

Основные социально-экономические показатели предприятия

Наименование показателя	Ед. изм	Январь-декабрь 2017 года	Январь-декабрь 2018 года	%
Объем производства	млн. тенге	218,9	148,3	67,7
Основные виды выпускаемой продукции				
Филе судака, сома	тонна	147,7	76	51,5
Копчено-вяленая	тонна	41,2	17,1	41,5

Мороженая	тонна	214,0	479,9	224,3
Мука рыбная	тонна	248,0	151,5	58,9
Среднесписочная численность работников	чел.	160	152	95,0
Среднемесячная заработная плата	тенге	33 000	40600	123,0
Производительность труда	тыс. тенге	293,0	343,3	117,2
Объем инвестиций	млн. тенге	-	-	

Источник: <http://aktogay.gov.kz/>

Сельскохозяйственный Потребительский Кооператив "Хамит" был учрежден в 2006 году в целях организации производства, переработки и реализации рыбы и рыбных продукции. Расположено в Туркестанской области, г. Шардара. За период своего существования предприятие сумело сплотить несколько организаций природопользователей под одним началом, и организовать сильный и сплоченный коллектив. В 2020 году участниками кооператива являются такие организации как ЧП "Серманизов", ТОО "Нуралы" и ТОО "VITA", которые являются пользователями рыбохозяйственных участков на Шардаринском водохранилище.

СПК "Хамит" имеет свой флот, состоящий из самоходных и вспомогательных судов. С их помощью производится промысловый лов рыбы, где задействованы несколько десятков рыбаков.

До 2009 года предприятие по переработке рыбных продукции находилось недалеко от центра города Шардара. 2009 году был построен и введен в эксплуатацию новый завод по переработке, хранения и замораживания рыбных продуктов. На момент 2020 г. завод постоянно обновляется новейшими оборудованиями, как отечественного производства, так и зарубежных партнеров. СПК имеет действующие цеха по производству солено-вяленой продукции, копченой и мороженой рыбы.

Производственная мощность может позволить перерабатывать и выпускать до 2640 тонн готовой продукции в год или 240 тонн в месяц. С 2009 были внедрены международные стандарты СМК (Система менеджмента

качества) и пищевой безопасности ИСО (Международная организация по стандартизации) 9001-2008 и ИСО 22000:2005, сертификацию проводит компания международной сертификации Русский Регистр. В результате последней сертификации в октябре 2014 года завод получил учетный номер.

Что касается иностранных проектов, то АО «Океанрыбфлот» — одно из крупнейших рыбопромышленных предприятий Камчатского края.

1 апреля 1968 года – день рождения АО «Океанрыбфлот». Уже более полвека крупнейшая рыбопромышленная компания уверенно сохраняет лидирующие позиции как ведущий поставщик рыбопродукции, надежный партнер и добросовестный налогоплательщик.

Все суда компании оснащены сертифицированным природоохранным оборудованием. Подтверждением ответственного отношения АО «Океанрыбфлот» к вопросам экологической безопасности является добросовестное выполнение требований природоохранного законодательства в части лицензирования осуществляемой деятельности.

Ежегодно через рыбоперерабатывающие цеха судовых заводов проходит около 250 тысяч тонн сырка, что составляет приблизительно 30% от общего количества ресурса, добываемого камчатскими предприятиями.

Основное количество рыбы и морепродуктов добывается и перерабатывается прямо в районе промысла, в богатых сырьевыми ресурсами и экологически чистых Охотском и Беринговом морях. Это само по себе уже является гарантией высокого качества продукции и позволяет АО «Океанрыбфлот» входить в число двухсот крупнейших предприятий современной России.

ООО "ВИЧЮНАЙ-РУСЬ": группа предприятий «Вичюнай» создана в 1991 году. Это одна из самых больших и экономически сильных в Европе производителей крабовых палочек и прочих продуктов из сурими и рыбы.

Свою продукцию с товарным знаком «VICI» («Вичи») группа поставляет потребителям более чем в 57 стран мира. В группу предприятий «Вичюнай» входит 80 предприятий из 17 стран мира. Продукция изготавливается на 13 фабриках группы. В группе работает 8000 работников.

Охлажденные и замороженные пищевые продукты группы предприятий «Вичюнай» изготавливаются на принадлежащих ей заводах:

В Плунге (Литва) – ЗАО «Плунгескооперативнепрекиба» (UAB „Plungės kooperatinė prekyba“)

В Плунге (Литва) – ЗАО «Вичюнай и партнеряй» (UAB „Vičiūnai ir partneriai“)

В Плунге (Литва) – ЗАО «Валтикфудпартнерс» (UAB „Baltic food partners“)

В Плунге (Литва) – ЗАО «Плунгесдуона» (UAB „Plungės duona“)

В Плунге (Литва) – ЗАО «Оркафудс» (UAB „Orkafoods“)

В Каунас (Литва) – ЗАО «Балтик фудпартнерс» (UAB „Balticfoodpartners“)

В Таллинне (Эстония) – AS „PaljassaareKalatoostus“

В Советске (Россия) – ООО «Вичюнай RUS» („Vičiūnai RUS“)

В Сантандере (Испания) – S.L.U. «SistemasBritor»

«Корзину» продуктов группы составляет более чем 3 тысячи наименований с товарными знаками «Вичи» („VIČI“), «Эсва» („Esva“), «Колумбус» („Columbus“) и прочими торговыми знаками. В год производится 158 тысяч тонн пищевых продуктов.

Экспорт осуществляется в пять регионов: Балтию, Западную и Центральную Европу, Скандинавию, а также Восточную Европу и Азию. 85% от всей продаваемой продукции составляет экспорт.

Предприятие ООО «Вичюнай-русь» (ООО „Vichiunai-RUS“) учреждено в 2002 году в городе Советске, Россия. На предприятии работает 1500 работников.

В 2018 году ИП Емельянов, арендовавший водоем, установил садок и запустил пробную партию сеголетки форели. Из 300 сеголеток, приобретенных в российской Тюмени, зиму пережили почти все (297). В 2020 году одна рыбка в среднем весит около 500 граммов.

14. SWOT-анализ - определение и оценка потенциальных сильных и слабых сторон, возможностей и угроз товаров, работ, услуг, предлагаемых в рамках реализации проекта (обязательно указываются используемые источники информации проведения маркетинговых исследований с приложением отчетов)

Промысловое рыболовство в РК осуществляют свыше 1 тыс. субъектов рыбного хозяйства, за которыми закреплено 1646 рыбохозяйственных водоемов и их участков. В отрасли занято 11 тыс. человек.

SWOT-анализ позволяет определить причины эффективной или неэффективной работы рыбного промысла и производства, это сжатый анализ маркетинговой информации, на основании которого делается вывод о том, в каком направлении предприятия должны развивать свой бизнес и в конечном итоге определяется распределение ресурсов по сегментам. Результатом анализа является разработка маркетинговой стратегии или гипотезы для дальнейшей проверки.

При прочих равных возможностях и ресурсах, стратегия строится так, чтобы максимально эффективно использовать свои сильные стороны, а также появляющиеся рыночные возможности, компенсировать слабые стороны, избегать или снижать негативное воздействие угроз.

SWOT-анализ

Сильные стороны	Слабые стороны
Наличие современных технологий производства	Отсутствие регулярной поддержки рыбоводства в рамках государственных программ
Обеспеченность трудовыми ресурсами	Нехватка кормовой базы
Воспроизводство ценных видов рыб	Низкая покупательная способность населения
	Недостаточная развитость отрасли
Возможности	Угрозы
Увеличение ассортимента продукции	Потери от болезней рыб и моллюсков
	Снижение цен на производимую продукцию
Товарный вылов рыбы	Незаконный промысел
Создание направления садкового выращивания прочих промысловых рыб	Несовершенство законодательной базы

Сильные стороны

1. Современные технологии производства.

1) Получение черной икры при помощи «массажа рыбы».

Икра осетровых рыб, известный символ роскоши, считается одним из наиболее питательных и сбалансированных пищевых продуктов. Однако браконьерство, гидротехническая застройка рек и загрязнение водной среды резко сократили популяцию осетра. Ведущиеся со второй половины XIX века работы по искусственному воспроизводству осетровых не дают достаточного эффекта, в том числе потому, что обычно для получения икры применяются методы, предусматривающие убой и потрошение рыбы. Новая методика «массажа рыбы», разработанная в Германии, способствует увеличению объема получаемого продукта при сохранении жизни плодоносящей особи.

При таком методе степень зрелости икры определяют с помощью ультразвука, а за несколько дней до ее извлечения в организм рыбы вводят специальные сигнальные вещества, имитирующие естественный ферментный механизм. В процессе созревания внешняя оболочка икринок стабилизируется и становится достаточно прочной, чтобы выдержать последующую обработку. Икра далее извлекается из производителей посредством массажа и сцеживания. В отличие от традиционного (от забитой рыбы) и прижизненных методов получения яиц осетровых («кесарево сечение», «надрез яйцевода»), вмешательство в тело рыбы в данном случае

незначительно, поэтому выживаемость особей составляет 100%. Процесс может повторяться каждые 15 месяцев в течение жизни осетра.

2) Окисление воды для прудового разведения рыб, ракообразных и моллюсков.

Вспышки инфекционных заболеваний у объектов аквакультуры оборачиваются значительными производственными потерями и иными негативными последствиями. Так, болезнь, от которой товарная креветка гибнет в первые 20-30 дней в более 70% случаев, сократила наполовину ежегодные объемы производства и поставок этого продукта в Таиланде, Китае, Малайзии, Вьетнаме и Мексике. Глобальный альянс аквакультуры оценил потери в мировом масштабе на уровне 1 млрд долларов США. Высокую эффективность (более 90% выживаемости вида) в борьбе с бактериями показала технология окислительной обработки воды SilverBullet («Серебряная пуля»).

В основе новой технологии очистки и обеззараживания воды лежит применение менее токсичных, чем хлор или озон, окислителей, эффективно нейтрализующих загрязняющие вещества и убивающих возбудителей инфекций. Технология более безопасна и эффективна по сравнению с традиционными методами. Кроме того, способ уменьшает расход используемой воды и электроэнергии, значительно снижая при этом эксплуатационные затраты. Результаты исследований показывают, что полное истребление популяции бактерий *Vibrioparahaemolyticus* численностью 10⁶ достигается за 3,5 часа применения оборудования для обработки воды окислением, а 10⁵ — менее чем за 30 минут.

2. Трудовые ресурсы.

Одним из главных факторов, обеспечивающих эффективную реализацию государственной политики в области охраны, воспроизводства и использования рыбных ресурсов является наличие квалифицированных профессиональных кадров с высшим и средним профессиональным образованием. По мере развития рыбной отрасли, возрастает потребность в профессиональной и технической квалификации управленцев данного направления и техников, задействованных в рыбном хозяйстве.

3. Воспроизводство ценных видов рыб.

За счет госзаказа должно осуществляться зарыбление редкими и исчезающими видами, а бизнес должен зарыблять те виды, которые они вылавливают, а это ценные промысловые виды. - Необходимо создание специализированных селекционно-генетических центров, где будут содержаться различные маточные поголовья ценных видов рыб, и они будут снабжать икрой и рыбопосадочным материалом весь Казахстан.

Слабые стороны.

1. Отсутствие регулярной государственной поддержки.

Рыбоводческая отрасль Казахстана остро нуждается в поддержке со стороны государства, во внедрении современных решений и технологий, позволяющих увеличить производство рыбы, вернуть культуру ее потребления, наладить сбыт и переработку.

2. Нехватка кормовой базы.

К основным причинам резкого снижения объемов товарного рыбоводства можно отнести высокую стоимость специализированных кормов, удобрений, лечебных препаратов, электроэнергии, использование водных ресурсов и земли, а также ставки таможенных пошлин при ввозе рыбопосадочного материала (личинок, молоди рыб и других) и кормовых организмов, на территорию республики.

Для того чтобы изменить ситуацию в лучшую сторону, необходимо решить ряд проблем, присущих отрасли. Среди основных это необеспеченность частных рыбоводных хозяйств специализированными кормами, недостаток информационно-консультационного обеспечения предпринимателей современными технологиями выращивания рыбы.

Возможности.

Видовой ассортимент рыбы учитывают по наименованию товарно— видовой продукции в стандартах. Зоологические названия рыб устранены, так как их количество превышает 16 000, их не помнят рыбаки, переработчики рыбы, продавцы, покупатели. Число видовых названий сократилось до возможного минимума. Так, все скорпеновые (около 28 зоологических видов) в товарном обращении именуется морским окунем, все камбаловые (больше 30 видов) выпускают в реализацию под названием камбала и трех видов палтуса, каспийские сельди (17 видов) реализуют под двумя наименованиями: «сельдь каспийская» и «сельдь чернопинка» и т. д.

Однако внутри вида название рыбы может быть конкретизировано с учетом ряда факторов: таких как различная пищевкусная ценность, связанная с географическим местом обитания рыбы (скумбрия атлантическая, скумбрия дальневосточная, скумбрия курильская), или состав воды (кефаль внутренних водоемов и кефаль океаническая), или размер рыбы (карась океанический крупный и мелкий; буффало отборный, крупный, средний), или часть тела рыбы (спинка кеты, боковник кеты, теша кеты, кусок и др.); вид разделки рыбы (толстолобик потрошенный с головой, спинка, филе спинки, боковина, боковник, обезглавленный пласт, теша).

Иногда внутривидовое деление осуществляют с учетом пищевых достоинств и географического признака: сельдь соленая атлантическая жирная и атлантическая нежирная, тихоокеанская жирная и нежирная,

беломорская, азово—черноморская (дунайская, керченская, донская, днепровская), каспийская и каспийская черноспинка.

Размерный ассортимент учитывает длину рыб (крупная, средняя, мелкая или минимальная длина, установленная правилами рыболовства или конвенцией) или массу (крупная, средняя, мелкая или отборная, крупная, средняя). Принимается во внимание при оценке пищевой ценности рыбы и назначении цены как денежного эквивалента потребительской ценности, что оказывает влияние на потребительский спрос. Однако следует отметить определенную тенденцию, связанную с учетом размерных характеристик рыбы при оценке потребительских свойств. В продажу рыбная продукция поступает все больше не в целом виде (неразделанная), а в разделанном виде (тушка, спинка, пласт, боковник, кусок и т. д.), т. е. все большее значение для обозначения гастрономических свойств приобретает не длина рыб, а масса.

При продаже разделанной рыбной продукции для формирования потребительского предпочтения все большее значение приобретает не размер (длина или масса), а упаковка. Это отмечают и специалисты по маркетингу, считая упаковку элементом (фактором) комплекса маркетинга, т. е. набора побудительных составляющих средств, влияющих на поведение потребителей и заставляющих их произвести покупку. Разнообразие упаковки и упаковочных материалов, используемых при расфасовке рыбной продукции, приходится все больше удивляться. Просматривается тенденция использования дешевых полимерных или комбинационных материалов взамен деревянной или металлической тары либо упаковки и уменьшения массы фасованной продукции (для употребления за один прием). Столь стремительному и широкому распространению упаковки способствует ряд факторов:

- 1) развитие самообслуживания в торговле;
- 2) рост достатка населения, когда потребитель предпочитает приобретать рыбную продукцию, предварительно фасованную и упакованную даже с некоторой наценкой, а не вразвес;
- 3) создание узнаваемого образа фирмы (производственной, торговой или производственно—торговой) или марки;
- 4) открытие возможностей для новаторской деятельности, особенно при создании новых товаров (например, использование тюбиков для фасовки паст из мяса или органов рыбы и т. д.) или новых дизайнерских решений при разработке новых упаковочных материалов.

Технологический ассортимент предполагает деление рыбной продукции по видам обработки. В торговой сети реализуются рыба живая, охлажденная, мороженая, соленая, копченая, вяленая, консервы, кулинарная продукция,

полуфабрикаты, икра, молоки. Этот групповой технологический ассортимент рыбной продукции может быть представлен в насыщенном варианте.

Рыба внутренних водоемов классифицируется по видам: карп, толстолобик, сом, судак, сазан и иная. С указанием размера (массы или длины) или без подразделения по размеру (рыба живая морского или океанического промысла реализуется только в прибрежных районах).

Охлажденная рыба выпускается в продажу по видовым наименованиям неразделанной, потрошеной обезглавленной или с головой.

Рыба мороженая классифицируется по видам заморозки (искусственная воздушная, естественная, рассольная, льда—соляная), по видовым наименованиям, степени разделки, блочного или штучного замораживания; соленая рыба (в том числе пресервы) простого,пряного, маринованного посола выпускается в не разделанном виде или различной степени разделки (использование современных упаковочных средств и различная фасовка по массе делает ассортимент весьма насыщенным и глубоким).

Копченая рыба (горячего, полугорячего, холодного копчения) – в не разделанном виде или различной глубины разделки, дымового или мокрого копчения; вяленая рыба классифицируется по видам и степени разделки.

Сушеная рыбная продукция выпускается несоленой и подсоленной, естественной и искусственной сушки, разделанной и неразделанной, а также в виде крупки, муки, хлопьев.

Рыбные консервы подразделяют на натуральные, в масле, в томатном соусе по видовым наименованиям, виду предварительной и окончательной тепловой обработки, вместимости и конфигурации тары (банок).

Кулинарная продукция делится на жареные и печеные, отварные и заливные рыбные товары, фаршированную рыбу, рыбоовощные изделия, изделия из сельди соленой рубленой, из икры, мучные рыбные товары и другие, рыбные полуфабрикаты (рыба охлажденная или мороженая различной степени разделки или трансформации тканей), могут быть представлены в виде филе, пласта, спинки, куска и так же рыбного шашлыка, фарша, котлет, пельменей и другой продукции.

Икра рыбная осетровых и лососевых (зернистая, паюсная, ястыковая), частичковых рыб (пробойная, ястычная).

Ассортимент рыбной продукции может рассматриваться не только по насыщенности (количеству наименований) внутри группы (соленая, копченая и иная продукция), но и глубине предложений (например, в банках металлических, пластмассовых или комбинированных; в соусе винном, томатном, фруктовом, майонезе и т. д.). С развитием технологии переработки, вкусов, предпочтений потребителей технологический и торговый ассортимент рыбных товаров будет постоянно совершенствоваться

(сокращаться, расширяться, видоизменяться и т. д.), и в перспективе этот процесс бесконечен в соответствии с законом о развитии и расширении потребностей.

Разнообразие технологического и торгового ассортимента рыбной продукции во многом связано с разделкой рыбы. Разделка рыбы имеет следующие цели: удалить несъедобные, скоропортящиеся, у некоторых рыб ядовитые внутренности (у маринки, османа, илиши, хромули); нарушить кожный покров для более быстрого проникновения поваренной соли и ароматических веществ, пряностей при посоле, дымовых веществ – при копчении, паров влаги – при копчении, сушке, вялении; жира – при обжарке; ускорить процесс производства гастрономической рыбной продукции и тем самым увеличить производительность труда, снизить издержки производства, максимально приблизить процедуру потребления без дополнительной предварительной подготовки рыбной продукции.

Способы разделки для рыбы различной технологической обработки применяются выборочно с целью обеспечения хорошего товарного вида и высоких пищевых характеристик готовой продукции. Например, охлажденная рыба выпускается в реализацию в неразделанном виде, потрошенная с головой и потрошенная обезглавленная, сельдь горячего копчения – в неразделанном виде и жаброванная и т. д.

Существуют следующие способы разделки рыбы:

- 1) неразделанная – рыба в целом виде;
- 2) жаброванная – рыба, у которой удалены жабры или жабры и часть внутренностей;
- 3) зябренная – рыба, у которой удалены часть внутренностей и грудные плавники с прилегающей частью брюшка; допускается оставлять жабры, икру или молоки;
- 4) полупотрошенная – рыба, у которой брюшко у грудных плавников надрезана, внутренности должны быть частично удалены;
- 5) потрошенная с головой – рыба, разрезанная по брюшку между грудными плавниками от калтычка до анального отверстия или далее, калтычок может быть перерезан; внутренности, в том числе икра или молоки, удалены, сгустки крови зачищены; жабры могут быть удалены. У крупных рыб вдоль позвоночника с внутренней стороны могут быть 1–2 прореза или прокола в мясистой при хвостовой части (без повреждения кожи);
- 6) обезглавленная – рыба, у которой голова с плечевыми костями и внутренности удалены без разреза по брюшку.

Могут быть оставлены в рыбе икра или молоки и часть внутренностей;

- 7) потрошенная обезглавленная – рыба, разрезанная по брюшку между грудными плавниками от калтычка до анального отверстия или далее,

калтычок может быть перерезан, голова, внутренности, в том числе икра или молоки, удалены, сгустки крови зачищены;

8) полупласт – рыба, разрезанная по спине вдоль позвоночника от правого глаза до хвостового плавника, внутренности, в том числе икра или молоки, удалены, сгустки крови зачищены;

9) спинка – рыба, у которой срезана брюшная часть, удалены внутренности, жабры или голова с плечевыми костями; сгустки крови зачищены, жабры могут быть оставлены;

10) боковник – рыба, разрезанная по спинке вдоль позвоночника на две продольные половины, голова, позвоночник, внутренности удалены, брюшная часть, а также плавники (кроме хвостового) могут быть удалены;

11) теша – брюшная часть рыб в целом виде или в виде двух половинок. При необходимости теша крупных рыб может быть разрезана на куски длиной не менее 15 см;

12) боковина – часть продольной половины рыбы, оставшаяся после отделения филе спинки. Реберные кости и теша оставлены, пленки, сгустки крови зачищены;

13) филе – рыба, разделанная по длине вдоль позвоночника на две продольные половины, голова, позвоночник, плечевые кости, крупные реберные кости, внутренности, плавники удалены. Допускается разрезать филе на поперечные куски длиной от 15 до 40 см, а также срезать брюшную часть;

14) филе спинки – рыба, разрезанная вдоль позвоночника на две продольные половины, голова, позвоночник, плечевые кости, плавники, внутренности удалены. Хвостовая часть удалена на уровне конца основания последнего луча анального плавника. Филе спинки отделяется выше боковой линии (на уровне 2–3 см). Допускается филе спинки разрезать на поперечные куски длиной 15–40 см, массой не менее 1,0 кг;

15) кусок – потрошенная обезглавленная рыба, у которой удалены плечевые кости и хвостовой плавник, которая разрезана на куски массой не менее 0,35 кг. Толщина куска в месте среза должна быть не менее 2 см. Кусок изготавливают из крупных экземпляров рыб;

16) кусочки – потрошенная рыба с кожей и позвоночной костью (или без нее), без головы, приголовка, хвостовой части, удаленной на уровне конца анального плавника и разделанная на поперечные кусочки толщиной не более 1,5 см;

17) ломтики – рыба без головы, приголовка, внутренностей, икры или молоки, плавников, позвоночной кости, кожного покрова и крупных реберных костей, разрезанная на ломтики толщиной не более 0,5 см.

Существуют и другие способы разделки рыбы. Причем один и тот же способ разделки для разных видов рыб может иметь индивидуальные особенности. Например, при разделке рыбы на боковник допускается для мраморной нототении, клыкача оставлять позвоночную кость; у толстолобика, белого амура и капитан—рыбы допускается удалять хвостовую часть на уровне конца основания последнего луча анального плавника; у сома (кроме океанического) – на уровне, определяемом толщиной тела рыбы в месте среза, которая должна быть не менее 8 см, брюшная часть может быть удалена вместе с брюшными плавниками прямым срезом на уровне основания брюшных плавников и т. д.

Сортовое деление рыбной продукции по показателям качества очень ограничено. Никакая другая пищевая продукция так не обезличена в отношении уровня ее качества, как продукция из рыбы. Значительный ассортимент рыбы и продукции ее переработки выпускается в реализацию без сортового деления (рыба охлажденная, горячего копчения, живая, сельдь пряного посола и маринованная, скумбрия или ставрида пряного посола, почти все консервы, пресервы и др.).

Только деликатесная продукция (икра осетровых и некоторые балочно—семужные товары) подразделяется на три сорта: высший, I, II. Из ассортимента рыбных консервов выделяют «Шпроты» и «Сардины», которые по качеству относят к высшему сорту, остальные консервы реализуют без сортового деления.

Мороженая рыба для внутреннего потребления, вяленая рыба большинства видов, сушеная рыбная продукция делится на два сорта: I и II.

Отсутствие подразделений на сорта отрицательно сказывается на качестве продукции. При сортовой градации по качеству часто много внимания уделяется малозначительным факторам: сбитости чешуи, мелким механическим повреждениям, небольшим отклонениям в правильности разделки, потускнении поверхности и др. Важно закладывать в стандарт технологические режимы замораживания и соблюдения непрерывности холодильной цепи в процессе продвижения товара к потребителю, чтобы обеспечить хороший вкус, аромат, отсутствие волокнистости, сухости, жесткости мяса рыбы вследствие снижения гидратации белков.

Угрозы.

1. Незаконный промысел.

Несмотря на принимаемые меры по ужесточению законодательства существует незаконный промысел рыбных ресурсов. По данным независимых исследований доля теневого вылова достаточно высока и требуются достаточно серьезные меры по его уменьшению.

2. Несовершенство законодательной базы.

Не проработана другая существенная проблема – несовершенство нормативно-правовой и нормативно-технической базы аквакультуры. Явно не хватает нормативно-регулирующих документов, которые бы давали рыбной отрасли один из приоритетов экономического развития. Необходимо уходить от сырьевой зависимости, приходить в современные форматы видения экономики. Внести изменения в НПА в части механизмов зарыбления.

15. Основные выводы и рекомендации

В условиях сложившегося мирового кризиса нашей стране необходимо переориентировать свою экономику путем импортозамещения. Импортозамещение — прекрасный способ усилить экономику, создать новые производства, рабочие места и улучшить качество жизни жителей страны. Поэтому, в Казахстане, как и других странах Мира, стимулируется развитие местного производства.

2020 год объявлен годом поддержки отечественных товаропроизводителей, и это хороший принцип поддержки малого и среднего бизнеса. Статья 17 Предпринимательского кодекса и специальный порядок государственных закупок, утвержденный Постановлением Правительства от 10 апреля 2020 года, дает отечественным товаропроизводителям преимущественное право заключения договоров с заказчиками на поставку товаров, работ и услуг, что в свою очередь существенно облегчает участие в конкурсных процедурах и смягчает конкурентную среду. В условиях закрытия границ, снижения поставок, роста цен, как ни странно, есть и определенные преимущества для отечественных производителей, вышеуказанные меры со стороны государства дают дополнительный импульс к развитию местного производства.

Промысел рыбы в морях и океанах имеет тенденцию к постоянному сокращению объемов вылова ценных в пищевом отношении видов рыб. Рыбные запасы внутренних водоемов находятся не в лучшем состоянии и поддерживаются в основном за счет искусственного воспроизводства.

При этом спрос на рыбную продукцию ежегодно возрастает. В этих условиях единственно надежным источником увеличения ее объемов является аквакультура, т.е. аквакультура начинает развиваться только тогда, когда ресурсы приходят к концу. Этот путь прошли все страны во всем мире и Казахстан в этом случае не исключение. Рыба потребление в Казахстане продолжает оставаться на очень низком уровне. Согласно данным официальной статистики, этот показатель составляет 3–5 килограммов на человека в год. Существует также метод подсчета на основе опроса домохозяйств, и он выявляет цифру 8–10 килограммов в год. Но все равно это

чрезвычайно мало. По рекомендации Всемирной Организации Здравоохранения (ВОЗ) человек должен употреблять 14 кг рыбной продукции в год. Между тем в России, которая схожа с Казахстаном по ментальности и кухне, показатель рыба потребления находится на уровне 20 килограммов в год. Если брать Западную Европу, то там речь идет почти о 40 килограммах, а в Юго-Восточной Азии и на Дальнем Востоке (Япония) люди и вовсе в среднем потребляют 60 килограммов в год на каждого.

В рамках государственного заказа необходимо осуществлять зарыбление ценных промысловых видов рыб, при этом необходимо создание специализированных селекционно-генетических центров, где будут содержаться различные маточные поголовья ценных видов рыб, и они будут снабжать икрой и рыбопосадочным материалом весь Казахстан. Возрастает потребность в профессиональной и технической квалификации работников и управленцев рыбного хозяйств, поэтому необходимо обучать и готовить такие кадры на базе средних и высших учебных заведений.

Развитие аквакультуры, наличие крупных и средних рыбных заводов, а также обилие водных ресурсов страны способны повысить инвестиционную привлекательность для развития рыбной отрасли страны. Однако, вложения средств в инвестиционный проект для потенциального инвестора станет привлекательным в том случае, если ожидаемая в результате его реализации норма прибыли будет выше средней нормы прибыли.

Обязательным условием привлекательности инвесторов является:

- 1) обеспечение квотами вылова водных биоресурсов, добываемых в экономической зоне Республики Казахстан;
- 2) устойчивость условий получения квот вылова и допуска к промыслу водных биоресурсов;
- 3) достаточное научное обеспечение промысла в части разведки и исследования сырьевой базы;
- 4) наличие законодательной базы, определяющей возможности и условия осуществления рыбо-хозяйственной деятельности.

Без вышеперечисленного, инвестор просто не в состоянии оценить свои риски. Важно упомянуть, что при оценке инвестиционной привлекательности проекта, в который инвестор собирается вложить капитал, он оценивает предполагаемую прибыль, которая учитывает не только расчетную норму прибыли, но и возможные потери ее в результате реализации рисков.

Как уже было отмечено в SWOT анализе, слабыми сторонами отечественной рыбоводческой отрасли по-прежнему являются: нерегулярная поддержка со стороны государства и нехватка кормовой базы, все это в совокупности, приводит к низкой производительности и большой импортозависимости. Без решения вышеуказанных проблем, развитие данной

отрасли выглядит малопривлекательным с точки зрения вложения инвестиций.

Потенциал данного проекта с перспективой существенного вклада в экономику страны способен обеспечить дополнительными рабочими местами и снизить импорт аналогичной продукции за счет создания добавленной стоимости на предприятиях по глубокой переработке рыбы и морепродуктов.

Для сбалансированности внутренних цен на рыбу и стимулирования покупательской способности стоит перенаправить экспортные резервы в пользу удовлетворения внутреннего дефицита. В этой связи, государственная поддержка рыбоводческих хозяйств и развитие аквакультуры считается приоритетным. Всего в Казахстане зарегистрировано 323 компании, занимающиеся рыболовством

Согласно данным СПК Байконыр в 2013 году реализован проект по строительству рыбоперерабатывающего завода с производственной мощностью до 6 тысяч тонн рыбы в год (ТОО «Аральский рыбоперерабатывающий завод»). Стоимость действующего проекта составило 100 млн тенге. На данном примере можно понять о не высоких финансовых вложениях и долгосрочности бизнеса.

Основными барьерами для развития рыбного производства являются:

В первую очередь это незаконный промысел и теневой оборот. Несмотря на принимаемые меры по ужесточению законодательства существует незаконный промысел рыбных ресурсов. По данным независимых исследований доля теневого вылова достаточно высока и требуются достаточно серьезные меры по его уменьшению. Необходимо усилить борьбу с незаконным оборотом рыбной продукции, объем которого оценивается в 190 тыс. тонн, или в 40 млрд тенге. Ущерб от браконьерства составляет более 3,1 млрд тенге. Для снижения теневого оборота нужно внедрить информационную систему прослеживания рыбной продукции и дооснастить службы защиты рыбных запасов необходимой техникой и оборудованием, что в общей сложности оценивается в 11,2 млрд тенге.

Во-вторых, это несовершенство законодательной базы.

Не проработана другая существенная проблема – несовершенство нормативно-правовой и нормативно-технической базы аквакультуры. Нехватка нормативно-регулирующих документов, которые бы давали рыбной отрасли один из приоритетов экономического развития.

В связи с этим, необходимо подчеркнуть о рентабельности данного проекта, учитывая сопутствующие риски.

Исполнитель

Керембаев А.Т.

ОТЧЕТ
по результатам маркетингового исследования
ПРОИЗВОДСТВО ПРОДУКЦИИ ИЗ ДРЕВЕСИНЫ, ПРОБКИ,
СОЛОМКИ И МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ ПЛЕТЕНИЯ

Подготовлен в рамках проведения маркетинговых исследований в приоритетных секторах Государственной программы поддержки и развития бизнеса «Дорожная карта бизнеса – 2025»

Отрасль: Производство деревянной тары (код ОКЭД 16.24)

Заказчик: Национальная палата предпринимателей «Атамекен»

Исполнитель: Абишев У.С.

г. Нур-Султан, 2020

СОДЕРЖАНИЕ

1. Описание отрасли, существующие проблемы и тенденции	3
2. Оказываемая поддержка отрасли	16
3. Перспективы отрасли в рамках реализации проектов (объем рынка, планируемые проекты, обоснование спроса в будущем)	21
4. Определение возможности и целесообразности реализации проекта	27
5. Внутреннее производство	38
6. Производственные мощности	44
7. Внешняя торговля	47
8. Размер рынка.....	48
9. Обзор цен.....	50
10. Потребительское поведение	52
11. Описание сложившейся конъюнктуры рынка по продукту/услуге проекта	62
12. Анализ существующей и прогнозируемой конъюнктуры спроса на образующуюся в результате реализации проекта продукцию (товары/услуги) - проблемы, решения, статус реализуемых проектов	65
13. Описание уже реализованных проектов (функционал объекта, преимущества и недостатки).....	68
14. SWOT-анализ - определение и оценка потенциальных сильных и слабых сторон, возможностей и угроз товаров, работ, услуг, предлагаемых в рамках реализации проекта (обязательно указываются используемые источники информации проведения маркетинговых исследований с приложением отчетов)	74
15. Основные выводы и рекомендации	80

1. Описание отрасли, существующие проблемы и тенденции

Деревянная упаковка, или деревянная тара – вариант упаковки для перевозки оборудования или грузов, который гарантирует полную его сохранность.

Деревянная тара получила наибольшее распространение в обращении. Жесткая, способная выдерживать механическое воздействие, защита товаров при транспортировании. Однако деревянная тара обладает высоким коэффициентом собственной массы, что увеличивает стоимость перевозки в ней товаров. К этой группе тары относятся ящики, бочки и корзины.

Ящики представляют собой транспортную тару, корпус которой образован прямоугольным дном, двумя торцовыми и боковыми стенками, с крышкой или без нее. Они бывают дощатые (изготовленные из пиломатериалов заданных размеров), тонкостенные дощатые (из тонких, толщиной не более 10 мм, дощечек), фанерные (из фанеры с планками из пиломатериалов), древесноволокнистые (из древесноволокнистой плиты с планками из пиломатериалов) и комбинированные.

Кроме того, деревянные ящики различают:

- по назначению (универсальные и специализированные, например, фанерные ящики для чая);
- по конструкции (разборно-складные и неразборные);
- по способу соединения деталей (плотные и решетчатые);
- по виду крепления деталей (проволочными скобами, гвоздями и др.);
- по размерам (устанавливаются стандартами, исходя из габаритных размеров и массы упаковываемого груза, которая может достигать 20000 кг) и другим признакам.

Деревянные бочки, как и ящики, относятся к транспортной таре. Корпус бочки имеет цилиндрическую или параболическую форму. Он состоит из стянутых металлическими или деревянными обручами клепок (специально обработанных деталей), образующих остов. На внутренней поверхности остова имеется уторный паз — углубление по длине окружности, предназначенное для вставки дна. В месте соединения корпуса бочки с дном располагается уторный обруч, в той части бочки, которая имеет наибольший диаметр — пуковый, а между ними — шейный.

Сухотарные бочки предназначены для хранения и перевозки сухих молочных продуктов, яичного порошка, охлажденной рыбы, сухой краски и др. В заливные бочки затаривают тузлучные продукты, плодоовощные продукты с рассолом, пиво, вина, соки и другие жидкие продукты, а также пищевые жиры, замороженные плоды и ягоды и т. п. В этих бочках обычно

высверливают одно или два наливных отверстия, которые закупоривают пробками.

Вместимость бочек может быть различной. Например, бочки для коньяка, вин, соков и морсов имеют вместимость от 50 до 600 дм³, для пива — 50 и 100 дм³. Для большинства других товаров изготавливают деревянные бочки вместимостью от 5 до 250 дм³.

Наряду с бочками для затаривания сыпучих и пастообразных товаров применяют барабаны — транспортную тару с корпусом цилиндрической формы, без обручей, с плоским дном и крышкой. Их изготавливают из фанеры или древесины и используют для хранения и перевозки грузов массой до; 200 кг.

Одной из разновидностей деревянной тары являются корзины. Они бывают прутьяные и драночные. Используют их для сбора, хранения и перевозки ягод, плодов, овощей, а также рыбы и других продовольственных товаров.

Деревообрабатывающая промышленность во все времена обеспечивает работой людей во всем мире, причем, обладая мультипликационным эффектом, она задействует и множество других отраслей - сельское хозяйство, машиностроение, химическую промышленность и торговлю.

Именно поэтому, по данным международной организации Экономического сотрудничества и развития, в 2020 году деревообрабатывающая промышленность входит в число ведущих отраслей индустрии во всем мире.

В советское время деревообрабатывающая промышленность давала пятую часть всей продукции.

В времена Казахской ССР были хорошо развиты отрасли по обработке дерева и производства деревянных изделий. Ведь раньше в стране действовали десятки предприятий, где трудились десятки тысяч людей.

Качество изделий порой вызывали нарекания, однако они подкупали потребителей прочностью и невысокой ценой. Созданная в советское время система предприятий развалилась, но остались главные ресурсы, которые в свое время дали толчок развитию казахстанской деревообрабатывающей промышленности, – густые леса из сосен, берез и липы.

Деревообрабатывающая промышленность во всем мире считается специфической из-за большой доли участия государства (наряду с нефтяной и электроэнергетической, но с гораздо меньшей рентабельностью). В 1991 году именно этот фактор привел к созданию в Казахстане деревообрабатывающего кластера полного цикла, а позднее ее отсутствие привело к регрессу. Весной 2014 года правительство сняло запрет на экспорт лесоматериалов.

Заметно ощущается тенденция снижения развития отрасли. В 1991 году только ВКО производила продукции деревообработки на 47 млрд тенге (в сопоставимых ценах), а в 2019 году – в 47 раз меньше, на 1 млрд тенге.

В 2005 году был введен запрет на экспорт в лесной промышленности. После этого в ВКО из 396 специализированных предприятий осталось 46, из них реально функционирующих – полтора десятка. В результате, доля лесной промышленности в ВРП региона упала с 4,5–7 до 0,1%, а количество занятых в отрасли снизилось в 10 раз.

Отрасль является капиталоемкой, и сроки окупаемости проектов длительные. В связи с запретом на экспорт в лесной промышленности прекратилась глубокая переработка древесины, и отрасль стала инвестиционно непривлекательной. Имеющаяся сырьевая база лесных ресурсов используется крайне нерационально, мощности деревообрабатывающей промышленности загружены в среднем на 20–40%, в основном из-за отсутствия оборотных средств у предприятий. Не закредитованность отрасли критическая, но казахстанские компании не готовы брать длинные займы в таких условиях.

Общая тенденция развития производства деревянных изделий в Казахстане, так же, как и всей промышленности характеризуется снижением ее потенциала.

Производство деревянных изделий – это сфера, в которой условия диктуются производителями. Здесь достаточно жесткая конкуренция, что правила определяются только потребителями. Наряду с этим, это одна из отраслей, позволяющая обеспечивать население, что является единственным выходом снижения безработицы в регионах с избыточным населением, где нет возможности развивать добычу природных ресурсов, а также для так называемых моногородов, завязанных на одно производство.

Основными проблемам, характерными для отрасли являются износ основных фондов, низкая доля экспорта, незначительная доля потребления отечественной продукции и недостаток кадров.

Главным барьером для развития предприятий по производству деревянных изделий в Казахстане являются неравные условия конкуренции с другими странами, особенно с Россией и Республикой Беларусь.

В 2020 году значительная часть отечественных товаров, значительно уступает по качеству продукции развитых стран, сравнительно низка производительность труда, а затраты на производство продукции по сравнению с мировым уровнем значительно выше.

Рост цен на ввозимые в страну обработанную древесину, приводит к резкому повышению цен на готовую продукцию, делая товары отечественного

производства менее конкурентоспособными по сравнению с импортными, особенно относительно дешевыми кыргызского, китайского производства.

В сложившихся условиях отечественные производители вынуждены идти на узкую специализацию, в основном ориентируя производство на госзаказы для силовых структур, национальных холдингов и социальных объектов, а также иностранных компаний по изготовлению специального деревянного изделия.

В сложном положении вся деревообрабатывающая промышленность оказалась вследствие низкого уровня технической оснащенности предприятий, в основном построенных еще в советское время. Так, на фабриках по производству деревянной тары, доля такого оборудования составляет более половины

Проблемами отрасли также являются низкая производительность труда, отсталые от мировых аналогов технологии, а также отсутствие стандартов качества. Практически потеряны рынки сбыта за рубежом – и прежде всего в странах – бывших союзных республиках, куда вывозилась основная часть производимых изделий.

Проявился острый дефицит в профессиональных кадрах, а также отсутствие целевой направленности подготовки кадров. Ограниченное число предприятий имеют зарегистрированные торговые марки, а также практически не инвестируются средства на разработку и продвижение брендов отечественной продукции.

Деревообрабатывающая промышленность характеризуется глубокими связями со всеми отраслями экономики и прежде всего с сельским хозяйством (поставщиком первичного сырья), химической промышленностью (поставщиком синтетического волокна, красителей), машиностроением (обеспечивающим отрасль оборудованием), топливно-энергетическим сектором (обеспечивающим нормальное функционирование предприятий). Проблемы, возникающие в деятельности каждого из этих секторов экономики, оказывают непосредственное влияние на эффективность функционирования предприятий легкой промышленности.

Одна из самых серьезных проблем – засилье так называемого «серого» импорта, когда большая часть товаров деревообрабатывающей промышленности заходит в Казахстан по весу, без декларирования, поэтому реальные масштабы импорта оценить достаточно сложно. Вместе с тем товарам отечественных предприятий, оказалось, очень непросто конкурировать с недорогой, хотя и зачастую низкокачественной продукцией. В результате чего, за последние годы некоторые сегменты индустрии деревообрабатывающей промышленности оказались практически потеряны для наших игроков.

Деревянная тара является наиболее массовым видом тары для упаковки различной продукции. В общем мировом балансе деревянная тара занимает более 70%, ей принадлежит второе место (после строительства) по потреблению древесины в народном хозяйстве. Для упаковки продукции используется дощатая и фанерная тара, а также тара из древесностружечных и древесноволокнистых плит. Для изготовления ящичной тары используются хвойные и лиственные породы: ель, сосна, пихта, осина, дуб, липа, бук и каштан. Для изготовления фанерных ящиков используется фанера из березы, бука, ольхи, осины и сосны.

Большим преимуществом фанеры является то, что она легче и прочнее других материалов, изготовленных из древесины. Деревянная тара используется в виде ящиков, решеток, бочек, барабанов, катушек и др.

Ящичная тара из досок, древесноволокнистых плит и фанеры применяется для упаковки различной продукции: обуви, спецодежды, валяно-войлочных, меховых, стеклянных, фарфоровых изделий, а также различных металлоизделий, запасных частей, оборудования и др.

Деревянные ящики, используемые для упаковки продукции, могут быть разборные и неразборные. Для крупных изделий (машинного оборудования) стенки ящиков изготавливаются в виде щитов, соединяемых между собой на месте упаковки. Детали ящиков соединяются гвоздями. Для дополнительного крепления используются стальная лента, проволока, винты, болты, металлические угольники, скобы и др. Ящики для отправки продукции на экспорт изготавливаются из строганных пиломатериалов.

Для упаковки продукции легкой промышленности целесообразно использовать деревянные ящики из тонких дощечек. Внешние размеры таких ящиков могут быть различны – от 200x100x200мм до 1300x750x750 мм. Вес упакованной продукции достигает 200 кг.

При изготовлении деревянных сборно-разборных ящиков из тонких дощечек достигаются сокращение расхода древесины, уменьшение веса ящиков до 50-60%, транспортабельность пустых ящиков в складном виде.

Ящичная тара из древесностружечных и древесноволокнистых плит является более экономической в сравнении с деревянной тарой. Эта тара позволяет значительно экономить пиломатериалы.

Деревянные решетки используются главным образом для упаковки мебели, машин, крупных узлов и деталей машин. Применение их дает значительную экономию древесины и вспомогательных материалов, а также уменьшает вес тары.

Для упаковки, перевозки и хранения электродов, крепежных деталей, метизов и других изделий весом до 40 кг целесообразно использовать цельнокорпусные прессованные ящики из древесноволокнистой массы. Эти

ящики имеют удобную конструкцию и герметичность. Высокая прочность дает возможность использовать их многократно (до 10 оборотов). Применение этих ящиков позволяет в три раза снизить трудовые затраты, связанные с упаковкой и распаковкой продукции, значительно экономятся пиломатериалы.

Кроме ящиков из древесноволокнистой массы для упаковки химических материалов могут использоваться: волокнистые бочки (БВ-20) емкостью до 50 кг и волокнисто литые конические барабаны (ББК-10) емкостью до 25 кг. Эти новые виды тары позволяют высвободить фанеру и пиломатериалы, сократить потери и порчу ядохимикатов, которые в 2020 году упаковываются в фанерные барабаны, не обладающие необходимой герметичностью и водостойчивостью.

Большое применение для упаковки промышленной продукции имеют деревянные заливные и сухотарные бочки разной емкости (от 15 до 250 л) Первые используются для перевозки жидкостей, а вторые—для упаковки твердых, сыпучих материалов.

Деревянные и фанерные барабаны применяются для затаривания химических продуктов: красителей, густотертых красок, пигментов и др., а также пищевых продуктов: яичного порошка, сухих молочных продуктов и др.

В 2020 году многие тарные предприятия изготавливают фанерно-штампованные бочки емкостью до 50 л, состоящие из трех клепок, остова и двух доньев, скрепленных стальными обручами. По сравнению с обычными многоклеточными бочками эти бочки более экономичны? Они в два раза дешевле, на их изготовление требуется в два раза меньше древесины, они просты в сборке и разборке, легче обычных на 60%. Барабаны и катушки применяются для перевозки и хранения различного вида кабелей и проводов. На многие виды деревянной тары установлены ГОСТы. Деревянная тара, как правило, является многооборотной тарой и подлежит обязательному возврату.

Достоинства деревянной тары таковы:

- высокая механическая прочность;
- относительная легкость производства;
- доступность сырьевой базы;
- экологическая чистота упаковки.

Недостатки деревянной тары:

- иногда слишком большая масса;
- высокая стоимость упаковки;
- низкая гигиеничность;
- громоздкость;
- биологическая повреждаемость.

Производство деревянной тары снижается в основном из-за её тяжелого веса и низкой гигиенически.

Ассортимент деревянной тары

В ассортимент в основном входит деревянная ящичная тара, бочки, барабаны, бочонки.

Регулярно с развитием технических возможностей деревянная тара совершенствуется, появляются новые виды, ящики из толстых дощечек заменяют ящики из фанеры, из шпона, ящики из тонкой дощечки, которая были получены безопилочным резанием на лущильных станках.

Способы скрепления деталей ящиков: гвоздевые, клеевые, проволокошпивные и др.

Деревянные ящики могут быть различных конструкций. Это зависит от материала изготовления и особенностей конструкции. Ящики подразделяются на:

- дощатые и фанерные;
- разборные и неразборные;
- разборно-складные и складные;
- плотные и решетчатые.

Особую группу деревянной тары составляют различные клетки и обрешетки, выделяются также плетеные шпоновые ящики и ящики из тонкой тарной дощечки на проволочной обвязке. Каждая группа ящичной тары включает в себя несколько видов тары. Так, например, в зависимости от конструкции существуют несколько типов фанерных ящиков:

- Тип I – ящики беспланочные с дощатым корпусом;
- Тип II – ящики на 12 внутренних или наружных планках с торцовыми стенками, которые собраны на четырех планках в рамку, и с боковыми стенками, которые собраны на двух горизонтальных планках;
- Тип III – ящики на 16 планках с торцовыми и боковыми стенками, которые собраны на четырех наружных планках в рамку;
- Тип IV – ящики на 18 планках с торцовыми стенками, которые собраны на четырех планках в рамку, и боковыми стенками, которые собраны на двух горизонтальных планках, дном и крышкой на трех продольных планках;
- Тип V – ящики из шпона на 30 планках с торцовыми и боковыми стенками, дном и крышкой, которые собраны на 4 планках в рамку, и пятой планкой посередине щитка;
- Тип VI – ящики на 24 планках с торцовыми, боковыми стенками, дном и крышкой, которые собраны на четырех планках в рамку;
- Тип VII – ящики на 24 планках с торцовыми, боковыми стенками, дном и крышкой, взаимно перекрывающимися друг друга;

- Тип VIII – ящики на четырех внутренних планках в рамку заподлицо с верхними кромками корпуса или на четырех планках в рамку на внутренней стороне крышки, которые сшиты проволочными скобками через металлические уголки;

- Тип IX – это ящики с беспленочным корпусом, на восьми наружных планках – по четыре в рамку на дне крышке, которые сшиты проволочными скобками через металлические уголки.

Ящики, выполненные из древесноволокнистой твердой плиты, обычно используется для упаковки, для последующего хранения и транспортирования расфасованных продовольственных товаров, а также спичек. Ящики под пищевые продукты изначально выстилаются пергаментом, подпергаментом или же бумагой, которая пропитана парафином.

Деревянные комбинированные складные ящики предназначены для упаковки яиц имеют специальные ячеистые прокладки. Ящики снабжены крышкой, решетчатым дном и откидной перегородкой.

Бочки деревянные необходимы для хранения и транспортировки в основном разнообразных жидких и пастообразных продуктов, а также и других видов изделий. В деревянные бочки часто упаковывают рыбную продукцию, переработанные плодоовощные изделия, например, соленая, квашеная, моченая продукцию, некоторые виды молочных товаров, вино, пиво, мед и другие пищевые изделия.

В зависимости от своего назначения деревянные бочки делятся на заливные, на сухотарные и на фанерно-штампованные. Бочки заливные делают из древесины одной породы. В случае если используется сосна, осокоря и бука для заливной продукции, то внутренняя поверхность деревянной бочки эмалируется специальным влагонепроницаемым составом. Крайне не допускается для производства заливных бочек использовать березу. Это связано с тем, что в ней содержится повышенное количество гемицеллюлоз, которые состоят из гексозанов и пентозанов. Пентозаны растворяются кислотами достаточно просто. Для деревянных бочек сухотарных ограничений практически никаких нет.

Фанерно-штампованные бочки применяют для упаковки сухого обезжиренного молока, яичного порошка, маргарина, желатина, топленого и кондитерского жира. Они используются со специальными мешками-вкладышами, которые обычно изготовлены из пергамента, полиэтилена или целлофана.

У деревянных бочек может быть различная вместимость. Обычно она колеблется от 5 до 600 л. Изготавливают деревянные бочки из дубовой клепки. Бочки отличаются от другой тары тем, что они содержат обручи или зиги. Они не только скрепляют конструкцию деревянной бочки, но и позволяют её

катить, а это очень важно, поскольку габариты таких бочек и их вес иногда очень велик. Существуют также определенные правила, по которым происходит её вскрытие. Бочку необходимо вскрывать только со стороны укупорочного дна, с расположенной на ней маркировкой и с помощью специальных приспособлений.

Деревянные барабаны – это особый вид тары, который по форме напоминает бочки, но обладают прямой цилиндрической формы и без обручей для катания. По своему способу изготовления и назначению они отличаются от бочек. Барабаны фанерные предназначаются для хранения и транспортировки различных сыпучих продуктов, а также маргарина, сушеных овощей, лекарственно-технического сырья, сухого молока, красителей, густотертых красок, сухих пигментов, товаров-паст и брикетов.

Деревянные барабаны выпускаются для упаковки, хранения и транспортировки различных видов сыра, которые имеют форму низкого цилиндра. Также деревянные барабаны выпускаются для намотки электрических проводов, кабелей, канатов, транспортировки и хранения электрических кабелей, проводов и стальных канатов.

Деревянные барабаны имеют два типа: барабаны с одинарным фанерным составом и барабаны с двойным составом, имеющим различную емкость, которая колеблется от 10 до 100 л. Для упаковки продовольственной продукции деревянные барабаны должны обладать мешками-вкладышами. Деревянные барабаны, имеющие небольшую емкость, стягиваются специальными фанерными обручами, а для того, чтобы наделить барабаны большей прочностью, используются крепкие металлические обручи. Закрепляются обручи и детали дна к остову с помощью металлических скоб или гвоздей. Внутренние фанерные остовы можно заменить на картонные при использовании барабанов для сухих пигментов. Всего в соответствии ГОСТ выпускают семь номеров барабанов.

ОКЭД 16.24 Производство деревянной тары.

Данный класс включает в себя:

- производство упаковочных ящиков, коробок, тары для упаковки, ящиков для упаковки товаров и подобных упаковочных деревянных приспособлений
- производство деревянных паллет, ящичных поддонов и прочих грузовых приспособлений
- производство бочек, баков, чанов и прочих т.п. приспособлений
- производство деревянных кабельных коробок для упаковки товаров

Данный класс не включает:

- производство багажных сумок
- производство материалов для плетения

Стандартизация тары

Стандартизацией тары предусматривается определение самых рациональных ее типов, причем делается это, исходя из:

- материала изготовления;
- особенностей конструкции;
- размера;
- формы;
- веса.

Основная задача стандартизации состоит в определении технических требований общего характера, предъявляемых к тарной продукции.

Стандарты на тару делятся на две группы:

• Первая группа включает в себя нормативные стандарты, определяющие технические требования общего характера, типы и параметры тары, применяемые методы испытаний. Например, стандарт «Ящики деревянные. Номенклатура показателей» содержит показатели качества и классификацию деревянных ящиков. Имеются стандарты, определяющие основные понятия и термины и дающие их определения.

• Во вторую группу входят предметные стандарты, касающиеся тары, предназначенной для конкретных товаров. Предметные стандарты основываются на нормативных.

Основополагающим принципом стандартизации является экономия финансовых, трудовых и материальных ресурсов.

Качество – залог эффективности использования тары

Эффективность тары во многом определяется ее качеством, поэтому действующие стандарты определяют систему показателей качества. К примеру, показателями качества для деревянных ящиков являются:

- назначение (исходный материал, размер, предельная масса груза, емкость, сопротивление сжатию и ударам и т.д.);
- надежность (ремонтпригодность, долговечность, сохраняемость);
- эстетические и эргономические показатели;
- технологичность;
- транспортабельность (коэффициенты складирования и пакетирования);
- патентно-правовые показатели;
- показатели унификации и стандартизации.

Качество новой тары определяется соответствующими стандартами, которые изложены в их разделах «Технологические требования», «Типы и размеры», «Методы контроля», «Правила приемки».

Качество деревянной тарной продукции, находящейся в обращении, например, определяется требованиями правил ее обращения.

Возвратная деревянная упаковка подразделяется по качеству на ящики, нуждающиеся в ремонте и отремонтированные.

К ящикам, требующим ремонта, относятся ящики, имеющие одно из указанных ниже повреждений:

- отсутствие или поломка до 4 планок решетчатых и плотных ящиков;
- отсутствие или поломка одной дощечки в лотке для овощей или плодов;
- повреждение металлических проволоки, ленты или уголков, расшатанность, торчащие гвозди.

К отремонтированным ящикам относятся все те, в которых все перечисленные выше повреждения устранены.

Деревянные ящики, повреждения которых превышают допустимые, так же, как и такие же деревянные бочки, входят в разряд деревянных таро материалов.

Для каждой разновидности тары установлены правила нанесения маркировки. В частности, на деревянных ящиках она должна наноситься в верхнем углу торцевой стенки слева.

В маркировке должна содержаться следующая информация:

- наименование предприятия, изготовившего тару, или принадлежащий ему товарный знак;
- указание стандарта или наименование другой нормативной документации, в соответствии с которой изготовлена данная тара;
- надпись «Многооборотная», если речь идет о многооборотной таре.

Деревянная тара широко применяется в транспортной отрасли. В зависимости от перевозимых грузов приняты следующие правила:

- Тяжеловесные и крупногабаритные грузы. К тяжеловесным и крупногабаритным относятся грузы весом более 70кг. При упаковке такие грузы помещаются в жесткие контейнеры или деревянные ящики и крепятся на паллете. Данные грузы в обязательном порядке нуждаются в применении внутритарных уплотнителей и прокладочного материала, специальных приспособлений и креплений. Контейнеры и ящики должны быть обтянуты по торцам металлической лентой, скрепленной «в замок».

• Ткани, товары народного потребления, одежда, обувь. Данные грузы упаковывают: в жесткую тару (дощатые и фанерные ящики), мягкие предметы могут быть упакованы в полужесткую тару (прессованные кипы с применением дощечек и планок). При упаковке в полужесткую упаковку кипы нужно покрывать со всех сторон одним слоем упаковочной бумаги и одним слоем упаковочной ткани так, чтобы полностью сохранить вложения кипы от загрязнения, порчи, потери внешнего вида. Ящики с упакованной обувью обтягивают накрест двумя металлическими лентами толщиной от 0,4 мм и шириной от 20мм или проволокой диаметром не менее 4,0-4,5 мм и

опломбируют. На стороне каждого ящика с обувью наклеивают ярлык с маркировкой.

- **Хозяйственные товары.** К хозяйственным товарам принадлежит посуда стеклянная, фарфоровая, фаянсовая, металлические, приборы столовые и ножи, сантехнические изделия, и т.д. Изделия из стекла, фарфора, фаянса, керамики и т.д. должны быть упакованы, в зависимости от вида изделия, в картонный ящик с ячейками на каждую единицу товара, также дополнительно в деревянный каркас с ребрами жесткости или в гофрокартон с пенопластовыми прокладками, а также уплотнены деревянной стружкой, пенопластом, или другим уплотнителем. Упаковка обтягивается металлической лентой и должным образом маркируется. Коробки со столовыми приборами упаковываются в плотно сбитые деревянные ящики, выстланные водонепроницаемой бумагой. Упакованные ящики обтягивают с торцов стальной упаковочной лентой, скрепленной и прибитой гвоздями к ящику. Пластиковые, металлические, эмалированные изделия пакетируются на поддонах ярусами не более двух ярусов по высоте. Каждый ярус переводится гофрокартоном и вся паллета плотно упаковывается стретч-пленкой.

- **Металлы и металлические изделия** следует передавать для перевозки упакованными: металлические листы - закрепленными на поддоне, при этом углы должны быть защищены деревянными накладками во избежание деформации; стальной прокат, уголки, швеллеры – в штабелях по профилям на деревянных подкладках; стальные канаты – скрученными в бухты или намотанными на барабаны; рулонные сетки – перевязанными мягкой вязальной проволокой; плоские сетки - связанными в пакеты; заклепки, болты, гайки, шайбы, винты – заключенным в твердую тару; электроды – обернутыми бумагой и заключенными в ящики; проволока для автоматической сварки - скрученной в бухты, обернутой водонепроницаемой бумагой и упакованной в тарную ткань, рогожу или в ящики. Трубы должны быть плотно упакованы в пакеты, прочно связанные металлической проволокой не менее чем в двух местах или в ящики.

- **Профили (деревянные, пластиковые, металлические).** Мебель, деревянные изделия. Профили должны быть упакованы в воздушно-пузырчатую защитную пленку и жесткий гофрокартон (или двойной слой менее жесткого гофрокартона) и обмотаны стрейч пленкой или скотчем. Перевозка мебели, изделий из дерева (фасады и т.п.) осуществляется в таре с ребрами жесткости, снабженной внутритарным уплотнителем, с соответствующей маркировкой. Углы рам окон, дверей, столешниц, разборных деталей мебели должны быть закрыты защитными накладками. Стекло и дверные полотна должны быть закрыты ДВП, гофрокартоном или их

заменителями. Вся конструкция должна быть обтянута стрейч пленкой, металлической лентой или скотчем. Кроме того, они обворачиваются водонепроницаемой бумагой. Если окна / двери комплектуются дверной / оконной коробкой, то должна осуществляться обтяжка коробки металлической лентой.

- Машины, приборы, промышленные товары. К машинам (приборам) относятся производственное и промышленное оборудование, запасные части, детали к ним, генераторы, электропылесосы, стиральные, швейные машины, холодильники, электродвигатели, электрооборудование и т.д... Данные товары следует передавать для перевозки в упаковке изготовителей, однако машины и приборы в любом случае должны быть заключены в жесткие контейнера или деревянные ящики, которые крепятся к паллете, с обязательным применением внутритарных уплотнителей. При упаковке промышленных товаров в твердую упаковку, ящики должны быть обтянуты по торцам металлической лентой, скрепленной «в замок». На упаковке обязательно наносится маркировка, а также четкие надписи «ОСТОРОЖНО», «НЕ КАНТОВАТЬ», «ВЕРХ», «Электроприбор» и тому подобное.

- Жидкие грузы. Емкости для жидких грузов (бидоны, бочки, канистры, ведра и т.д.) плотно закупориваются крышками с резиновой или бумажной прокладкой и опломбировываются грузоотправителем. Бидоны и другие емкости нужно заключать в крепкую тару, которая оберегает от утечки, и уплотнять деревянной стружкой или другими мягкими наполнителями, банки и тюбики упаковывают в картонные или деревянные ящики. Бочки надежно крепятся на паллете в способ, делающий невозможным их смещение или переворачивание в процессе движения.

- Каучук, резина, резинотехнические изделия. Каучук перевозят в кипах, ящиках, мешках. Резину и резиновые изделия, принадлежащие к товарам народного потребления (обувь, игрушки, медицинские изделия, галантерея и т.д.), упаковывают в деревянные ящики. Резиновые изделия для промышленности и транспорта упаковывают в кипы, тюки, мешки и ящики.

- Листовое стекло всех видов и размеров должно быть упаковано в многооборотные контейнеры или деревянные ящики с ребрами жесткости, переведенное между собой и со всех сторон пенопластовыми прокладками или другим уплотнителем, с соответствующей маркировкой.

- Автомобильные стекла, автозапчасти (пластиковые, металлические). Автомобильное стекло, металлические запчасти к автомобилям (бамперы, двери и т.д.) должны быть упакованы в многооборотные контейнеры или деревянные ящики с ребрами жесткости, снабжены внутритарным уплотнителем, с соответствующей маркировкой. Пластиковые автозапчасти

должны быть упакованы в сплошной ящик из жесткого гофрокартона с ребрами жесткости, снабжены внутритарным уплотнителем, с соответствующей маркировкой.

- Продукция целлюлозно-бумажной промышленности. Кипы целлюлозы должны быть обернуты бумагой и затянуты поясами из стальной ленты или стальной проволоки. Бумага должна быть предоставлена для перевозки в рулонах, упакованных в несколько слоев крепкой упаковочной бумаги, и в стопках, упакованных в деревянные ящики или в два щита; целлюлоза - в виде пластин, упакованных в кипы. Ящики и щиты должны быть обвязаны стальной упаковочной лентой.

- Продукция химико-фармацевтической и парфюмерно-косметической промышленности в стеклянной или другой хрупкой емкости должна быть установлена в ящики с гнездами. Стеклянные бутылки устанавливаются в деревянные клетки или картон с гнездами для отдельных единиц. Дно ящичков, свободные промежутки в гнездах и корзинах, а также пространство под крышкой заполняют упаковочным материалом.

2. Оказываемая поддержка отрасли

В национальном агентстве по технологическому развитию существуют гранты для предприятий. Однако, до 2014 года деревообрабатывающие предприятия не входили в список приоритетных отраслей, в связи с чем не могли рассчитывать на получение каких-либо средств из бюджета. Теперь, деревообрабатывающая отрасль включена в список приоритетных направлений экономики для предоставления инновационных грантов.

Вид экономической деятельности, анализируемый в рамках данного исследования, включен в перечень приоритетных секторов экономики для потенциальных участников Программы «Дорожная карта бизнеса - 2025».

ЕДИНАЯ ПРОГРАММА ПОДДЕРЖКИ И РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА «ДОРОЖНАЯ КАРТА БИЗНЕСА 2025»

Постановление Правительства Республики Казахстан от 24 декабря 2019 года № 968 «Об утверждении Государственной программы поддержки и развития бизнеса «Дорожная карта бизнеса-2025»

Программа разработана в реализацию Общенационального плана мероприятий по реализации Послания Главы государства народу Казахстана от 05 октября 2018 года «Рост благосостояния казахстанцев: повышение доходов и качества жизни», утвержденного Указом Президента Республики Казахстан от 12 октября 2018 года № 772 «О мерах по реализации Послания Главы государства народу Казахстана от 5 октября 2018 года.

Программа, которая будет реализована в период 2020 - 2024 годы, обеспечит устойчивый и сбалансированный рост регионального

предпринимательства, а также поддержание действующих и создание новых постоянных рабочих мест.

Цель Программы:

1. Повышение доступности к финансированию предпринимателей сельских населенных пунктов, малых городов и моногородов.
2. Увеличение производственных мощностей предпринимателей сельских населенных пунктов, малых городов и моногородов.
3. Увеличение объемов произведенной продукции обрабатывающей промышленности.
4. Создание новых конкурентоспособных производств.
5. Недопущение трансформации валютных рисков в кредитные в связи с колебаниями иностранных валют.
6. Информационно-аналитическое обеспечение предпринимательства.
7. Повышение компетенций предпринимателей.
8. Расширение деловых связей.

Целевые индикаторы:

Путем выполнения задач, поставленных в Программе, к 2025 году будут достигнуты следующие целевые индикаторы:

1. Доведение доли МСП в ВВП не менее 33,8 %.
2. Увеличение налоговых поступлений от участников Программы в 2 раза от уровня 2017 года.
3. Создание участниками Программы новых 30 тыс. рабочих мест.
4. Доведение доли обрабатывающей промышленности в структуре ВВП не менее 13,4 %.
5. Доведение доли среднего предпринимательства в экономике не менее 13,7 %.

Источники и объемы финансирования:

На реализацию Программы в 2020 - 2024 годах будут направлены средства бюджета в размере 421 421 239 тыс. тенге:

1) средства из республиканского бюджета:

2020 - 57 926 348 тыс. тенге;

2021 - 62 969 704 тыс. тенге;

2022 - 56 894 521 тыс. тенге;

2023 - 50 516 973 тыс. тенге;

2024 - 43 113 693 тыс. тенге;

2) средства из местного бюджета:

2020 - 30 000 000 тыс. тенге;

2021 - 30 000 000 тыс. тенге;

2022 - 30 000 000 тыс. тенге;

2023 - 30 000 000 тыс. тенге;

2024 - 30 000 000 тыс. тенге.

Четыре основных направления реализации Программы:

- 1) поддержка бизнес-инициатив предпринимателей моногородов, малых городов и сельских населенных пунктов;
- 2) отраслевая поддержка предпринимателей/субъектов индустриально-инновационной деятельности, осуществляющих деятельность в приоритетных секторах экономики;
- 3) снижение валютных рисков предпринимателей;
- 4) предоставление нефинансовых мер поддержки предпринимательства.

Постановление введено в действие с 1 января 2020 года и подлежит официальному опубликованию.

Государственная программа развития продуктивной занятости и массового предпринимательства на 2017 - 2021 годы «Еңбек»

Основание для разработки

Послание Первого Президента Республики Казахстан - Елбасы Н. А. Назарбаева народу Казахстана от 14 декабря 2012 года «Стратегия «Казахстан-2050»: новый политический курс состоявшегося государства»;

Послание Президента Республики Казахстан К.К. Токаева народу Казахстана от 2 сентября 2019 года «Конструктивный общественный диалог - основа стабильности и процветания Казахстана»;

Стратегический план развития Республики Казахстан до 2025 года, утвержденный Указом Президента Республики Казахстан от 15 февраля 2018 года № 636

Цель

Содействие продуктивной занятости населения и вовлечение граждан в предпринимательство

Задачи:

1. Подготовка кадров с техническим и профессиональным образованием с учетом потребностей рынка труда.
2. Краткосрочное профессиональное обучение по заявкам работодателей и востребованным на рынке труда квалификациям и навыкам.
3. Подготовка кадров в рамках проекта «Мәңгілік ел жастары - индустрияға!» («Серпін»).
4. Профессиональное обучение работающих по трудовому договору, в том числе сокращаемых работников.
5. Обучение основам предпринимательства по проекту «Бастау Бизнес».
6. Расширение микрокредитования в сельских населенных пунктах, малых городах, городах и моногородах.
7. Гарантирование кредитов/микрокредитов в сельских населенных пунктах и малых городах, городах и моногородах.

8. Предоставление государственных грантов на реализацию новых бизнес-идей.

9. Оказание активных мер содействия занятости населения и проведение социальной профессиональной ориентации для безработных и отдельных категорий занятых лиц, определяемых Правительством Республики Казахстан.

10. Повышение мобильности трудовых ресурсов.

11. Развитие единой цифровой площадки по трудоустройству.

12. Реализация комплексных мероприятий национального проекта «Жастар - ел тірегі».

Сроки реализации

2017 - 2021 годы

Целевые индикаторы

Путем выполнения задач, поставленных в Программе, к 2021 году будут достигнуты следующие целевые индикаторы:

- 1) уровень безработицы не будет превышать 4,8 %;
- 2) доля трудовых ресурсов с основным, средним, общим и начальным образованием в составе рабочей силы составит не более 20 %;
- 3) доля непродуктивно занятых в составе других категорий занятого населения составит не более 9,0 %;
- 4) прирост активно действующих субъектов малого и среднего бизнеса составит 10 %.

Источники и объемы финансирования

1) средства из республиканского бюджета:

2017 год - 40 347 965 тыс. тенге;

2018 год - 66 364 450 тыс. тенге;

2019 год - 86 631 960 тыс. тенге;

2020 год - 82 764 282 тыс. тенге;

2021 год - 80 042 511 тыс. тенге;

2) средства за счет целевых трансфертов из Национального фонда Республики Казахстан:

2019 год - 49 200 315 тыс. тенге;

3) средства за счет местного бюджета:

2017 год - 45 038 436 тыс. тенге;

2018 год - 45 311 093 тыс. тенге;

2019 год - 45 453 119 тыс. тенге.

АО «Национальный управляющий Холдинг «Байтерек» оказывает поддержку посредством проведения финансовой поддержки приоритетным секторам экономики, малому и среднему предпринимательству, экспортной деятельности казахстанских предприятий.

АО «Банк Развития Казахстана» оказывает услуги по кредитованию инвестиционных проектов и экспортных операций, кредитованию текущей деятельности, промежуточному и мезонинному финансированию, финансированию лизинговых сделок, а также предоставлению гарантий.

АО «Фонд развития предпринимательства «Даму» оказывает поддержку в виде кредитования, субсидирования и гарантирования кредитов.

АО «Экспортно-кредитная страховая корпорация «KazakhExport» осуществляет функции экспортно-кредитного агентства, которое создает финансовые механизмы по поддержке выхода казахстанской продукции обрабатывающей промышленности на внешние рынки. Основной деятельностью организации является предоставление предприятиям обрабатывающей промышленности страховую защиту от риска неплатежей при внешнеторговых операциях и гарантирует безопасность экспортных сделок.

АО «Казахстанский центр индустрии и экспорта «QazIndustry» оказывает меры государственной поддержки в рамках Правил предоставления государственной поддержки субъектам индустриально-инновационной деятельности и программы «Производительность 2020». Основными инструментами программы являются «Возмещение затрат на разработку и/или экспертизу комплексного плана индустриально-инновационного проекта», «Возмещение затрат на повышение компетенции предприятия», «Возмещение затрат на совершенствование технологических процессов», «Возмещение затрат на повышение эффективности организации производства».

ТОО «Внешнеторговая палата Казахстана» в рамках программы развития и продвижения экспорта «Экспортер-2020» оказывает содействие при выводе продукции казахстанской продукции на экспорт.

В целях реализации Послания Первого Президента народу Казахстана в рамках развития «экономики простых вещей» от 5 октября 2018 года принято Постановление Правительства для решения задачи доступного кредитования. Целевым назначением кредита являются инвестирование и пополнение оборотных средств с 6 процентной ставкой для бизнеса.

Также разработана Дорожная карта по развитию промышленности, которая одобрена Правительством. Дорожная карта предусматривает 52 мероприятия по обеспечению сырьем предприятий, борьбе с нелегальным оборотом товаров, повышению доли казахстанского содержания, мерам экономического стимулирования, а также системным мерам поддержки.

Во всех странах для предприятий деревообрабатывающей промышленности предусмотрены льготы. Например, в Кыргызстане предприятия отрасли вообще освобождены от всех видов налогов, в Китае ставка кредитования составляет 2%, а в Турции такие предприятия не платят

НДС, такие льготы зарубежных конкурентов ставят наших производителей в неравные условия. Китайские производители поставляют свои товары по всему миру, в том числе и в Казахстане на протяжении многих лет они занимают уверенно лидирующие позиции импорта деревянных изделий, так как в 2020 году отечественный рынок товаров промышленности находится в чрезвычайно высокой зависимости от поставок из-за рубежа.

3. Перспективы отрасли в рамках реализации проектов (объем рынка, планируемые проекты, обоснование спроса в будущем)

По объемам экспорта продукции деревообработки в стоимостном выражении по состоянию на 2019 год Казахстан находился на 102-м месте из 231-й страны, тогда как в 2008 году мы занимали более высокую, 89-ю позицию. За 11 лет произошло снижение на 10 пунктов.

В Казахстане не существует лесопромышленной отрасли в прямом смысле этого понимания. Поэтому рынок продукции деревообработки в основном представлен импортом из России, Китая, Беларуси. Нужно отметить, что отсутствует должная государственная поддержка данной отрасли. Поэтому очевидно, что производство продукции деревообработки на 2020 год не имеет стабильного объема роста. Наибольшим спросом у наших мебельщиков пользуется ДСП (древесно-стружечное покрытие), ввозимое из других стран. Причем рост импорта по этим группам товаров идет по нарастающей. К примеру, в 2019 году импорт ДСП составлял 29%, это выше, чем другие товары. Изделия столярные, плотницкие, деревянные завозятся в нашу страну с долей 21% импорта. Затем идут лесоматериалы - 14,5%. На четвертом месте - ДВП с долей 13,9%, на пятом - фанера с долей 6,6%. Объем импорта древесины за 2018 год составил 545 млн. долл. США.

Казахстан имеет собственное сырье для производства всей продукции деревообработки. Необходимые запасы древесины имеются в ВКО. Ежегодный прирост древесины в регионе составляет порядка 2 млн. куб. м. Безболезненно для экосистемы можно вырубать до 1 млн куб. м. древесины. Фактическая вырубка составляет порядка 200-220 тыс. куб. м. Остальные 800 тыс. куб. м остаются гнить. Сырьевой потенциал имеется. Например, во Франции с 1 млн. га вырубается 1 млн. м³. древесины. Швейцария рубит в год до 7 млн. м³.

При увеличении производственных мощностей и организации бесперебойного обеспечения сырья, в том числе из России, можно было удовлетворить не только внутренний рынок, но и экспортировать продукцию в соседние страны. Анализ показывает, что объем импорта древесины в страны Центральной Азии и Афганистан в 2019 года составил около 1,5 млрд долларов США. Из них 50 % или 756 млн долларов США приходится на ДСП,

ДВП, фанеру, столярные и плотницкие изделия. По мнению эксперта Организации экономического развития и сотрудничества (ОЭСР) Антуана Де Ля Рошефорды избавление лесного законодательства от ограничений и запретов позволит задействовать такой резерв роста экономики, как развитие отечественной лесопереработки, а также оздоровить лесные массивы Восточного Казахстана. Для сравнения: страна в Латинской Америке - Гондурас по объемам экспорта продукции деревообработки в стоимостном выражении в 2019 году занимала 88-ую позицию. При этом надо отметить, что Гондурас по площади почти в 2,5 раза меньше площади Восточно-Казахстанской области (в этом регионе сконцентрированы основные лесные запасы страны), и лесные массивы Гондураса расположены главным образом в горах, так же, как и в ВКО.

Макроэкономическая промышленная политика Республики Казахстан в основном ориентирована на нефть, горнодобывающую отрасль, черные и цветные металлы, энергетику.

Естественно, в этих условиях лесопромышленный комплекс не может претендовать на макроэкономическое значение, а равно и внимание к нему со стороны как законодательной, так и исполнительной власти.

По этой причине в Республики Казахстан с середины девяностых годов прошлого столетия лесным комплексом системно, на Государственном уровне, никто не управлял и до сих пор никакой системы регулирования ее так и не сформулировано. Практически эта отрасль исчезла из поля зрения исполнительной власти. Стихийно возникшие малые предприятия не в состоянии обеспечить инфраструктуру лесопользования и создать основу для развития деревообработке вообще и физико-механической в частности. Доминантам этих предприятий является производство пиловочника и в лучшем случае лесопиление.

Разбросанность по территории с малой централизацией не создает условия для использования отходов лесозаготовок и лесопиления для их утилизации в продукты физико-химической переработки. Эта же тенденция имеет место и в деревообрабатывающем и мебельном производстве, которое также в основном представлена малыми предприятиями. В этих условиях естественно внутренний рынок мебели, да и изделия деревообработки захвачен предприятиями и торговыми фирмами России и других стран ближнего и дальнего зарубежья, имеющих более низкие цены по сравнению с отечественными аналогами. Вместе с тем, если взять лесной ресурс Республики Казахстан, составляющий разрешенный размер ежегодного главного лесопользования в объеме 2,4 млн.кбм с отдачей одного кбм в 100 долларов США, ВВП от лесного комплекса составит 240 млн. долларов США.

Финляндия, США, Канада, Германия и другие развитые страны имеют этот показатель 500-600 долларов США за 1 куб. м.

Усилиями ряда малых предприятий лесного комплекса Восточно-Казахстанской области был организован экспорт пиломатериалов, не имеющих внутреннего рынка в Китай и Узбекистан с ценой реализации 85-100 долларов США за 1 куб. м. Российский экспорт лесоматериалов в Китай в среднем составляет 40 долларов США за 1 куб. м. В Казахстан экспорт был запрещен. Таким образом был прикрыт источник средств как для развития лесопользования, так и на этой базе развития деревообработки вообще и лесохимии в частности.

Важнейшим аспектом концепции развития лесопромышленного комплекса должна быть правовая основа. Из-за ее отсутствия имеют место перекосы в непомерно высоких ставках платы за древесину, отпускаемую на корню, которые не могут быть стартовой основой при тендерных торгах лесосечного фонда, а также арендной платы при заключении долгосрочной аренды лесосечного фонда, базируется даже вопрос полного запрета на главное пользование в хвойных лесах, не четко разграничения хозяйственных, государственных управленческих и контрольных функций в проекте «Лесного Кодекса» РК. Экологическая составляющая явно превалирует над экономической, в результате в проекте «Лесного Кодекса» исчезло понятие деление лесов на группы все леса объявляются защитными, что ведет к увеличению возраста рубки леса. Практически исчезли леса хозяйственного назначения в деградирующих перестойных хвойных и мягколиственных лесах. Одним из стимулов для улучшения структуры производства лесопромышленного комплекса могло бы стать формирование и реализация четко акцентированной инвестиционной политики в лесной комплекс.

Необходима система поддержки лизинга техники для лесозаготовителей и создание системы налоговых льгот для лесопользователей. Все эти и не только вопросы должны найти отражение в концепции Национальной политики Республики Казахстан, рассчитанной на долгосрочный период. В связи с этим необходимо просить Правительство Республики Казахстан ускорить разработку и принятие Закона о Национальной лесной политике Республики Казахстан.

В противном случае в зависимости от конъюнктуры будет либо полный запрет на лесопользование, либо возобладает социальный аспект таких решений.

Лесозаготовительное производство, даже при установлении определенных льгот при оплате древесины на корню, налоговых льгот, мало эффективно, а то и убыточно из-за высоких удельных затрат на создание инфраструктуры в первую очередь строительство лесовозных автодорог, в

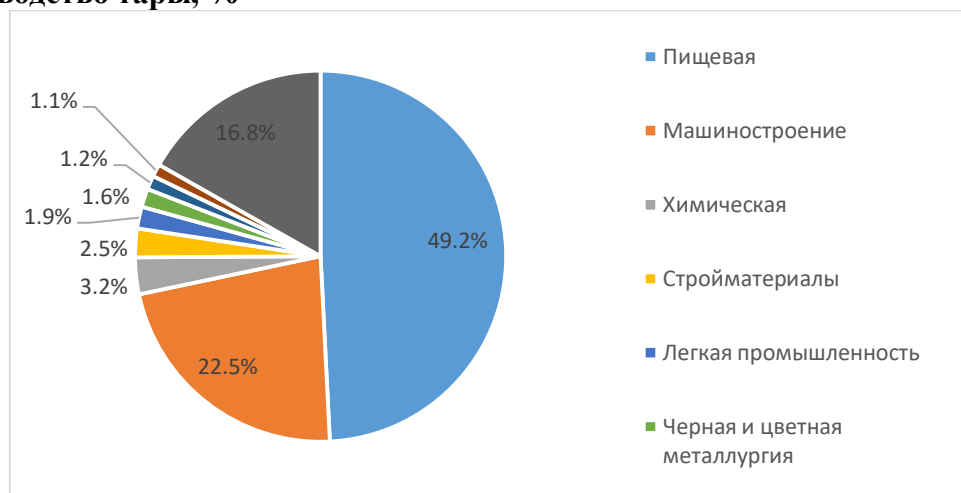
условиях распыленности по территории лесосечного фонда, больших затратах на транспорт древесины с лесосеки, низкий эксплуатационный запас древесного сырья на единице площади лесосеки при проведении не сплошных рубок. Все это в той или иной мере должно компенсироваться Государством – владельцем лесов, в виде финансирования дорожного строительства, либо возмещением этих затрат через налоги и льготы, снижением арендной платы за лесопользование. В организационном плане существующие малые да средние предприятия в отдельности не в состоянии осваивать отдаленные труднодоступные лесные массивы особенно в горных регионах Восточно-Казахстанской области и для повышения экономической эффективности лесозаготовкой организовать производства по глубокой переработке особенно низкосортной древесины и дров как хвойных, так и лиственных пород. Это возможно осуществить при создании корпоративных объединений юридических лиц всех видов собственности (частной, коммунальной, Государственной) с четким правовым статусом, консолидированным балансом и налогообложением по конечной продукции.

Без правового решения этих вопросов развитие лесопромышленного комплекса как в части лесопользования, так и, особенно, в результате глубокой физико-химической деревообработки в виде древесных тар, плит и продукции лесохимии прогнозировать сложно.

Перспективы развития конструкций ящиков. Вместе с ростом производства продукции в нашей стране возрастают и издержки на упаковку. Особенно велики эти издержки при использовании материалоемкой дощатой тары. Это вызывает необходимость проведения дальнейших работ по совершенствованию конструкций деревянной тары и изысканию новых, более дешевых видов тароматериалов.

Удельный вес потребления древесины отдельными отраслями промышленности на производство тары составляет, %: пищевая 49,2 (в том числе плодоовощная 9,3); машиностроение 22,5; химическая 3,2; стройматериалов 2,5; легкая 1,9; черная и цветная металлургия 1,6; нефтеперерабатывающая и нефтехимическая 1,2; лесная и деревообрабатывающая 1,1; прочие потребители 16,8.

Удельный вес потребления древесины отдельными отраслями промышленности на производство тары, %



Источник: КС МНЭ РК

Из приведенных данных видно, что основные потребители транспортной тары — пищевая промышленность и машиностроение, на долю которых приходится 71,7% всей древесины, используемой в производстве деревянной тары. Следовательно, в этих отраслях промышленности требуется более широкое внедрение экономичных видов тары.

Для упаковывания продукции машиностроительной отрасли необходимо изыскивать более оптимальные по расходу древесины конструкции ящиков, а также более широко применять в конструкциях листовые материалы на основе древесины взамен пиломатериалов.

Совершенствование конструкций деревянной тары должно проводиться с учетом современного уровня технического развития по следующим основным направлениям: рационального проектирования и оптимизации конструкций применяемых традиционных ящиков по материалоемкости и технологичности на основе научно обоснованных методов расчета на прочность ящичной тары; применения в конструкциях ящиков, особенно крупногабаритных, листовых древесных материалов (ДВП) взамен пиломатериалов; развития производства ящиков из тонких деталей на проволочных соединениях; совершенствования конструкций и улучшения условий эксплуатации многооборотных ящиков для обеспечения продолжительности их службы и оборачиваемости до 10—15 раз в год.

Оптимизация конструкций традиционной дощатой тары, особенно крупногабаритной, вызывается большим расходом на нее древесины. Для транспортировки тяжелых машин, станков и другого оборудования массой до 20 тыс. кг и выше в каждом отдельном случае требуются специальные

конструкции ящиков, стоимость которых достигает 5—10% стоимости транспортируемого груза.

При большой массе перевозимого груза сечения и длины деталей ящиков очень велики и иногда выходят за пределы стандартного сортамента пиломатериалов. В этом случае необходимо предусматривать такие детали составными по длине и ширине.

Основные преимущества и недостатки деревянной тары

Несмотря на постоянный рост технического прогресса, как в России, так и в странах Европы, одной из самых оптимальных упаковочных материалов для перевозки грузов всё ещё является деревянная тара. В последнее время, точно также как и в предыдущем веке, перевозка грузов в деревянной таре является наиболее надежной и безопасной. Поэтому производство и продажа деревянной тары пользуется популярностью, как у фирм-изготовителей, так и у потребителей. На 2020 год еще не найдена эффективная замена данному виду тары.

Основными преимуществами деревянной тары являются следующие:

1. Во время изготовления деревянной тары можно использовать, как размеры, так и нестандартные размеры по желанию клиента.

2. Прочность и надёжность деревянной упаковки груза, поскольку данная тара достаточно легко может перенести практически любые повреждения.

3. Высокая степень экологической безопасности такой тары, что связано с использованием при ее изготовлении только природного сырья.

4. Достаточно низкая стоимость такой тары при ее производстве из-за применения натурального сырья.

5. Возможность использования деревянной тары для посылок, что связано с достаточно представительным её видом.

6. Возможность транспортировки в деревянной таре даже пищевых продуктов или хрупких грузов.

7. Возможность ремонта деревянной тары при ее повреждении. При этом после ремонта данная тара будет иметь свой первоначальный вид.

Основными же недостатками данного вида тары, следующие:

1. Более высокая стоимость перевозки груза в данной таре, что связано с увеличением объёма груза при его упаковке в деревянные ящики.

2. Достаточно низкая степень защиты перевозимого груза от воздействия на тару влаги.

4. Определение возможности и целесообразности реализации проекта

Значение и роль лесопромышленного комплекса в экономической жизни определяется следующими факторами:

1. Промышленное производство объективно является основным источником создания ВВП, всей товарной массы для внутреннего потребления и экспорта.

2. Ведущая роль промышленности как важнейшей отрасли экономики определяется еще и тем, что именно она выступает решающим фактором индустриализации всех остальных отраслей и сфер общественного производства, определяет их технико-технологический уровень.

3. Многоотраслевой промышленный комплекс выступает основным потребителем продукции и услуг всех других отраслей и сфер общественного производства, тем самым, генерируя платежеспособный спрос в обществе и стимулируя рост.

Деревообрабатывающая промышленность — это многопрофильный и привлекательный сектор экономики любой страны, поскольку, при условии выпуска конкурентоспособной продукции, этот сектор экономики автоматически получает устойчивый рынок сбыта, обеспечивая эффективность вложенных ресурсов и широкую межрегиональную и межотраслевую кооперацию.

По уровню потребления продукция деревообрабатывающей промышленности, удовлетворяя насущные потребности людей, стоит на третьем месте после продовольственных товаров и текстиля, что в большей степени и определяет ее значимость.

За прошедшее десятилетие произошли разительные перемены - закрылись многие предприятия, значительно сократился объем выпускаемой продукции.

Деревообрабатывающая промышленность – это комплексная отрасль, включающая в себя большое количество подотраслей, которые могут быть объединены в основные группы:

1. производство мебели;
2. производство изделий из дерева (в том числе деревянных тар, паллетов).

Производство упаковки из дерева является значимой отраслью легкой индустрии и отличается более свободным характером размещения и теснее связана с другими производителями.

Производство деревянных изделий является материалоемким отраслям. В структуре затрат на долю сырья и материалов приходится до 80%.

Традиционно промышленность делят на обработку древесины и производство изделий из дерева и пробки, кроме мебели. производство изделий из соломки и материалов для плетения.

Но на самом деле есть всего две сферы – та, что работает для корпоративных заказчиков (то есть предприятий и организаций), и та, что ориентирована на потребительский рынок (то есть население).

Производство простейших товаров со стабильной внешней формой (деревянная тара) распространено повсеместно, выпуск более сложного и менее стабильного ассортимента ориентируется на городские базары, а выпуск более объемных изделий осуществляется в крупнейших компаниях по грузоперевозкам, имеющих тысячу транспортных путей. В 2020 году эта отрасль ориентирована в основном на корпоративный спрос, поставляя изделия для работников промышленных предприятий, сотрудников правоохранительных, военных и других государственных органов, т.к. в этом направлении государство имеет рычаги в виде госзаказа и норм по импортозамещению.

А вот для развития производства на потребительский рынок нужен иной подход к ведению бизнеса, и помощь государства здесь может выражаться в обеспечении нормальной инфраструктуры, содействию в удешевлении кредитных ресурсов и контролю безопасности импортной продукции.

Ситуация в казахстанской деревообрабатывающей промышленности характеризуется сокращением объемов производства, увеличением импорта готовых изделий, экспортом традиционного сырья преимущественно дерево в необработанном виде, поэтому перед отраслью ставятся новые задачи, решение которых требует иных подходов не только на краткосрочную, но и на долгосрочную перспективу.

Деревообрабатывающая промышленность Казахстана имеет большой шанс быть экономически эффективной в рамках Таможенного союза и Единого экономического пространства, который расширил доступ к рынкам России и Белоруссии для продукции казахстанских производителей.

Среди возможностей эффективного развития в Казахстане производства конкурентоспособной продукции и выхода ее на мировой рынок, можно отметить ряд основополагающих.

Стремительное развитие малого и среднего бизнеса, работающего в сфере деревообрабатывающей промышленности, особенностями которого являются: быстрая отдача вложенных средств, сравнительно низкие затраты на производство, а также высокая мобильность, позволяющая предприятиям осуществлять быструю смену ассортимента продукции при любых конъюнктурных изменениях рынка, связанных с сезонными изменениями спроса и моды.

Казахстан располагает богатой отечественной сырьевой базой, но на фоне этих неограниченных возможностей, большая часть сырьевого материала экспортируется пока в не переработанном виде по достаточно низким ценам.

Компактное расположение сырьевого материала и перерабатывающих фабрик на территории Восточно-Казахстанской области, что позволяет применить кластерную модель развития отрасли. Кластерный подход позволяет мобилизовать все экономические факторы в определенном направлении. На 2020 год развитие кластеров является широко признанным инструментом, сопутствующим экономическому развитию и повышению конкурентоспособности.

Близость расположения потенциальных производителей – России, Узбекистана, Таджикистана.

Казахстан находится в центре емких рынков сбыта стран СНГ и Восточной Европы. Казахстан располагает достаточно развитой транспортной инфраструктурой.

Создание единого таможенного пространства со всех точек зрения оказалось достаточно привлекательным. Во-первых, таможенные процедуры между тремя странами упростились, а ведь именно из России и Беларуси наши предприятия получают значительную часть исходных материалов для швейного производства. Во-вторых, увеличился потенциальный рынок сбыта; наконец, усиление таможенного контроля на внешних границах Таможенного союза способствовало ужесточению политики в отношении поставщиков «серого» импорта, что позволит защитить внутренний рынок и увеличить долю отечественного производства.

Производство упаковок и тары, например, поддонов для товаров зачастую выгоднее, чем создание самих товаров. Простые технологические операции, однотипные, обычно недорогие материалы и стабильно растущий рынок сбыта делает бизнес по изготовлению тары наиболее востребованным направлением. Одна из бизнес-идей с высокой рентабельностью – производство поддонов или паллет. Они могут быть изготовлены из различных материалов (металла, древесины, пластика), но наиболее перспективны именно деревянные поддоны. Поддоны из металла и пластика тоже имеют место на существование, но производство требует высоких вложений. Деревянные поддоны активно используются в различных сферах производства, розничной и оптовой торговле. Они быстро изнашиваются и теряет товарный вид, так что организациям приходится постоянно обновлять парк. Деревянные паллеты исторически более популярны в РК, чем пластиковые и металлические аналоги, поэтому пользуются стабильным спросом. Обязательная таможенная проверка на соответствие фитосанитарным нормам затрудняет ввоз в нашу страну импортных поддонов, так что конкурировать придется исключительно

с местными производителями. Одновременно качество отечественной продукции ни в чем не уступает зарубежной, так как регулируется ГОСТ 9557-87, практически полностью повторяющим UIC 435-2. Это позволяет официально называть изделия «европаллетами» и повышает доверие со стороны потенциальных клиентов.

Изготовление деревянных поддонов не требует уникального оборудования и сложных технологических операций. Их конструкция понятна с первого взгляда: несколько досок, связанных деревянными кубиками-пашками и закрепленных специальными гвоздями. Крепежи называются «ершоны» и похожи на гибрид самореза и гвоздя. Существует несколько типов паллет: Одноразовая тара, созданная под определенный тип груза без соблюдения стандартов. Разборные и неразборные конструкции. Первые применяют при транспортировке автопокрышек и еще в нескольких сферах, вторые распространены повсеместно. С одно- и двухсторонним размещением груза. С возможностью автоматической погрузки с 2 или 4 сторон (двухзаходные и четырехзаходные). Наибольшим спросом пользуется неразборный поддон, созданный по европейскому стандарту – евро поддон размером 800x1200x144 мм. Согласно ГОСТ 9557-87 настил состоит из 5 досок 145x22 мм и 100x22 мм. Доски укладываются с зазором до 45 мм поочередно – широкая, затем узкая. Крепятся при помощи 9 пашек. Центральные кубики имеют размер 145x145x78, крайние – 100x145x78 мм. Конструкцию соединяют ершенные или винтовые гвозди 2,5x55 мм, 3,5x70мм или 3,5x90 мм.

Розничная торговля поддонами не принесет финансового успеха, ведь окупаемость такого бизнеса будет составлять много лет. Если рассматривать производство поддонов как бизнес, даже при ручной сборке и маленьких объемах ориентируйтесь на крупных клиентов: региональные и международные транспортные компании; оптовые и розничные рынки любого профиля; сети супермаркетов и торговые центры; строительные компании; масштабные склады, предоставляющие услуги аренды помещений и техники; любые производства, которые нуждаются в подобной таре для перевозки (мебельные, станкостроительные, стекольные, электробытовые); тепличные и фермерские хозяйства, в том числе небольшие. Все эти потенциальные покупатели заинтересованы в бесперебойной поставке однотипной продукции. В основном они не могут позволить себе использовать паллеты больше нескольких раз подряд, так что можно обеспечить себя клиентурой на несколько лет вперед, подписав контракты с несколькими компаниями.

В отличие от европейского, отечественное законодательство не регулирует способ создания деревянных поддонов. Есть возможность выбрать ручное, полуавтоматизированное и автоматизированное производство деревянных поддонов исходя из стартового капитала и бизнес-плана. Начать

реализацию идеи можно, арендовав гараж или небольшой склад. Потребуется провести вентиляцию, утеплить стены и закупить оборудование.

Оборудование может быть закуплено по мере роста производства. Начало производства деревянных тар приблизительно одинаковой схемы. Как правило, потребуются: стол для сборки и изготовления паллет, стоимость от 290000 тг; комплект оборудования (пневмостеплер, пневмоинструмент, компрессор и пр.) для производства европаллет стоит 660000 тг. Прочее оборудование – 11500 тг. Итого, потребуется на оборудование около 980000 тг.

Мощность стандартного двигателя компрессора составляет 3 кВт/час. Не торопясь за 5 минут, один человек может сделать один поддон.

Для производства одного самого распространенного поддона, размером 800*1200 понадобится:

- 2 доски размером 150*1200*22,
- 6 досок 100*1200*22,
- 3 доски 22*100*800,
- брусок 9 штук 78*100*100.

Стоимость паллетной доски 22000 тг. /м3. Из 1 м3 паллетной доски в среднем получается 27 поддонов. В среднем, за 1 час можно сделать 12 поддонов, за 8-ми часовой рабочий день – 96 поддонов.

Стоимость материалов для этого количества поддонов составит: паллетная доска 3000 тг; стоимость гвоздей 3681 тг; стоимость электричества 344 тг. Всего себестоимость при ручном производстве 96 поддонов составит – 87411 тг или на один поддон 907 тг. При наличии рынка сбыта, при самовывозе паллет и при продаже за штуку минимум за 1148 тг, за один день можно заработать около 23000 тг. При затратах на транспорт прибыль может сократиться до 14400-17300 тг.

Сделанные с помощью молотка и гвоздей поддоны ручной сборки не соответствуют всем стандартам, поэтому считаются некачественными. Их сложно продать крупным покупателям. Но простота и дешевизна этого способа позволяет легко войти в бизнес.

При наличии квалифицированных работников паллеты ручного изготовления паллет похожи на созданные на автоматизированной линии. В этом случае многие не информируют покупателя об особенностях производства паллет. Рекомендация – не торопитесь сами начинать производить поддоны, начните с их ремонта и перепродажи и таким образом вы сможете постепенно войти в бизнес.

Если стартовый капитал позволяет, советуем сразу закупить специальное оборудование. Этим можно сразу добиться неплохих объемов производства и высокого качества изделий. За смену вы получите от 300 до 600 поддонов.

Если вы планируете нанять несколько человек, лучше сразу оборудовать комплексную сборочную линию. На ней каждый сотрудник будет выполнять свою технологическую операцию на отдельном столе. Примером такой полуавтоматической линии может служить линия сборки поддонов, состоящая из трех модулей – кондукторов, настроенных на каждую операцию. Для размещения такой линии понадобится минимум площадь 13 метров квадратных. Кроме этого, нужно место для складирования заготовок и готовых изделий. Такой бизнес в гараже уже не сделаешь, придется брать в аренду помещение рядом с лесопилкой. Стоимость такой линии, с компрессором и набором пневмоинструмента составит от 2700 000 тг. Прочее оборудование 287000 тг, итого 2930000 тг. При работе на линии трех человек, за 8-ми часовой рабочий день, можно сделать 550 штук поддонов (сведения подтверждаются производителем оборудования).

Основные затраты на материалы – это приобретение досок. Заведите собственную пилораму. Кромко резательный и торцовочный станки, стандартная ленточная рама стоят не слишком дорого, а окупятся за несколько месяцев. Параллельно можно использовать их для других работ по обработке дерева. Материалы – серьезная статья расходов, так что экономия на ней всегда актуальна. Напиленные доски и бруски 1-3 сортов по сути являются отходами в других отраслях производства. Выгоднее стартовать изготовление поддонов как бизнес в лесостепной зоне, возле лесопилки или деревообрабатывающего предприятия. Еще один способ удешевления – покупка бруса и его нарезка. Доски можно продать отдельно, а отходы использовать для поддонов.

Производство поддонов как бизнес считается идеей, которую легко реализовать. Высокая рентабельность, лояльные стандарты, ограничение на импорт изделий и обилие потенциальных клиентов делают окупаемость производства достаточно быстрой. Широкий круг клиентов, заинтересованных в поддонах, позволяет сразу запустить оптовое производство. Поиск каналов сбыта не станет проблемой независимо от региона. Низкие требования к работникам позволят нанять малоквалифицированный персонал на небольшую зарплату. Обилие лесов делает покупку древесины выгодной, так как в нашей стране стоимость дерева считается одной из самых низких на континенте. Вне сезонности бизнеса создает постоянный поток прибыли. Поддоны – товар, который нуждается в постоянной замене. Как только вы нашли клиента и заинтересовали его, можете быть уверенными в лояльности и стабильности заказов. Законодательство жестко регулирует ввоз европоддонов, так что вы конкурируете только с местными. До сих пор в некоторых регионах есть свободные ниши для роста бизнеса. Вывод. Производство паллет – выгодная

бизнес-идея, которая не требует специальных знаний. Имея стартовый капитал, можно открыть цех в любом регионе и построить успешный бизнес.

Сложно представить системы хранения или транспортировку грузов без деревянной тары. Ее доступность, практичность, разнообразие размеров и форм могут удовлетворить множество запросов потребителей. Однако производство деревянной тары, кажущееся таким простым, на первый взгляд на самом деле имеет множество нюансов.

Существует ряд требований к производственным помещениям, в которых будет происходить работа с деревом. Основные условия — это освещенность, сухость, вентилируемость, отапливаемость в зимний период. Все эти требования являются стандартными для обеспечения безопасности жизнедеятельности. Чтобы спрогнозировать требующуюся площадь, необходимо учесть, какие этапы работ будут задействованы на планирующемся производстве. Существуют нормы проектирования деревообрабатывающих производств, в которых указаны основные цеха, необходимые для работы:

- Лесосушильный;
- Раскроя материалов;
- Механической обработки;
- Предварительного шлифования;
- Сборки;
- Армировки;
- Шлифование деталей;
- Слесарно-сборочный;
- Окраски;
- Склейки.

Также необходимо учесть, что потребуются вспомогательные подразделения - склады для хранения заготовок, лаков, клеев, инструмента, готовой продукции и т.д.

Количество нанимаемых сотрудников также зависит от того, какие этапы работ будут производиться с учетом степени загрузки: работа в одну смену или в несколько.

К затратам стоит отнести и заработную плату рабочих, которая не должна быть ниже прожиточного минимума, установленного в вашем регионе. Однако стоит быть объективным, что на такую зарплату не найти хороших специалистов, поэтому необходимо учитывать средние зарплаты по региону.

Основные виды деревянной тары:

- Паллеты и паллетные борта;
- Поддоны;

- Ящики (посылочные, обрешеточные, деревянные, фанерные, военные, декоративные);
- Кабельные барабаны;
- Контейнеры;
- Боченочные изделия.

Главный материал для изготовления тары - дерево хвойных или лиственных пород различной обработки, например рейки или цельный массив. Однако не для каждой тары необходимо обязательное использование дорогостоящей древесины, поэтому ее заменяют на более дешевые ДВП, ДСП, фанеру, удешевляющую себестоимость в среднем на 30%.

Помимо древесины для сбора тары необходимы клеи, краски, лаки, пасты, метизы, оковка. Оптовая закупка данных материалов снижает их рыночную стоимость практически в 2 раза, поэтому к выбору поставщика стоит подойти внимательно.

Основная технология производства какой-либо тары состоит из нескольких этапов. Для начала поступающий на производство лес должен быть обработан, высушен, распилен на заготовки. Далее материал отправляется на раскрой и сборку, после чего проходит конечную шлифовку, армировку, покраску и склейку в зависимости от вида собираемого изделия. Если же на предприятии не планируется непосредственная лесопереработка, то первые этапы производства по подготовке леса заменяются на закупку и поставку необходимых материалов.

Способы изготовления деревянной тары отличаются по типу используемого оборудования и степени механизации производства.

Можно выделить три основных направления в сборке:

Сборка с помощью ручного инструмента. Имеет очевидный плюс в недорогой стоимости оборудования. Минусов же в данном случае значительно больше: это долгое время сборки, низкое качество продукции, большое количество ручного труда.

Сборка с помощью автоматического инструмента (пневматические гвоздезабиватели, шлифовальные станки, электропилы и т.д.). В данном случае стоимость инструмента значительно дороже, однако с его помощью существенно увеличивается скорость производства и качество продукции, что влияет на уровень производственных мощностей и потенциальную прибыль соответственно.

Сборка с помощью полуавтоматических и автоматических линий. Самый быстрый и самый качественный тип сборки. Производственные мощности такого предприятия в разы превосходят мощности ручной сборки даже с очень хорошим инструментом. Однако такие производственные линии требуют больших финансовых затрат: стоимость самой линии, расход электроэнергии,

большая площадь помещения, повышенные требования к качеству сцепных материалов, гвоздей, метизов и т.д.

Оборудование подбирается в зависимости от способа изготовления, однако независимо от вида продукции его можно разделить на несколько категорий:

- Распильное. С его помощью осуществляется распил бревен и заготовок.
- Строгальное. Используется для снятия верхних слоев древесины.
- Сверлильное. Предназначено для сверления отверстий различной глубины и направления.
- Фрезерное. Необходимо для создания сложных форм заготовок, формовки деталей.
- Шлифовальное. Основная цель - снятие шероховатостей поверхности, сглаживание краев.
- Сборочное. Может осуществлять склеивание, стыковку деталей, соединение шурупами и гвоздями, нанесение покрытий и т.д.
- Транспортировочное. Используется как для выгрузки заготовок, перемещения материалов по цеху, складирования готовой продукции.

Существуют три основных классических канала сбыта продукции:

- Прямые продажи.
- Тендеры, электронные торги и площадки.
- Интернет-сайты.

Любой из этих каналов сбыта подходит для реализации деревянной тары. Не стоит забывать также, что для каждого канала необходимо понимание целевой группы: кто будет ваш клиент, в какой сфере находится его деятельность, объемы потребления и т.д.

К крупным потребителям деревянной тары можно отнести предприятия сельского хозяйства, машиностроения, металлургии, пищевой и текстильной промышленности, транспортировку грузов оборонительного комплекса и множественные транспортно-логистические предприятия.

Организация производства - дело непростое, требующее затрат сил, финансов и времени, но не все так страшно, как может показаться в начале. В любом случае результат в виде готовой продукции и понимания, что делается действительно важное и нужное дело, совместно с получаемой прибылью, принесет удовлетворение от процесса.

Тароупаковочные материалы способствуют сохранению тары и защищают продукцию от толчков, сотрясений и порчи. В зависимости от назначения тароупаковочные материалы делятся на две группы.

К первой группе относятся:

-прокладочные материалы, отделяющие изделия друг от друга (например, прокладка из гофрированного картона и др.);

-подстилочные материалы (стружка, минеральная вата и др.);

-заверточные и оберточные материалы, предохраняющие изделия от коррозии, температурных колебаний и т.п.; среди оберточных материалов широкое применение получила антикоррозионная бумага, предохраняющая металлические изделия от коррозии.

Ко второй группе тароупаковочных материалов относятся крепежные материалы (гвозди, металлическая лента, скрепы, проволока, шпагат и др.), назначение которых скреплять конструкцию тары.

Основными требованиями, предъявляемыми к различным видам тары, являются: минимальный вес тары по отношению к помещенной в нее продукции; прочность и надежность конструкции тары, обеспечивающей сохранность качества и количества помещенного в него продукта; дешевизна изготовления; удобство упаковки и распаковки; портативность, приятный внешний вид и удобство для перевозки как в порожнем состоянии, так и вместе с помещенным в нее продуктом.

Задачей стандартизации тары является установление общих требований и норм к тарным изделиям в целях повышения их качества для обеспечения сохранности продукции. Целью стандартизации является унификация тары, т.е. установление оптимальных размеров и веса тары, качества таро материалов.

Унификация тары предусматривает приведение всего разнообразия многочисленных видов тары и упаковки к ограниченному числу видов, закрепленных за отдельными группами продукции на сравнительно продолжительный период. Для стандартной тары устанавливаются оптимальные внутренние и внешние размеры. Материал для изготовления стандартной тары должен обеспечивать сохранность продукции. Стандартизация тары облегчает и ускоряет труд упаковщиков, повышает их производительность. При стандартизации тары упрощается и удешевляется производство тары, тарных и упаковочных материалов. Стандартизация устанавливает наиболее выгодный относительный и абсолютный вес тары. Таким образом, стандартизация тары является одним из главнейших средств борьбы за сохранение качества продукции, за снижение тарных, транспортных и складских расходов. На основные виды тарированной продукции установлены ГОСТы.

Следует отметить, что на протяжении длительного времени производство тары в стране осуществлялось без какого-либо единого плана и технического направления. Целевых капиталовложений в планы на реконструкцию и строительство специализированных тарных предприятий не выделялось. В

результате этого увеличивалось в основном производство неэкономической деревянной тары. Производство прогрессивных видов тары осуществлялось в незначительных количествах.

До настоящего времени основным видом упаковки являются деревянные ящики, удельный вес которых составляет более 50% (в США-10%). Несмотря на широкое применение деревянной тары, технический уровень ее изготовления не отвечает современным требованиям. В производстве лесотары еще недостаточна специализация и концентрация. Изготовлением деревянной тары занимается более 10 тыс. предприятий, главным образом мелких, на которых сборка тары осуществляется в основном вручную. В мировой практике производство тары осуществляется на поточных механизированных линиях. Объем производства деревянной тары за истекший период значительно увеличился, однако потребность в таре полностью ещё не удовлетворяется, расход древесины на её производство ежегодно возрастает.

Основной задачей является полное обеспечение народного хозяйства тарой при одновременном сокращении норм расхода древесины за счет лучшей организации производства и изготовления экономических видов тары.

В Казахстане предусматривается строительство новых и реконструкция действующих специализированных тарных предприятий по производству экономичных видов тары: ящичков и лотков из тонкой дощечки и шпона и разборно-складных ящичков, армированных проволокой. Внедрение тонкостенных ящичков и лотков вместо обычных дощатых позволит сэкономить деловую древесину и даст дополнительной прибыли на каждый миллион ящичков. Техничко-экономические расчеты показывают, что использование деревянных ящичков, армированных проволокой, экономичнее картонных. Разборно-складная конструкция этих ящичков позволяет организовать их производство вблизи сырьевых баз, а транспортировать к местам потребления в сложенном виде на большие расстояния. Резервом экономии деловой древесины является организация производства тарных пиломатериалов из низкосортных лесоматериалов.

Создание специализированных тарных предприятий, оснащенных высокопроизводительным оборудованием, и организация производства экономичных видов тары позволят значительно увеличить производство тары из мягких лиственных пород и малоценной древесины, сократив тем самым расход деловой древесины хвойных пород на производство тары. Увеличение производства тары из низших сортов древесины позволит полнее удовлетворить потребности народного хозяйства в деревянной таре.

5. Внутреннее производство

В 2020 году многие регионы Казахстана практически полностью зависимы от ввоза продукции из других регионов и стран.

По состоянию на 2019 год только три региона Казахстана имеют долю производства деревянных изделий более 10%.

Региональное распределение производства деревянных изделий в натуральном выражении за 2014-2019гг.

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	
						тыс. штук	доля региона, %
Республика Казахстан	527,3	311,5	339,7	319,6	506,3	588,7	100,0
Алматинская	45,7	33,3	73,1	55,0	117,2	214,1	36,4
г.Алматы	67,3	57,4	36,1	69,9	81,4	121,3	20,6
Туркестанская область	14,6	16,9	47,9	23,7	15,8	76,5	13,0
Западно-Казахстанская	89,7	67,9	52,8	59,7	69,4	33,2	5,6
Карагандинская	28,8	28,9	20,7	25,4	28,8	27,1	4,6
Павлодарская	8,7	8,0	18,2	7,7	15,9	23,7	4,0
Костанайская	38,1	27,7	28,9	32,5	35,9	21,1	3,6
Кызылординская	8,6	13,7	13,0	9,3	15,8	16,1	2,7
Восточно-Казахстанская	16,8	7,5	3,9	4,9	14,1	15,4	2,6
г.Нур-Султан	10,1	9,4	8,1	7,8	56,4	12,1	2,1

Северо-Казахстанская	9,1	4,4	7,1	7,9	12,1	10,7	1,8
Актюбинская	5,1	6,3	8,9	3,0	17,8	7,4	1,3
Жамбылская	20,7	13,0	4,2	5,7	11,0	5,6	1,0
Акмолинская	162,4	14,7	7,7	0,1	0,2	1,7	0,3
Мангистауская	0,0	1,4	7,8	5,8	13,9	1,4	0,2
Атырауская	1,7	1,1	1,2	1,1	0,6	1,2	0,2

Источник: КС МНЭ РК

Анализ таблицы показывает, что наряду с регионами, которые увеличивают с каждым годом объемы производства деревянных изделий или, по крайней мере, удерживают их на том же уровне, в отдельных областях произошло значительное сокращение выпускаемой продукции, относящейся к деревянным изделиям. Так в Западно-Казахстанская области отрасль по производству деревянных изделий, в 2018 году (69,4 тыс. штук изделий), практически прекратила свое существование в 2019 г. (5,6 тыс. штук).

Жамбылская область сократила производство деревянных изделий в 4 раза за рассматриваемый период, а Костанайская – в 2 раза.

Туркестанская область увеличила производство деревянных изделий в 2019 году по сравнению с 2014 годом в 5,2 раза, Алматинская – в 4,7 раза, Павлодарская – в 2,7 раза.

На долю Алматинской области, г. Алматы и Туркестанской области в 2019 году приходится 70% всего объема произведенной продукции, из которых 36,4% приходится на Алматинскую область, 20,6% на г. Алматы и 13% Туркестанскую область.

Менее 1% доли производства деревянных изделий от республиканского объема производства составляют в Акмолинской (0,3%), Мангистауской (0,2%) и Атырауской (0,2%) областях. При этом если Мангистауская и Атырауская области никогда не выделялись в производстве деревянных изделий своими показателями объемов, являясь нефтяными регионами, то для Акмолинской области — это значительное снижение своих показателей в этой отрасли.

Отечественным производителям деревянной тары принадлежит не более 30-35% внутреннего рынка, львиная же доля в 65-70% рынка закрывается преимущественно импортом из Китая и России.

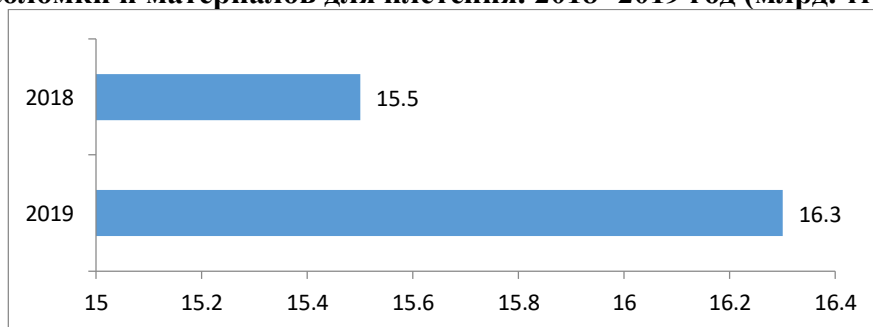
Казахстанский рынок примерно в 35 раз меньше российского. Тем временем структурно рынок упаковки Казахстана на 40% представлен полимерной упаковкой, на 30% – бумажной и гофрокартонной, 10% деревянной и еще на 20% – стеклянной, металлической тарой и укупорочными средствами.

«Деревянная упаковка» не признана в качестве отдельной категории экономической деятельности, что влечет дефицит господдержки инвестиционных проектов в этой отрасли. Об этом заявили бизнесмены на конференции отечественных производителей упаковки в г. Нур-Султан.

По официальным подсчетам, в 2015 году объем рынка в Казахстане составил 623 млн долларов. Произошло падение на 13% по сравнению с теми показателями, что были в 2014 году. Казахстанскому производителю принадлежит около 10% внутреннего рынка, весь остальной сегмент рынка составляет импорт. Импорт прежде всего из Китая и России.

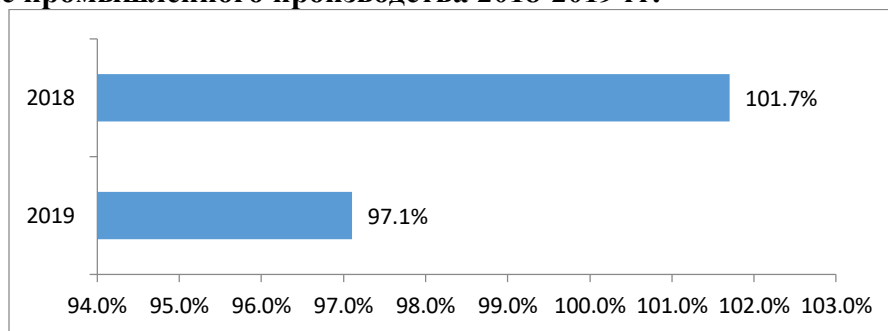
Помимо китайских и российских товаров в этом сегменте производства, наполняют товары и из Узбекистана. Имеется определенная дискретность и в политике госорганов, которые помогают открывать новые параллельные производства, которые сталкиваются с уже существующими проблемами и аналогичными вызовами. Таким образом, это нивелирует государственную логику, ведь кредитуются одинаковые производства, притом, что они встречаются с одними и теми же барьерами, которые не устраняются.

Производство деревянных и пробковых изделий, кроме мебели; производство изделий из соломки и материалов для плетения. 2018- 2019 год (млрд. тг.)



Источник: КС МНЭ РК

Индекс промышленного производства 2018-2019 гг.



Источник: КС МНЭ РК

Среди регионов РК по объему производства древесины и изделий из нее и пробки лидирует ВКО: 3,6 млрд тенге.

Второе и третье места соответственно занимают город Алматы (3,2 млрд тенге) и Костанайская область (3,1 млрд тенге). Заметный рост объема производства наблюдается в Павлодарской области: более чем вдвое, до 1,7 млрд тенге.

Производство деревянных и пробковых изделий, кроме мебели; производство изделий из соломки и материалов для плетения. Январь-сентябрь 2019 год (млн. тг.)

Республика Казахстан	16 293,9
СКО	762,0
Костанайская область	3 074,9
Павлодарская область	840,5
Акмолинская область	666,9
г.Нур-Султан	460,1
ВКО	3 643,4
ЗКО	314,9
Атырауская область	1,1
Актюбинская область	261,5
Мангистауская область	19,1
Кызылординская область	3,9
г.Шымкент	787,5
Туркестанская область	35,9

Жамбылская область	8,7
Карагандинская область	1 655,9
Алматинская область	521,5
г.Алматы	3 236,2

Источник: КС МНЭ РК

В натуральном выражении выпуск деревянных окон и дверей сократился на 3,1%, до 3,9 млн кв. м. Также в минусе производство распиленных, расколотых и раскромоченных лесоматериалов и железнодорожных и трамвайных деревянных шпал: на 1,4%, до 925,9 тыс. куб. м.

В то же время зафиксирован заметный рост производства деревянной тары: за год плюс 16,6%, до 2,1 млрд тенге. Выпуск прочих изделий из дерева увеличился на 13,6%, до 826,9 млн тенге.

Производство деревянных и пробковых изделий, кроме мебели; производство изделий из соломки и материалов для плетения. Январь-декабрь 2019 год к январю-декабрю 2018 год

	2019	2018	Рост за год
Тара деревянная (млн тг)	2 103,1	1 804,1	16,6%
Окна и их рамы, двери застекленные и их рамы, двери и их рамы и пороги, деревянные (тыс.кв.м)	3 882,3	4 005,6	-3,1%
Лесоматериалы, продольно распиленные или расколотые, разрезанные на части или раскромоченные толщиной более 6 мм; шпалы деревянные железнодорожные или трамвайные, непитанные (тыс.куб.м.)	925,9	939,1	-1,4%
Изделия из дерева прочие (млн. тг)	826,9	727,6	13,6%

Источник: КС МНЭ РК

Для производства тары и упаковки используются разнообразные материалы, такие как строганные доски и фанера.

Требования к лесоматериалам и листовым деревянным материалам по стандартам ГОСТ являются следующими:

- Ящики для сливочного масла должны быть изготовлены из древесины ели, пихты, бука, липы, осины и березы. Допускается применять древесину кедра.

- Ящики для яиц должны быть изготовлены из древесины хвойных или мягких лиственных пород.

- Ящики для пищевых продуктов изготавливают из фанеры марки ФБА толщиной 3 мм по ГОСТ 3916.1 (Фанера общего назначения с наружными слоями из шпона лиственных пород). По согласованию с потребителем допускается изготавливать ящики из фанеры толщиной 4 мм.

- Допускается боковые и торцовые стенки ящиков для фасованного чая, кроме ящиков, отгружаемых в районы Крайнего Севера, труднодоступные районы и на длительное хранение, изготавливать из древесноволокнистой плиты толщиной 3,2 мм марки Т групп качества А и Б по ГОСТ 4598 (плиты древесно-волокнистые мокрого способа производства); крышки ящиков, кроме отгружаемых в районы Крайнего Севера и труднодоступные районы, - из гофрированного картона типа Т по ГОСТ 7376 (Картон гофрированный).

- Ящики для чая должны изготавливаться из березовой фанеры.

- В досках и планках ящиков плесень не допускается. Доски и планки ящиков должны быть чистыми, без посторонних запахов, влияющих на качество упаковываемой продукции. Поверхностная червоточина и кармашки допускаются в планках и на наружных пластьях дощечек ящиков.

- Влажность древесины деталей ящиков или комплектов определяют по ГОСТ 16588.

- Контроль механической прочности ящиков проводят по ГОСТ 18211 (Тара транспортная).

- Отверстия от сучков, глубокой и сквозной червоточины диаметром свыше 10 мм должны быть заделаны на клей деревянными пробками, если отверстия влияют на сохранность груза. Допускается отверстия диаметром свыше 10 до 20 мм заделывать другими способами, если это не влияет на сохранность продукции.

- Доски и планки должны иметь параллельные стороны, торцы должны быть опилены под прямым углом.

Ящики из фанеры отличаются от другой упаковки малым весом и в то же время являются довольно крепкими. На них можно наносить любые изображения. Их можно оборудовать разделителями, сделать в них отделения.

Чтобы быстро изготовить плиту OSB-3 щепки прессуются под высоким давлением, а затем их склеивают специальной водостойкой смолой. Деревянная упаковка из такой плиты обладают отличной упругостью. И если

сравнивать обычную фанеру и плиту OSB-3, то последняя менее впитывает влагу.

За 1 квартал 2020 года в производстве мебели отмечается рост на 6%, в производстве бумаги и бумажной продукции наблюдается рост на 16,5%. Увеличены объемы производства бумаги и картона гофрированного, туалетной бумаги, полотенец для рук из массы бумажной, коробок, ящиков и сумок из бумаги.

В производстве деревянных и пробковых изделий, кроме мебели, и производстве изделий из соломки и материалов для плетения наблюдается рост на 18,3%, которое связано увеличением объемов производства лесоматериалов, окон и дверей деревянных, тары деревянной.

Конкуренция на внутреннем лесопромышленном рынке Казахстана обеспечивает преимущества для всей отрасли, а не только для точечных предприятий. Конкурирующие компании взаимно приобретают опыт, идеи и совершенствуют их в рамках собственных предприятий.

Производство деревянных и пробковых изделий за 1 квартал 2020 года составило 16,3 млрд тенге. Индекс промышленного производства к соответствующему периоду прошлого года показал сокращение выпуска — всего 97,1%. Годом ранее производство составляло 15,5 млрд тенге, при ИПП в 101,7%. В целом же за 2018 год объем выпуска в секторе составил 23,7 млрд тенге, а ИПП к прошлому году — 138,4%. Среди регионов Казахстана по объему производства древесины и изделий из неё и пробки лидирует Восточно-Казахстанская область — 3,6 млрд тенге. Второе и третье места соответственно занимают город Алматы (3,2 млрд тенге) и Костанайская область (3,1 млрд тенге). Заметный рост объема производства наблюдается в Павлодарской области, более чем вдвое, до 1,7 млрд тенге.

Также в минусе производство распиленных, расколотых и раскроенных лесоматериалов и железнодорожных и трамвайных деревянных шпал: на 1,4%, до 925,9 тысяч кубических метров. Цены предприятий-производителей на необработанную древесину выросли за год, к третьему кварталу 2019-го, на 0,3%. При этом брёвна хвойных пород уменьшились в цене на 0,3%, лиственных — на 0,7%. Также подешевели круглые лесоматериалы для распиловки, как хвойных пород — на 0,4%, так и лиственных — на 0,8%.

6. Производственные мощности

Производство деревянных и пробковых изделий за 1 квартал 2020 года составило 16,3 млрд тенге, индекс промышленного производства к соответствующему периоду 2018 года показал сокращение выпуска — всего 97,1%. Годом ранее производство составляло 15,5 млрд тенге, при ИПП (Индекс промышленного производства) в 101,7%.

В целом же за 2018 год объем выпуска в секторе составил 23,7 млрд тенге, а ИПП к прошлому году — 138,4%.

В то же время зафиксирован заметный рост производства деревянной тары: за год плюс 16,6%, до 2,1 млрд тенге. Выпуск прочих изделий из дерева увеличился на 13,6%, до 826,9 млн тенге. Цены предприятий-производителей на необработанную древесину выросли за год, к третьему кварталу 2019-го, на 0,3%.

Казахстан обеспечивает себя древесиной не более, чем на 15%. Объем производства продукции в отечественной деревообрабатывающей промышленности едва превышает 12 миллиардов тенге. Основную часть сырья, из которого изготавливают мебель, целлюлозно-бумажную продукцию на сумму 345 миллиардов тенге в РК завозят из России.

Согласно концепции отраслевой программы развития лесного хозяйства и особо охраняемых природных территорий, разработанной специалистами Комитета лесного хозяйства и животного мира МСХ РК, запас древесины для локального промышленного использования в Казахстане превышает 2,4 млн кубометров. В 2020 году в СКО и ВКО, как наиболее богатых лесными ресурсами регионах, совокупная мощность не превышает 1 млн кубометров.

Мебельная и деревообрабатывающая промышленность в Казахстане после спада производства в 2015 году из-за глобального финансового экономического кризиса динамично развивается и создает предпосылки для роста экономического потенциала страны в 2019.

Согласно официальным данным, в период с 2015 по 2019 годы на фоне роста объемов ВВП и промышленности страны наблюдался также рост производства продукции мебельной и деревообрабатывающей отрасли.

Среднегодовой темп роста объемов производства мебельной и деревообрабатывающей промышленности в 2015-2019 годы составил 10,3%.

В 2019 году объем производства продукции деревообрабатывающей и мебельной промышленности составил 84,4 млрд. тенге.

Вклад отрасли в объем промышленности Казахстана составляет всего 0,3%, а в объем обрабатывающей промышленности - 1,4%, что говорит о незначительном вкладе отрасли в развитие промышленности страны.

Таким образом, и вклад отрасли в объем ВВП страны остается низким — 0,2%.

Производство древесины и древесных изделий в 2019 году составило 16,1 млрд. тенге, что на 56,3% больше, чем в 2018 году.

В разрезе регионов большой вклад в производство древесных изделий и мебели внесли Восточно-Казахстанская и Алматинская области, а также город Алматы. По республике на троих приходится более половины всей выпущенной продукции, то есть 56,4%.

Однако если смотреть отдельно по секторам отрасли, то в производстве древесины и древесных изделий лидируют Восточно-Казахстанская область (25,5%), город Алматы (14,6%) и Карагандинская область (12,6%).

На фоне того, что наблюдается рост производства сельхозпродукции и промышленных товаров, потребность в упаковке возросла. Как показывает статистика, мощность производства тары тесно связан с ситуацией на рынке потребляющих отраслей, таких как пищевая промышленность, фармацевтическая, мебельная, и производство бытовой техники, и так как они стабильно развиваются, то за прошедший 2019 год выявлены следующие экономические показатели:

Производство деревянной тары 2019 г

Виды деревянной тары	Единица измерения	2019 г.	В сравнении с 2018 г. %
Ящики для сельхозпродукции	тыс. м3	34,5	+5
Ящики для продукции сельхозмашиностроения	тыс. м3	6,5	+8
Ящики для производственно-технической продукции	тыс. м3	133	+8
Барабаны деревянные кабельные	тыс. м3	163	-15
Деревянные поддоны и паллеты	млн.шт.	17	-2

Источник: КС МНЭ РК

Уровень загрузки производственных мощностей предприятий обрабатывающей промышленности в среднем составляет 44%-58%. Загруженность предприятий мебельной, деревообрабатывающей и целлюлозно-бумажной промышленности составляет 45 – 59 %. Основными причинами недозагруженности отечественных предприятий обрабатывающей промышленности являются нехватка финансовых средств на оборотные средства на модернизацию мощностей, отсутствие или недостаточный спрос на продукцию предприятий на внутреннем и внешнем рынках, недостаточность либо отсутствие подготовленных кадров для работы на специальном оборудовании, проблемы с сырьем.

7. Внешняя торговля

В географии импорта продукции деревообрабатывающей промышленности основными поставщиками являются Россия, Китай и Украина, из них:

-импорт древесины и древесных изделий происходит из России, Китая и Украины,

-импорт бумаги и бумажной продукции - из России и Турции,

-импорт мебели - из России, Украины, Беларуси, Китая и Италии.

В целом география товарооборота по продукции деревообрабатывающей и мебельной промышленности в основном состоит из стран СНГ.

Доля поставок в страны СНГ в общем экспорте составляет 80,6%, а доля импорта - 62,9%.

Объем взаимной торговли Казахстана со странами-членами Таможенного союза в 2013 году в разрезе продукции мебельной и деревообрабатывающей отрасли составил 834,4 млн. долл. США, что выше уровня 2009 года более чем в 2 раза.

Доля импорта товаров из России составила 42,5%, из Беларуси – 6%.

«Астана ЭКСПО-2017» в своих закупках ориентировалась на продукцию из отечественной древесины, которую можно будет использовать для строительства выставки.

Объем экспорта Республики Казахстан составил 127,3% к уровню 2017 года за счет увеличения стоимостного объема экспорта минеральных продуктов на 38,3% (78,7% общего объема продаж Республики Казахстан в третьи страны), продовольственных товаров и сельскохозяйственного сырья — на 30,3% (4,6%). По металлам и изделиям из них отмечено снижение показателя на 6,4% (11,8%). По древесине и изделиям из древесины на 7,4 (1%).

Например, в Республике Беларусь экспорт Республики Беларусь по сравнению с 2017 годом увеличился на 28,1% за счет роста поставок минеральных продуктов на 24,7% (42,3% общего объема экспорта Республики Беларусь в третьи страны), продукции химической промышленности — на 29,4% (22,2%), машин, оборудования и транспортных средств — на 13,5% (7,7%), металлов и изделий из них — на 30,2% (7,2%), древесина и изделия из древесины — на 31,6% (6,1%).

Объемы внешней торговли государств — членов ЕАЭС по разделам и группам товаров ТН ВЭД ЕАЭС за 2018 год

Древесина и изделия из нее; древесный уголь;	9 683,2	116,2	1,97	697,9	103,9	0,27
Древесина и изделия из	9 677,2	116,2	1,97	626,7	103,4	0,24

нее;						
------	--	--	--	--	--	--

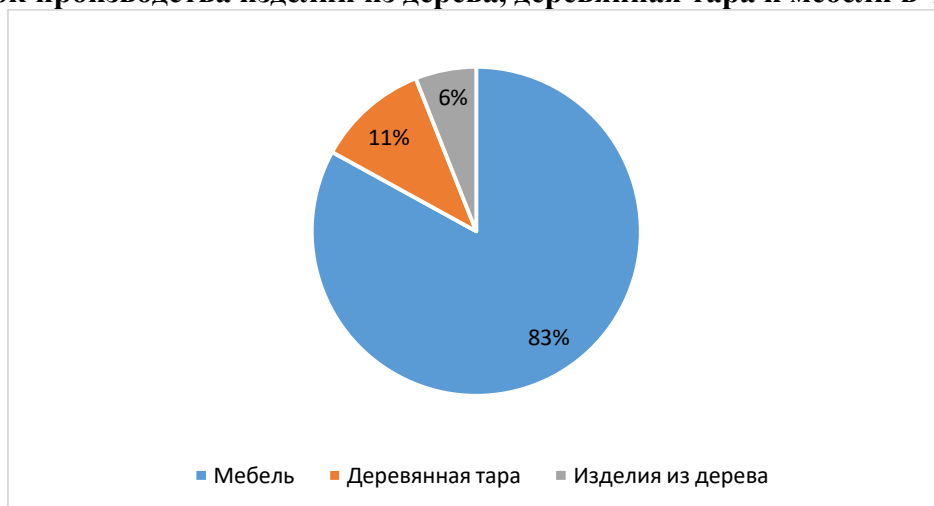
8. Размер рынка

В Республике Казахстан в 2018 году динамично развивается рынок производства изделий из дерева, деревянной тары и мебели. Основная масса производства и продажи мебели приходится на густонаселенные города, где спрос на данный вид продукции актуален круглый год.

Наблюдается высокий рост предприятий занимающихся изготовлением изделий из дерева на заказ, где производитель исполняет работы разного вида сложности с учетом индивидуальных технических требований заказчика. Также данные товаропроизводители имеют дополнительное направление такие как сувенирные изделия и кухонные принадлежности из дерева.

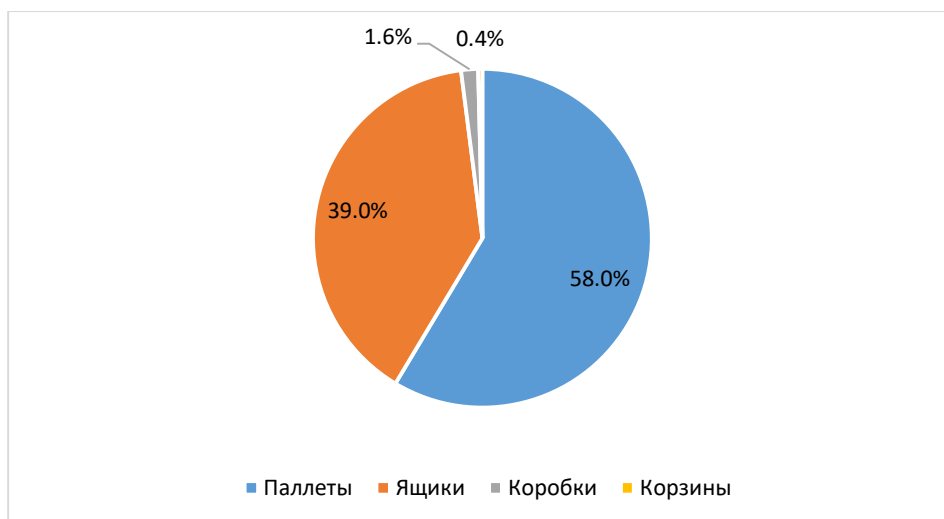
Однако, производство деревянной тары занимает особое место на данном сегменте рынка. Производство деревянной тары производится путем переработки вторсырья (ДСП, доски, опилки), где при обработке и сложного технологического процесса, в виде конечного получают продукты такие как: паллеты, корзины, ящики, коробки. Паллеты является основным продаваемым продуктом в данной отрасли производства. Растущий рынок малого и среднего бизнеса, связанный с транспортировкой грузов и хранением грузов, нуждаются в данном виде продукции. Ящики также пользуются спросом у отечественного товаропроизводителя среди сельскохозяйственных производителей и производителей овощей и фруктов (тепличные хозяйства, фермы, плантаций). При фасовке готовой продукции существует крайняя заинтересованность со стороны товаропроизводителя чтобы продукт был в экологически чистой таре (ящик), который не оказывает нежелательное негативное влияние на продукт при транспортировке или длительном хранении продукта. Широкое применение корзин и ящиков так же нашлось и среди производителей растений и цветов, где основная масса сохранения продукции зависит от сложных технических и температурных требований. Вторичное использование ящиков, паллетов и корзин оказывает положительный экономический эффект не только для производителя, но и для покупателя, где ему (покупателю) предлагаются гибкие и комфортные условия взаимовыгодного сотрудничества на долгосрочной основе.

Рынок производства изделий из дерева, деревянная тара и мебели в % 2019 г.



Источник: КС МНЭ РК

Индекс производства деревянной тары (паллеты, корзины, ящики, коробки), %, 2019 г.



Источник: КС МНЭ РК

Общая характеристика рынка деревянной тары, в том числе и поддонов, сводится к нескольким важным тенденциям и факторам. В первую очередь интересны следующие моменты:

Общий объем рынка только производства (без учета импорта) деревянных паллет различных форматов и стандартов в стране составляет порядка 22-24 млн. штук в год. При этом не учитывается изготовление паллет и поддонов, которые производятся в рамках внутреннего технологического цикла крупных корпораций;

Среднегодовые темпы роста рынка деревянных паллет, т.е. его динамика, за последние несколько лет (с 2014 года) составляет примерно 8,8%. В общем же за эти пять лет рынок увеличил свой объем более чем на 44%.

С 2015 года отмечается неуклонное снижение импорта деревянных паллет, что в относительном измерении составляет 51%, начиная с 2015 года. В натуральном выражении количества импортируемых паллет составляет всего 225 тысяч штук (2019 год). Причем самым крупным поставщиком импортных паллет и поддонов является Республика Беларусь, занимая более 72% всего объема импорта.

Перспективы рынка в горизонте событий до 2023-24 года представляют несомненный интерес для инвесторов в этот бизнес. В период 2019-2024 гг. ожидается уверенный рост продаж деревянных поддонов темпами 4,5-6,0% в год. В 2024 г суммарный показатель производства составит 31 млн. шт. что превысит значение 2019 г на 30 %. Импортные поставки продукции на казахстанский рынок в 2024 г, как ожидается, составят всего более 140 тыс. штук.

Из всей приведенной информации по краткому анализу рынка поддонов в Казахстане можно сделать однозначный вывод, что спрос на продукцию гарантирован на ближайшие несколько лет, и динамика рынка в 4,5–6%, позволяет уверенно прогнозировать возврат инвестиционных средств, вложенных в производство поддонов.

9. Обзор цен

За 2019 год зафиксирован заметный рост производства деревянной тары: за год с 2018-2019 гг. плюс 16,6%, до 2,1 млрд тг. Выпуск прочих изделий из дерева увеличился на 13,6%, до 826,9 млн тг.

Производство деревянных и пробковых изделий, кроме мебели; производство изделий из соломки и материалов для плетения. 2019 год

	2019	2018	Рост за год
Тара деревянная (млн тг)	2 103,1	1 804,1	16,6%
Окна и их рамы, двери застекленные и их рамы, двери и их рамы и пороги, деревянные (тыс.кв.м)	3 882,3	4 005,6	-3,1%
Лесоматериалы, продольно распиленные или расколотые, разрезанные на части или раскроенные толщиной более 6 мм; шпалы	925,9	939,1	-1,4%

деревянные железнодорожные или трамвайные, непропитанные (тыс.куб.м.)			
Изделия из дерева прочие (млн. тг)	826,9	727,6	13,6%

Источник: КС МНЭ РК

Цены предприятий-производителей на необработанную древесину выросли за год, к третьему кварталу 2019-го, на 0,3%.

При этом брёвна хвойных пород уменьшились в цене на 0,3%, лиственных — на 0,7%; также подешевели круглые лесоматериалы для распиловки — как хвойных пород (на 0,4%), так и лиственных (на 0,8%).

Объем товарооборота деревообрабатывающей и мебельной промышленности в 2018 году составил 1,8 млрд. долл. США.

Экспорт составляет всего 2,3% от всего товарооборота, то есть 41,5 млн. долл. США.

Объем импорта в 2018 году равен 1 720,8 млн. долл. США, что составляет 97,7% от общего объема товарооборота. Таким образом, Казахстан по продуктам данной отрасли является импортоориентированной страной как по всей отрасли, так и в разрезе секторов и групп товаров.

Экспорт казахстанской древесины и древесных изделий осуществляется в Россию, Таджикистан и Афганистан.

Факторы роста цен на древесину

Если в 2019 году ставка платы на лесозаготовку применялась коэффициентом с 2,17, то в 2020 году — до 2,62. Установление таких коэффициентов и их постепенное увеличение связано с существующей системой финансирования лесного хозяйства и желанием сделать отрасль безубыточной.

Также на повышение цены древесины влияют такие экономические факторы, как:

- Рост цен на бензин после повышения акцизов на топливо в 1,5 раза с 1 января 2020 года. Поскольку добыча и перевозка леса осуществляются спецтехникой и автотранспортом, повышение цен на топливо напрямую влияет на розничную цену древесины.

-Повышение НДС с 18 % до 20 % с 1 января 2020 года. Повышение налоговой базы напрямую скажется на предприятиях — изготовителях древесины, которые в большинстве своем работают с НДС, что соответственно повлечет за собой рост цен на конечные изделия.

-Снижение ВВП и ускорение темпов роста инфляции. Ускорение темпов инфляции связано с курсовой волатильностью, изменением геополитических факторов.

Влияние рост цены древесины на ритейлеров и производителей

Изменение стоимости сырья неминуемо скажется на всех игроках рынка — от заготовителей древесины до производителей деревянных паллет, а также на тех, кто использует тару в своей деятельности. Рост стоимости единицы деревянной тары может привести к тому, что рыночные игроки будут вынуждены повышать стоимость товаров, что в итоге скажется на конечном потребителе.

Производители, отправляя изделия на паллетах ритейлерам, часто включают тару в общую стоимость груза. Ритейлер (компания, занимающаяся продажей различных товаров конечному потребителю. В этом главное отличие от фирмы-посредника и оптового торговца), чтобы сохранить маржу, вынужден пропорционально увеличивать цену товара на полке. Покупатель также стремится сэкономить и выбрать SKU по более привлекательной цене. Получается некая «круговая порука», которая, в конечном счете, может повлиять на продажи ритейлеров и объемы поставок от производителей. Если производитель выбирает путь возврата паллеты от ритейлера, то несет определенные расходы по транспортировке пустой тары со склада или РЦ ритейлера, ее ремонт, учет, администрирование, хранение и т.д. Для ритейлера пустая тара на складе — это дополнительные расходы на хранение, сортировку, администрирование, возврат поставщикам и другие. Кроме этого, тратится значительное количество времени на взаимный учет баланса между поставщиком и ритейлером и урегулирование вопросов качества возвратной тары (часто производители предъявляют претензии ритейлерам относительно технического состояния паллет при их возврате).

Пользование многооборотной тарой — это возможность не только сократить расходы участникам рынка, но и сохранить лесные богатства.

10. Потребительское поведение

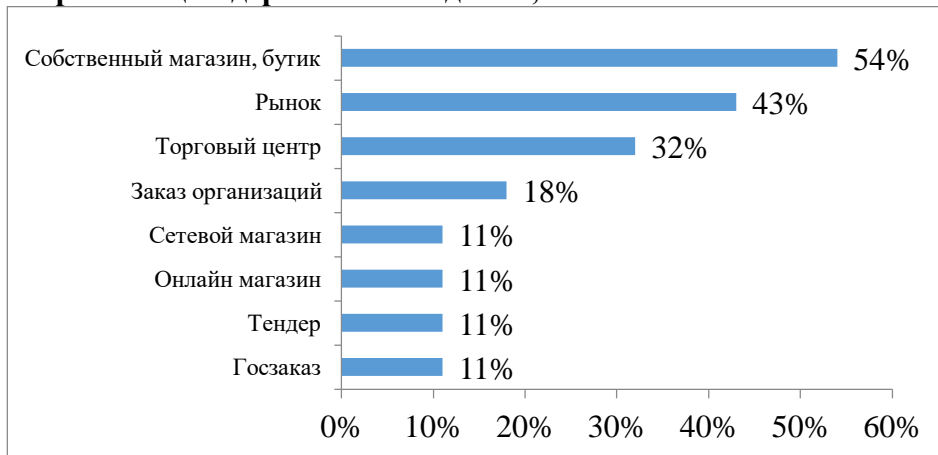
В 2020 году производителями продукции, стали широко использоваться для продвижения своего товара на рынке современные форматы торговли. Одним из таких форматов является Интернет-магазин.

Интернет-магазин (англ. onlineshop или e-shop) -сайт, торгующий товарами в интернете. Позволяет пользователям сформировать заказ на покупку, выбрать способ оплаты и доставки заказа в сети Интернет.

На 2019 г. рост торговли во вне стационарных магазинах, включающих интернет торговлю, обуславливается, в основном, активным развитием и повышением популярности и доступности интернета. С помощью интернета

предприятия получают огромную возможность для рекламы своего предприятия и производимой ими продукции за счет многомиллионного доступа к информации пользователей интернета.

Каналы реализации деревянных изделий, 2019 г.



Источник: КС МНЭ РК

Тем не менее, интернет торговля не является в настоящее время самым активным каналом продаж. Незначительное проникновение широкополосного интернета, низкий уровень использования кредитных карт и недоверие населения этому каналу продаж, препятствуют более активному росту интернет торговли. Но в будущем, с повышением доверия к такому формату торговли, этот канал продаж будет широко использоваться как производителями, так и покупателями.

Для казахстанских производителей основным каналом реализации производимой продукции является собственный магазин или бутик, так ответило 54% опрошенных респондентов из числа экспертов-производителей.

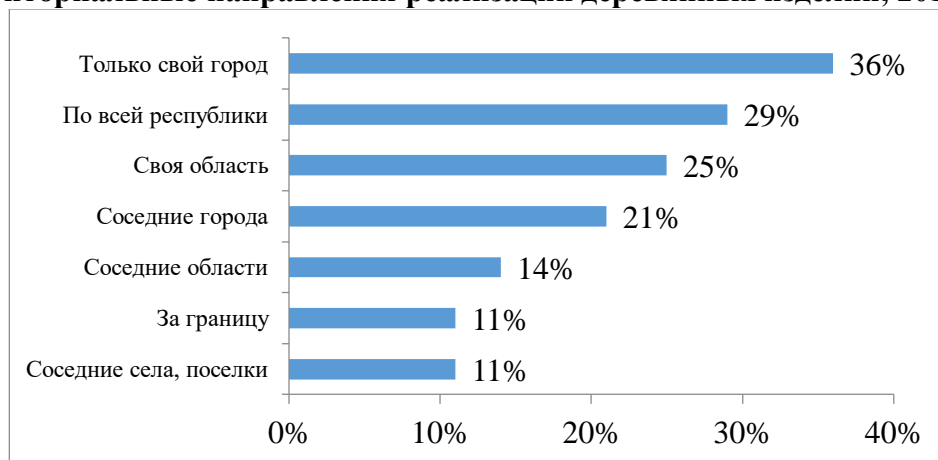
Также значимыми каналами продаж является реализация продукции на рынке (43%) и в торговом центре (32%).

Часть продукции деревянных изделий на предприятиях производится по заказам сторонних организаций (18%), государственных органов (11%), а также участие в тендерах на производство конкретного вида изделий позволяет 11% предприятий реализовывать часть своей продукции.

У 11% предприятий существуют не только один собственный магазин, а целая сеть магазинов, расположенных порой в разных регионах страны и даже за пределами республики.

Посредством активно развивающегося способа торговли через интернет, реализуют свою продукцию 11% предприятий по производству деревянных изделий.

Территориальные направления реализации деревянных изделий, 2019 г.



Источник: КС МНЭ РК

Основным направлением реализации деревянных изделий являются населенные пункты своей области (93%), из которых 36% приходится на реализацию продукции только в своем городе, 26% на другие районы области; а еще 21% на соседние города и 11% на соседние села и поселки своего района.

В соседние области направляют свою продукцию для продажи только 14% предприятий, а 29% рынки сбыта имеют на территории всей республики.

При этом 11% предприятий имеют возможность выхода своей продукции за пределы республики.

На фоне того, что в последнее время наблюдается рост производства сельхозпродукции и промышленных товаров, потребность в упаковке возросла. Рынок производства тары тесно связан с ситуацией на рынке потребляющих отраслей, таких как пищевая промышленность, фармацевтическая, мебельная, и производство бытовой техники.

В настоящее время применяется деревянная, картонная и бумажная тара, тара из полимерных материалов, металлическая, стеклянная, текстильная, комбинированная и другие виды тары. Наиболее широко применяется деревянная, картонная, бумажная и полиэтиленовая тара. Объем потребления деревянной и картонной транспортной тары в стране из года в год возрастает.

Целевая аудитория потребителей продукции производства деревянных поддонов и другой подобной тары широка по охвату областей использования и применения:

- промышленные производства, выпускающие массовый товар, пакетированный и упакованный в мешки, ящики, коробки. Сюда можно включить большой перечень товаров — начиная от мешков с мукой и рисом и заканчивая коробками со смартфонами и косметикой;

- промышленные производства, выпускающие разнообразную сложную технику, как бытового, так и производственного значения — станки, научное оборудование, комплектующие для автозаводов и прочих сборочных производственных компаний;

- компании, производящие мелко товарную строительную продукцию в виде кирпича, плитки, кафеля и других товаров, требующих соответствующей упаковки для транспортировки, погрузки и выгрузки;

- фермерские хозяйства и агрохолдинги, которые осуществляют доставку пакетированной продукции различным потребителям.

- транспортные логистические центры, парки и грузовые терминалы (морские, речные, железнодорожные, авиационные), на которых осуществляется прием, складирование, сортировка поступающих партий груза и товаров различного назначения;

- оптовые базы промышленных товаров и продовольственные склады, где также производится постоянная массовая сортировка, складирование и хранение различных товаров и грузов.

В этот список также можно добавить таких потенциальных потребителей, как, например, строительные и монтажные компании, которые используют поддоны для транспортировки различного оборудования и грузов в своем внутреннем цикле логистики и производства.

Доля корпоративных клиентов в общем портфеле заказов и сбыта производства поддонов может занимать до 100%. Однако вполне возможно на базе имеющегося оборудования работать с заказами частных лиц или индивидуальных предпринимателей по изготовлению нестандартной тары или упаковки для различных целей.

Под оборотом тары понимают ее обращение между двумя последовательными заполнениями. В торговле выполняется целый ряд операций, связанных с обращением тары. Основными из них являются:

- приемка тары, поступившей с товаром;
- вскрытие и высвобождение тары из-под товара;
- хранение тары;
- возврат тары;
- документальное оформление операций с тарой.

На предприятиях торговли происходит приемка тары по количеству и качеству. Она осуществляется в порядке, установленном договором купли-продажи или поставки. При этом стороны договора могут ссылаться в нем на правила, записанные в инструкциях о порядке приемки продукции производственно-технического назначения и товаров народного потребления по количеству и качеству.

Приемка тары осуществляется материально ответственными лицами одновременно с приемкой поступившего в ней товара. Количество поступившей тары сверяется с указанным в сопроводительных документах. При проверке качества и комплектности тары руководствуются нормами соответствующих нормативно-технических документов, устанавливающих требования к ним.

Расчет потребности в таре и тароупаковочных материалах проводится обычно отделом сбыта предприятия, в ведении которого находится тарное хозяйство. Этот расчет ведется на основе производственной программы предприятия, количества и номенклатуры намечаемой к выпуску на планируемый год тарированной продукции и норм расхода тарных и упаковочных материалов на единицу тары.

Потребность в таре определяется отдельно для тары, получаемой со стороны в готовом виде, и тары, изготовляемой на месте (предприятии, хозяйстве).

Норма расхода материалов на производство единицы тары зависит от технологии производства, вида, породы и сорта сырья, размеров, конструкции изготовляемой тары. Нормы расхода тары на упаковку продукции подразделяются на индивидуальные и групповые (укрупненные). Индивидуальная норма устанавливается на единицу упаковываемой продукции определенного вида в соответствующий вид тары. Укрупненные нормы рассчитываются на усредненную единицу затариваемой продукции, без подразделения ее по ассортименту и предприятиям.

При планировании потребности в тарных материалах большое значение имеют измерители расхода их. В настоящее время натуральным показателем при планировании и учете производства деревянных ящиков является плотный кубометр содержания древесины в чистоте, а натуральным измерителем гофрированного картона – весовой измеритель. Эти показатели несовершенны, они сдерживают выпуск тонкостенной тары. Поэтому производство ящичных комплектов деревянной тары должно планироваться в тыс. кубометров и млн. условных штук, а картонных ящиков – в млн. условных штук.

Каждое предприятие на основе выявленной потребности в таре составляет заявку на тару и тароупаковочные материалы.

Потребность народного хозяйства в таре и тарных материалах из года в год возрастает, однако удовлетворяется она еще не полностью. Одна из причин этого – недостаточно повторное использование тары. Коэффициент оборачиваемости деревянной тары в настоящее время по стране в среднем составляет около 1.5 т.е. повторно используется примерно 50% учитываемой в переходящих остатках количества тары.

Основной причиной небольшого коэффициента оборачиваемости тары является низкий технический уровень таро ремонтной базы и имеющиеся недостатки в организации сбора и ремонта тары. Широкое использование возвратной тары – огромный резерв экономии древесины и других материалов. На ремонт деревянной тары при повторном использовании расходуется в 5-7 раз меньше древесины, чем при производстве новой. Так, например, на каждом миллионе повторно используемых ящиков экономится примерно 13 тыс. м³ древесины и около 26 т металла, а на миллионе бочек – около 71 тыс. м³ древесины и 2,3 тыс. т оброчной стальной ленты.

В 2020 году многократное использование тары осуществляется в основном по двум направлениям: тара, в которой поставщик отпускает товар, не продается покупателю, а остается собственностью поставщика, поэтому после высвобождения она подлежит возврату поставщику (так называемая инвентарная тара); тара, в которой поставщик отгружает материал или изделие, продается вместе с товаром, но подлежит после ее высвобождения сдаче особым товарособирающим организациям (так называемая возвратная тара). К этой группе относится, например, вся деревянная тара (ящики, бочки, решетки и т.д.).

Инвентарная тара должна кроме обычной маркировки содержать инвентарный номер и клеймо с наименованием предприятия, которому она принадлежит. Условия и сроки возврата ее регулируются правилами поставки на различные виды продукции.

За инвентарную тару потребитель продукции вносит залог. Размер его различен в разных отраслях, но, как правило, выше стоимости тары, что должно стимулировать своевременный её возврат.

Инвентарная тара обычно используется в пределах определенного расстояния между поставщиком и потребителем (так называемого радиуса обращения), которое колеблется в пределах от нескольких десятков до сотен километров.

Возврат поставщикам бывшей в употреблении тары определенной номенклатуры является обязательным для всех предприятий и организаций, получающих материалы в таре.

Срок и порядок возврата тары, а также штрафы за несвоевременный возврат и за нарушение действующих норм возврата тары устанавливаются специальными инструкциями и особыми условиями поставки материалов.

Деревянная тара подлежит возврату в следующих размерах: заливные бочки – 90%, сухотарные бочки – 80%, фанерная тара – 70%, ящичная тара – 70% от общего количества, поступившего на склад. Кабельная тара (барабаны, катушки) при однородном товарообороте подлежит обязательному возврату полностью, а при неоднородном - 80%.

Картонные ящики из-под продукции производственно-технического назначения при одногородних поставках подлежат возврату не менее 75%, а при иногородних – 65 %.

Тара из-под химической продукции подлежит возврату: баллоны стальные – 100%, барабаны железные – 80%, бочки железные – 100%, бидоны железные – 90%, флаконы стеклянные в корзинах и решетках – 90% и т.д.

Предприятия, стойки и другие организации, получающие продукцию производственно-технического назначения в деревянной, картонной и другой таре, после распаковки обязаны использовать освободившуюся тару прежде всего на упаковку собственной продукции.

Важнейшим показателем целесообразности повторного использования отремонтированной тары является экономия древесины. В табл. 1 приводятся показатели расхода древесины на изготовление новой и на ремонт возвратной тары.

Экономия древесины при использовании возвратной тары взамен новой.

Виды тары	Расход древесины на 1000 условных единиц тары, м ³		Экономия древесины от применения возвратной отремонтированной тары, м ³
	на изготовление новой тары	на ремонт возвратной тары	
Ящики деревянные	27	1,89	25,11
Бочки деревянные	77,4	7,74	69,66
Ящики картонные	6,3	0,03	6,27

Источник: КС МНЭ РК

В целях увеличения повторного использования тары необходимо: бережно вскрывать тары не допуская ее поломки; правильно осуществлять хранение новой и отремонтированной тары, а также тары, требующей ремонта; установить жесткие сроки сдачи тары потребителями; сократить нормативы хранения товаров в транспортной таре; совершенствовать организацию ремонта тары; ввести эффективную систему материального стимулирования за сохранность тары и своевременное ее возвращение.

Все эти мероприятия позволят обеспечить значительную экономию дефицитных материалов и государственных средств.

Тарное хозяйство на многих промышленных предприятиях является отстающим участком вспомогательного производства и недостаточно оснащено современными машинами и автоматами для изготовления тары и упаковки продукции. Исключение составляют лишь предприятия, где продукция упаковывается в массовом количестве в потребительскую тару.

Например, для налива и расфасовки жидких продуктов в банки, бутылки и другую мелкую потребительскую тару широко используют разливные и другие автоматы. Упаковка промышленной продукции во внешнюю (транспортную) тару и распаковка пока еще недостаточно автоматизированы и в большинстве своем осуществляются вручную.

Важным условием сохранения качества тары для ее повторного использования является бережное обращение с ней при поступлении, вскрытии и упаковке материалов, а также при перемещении и хранении. Для вскрытия тары используется следующий инструмент? Молоток-гвоздодер, топорик-молоток, трубчатый гвоздодер, деревянный молоточек, набойка для деревянных и металлических обручей, клин металлический, ножницы и нож для вскрытия мешков.

Для обтяжки ящиков проволокой или металлическими лентами используют либо трещотку, либо специальные стяжные приборы.

Упаковочная продукция, подлежащая отгрузке, маркируется красками, тиснением, вышивкой, а в тех случаях, когда ее невозможно нанести на товарные места, ее наносят на ярлыки (бирки), некоторые прикрепляются к товарным местам.

Большинство предприятий, изготавливающих новую и ремонтирующих старую тару, имеют небольшую мощность, где работы по изготовлению и ремонту тары осуществляются в основном вручную. Себестоимость изготовления и ремонта тары в этих случаях довольно велика.

Наличие таких мелких тарных предприятий затрудняет проведение каких-либо эффективных мероприятий направленных на механизацию процессов производства, внедрение прогрессивной технологии и унификации типоразмеров тары.

Осуществляются строительство новых таро ремонтных предприятий и реконструкция действующих на базе комплексной механизации и применения современного деревообрабатывающего и тарного оборудования.

Разработаны типовые проекты таро ремонтных предприятий и цехов, предусматривающих ремонт возвратной тары и переработку одних видов тары на другие.

На таро ремонтных предприятиях предусматриваются разборка и ремонт деревянных ящиков, ремонт бочек, переработка тары производственно-технического назначения на ящики ходовых размеров, ремонт и переработка картонных ящиков.

Для хранения тары собственного производства, а также тары, получаемой со стороны (внешних поставщиков), на промышленных предприятиях и материальных базах устраиваются специальные склады. На промышленных предприятиях склады тары находятся в ведении отделов сбыта.

Деревянная тара должна храниться в штабелях правильной формы. Перед укладкой в штабель тару предварительно сортируют: ящики – по видам материала, типам, размерам и назначению, бочки – по емкости и назначению (наливные, сухотарные и т.д.). Годную для использования тару хранят отдельно от тары, требующей ремонта. При укладке деревянных ящиков в штабель первый ряд укладывается на подстопное место или твердое покрытие пола вверх дном, а последующие ряды крышкой вверх или набок. Для устойчивости штабеля ящики укладываются с перевязкой швов. Последний ряд укладывается вверх дном. В каждый штабель укладываются ящики только одного размера. Высота штабеля принимается различная: при ручной укладке ящиков – 2,1 м, при механизированной – до 4,0 м и более, но при этом устойчивость штабеля должна быть обеспечена.

Таро материал, полученный от разборки тары, освобожденный от гвоздей, проволоки и стальной ленты, рассортированный по толщине, рекомендуется укладывать на поддоны и хранить в штабелях несколько рядов по высоте. Укладку поддонов с таро материалами в штабеля рекомендуется производить электропогрузчиками или кранами-штабелерами.

Склады деревянной и картонной тары являются пожароопасными, поэтому на этих складах должны строго соблюдаться правила пожарной безопасности.

Для механизации работ на складах тары используются различные тележки, малогабаритные погрузчики, краны-штабелеры и другие механизмы.

Целесообразно на складах тары использовать подвесные грузонесущие люлечные конвейеры легкого типа. При помощи этих конвейеров тара, подлежащая ремонту, может подаваться в цехи и из цехов на склад отремонтированной тары.

В зависимости от рода деятельности, в каждой компании существует своя особая система дистрибуции. Но все же есть общие критерии, которые организация всегда должна учитывать при построении каналов сбыта.

К основным критериям можно отнести:

- Поиск дистрибьюторов. Предполагает поиск оптовых или розничных продавцов, которые будут реализовать товар производителя, и заключение с ними договоренностей на поставку и реализацию товара;
- Построение системы логистики. Предполагает формирование места хранения товарных запасов, а также способа и сроков доставки товаров для дистрибуторов;
- Подбор персонала. Наем на работу экспедиторов, специалистов по логистике, торговых представителей и других сотрудников, без которых система дистрибуции не сможет работать;

- Построение системы маркетинга в розничных сетях. Для эффективного продвижения товаров в рознице необходимо создать рекламную продукцию, способствующую продвижению товара в розничных сетях, а также наладить систему мерчандайзинга.

Для того чтобы выстроить эффективную, работающую систему дистрибуции в любой отрасли рынка, в первую очередь нужно учитывать массу определяющих факторов, как-то: период жизненного цикла компании, бренда, продукта, существующее положение дел с дистрибуцией и т.д. Не следует забывать и о соизмеримости амбиций компании, производящей продукт, и этапа развития самого продукта. Кроме того, важно понимать, что нельзя применить действенную модель системы дистрибуции крупной, развитой компании к компании с «молодым» брендом.

Беря во внимание различие этапов развития компании и бренда, разнятся и факторы оптимизации отношений компании с дистрибьюторами. На начальной фазе развития в тандеме «компания-дистрибьютор» важно минимизировать отсрочку платежей, чтобы ускорить возврат и оборот денежных средств. Кроме того, для всех важно оптимизировать условия оплаты, взаиморасчетов и ценовые условия.

Каналы продвижения деревянной тары могут быть трех видов: прямые, косвенные и смешанные.

1. Прямые каналы связаны с перемещением товаров и услуг без участия посреднических организация, когда продвижение товаров создается на основе прямых хозяйственных взаимоотношений с потребителями по схеме: производитель - конечный потребитель. Конечный потребитель - тот, кто использует продукцию для удовлетворения своих потребностей. Этот вариант используется в случае, когда производитель не желает отдавать часть прибыли посредникам, когда спрос на товар высокий, товар высокодоходный.

2. Косвенные каналы связаны с перемещением товаров и услуг сначала от изготовителя к незнакомому участнику - посреднику, а затем от него - к потребителю. Такие каналы обычно привлекают предприятия и фирмы, которые с целью увеличения своих рынков и объемов сбыта, согласны отказаться от многих сбытовых функций и расходов, и соответственно, от определенной доли контроля над сбытом, а также готовы несколько ослабить контакты с потребителями.

В этом случае производитель лишается части прибыли в пользу посредника. Здесь опять существует несколько вариантов. Несмотря на то, что при наличии посредников производитель теряет часть прибыли, их использование объясняется в основном непревзойденной эффективностью в обеспечении широкой доступности товара и доведения его до целевых рынков. Благодаря своим контактам, опыту, специализации и размаху деятельности

посредники предлагают фирме больше того, что она обычно может сделать в одиночку. Так, например, работа нескольких производителей через одного дистрибьютора, который устанавливает контакты с несколькими производителями, способствует значительной экономии времени, денег, а также сокращает объем работы.

3. Смешанные каналы объединяют черты первых двух каналов продвижения товаров. Естественно, изготовитель заинтересован сбывать свою продукцию непосредственно потребителям при наличии собственных региональных складов и торговых точек. Но, прежде чем прибегнуть к прямому маркетингу (прямой сбыт), менеджеры изготовителя должны убедиться в том, что продукция предприятия может быть полностью реализована.

В случаях, когда содержание промежуточных складов обходится изготовителю достаточно дорого за счет эксплуатации дорогостоящего оборудования, это вызывает необходимость перехода к прямому маркетингу. Тем не менее, сбытовые промежуточные склады изготовителей играют важную роль в системе товародвижения. При этом изготовители с помощью прямых контактов с потребителями через свой сбытовой персонал могут проводить более концентрированные и своевременные мероприятия для продвижения своей продукции.

Для каждого канала продвижения товара существуют свои сильные и слабые стороны, которые необходимо учитывать в зависимости от финансового состояния компании

Широкое распространение получили фирменные магазины производителей деревянных изделий. Можно отметить основные моменты, связанные с открытием таких магазинов.

Какова бы ни была цель создания собственной розничной структуры, фирменные магазины в той или иной степени формируют положительный образ компании, следовательно, увеличивают косвенную прибыль.

11. Описание сложившейся конъюнктуры рынка по продукту/услуге проекта

Производство деревянных и пробковых изделий за три квартала 2019 года составило 16,3 млрд тг, индекс промышленного производства к соответствующему периоду прошлого года показал сокращение выпуска — всего 97,1%. Годом ранее производство составляло 15,5 млрд тг, при ИПП в 101,7%.

В целом же, за 2018 год объем выпуска в секторе составил 23,7 млрд тг, а ИПП — 138,4%.

Среди регионов РК по объёму производства древесины и изделий из нее и пробки лидирует ВКО: 3,6 млрд тг.

Второе и третье места соответственно занимают город Алматы (3,2 млрд тг) и Костанайская область (3,1 млрд тг). Заметный рост объема производства наблюдается в Павлодарской области: более чем вдвое, до 1,7 млрд тг.

В натуральном выражении выпуск деревянных окон и дверей сократился на 3,1%, до 3,9 млн кв. м. Также в минусе производство распиленных, расколотых и раскромоченных лесоматериалов и железнодорожных и трамвайных деревянных шпал: на 1,4%, до 925,9 тыс. куб. м.

В то же время зафиксирован заметный рост производства деревянной тары: за год плюс 16,6%, до 2,1 млрд тг. Выпуск прочих изделий из дерева увеличился на 13,6%, до 826,9 млн тг.

Цены предприятий-производителей на необработанную древесину выросли за год, к третьему кварталу 2019-го, на 0,3%.

При этом брёвна хвойных пород уменьшились в цене на 0,3%, лиственных — на 0,7%; также подешевели круглые лесоматериалы для распиловки — как хвойных пород (на 0,4%), так и лиственных (на 0,8%).

Мебельная и деревообрабатывающая промышленность в Казахстане после спада производства в 2015 году из-за глобального финансового экономического кризиса динамично развивается и создает предпосылки для роста экономического потенциала страны в 2019.

Объем товарооборота деревообрабатывающей и мебельной промышленности в 2019 году составил 1,9 млрд. долл. США.

Экспорт составляет всего 2,3% от всего товарооборота, то есть 41,5 млн. долл. США.

Объем импорта в 2019 году равен 1 720,8 млн. долл. США, что составляет 97,7% от общего объема товарооборота. Таким образом, Казахстан по продуктам данной отрасли является импортоориентированной страной как по всей отрасли, так и в разрезе секторов и групп товаров.

Экспорт казахстанской древесины и древесных изделий осуществляется в Россию, Таджикистан и Афганистан.

В географии импорта продукции деревообрабатывающей и мебельной промышленности основными поставщиками являются Россия, Китай и Украина, из них:

-импорт древесины и древесных изделий происходит из России, Китая и Украины,

-импорт бумаги и бумажной продукции - из России и Турции,

-импорт мебели - из России, Украины, Беларуси, Китая и Италии.

В целом география товарооборота по продукции деревообрабатывающей и мебельной промышленности в основном состоит из стран СНГ.

Доля поставок в страны СНГ в общем экспорте составляет 80,6%, а доля импорта - 62,9%.

Объем взаимной торговли Казахстана со странами-членами Таможенного союза в 2019 году в разрезе продукции мебельной и деревообрабатывающей отрасли составил 834,4 млн. долл. США, что выше уровня 2017 года более чем в 2 раза.

Доля импорта товаров из России составила 42,5%, из Беларуси – 6%.

По запасам и размерам леса Восточного Казахстана на первом месте занимают хвойные леса. Они состоят из кедровых, елочных, кедровых деревьев. На втором месте колочные сосновые леса, на третьем – горные леса, состоящие из Тянь-Шанской, ели. Производственный кооператив «Казахстан» Зырянского района Восточно-Казахстанской области выпускает пиломатериалы, мачты, деревянные изделия. Годовой объем переработки составляет 5 тысяч кубических метров.

В Казахстане горные леса Рудного Алтая занимают 1,5 миллиона гектаров, в Восточно – Казахстанской области-1,5 миллиона гектаров. На долю саксаульников приходится 50% всей площади лесов, но в них только 2,1% древесных запасов. По запасам и размерам леса Восточного Казахстана на первом месте занимают хвойные леса. Они состоят из кедровых, елочных, кедровых деревьев.

В последние годы в области развивается деревообрабатывающая отрасль. Особенно активно идет строительство жилья из дерева. Для этого в регионе налажено сотрудничество с лесным хозяйством и его пользователями. Только в Зырянском районе переработкой древесины занимаются десятки индивидуальных предпринимателей. В результате в районе более 100 человек получили постоянную работу, а в чистом деревянном доме и бане спросили с других регионов страны. В Восточно-Казахстанской области ежегодно разрешается перерабатывать 2 тысячи кубометров древесины. Однако, пользуясь лесным фондом в регионе, лесовладельцы осваивают лишь 10-15 процентов от заданного предельного объема.

В области переработки древесных отходов и опилок налажено производство. На начало 2020 года в регионе высажено 200 тысяч деревьев в год. Таким образом, для экономического роста ежегодно формируется большой фонд. Исполнительная власть готова поддержать новые проекты в деревообрабатывающей отрасли. А помогают производителям брикетов, применяемых в качестве топлива для финансовой, инфраструктуры, ожидается, что в завод необходимо открыть.

За 2019 год экспорт продукции деревообработки по стране составил 5,5 млн долларов, импорт-500 млн долларов. Через таможенные пункты, расположенные в ВКО, ежегодно вводят около 10 млн долларов продукции,

только 400 тыс. долларов экспортируется. В связи с сложившейся ситуацией в этом направлении, эта тенденция будет продолжаться.

Основными лесообразующими породами являются сосна, пихта, ель, кедр и лиственница. Для ведения лесного хозяйства в области функционируют 13 государственных учреждений. Их основными задачами являются сохранение лесов от пожаров и самовольных порубок, лесовосстановление, проведение лесозащитных мероприятий.

Для хранения оригинальных семян в области выделено 1,7 млн. долларов США. создано 18 особо охраняемых природных территорий, на площади 3,1 тыс. га. Это Маркакольский и Западно-Алтайский государственные природные заповедники, Катон-Карагайский государственный национальный природный парк, государственный лесной природный резерват «Семей орманы», 8 государственных природных заказников, 1 республиканский памятник природы и 5 областных памятников природы. Основной деятельностью которых является сохранение и восстановление биологического разнообразия, проведение научно-исследовательской, рекреационной и эколого-просветительской деятельности. В перспективе планируется дальнейшее развитие системы особо охраняемых природных территорий, расширение существующих и организация новых особо охраняемых природных территорий в Сауырском, Тарбагатайском, Зайсанском котловинах.

Необходимо отметить, что после роста в 2016 году на 30,9% производство деревянной тары в стране начало резко снижаться. По итогам первого квартала оно составило 58,2% от показателей предыдущего года. Как и в случае с сыром, чем дальше – тем хуже: в феврале 2017 года было произведено продукции на 212,2 млн тенге, в марте – на 67,1 млн.

Производство деревянной тары подпортило общую статистику отрасли: показатели других направлений деревообработки выросли за год от 14,5 до 131,7%.

12. Анализ существующей и прогнозируемой конъюнктуры спроса на образующуюся в результате реализации проекта продукцию (товары/услуги) - проблемы, решения, статус реализуемых проектов

В 2020 году наличие в государстве лесных ресурсов не является решающим фактором. К примеру Россия, обладающая 25% лесов, столкнулась с уязвимостью пожарной безопасности, несанкционированных вырубок, заражения деревьев и крупных убытков, понесенных от этого. В 2020 году на переработке зарабатывает Япония, в которой нет лесов, но она занимает прочную нишу в сфере мебельной промышленности (8,1% во всем мире), а также является крупным поставщиком шпона и фанеры. Финляндия, которая

перерабатывает леса на северо-западе РФ, при том не задействует и охраняет свои ресурсы.

На мировом рынке преобладают крупные холдинги и корпорации, но основой мебельных и деревообрабатывающих рынков все равно являются предприятия среднего и малого бизнеса. В системе и объемах разработки мебельной и деревообрабатывающей промышленности Италии они составляют 70%, Румынии — 70%, Словении — 65%, Германия — около 60%. Предприятия МСБ берут ориентир на производство коммерческих заказов для внутренних рынков, и уникальных образцов для внешних рынков.

Существуют три основных классических канала сбыта продукции:

- Прямые продажи.
- Тендеры, электронные торги и площадки.
- Интернет-сайты.

Любой из этих каналов сбыта подходит для реализации деревянной тары. Не стоит забывать также, что для каждого канала необходимо понимание целевой группы: кто будет ваш клиент, в какой сфере находится его деятельность, объемы потребления и т.д.

К крупным потребителям деревянной тары можно отнести предприятия сельского хозяйства, машиностроения, металлургии, пищевой и текстильной промышленности, транспортировку грузов оборонительного комплекса и множественные транспортно-логистические предприятия.

Организация производства - дело непростое, требующее затрат сил, финансов и времени, но не все так страшно, как может показаться в начале. В любом случае результат в виде готовой продукции и понимания, что делается действительно важное и нужное дело, совместно с получаемой прибылью, принесет удовлетворение от процесса.

В 40-е годы после вступления в противостояние с гитлеровской коалицией США – одного из крупнейших поставщиков оборудования, гуманитарных грузов, военного вооружения – деревянные паллеты и поддоны стали пользоваться огромным спросом. Возникла острая необходимость в модернизации, ускорении и удешевлении процесса перевозки грузов.

Появляется первый стандарт их исполнения для применения для большинства существующих погрузчиков – размерность 1,2*1,2 м. Буквально за год участия Северной Америки в войне технология складирования и перевозки товаров паллетами и поддонами облетела все крупные распределительные складские центры, расположенные на территориях, подконтрольных Союзникам.

Тогда же на рынках США появляются заявки на мировое лидерство по производству паллет. Первым, кто стал массово предлагать такую тару, оказалась крупная американская компания Clark.

Современные паллеты чаще выполняются деревянными. По мере развития спроса оптимизировалась и система их стандартизации:

- в дополнение к первым массивным вариантам 1,2*1,2 м появились адаптированные модели 1,2*1 м и 1,2*0,8 м;
- по всему миру приняты свои системы стандартов – ICO, EPAL в Европе (европаллеты), ГОСТ в РФ, USFWP в США.

Сфера их эффективного применения давно не ограничена перевозками или складированием. Паллеты актуальны в любом бизнесе и даже в частном хозяйствовании.

Из б/у деревянных поддонов современные владельцы домов, мебельщики, творческие студии создают настоящие шедевры:

- вчерашние изделия становятся основой оригинальных беседок в стиле лофт (поддоны для мебели садового типа применяются не только на частных участках, но и в больших дачных хозяйствах);
- поддоны часто превращаются в стеллажи для организации гаражного пространства;
- из деревянных конструкций делают предметы мебелировки для квартир, домов, дач, коттеджей. Мебель из поддонов в силу своей прочности, экологичности, эксклюзивности и износостойкости пользуется немалым спросом.

Казахский ЛПК, соответствуя стратегии «Казахстан — 2030» является одной из главных точек экономического роста вследствие следующих факторов:

- Территориальная близость к лесам РФ;
- Мощные резервы простаивающих ресурсов на северо-востоке Республики;
- Самовозобновление ресурсов лесного сырья, вследствие рационального пользования, что отличается от невозобновляемых запасов нефти и газа;
- Воплощение в жизнь масштабных инвестиционных программ в бумажной, мебельной и деревообрабатывающей производственных отраслях;
- Организация производства по глубокой переработке дерева по ЦДС в плитной промышленности;
- Впечатляющий объем внутренних и близко расположенных наружных рынков лесной продукции, уверенно возрастающий спрос на лесопroduкцию, при активном росте строительства, развития туризма, также придорожной и производственной инфраструктурных объектов;
- Реализация принципов системной цепи стоимости товара от заготовки до безотходной переработки сырья;

- Плодотворное воздействие на рост государства за счет значительного мультипликативного эффекта;

- Применение ограничения на экспорт сырья из Казахстана в круглом виде простимулировало наиболее глубокую переработку дерева внутри страны.

Однако нынешняя сырьевая база расходуется очень нецелесообразно. Приостановлено производство плитных конструкций, из-за технической неполноценности в сферах лесозаготовки и лесопереработки, введения строгих административных запретов, в значительной мере снижен объем заготовки леса. Крупнейшие заводы, специализирующиеся на массовом производстве мебели, закрыты или простаивают без работы.

13. Описание уже реализованных проектов (функционал объекта, преимущества и недостатки)

По Данным КС МНЭ РК по статистике в сентябре 2019 года в Республике Казахстан было зарегистрировано 373 предприятия с видом экономической деятельности. Основную долю всех предприятий составляют малые предприятия с численностью работников до 50 человек – 361 предприятие (96,8%).

Распределение количества зарегистрированных предприятий по «Деревообрабатывающей промышленности» в разрезе регионов в 2019 году

	Всего, единиц	в том числе по размерности			Удельный вес региона, %
		малые	средние	крупные	
Республика Казахстан	373	361	10	2	100,0
г.Алматы	146	142	4		39,1
Карагандинская	31	30		1	8,3
г.Нур-Султан	10	10			2,0

Жамбылская	29	29			7,8
Туркестанская	24	20	3	1	6,4
Костанайская	21	21			5,6
Восточно- Казахстанская	40	40			11,4
Павлодарская	15	15			4,0
Алматинская	13	11	2		3,5
Кызылординская	9	9			2,4
Северо- Казахстанская	9	9			2,4
Актюбинская	8	8			2,1
Западно- Казахстанская	8	7	1		2,1
Мангистауская	6	6			1,6
Атырауская	3	3			0,8
Акмолинская	1	1			0,3

Источник: КС МНЭ РК

Наибольшее число предприятий с видом экономической деятельности зарегистрировано в г. Алматы – 146 предприятий (39,1%) из которых 142 малой размерности и 4 крупных предприятия с численностью работников более 250 человек.

Наиболее крупные игроки (крупные и средние предприятия) в секторе производства деревянных изделий зарегистрированы в 5 регионах страны: г. Алматы (4 предприятия), Туркестанской (4 предприятия), Алматинской (2 предприятия) и по одному предприятию расположено на территории Западно-Казахстанской области.

Наименее всего развито производство деревянных изделий в Атырауской и Акмолинской областях, в которых зарегистрировано 3 и 1 предприятие соответственно.

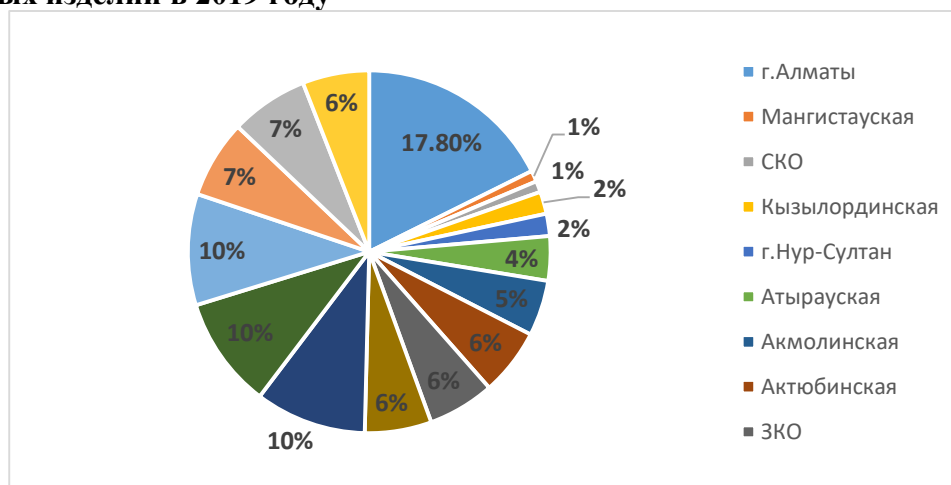
Количество действующих предприятий по производству деревянных изделий

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Республика Казахстан	116	111	115	112	95	84
Акмолинская	2	3	4	4	4	4
Актюбинская	4	4	5	5	4	5
Алматинская	9	7	10	8	10	8
Атырауская	2	2	1	2	2	3
Западно-Казахстанская	5	4	5	5	7	5
Жамбылская	5	4	4	4	1	5
Карагандинская	18	16	18	17	12	8
Костанайская	8	10	8	7	7	5
Кызылординская	2	4	4	4	4	2
Мангистауская	1	2	2	2	1	1

Туркестанская	7	6	5	5	4	6
Павлодарская	8	7	10	6	7	8
Северо-Казахстанская	5	5	4	4	4	1
Восточно-Казахстанская	9	7	6	7	7	6
г.Нур-Султан	10	8	8	7	4	2
г.Алматы	21	22	21	25	17	15

Источник: КС МНЭ РК

Региональное распределение действующих предприятий по производству деревянных изделий в 2019 году



Источник: КС МНЭ РК

Если зарегистрированных предприятий насчитывается более 300 единиц, то по состоянию на 2019 год деревянные изделия производили только 84 предприятия.

Как показывает диаграмма, распределение действующих предприятий по их количеству, представлено во всех регионах достаточно равномерно. Но анализ, сделанный в рамках этого обследования, показал, что неравноценные игроки представлены по регионам в плане объемов выпуска продукции.

ТОО «Семипалатинский деревообрабатывающий завод №1» — единственный производитель большеформатной фанеры повышенной водостойкости (марка ФСФ) в Республике Казахстан.

Строительство завода стартовало 25 января 2012 года, а уже в мае 2012-го завод выдал первую партию готовой продукции. Установленное оборудование позволило начать выпуск высококачественной фанеры толщиной от 4 мм до 30 мм из различных пород древесины, полностью соответствующую требованиям Государственных стандартов Республики Казахстан.

В 2013 году на заводе была проведена модернизация существующего и установка нового, более мощного оборудования. Это способствовало увеличению производственной мощности и повышению конкурентоспособности завода за счет повышения качества выпускаемой продукции.

Компания **ТОО «PALLETY.KZ»** работает на рынке с 2013 года.

Основные направления деятельности:

1. производство и продажа деревянной тары — поддоны (паллеты), ящики, коробки, паллетные борта.

2. продажа подержанных (б/у) поддонов, их покупка, ремонт, утилизация.

У нас есть все лицензии и разрешительные документы.

Безопасность получения услуг или работ в рамках заявленного качества, их соответствие всем нормативам, установленным законодательством или иными правовыми актами.

Ежегодно восстановление и возвращение в оборот несколько тысяч использованных поддонов, внося свой вклад в защиту окружающей среды. Затем, чтобы полностью удовлетворить потребности клиентов, осуществлялось расширение деятельности, запустив производство новых поддонов и паллет. Увеличение ассортимента. Работа с мелким и крупным оптом, осуществление доставки по Алматы и в любой город в РК. Мы можем предложить всех комплекс услуг, полный сервис, всю технологическую цепочку: от производства до доставки.

Производство поддонов в ручном режиме и на полуавтоматической производственной линии.

Благодаря эффективной организации производства, в котором есть отдельные секции для выпуска больших и малых серий, осуществляется производство поддонов любых размеров экономичным способом.

ТОО «PALLETY.KZ» производит деревянные поддоны, паллеты, евро-поддоны и деревянные ящики разных размеров и грузоподъёмности. Также изготовление в любых объемах ящики под ваши размеры.

За счет того, что:

- Закуп древесины у заготовителей без посредников,
- Производятся поддоны в ручном режиме и на полуавтоматической производственной линии, в котором есть отдельные секции для выпуска больших и малых серий,
- Предлагается весь комплекс услуг от производства, продажи до доставки и утилизации.

Не менее важным направлением деятельности компании является покупка поддонов, как у юридических лиц, так и у граждан. При этом компания может обеспечить их вывоз и последующую сортировку. Закупка поддонов/паллет в любом состоянии (хорошие, сломанные, поврежденные и т.п.). В то же время предлагается возможность экологической утилизации совсем негодных поддонов и паллет.

Осуществляется изготовление деревянных ящиков, заслуживающих внимания из-за экономичности и экологической чистоты, так же фанерных ящиков, выгодных из-за малого веса и компактности. Если габаритный груз и нужна тара нестандартного размера, то ящики делаются под любые размеры.

Военные ящики широко используются не только для перевозки различного вооружения, патронов и т.п., но и для перевозки медикаментов и лекарств.

ТОО «Томский Лес» — динамично развивающееся предприятие, являющееся одним из лидеров в Алматы по упаковке промышленных грузов высококачественной, прочной и экологически безопасной упаковкой. Кроме того, Компания «Томский Лес» занимается изготовлением деревянных контейнеров для транспортировки и хранения плодоовощной продукции (яблоки, картофель, капуста, морковь, лук и пр.).

ТОО «ЛиМ Компания»- столярный цех, занимающиеся производством деревянных и фанерных ящиков, контейнеров под яблоки и картофель для хранения, нестандартная тара для транспортировки оборудования, подарочной деревянной тары любых видов и размеров, лотки под хлеб, ящики под керн и многое другое, по техническим характеристикам заказчика. Адрес: г.Алматы, пр.Рыскулова, 57.

ТОО «RAFET» - производитель деревянной тары из сосны, березы, тополя оптом и в розницу:

- Европоддоны (европаллеты) новые и б/у любых сортов (1200x800)
- Широкие поддоны (американцы) (1200x1000)
- Аналог европоддона
- Облегченные поддоны
- Паллетные борта 1200x800

Также маркировка поддонов логотипом по заказу.

Адрес: Алматинская область, пос. Утеген Батыра, ул. Батталханова, 18
ТОО “ПоддонТорг” - производитель деревянных паллет:

- Евро-стандарт (1200x800x145)
- Стандарт (1200x1000x145)

В паллетах высшего и первого сорта допускается трещина, не превышающая норму, то есть не более 5-25 см на доску, в новых - не более 5 см. Влажность новых паллет не превышает нормы.

Адрес: г. Алматы, Рыскулова, 61е

ТОО “Europal” - компания, которая занимается производством европаллетов с 2010 года, с применением немецкой технологии и по стандартам ГОСТ.

14. SWOT-анализ - определение и оценка потенциальных сильных и слабых сторон, возможностей и угроз товаров, работ, услуг, предлагаемых в рамках реализации проекта (обязательно указываются используемые источники информации проведения маркетинговых исследований с приложением отчетов)

Тара – особый вид промышленных изделий, предназначенный для укладки и упаковки различных материальных ценностей. В таре материальные ценности предъявляются к перевозке транспортным организациям и хранятся в ней при транспортировке и хранении на складах. Производством, ремонтом и использованием тары в стране занимаются многие предприятия и организации.

В 2020 году применяется деревянная, картонная и бумажная тара, тара из полимерных материалов, металлическая, стеклянная, текстильная, комбинированная и другие виды тары. Наиболее широко применяется деревянная, картонная, бумажная и полиэтиленовая тара. Объем потребления деревянной и картонной транспортной тары в стране из года в год возрастает.

Деревянная тара является наиболее массовым видом тары для упаковки различной продукции. В общем балансе деревянная тара занимает более 70%, ей принадлежит второе место (после строительства) по потреблению древесины в народном хозяйстве. Для упаковки продукции используется дощатая и фанерная тара, а также тара из древесностружечных и древесноволокнистых плит. Для изготовления ящичной тары используются хвойные и лиственные породы: ель, сосна, пихта, осина, дуб, липа, бук и каштан. Для изготовления фанерных ящичков используется фанера из березы, бука, ольхи, осины и сосны.

Большим преимуществом фанеры является то, что она легче и прочнее других материалов, изготовленных из древесины. Деревянная тара используется в виде ящичков, решеток, бочек, барабанов, катушек и др.

Ящичная тара из досок, древесноволокнистых плит и фанеры применяется для упаковки различной продукции: обуви, спецодежды, валяно-войлочных, меховых, стеклянных, фарфоровых изделий, а также различных металлоизделий, запасных частей, оборудования и др. Деревянные ящики, используемые для упаковки продукции, могут быть разборные и неразборные. Для крупных изделий (машинного оборудования) стенки ящиков изготавливаются в виде щитов, соединяемых между собой на месте упаковки. Детали ящиков соединяются гвоздями. Для дополнительного крепления используются стальная лента, проволока, винты, болты, металлические угольники, скобы и др. Ящики для отправки продукции на экспорт изготавливаются из строганных пиломатериалов.

Для упаковки продукции легкой промышленности целесообразно использовать деревянные ящики из тонких дощечек. Внешние размеры таких ящиков могут быть различны – от 200х100х200мм до 1300х750х750 мм. Вес упакованной продукции достигает 200 кг.

Целью SWOT - анализа является эффективное использование ресурсов, оптимизации действий деревообрабатывающей отрасли по использованию внешних факторов. Для того чтобы успешно выживать в долгосрочной перспективе организация должна знать свои сильные и слабые стороны, уметь прогнозировать то, какие трудности могут возникнуть на ее пути в будущем и то, какие новые возможности могут открываться для нее.

SWOT - анализ

Сильные стороны	Слабые стороны
Наличие квалифицированного персонала	Наличие старого оборудования и удовлетворительное качество продукции
Проверенный и надежный поставщик сырья	Слабая маркетинговая политика
Удобное месторасположение предприятий, близость к транспортным магистралям	Наличие сильных конкурентов
Постоянный растущий спрос на деревянную тару высокого качества	Отсутствие государственной поддержки
Большой выбор каналов продаж и форм поставки поддонов	Конкуренция со стороны местных производителей тары и поддонов
Возможность формирования индивидуального подхода к запросам клиентов по объему поставку паллет	Некачественная работа персонала, в том числе нарушение режима технологии производства паллет

Быстрая адаптация к быстро меняющемуся рынку	
Возможности	Угрозы
Высокий спрос на деревянную продукцию	Низкая рентабельность отрасли
Разработка и выпуск новых видов продукции	Угроза банкротства
Привлечение инвесторов	относительно высокая конкуренция на рынке производства поддонов;
Расширение бизнеса за счет увеличения типов производимой тары, например, производство деревянной упаковки для высокотехнологичного оборудования;	Снижение платежеспособности потребителей коммерческого сектора, общее снижение спроса на деревянную упаковку и паллеты:

Сильные стороны

Наличие квалифицированного персонала. В условиях рыночных отношений важнейшим конкурентным преимуществом является человеческий ресурс в виде высокого квалифицированного, мотивированного персонала и профессионального менеджмента.

Традиционно конкурентные преимущества объединяют в две группы - высокого и низкого ранга. Каждая из этих групп дает общую характеристику персонала: так, преимущества высокого ранга предполагают наличие квалифицированного персонала, длительный период его активного использования с целью увеличения доходов и максимизации прибыли, а преимущества низкого ранга связаны с наличием дешевой рабочей силы, ее доступностью.

Проверенный и надежный поставщик сырья. На ранних стадиях рынка от снабжения требовалось только одно - постоянное наличие необходимого товара. Позднее стали требовать минимальную цену. Потом пришла пора качества и дополнительного сервиса. Относительно недавно многие рынки, в частности, рынок деревообрабатывающей продукции, вошли в такую фазу развития, которая требует создания конкурентных преимуществ совместно с поставщиками. Высшей формой партнерства является форма, при которой цепочка поставок от трех до четырех компаний является единой системой логистики — вертикальная интеграция. Такая форма партнерства позволит реально повысить конкурентоспособность всех предприятий в цепи создания ценности. Например, единственным преимуществом местных производителей перед импортом является способность производить больше того, что продается, по более низкой цене, быстрее импортеров и перестать делать то,

что не продается. В таком объединении можно обмениваться информацией по вопросам продаж и планов производства с целью уменьшения складских запасов и сокращения времени на освоение новой продукции, реально сокращать время выполнения заказов клиентов и др.

Удобное месторасположение предприятий, близость к транспортным магистралям. Многие предприятия, которые перешли на организацию производства по принципам логистики стали рациональнее организовывать весь производственный цикл. Благодаря этой концепции стали рациональнее использовать кредиты на покупку материальных ресурсов, рациональнее осуществлять закупку сырья и материалов, выбирать поставщиков, организовывать процесс производства продукции, рациональнее стали осуществлять процесс распределения готовой продукции, а также связанные с этим информационные процессы, сопровождающие все стадии организации производства. Благодаря соблюдению всех этих условий, предприятия, перешедшие на систему организации производства по принципам логистики, стабильно обеспечивают конкурентоспособность. Это своевременное завоевание новых рынков сырья, материалов и товаров. Это удобная доставка продукции, ее упаковка, если необходимо, то инструкции по использованию продукции, предоставление гарантии.

Слабые стороны

Наличие старого оборудования. Большинство промышленных предприятий нашей страны работают на морально и физически устаревшем оборудовании произведенном 20 и более лет назад. Основными недостатками данного оборудования являются низкая ремонтпригодность в связи с отсутствием запчастей, относительно низкий уровень производительности и качества выпускаемой продукции, частые простои из-за выхода из строя отдельных узлов оборудования, большие затраты времени на поиск неисправности. Для решения этой проблемы наилучшим способом является установка современного оборудования взамен устаревшего. Но основным препятствием для реализации данного способа зачастую служит высокая стоимость нового оборудования. При этом существует необходимость в остановке данной части технологической линии производства или снижения объемов производства на время проведения демонтажных работ, работ по подготовке к установке нового оборудования и проведения монтажных и пусконаладочных работ.

Лесопродукция, как и любой другой вид промышленной продукции, должна соответствовать определенным нормам качества. Для этого необходимо правильно организовать производство и выстроить технологический процесс.

Слабая маркетинговая политика. Маркетинговая политика является частью общей политики бизнеса и описывает только совокупность правил, взглядов и устремлений компании в отношении ее рыночной деятельности. Политика фиксирует маркетинговый подход компании, когда "удовлетворение потребностей рынка" является основополагающим мериллом всей деятельности компании, – от принципов создания самого бизнеса, выбора вектора развития, до создания продуктов и реализации товаров и услуг. Неэффективная маркетинговая стратегия предприятия или отсутствие маркетинговой системы как таковой в его деятельности приводят к тому, что остаются невостребованными гибкость и ресурсные возможности различных подсистем предприятия, что, в свою очередь, снижает экономическую эффективность деятельности предприятия в целом.

Наличие сильных конкурентов. Конкурентная среда окружает все предприятия, существующие в условиях рынка, ведь лишь в единичных ситуациях конкуренты отсутствуют, например, так бывает, когда компания внедряет на рынок некий инновационный товар.

Отсутствие государственной поддержки в деревообрабатывающей отрасли Казахстана. Существует ошибочное, но получившее распространение мнение, что деревообрабатывающая отрасль – экономически неперспективная. «Между тем эта отрасль существует, отечественные деревообрабатывающие предприятия выпускают продукцию, которая конкурентоспособна не только в госзакупках, но востребована у крупных частных компаний. В Национальном агентстве по технологическому развитию существуют гранты для предприятий. Однако, по его словам, до 2014 года деревообрабатывающие предприятия не входили в список приоритетных отраслей, в связи с чем не могли рассчитывать на получение каких-либо средств из бюджета.

Возможности

Высокий спрос на деревянную продукцию. Высокий спрос на деревянные ящики объясняется просто: любой покупатель рассчитывает получить свой товар в целостности и сохранности, а каждый уважающий себя поставщик обязан обеспечить груз надежной, удобной и гигиеничной упаковкой. Качественная деревянная тара надежно защищает грузы от любых логистических рисков, обеспечивает удобство погрузки и разгрузки, а также позволяет длительное время хранить товары в неблагоприятных климатических условиях без нарушения целостности упаковки и возможной порчи продукции.

Изготовление деревянных ящиков требует от производителя прямого доступа к большим объемам сырья, а также наличия современных производственных комплексов, оснащенных технологическим оборудованием и автоматизированными линиями для сборки самых разнообразных

модификаций тары из дерева. При наличии соответствия ГОСТ 10198-91, предназначенную для упаковки габаритных грузов массой свыше 200 кг спрос на подобные изделия увеличивается.

Разработка и выпуск новых видов продукции. По примеру Уральского тарного завода в Екатеринбурге необходимо наладить производство собственной тарной продукции в Казахстане. Нашей стране необходимо предусмотреть строительство новых и реконструкцию действующих специализированных тарных предприятий по производству экономичных видов тары: ящичков и лотков из тонкой дощечки и шпона и разборно-складных ящичков, армированных проволокой. Внедрение тонкостенных ящичков и лотков вместо обычных дощатых позволит сэкономить деловую древесину и даст дополнительной прибыли на каждый миллион ящичков.

Привлечение инвесторов. За годы Независимости в Казахстане проделана большая работа в инвестиционной сфере. Первые десятилетия суверенитета республика активно принимала предложения иностранных инвесторов вложиться в новые перспективные проекты. В годы становления Казахстан нуждался во внешней поддержке, и именно приток иностранных инвестиций мог способствовать планомерному развитию экономики страны и, даже в какой-то степени, стать драйвером роста. Казахстан — это новые возможности и огромный потенциал для выгодного вложения инвестиций. Республика занимает стратегически важное местоположение, имеет благоприятную среду для ведения бизнеса, защиту прав инвесторов и инвестиционные стимулы.

Угрозы

Из-за отсутствия регулярной государственной поддержки, деревообрабатывающая отрасль имеет низкий статус рентабельности. Отрасль деревообработки никогда не входила в приоритетные, на которые направлялись различные меры серьезной государственной поддержки. Предприятия развивались самостоятельно, надеясь только на свои силы. И этих сил хватало только на развитие механической обработки, простого лесопиления. Но радует то, что некоторые начали проявлять интерес и изучать возможности создания производств по глубокой переработке древесины. Рынок лесной и деревообрабатывающей продукции в республике выглядит таким образом, что мы импортозависимые на 95%. При этом 99% всей входящей к нам продукции, а это пиленный лес, пиломатериалы, круглый лес, поступает из России. Продукция более глубокого передела – различные плиты – импортируется также из Европы – Польши, Венгрии. С учетом импортируемого ассортимента наши производители в определенной степени зависимы от цен на импортную продукцию. Иногда это позитивно сказывается на наших производителях, иногда отрицательно. Если продукция реализуется

на не удаленных рынках, то соотношение цена-издержки – стоимость импорта, как правило, в пользу.

15. Основные выводы и рекомендации

В условиях сложившегося мирового кризиса нашей стране необходимо переориентировать свою экономику путем импортозамещения. Импортозамещение — прекрасный способ усилить экономику, создать новые производства, рабочие места и улучшить качество жизни жителей страны. Поэтому, в Казахстане, как и других странах Мира, стимулируется развитие местного производства.

Как мы знаем, 2020 год объявлен годом поддержки отечественных товаропроизводителей, и это хороший принцип поддержки малого и среднего бизнеса. Статья 17 Предпринимательского кодекса и специальный порядок государственных закупок, утвержденный Постановлением Правительства от 10 апреля 2020 года, дает отечественным товаропроизводителям преимущественное право заключения договоров с заказчиками на поставку товаров, работ и услуг, что в свою очередь существенно облегчает участие в конкурсных процедурах и смягчает конкурентную среду. В условиях закрытия границ, снижения поставок, роста цен, как ни странно, есть и определенные преимущества для отечественных производителей, вышеуказанные меры со стороны государства дают дополнительный импульс к развитию местного производства.

Следует отменить запрет на вывоз отдельных видов изделий из лесоматериалов. Это позволит казахстанским предприятиям деревообрабатывающей промышленности использовать собственные и завозимые лесные ресурсы, развивать глубокую переработку низкосортной древесины с поставкой изделий на внутренний и внешние рынки. При наличии собственного сырья, глубокой переработки и должной государственной поддержке (субсидии, выгодные кредиты) повысится инвестиционная привлекательность.

Важно упомянуть, что большинство предприятий занятые тарным производством в нашей стране, являются лишь филиалами либо представительствами Российских тарных заводов.

Большинство промышленных предприятий нашей страны работают на морально и физически устаревшем оборудовании произведенном 20 и более лет назад. Основными недостатками данного оборудования являются низкая ремонтпригодность в связи с отсутствием запчастей.

Стоимость различного рода деревообрабатывающих предприятий на территории нашей страны варьируется от 4 млн до 220 млн тенге. Такая

большая разница обусловлена различными затратами на оборудование и разницей в потенциале производственной мощности продукции.

Однако отрасль эта капиталоемкая, и сроки окупаемости проектов длительные. В связи с запретом на экспорт в лесной промышленности прекратилась глубокая переработка древесины, и отрасль стала инвестиционно непривлекательной. Имеющаяся сырьевая база лесных ресурсов используется крайне нерационально, мощности деревообрабатывающей промышленности загружены в среднем на 20–40%, в основном из-за отсутствия оборотных средств у предприятий. Не закредитованность отрасли критическая, но казахстанские компании не готовы брать длинные займы в таких условиях.

Аналогично обстоят дела и с иностранными инвестициями. Канадские компании проявляют интерес к Казахстану, однако их останавливают сомнения в стабильности инвестиционного климата и отсутствие доступной информации по законодательному регулированию отрасли.

Что до потенциала, то он сохранился. В 2020 г. в Центральной Азии нет крупного производства древесно-стружечных плит, а спрос на них постоянно растет. При имеющемся крайне низком качестве лесных насаждений рентабельно только плитное производство и выпуск топливных брикетов.

В последние 10–15 лет в Казахстане не было особо успешных проектов в деревообработке, многие дошли до банкротства. Частично это были инвестиционные ошибки: существенно упал спрос, где-то не оказалось хорошего управления. Импортные поставки в начале 2020 г. покрывают спрос, но, как правило, в мире плиты не возят дальше, чем за 500 км. В Алматы, например, транспортное плечо увеличивает себестоимость на невероятные 30%.

Необходимо отметить, что после роста в 2016 году на 30,9% производство деревянной тары в стране начало резко снижаться. В феврале 2019 года было произведено продукции на 212,2 млн тенге, в марте – 2019 года на 67,1 млн.

Проблемами проекта деревянной тары также являются низкая производительность труда, отсталые от мировых аналогов технологии, а также отсутствие стандартов качества.

В отличие от деревянной тары, производство поддонов на полуавтоматизированной линии выглядит наиболее предпочтительным вариантом деревообрабатывающей промышленности. Это обусловлено несколькими причинами: высокая рентабельность, лояльные стандарты, ограничение на импорт изделий и обилие потенциальных клиентов. Низкие требования к работникам позволяют нанять малоквалифицированный персонал на небольшую зарплату. Законодательство жестко регулирует ввоз европоддонов, тем самым создавая благоприятную среду для внутреннего

производства и наращивая конкуренцию среди местных производителей. Таким образом производство паллет, в отличии от производства деревянной тары является инвестиционно привлекательным.

Исполнитель

Абишев У.С.

ОТЧЕТ
по результатам маркетингового исследования
ПРОИЗВОДСТВО ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ

Подготовлен в рамках проведения маркетинговых исследований в приоритетных секторах Государственной программы поддержки и развития бизнеса «Дорожная карта бизнеса – 2025»

Отрасль: Производство детского питания и диетических пищевых продуктов (код ОКЭД - 10.86)

Заказчик: Национальная палата предпринимателей «Атамекен»

Исполнитель: Абишев У.С.

г. Нур-Султан, 2020

СОДЕРЖАНИЕ

1. Описание отрасли, существующие проблемы и тенденции.....	3
2. Оказываемая поддержка отрасли.....	14
3. Перспективы отрасли в рамках реализации проектов (объем рынка, планируемые проекты, обоснование спроса в будущем)	19
4. Определение возможности и целесообразности реализации проекта	31
5. Внутреннее производство.....	35
6. Производственные мощности	45
7. Внешняя торговля.....	47
8. Размер рынка	51
9. Обзор цен	54
10. Потребительское поведение.....	57
11. Описание сложившейся конъюнктуры рынка по продукту/услуге проекта.....	61
12. Анализ существующей и прогнозируемой конъюнктуры спроса на образующуюся в результате реализации проекта продукцию (товары/услуги) - проблемы, решения, статус реализуемых проектов	67
13. Описание уже реализованных проектов (функционал объекта, преимущества и недостатки).....	71
14. SWOT-анализ - определение и оценка потенциальных сильных и слабых сторон, возможностей и угроз товаров, работ, услуг, предполагаемых в рамках реализации проекта (обязательно указываются используемые источники информации проведения маркетинговых исследований с приложением отчетов).....	79
15. Основные выводы и рекомендации	81

1. Описание отрасли, существующие проблемы и тенденции

Рынок детского питания делится на три больших сегмента:

1. Заменители женского молока (сухие или жидкие)

- наиболее современные адаптивные смеси, содержащие сывороточные белки, обогащенные таурином и другими биологически активными веществами;
- адаптированные казеиновые формулы;
- частично адаптированные смеси;
- смеси, предназначенные для детей старше 6 месяцев.

2. Продукты прикорма

- соки и пюре фруктовые, овощные, мясные, с молоком или со злаками;
- каши - сухие и готовые;
- детская вода и готовые блюда для детей.

3. Продукты для лечебного питания детей, различные виды продуктов, предназначенные для диетотерапии наследственных болезней обмена веществ, пищевой аллергии, лактозной недостаточности и других ферментопатий.

Заменители материнского молока предназначены для вскармливания детей первого года жизни. Их состав максимально приближен к грудному молоку по большинству пищевых факторов. Индустрия детского питания выпускает как жидкие, так и сухие молочные смеси. Эти смеси вырабатываются с усовершенствованным составом белков, что достигается путем частичной замены казеина коровьего молока сывороточными белками. Смеси бывают как пресные, так и кисломолочные. Поскольку дети раннего возраста — это группа особого риска, медико-биологические требования к производству заменителей грудного молока очень жесткие как по показателям пищевой ценности, так и безопасности.

Производству продуктов для прикорма требования менее жесткие, но гигиенические параметры, обеспечивающие безопасность тоже очень строги.

Продукты для лечебного питания детей включают широкий ассортимент продуктов, предназначенных для вскармливания детей до 1 года жизни, а также для питания в более старшем возрасте до 3-х лет. К ним относят обогащенные сухие молочные смеси и биологически активные добавки с лизоцимом, бифидобактериями и их сочетанием. Продукты лечебного питания предназначены для включения в рацион лечебного и профилактического питания с целью замены традиционных продуктов, не рекомендуемых для отдельных детей по медицинским показаниям. Эти продукты должны отличаться от традиционных по химическому составу, энергетической ценности и физическим свойствам. Основное требование к производству продуктов этого сегмента — соответствие медицинским нормам и показаниям.

Все три сегмента развиты примерно в одинаковой степени. Каждый из них является необходимой частью ежедневного рациона ребенка. Однако самые малоразвитые категории относятся ко второму сегменту — это специальные продукты для детей, такие, как детская вода, десерты, готовые обеды и т.д.

Понятия молочных продуктов детского питания

1. Под продуктами детского питания понимаются пищевые продукты, предназначенные для питания детей в возрасте до 14 лет и отвечающие соответствующим физиологическим потребностям детского организма.

2. Под продуктами детского питания на молочной основе понимаются продукты детского питания, произведенные из коровьего молока или молока других сельскохозяйственных животных с добавлением немолочных компонентов в количестве не более 20 процентов от общей массы этих продуктов или без их добавления.

3. Под продуктами детского питания для детей раннего возраста понимаются продукты детского питания, предназначенные для питания детей в возрасте от рождения до трех лет.

4. Под адаптированной молочной смесью (заменителем женского молока) понимаются продукты детского питания для детей раннего возраста, произведенные в жидкой или порошкообразной форме из молока сельскохозяйственных животных, белков сои (за исключением белков, полученных из сырья, содержащего генно-инженерно-модифицированные организмы), максимально приближенные по химическому составу и свойствам к женскому молоку и отвечающие физиологическим потребностям детей первого года жизни.

5. Под продуктами прикорма понимаются продукты детского питания для детей первого года жизни, вводимые в их рацион в качестве дополнения к женскому молоку, адаптированным молочным смесям (заменителям женского молока) и (или) последующим смесям и произведенные из продуктов животного и (или) растительного происхождения с учетом возрастных физиологических особенностей детей.

6. Под последующей смесью понимаются продукты детского питания для детей первого года жизни, произведенные на основе молока сельскохозяйственных животных, белков сои (за исключением белков, полученных из сырья, содержащего генно-инженерно-модифицированные организмы) и адаптированные или частично адаптированные для питания детей в возрасте старше шести месяцев.

7. Под продуктами детского питания моментального приготовления для детей раннего возраста понимаются сухие продукты детского питания для детей раннего возраста, восстанавливаемые до готовности в домашних условиях путем разведения питьевой водой, молоком, адаптированной молочной смесью или

соком, температура которых не должна быть ниже 30 градусов Цельсия. Не допускается применение понятия "инстантный продукт".

8. Под продуктами детского питания для детей дошкольного возраста понимаются продукты детского питания, предназначенные для питания детей в возрасте от трех до шести лет.

9. Под продуктами детского питания для детей школьного возраста понимаются продукты детского питания, предназначенные для питания детей в возрасте от шести до 14 лет.

10. Под кашами на молочной основе, готовыми к употреблению, понимаются продукты детского питания на молочной основе для детей раннего возраста, произведенные из различных круп, молочных продуктов и (или) молкосодержащих продуктов с введением немолочных компонентов или без их введения.

11. Под безлактозными продуктами понимаются специализированные продукты детского питания, содержание лактозы в которых составляет не более 0,1 грамма на один литр такого готового к употреблению продукта.

12. Под низколактозными продуктами понимаются специализированные продукты детского питания, содержание лактозы в которых составляет не более 10 граммов на один литр такого готового к употреблению продукта.

Сырье

По консистенции и химическому составу продукты для детского питания должны соответствовать возрастным особенностям и удовлетворять потребности растущего организма. Гигиенические требования к пищевой ценности и безопасности этих продуктов представлены в «Медико-биологических требованиях и санитарных нормах качества продовольственного сырья и пищевых продуктов».

Молоко коровье, предназначенное для производства детских молочных продуктов, должно иметь определенное количественное и качественное соотношение белков, жиров, углеводов, витаминов и других компонентов. Так, в молоке для детей до года уменьшают в 2—3 раза массовую долю белка. Дефицит линолевой кислоты компенсируется добавлением растительного масла.

Сухие детские молочные продукты вырабатывают неадаптированные и адаптированные при использовании цельного или обезжиренного молока. Цель адаптации молока — снижение массовых долей белка и зольных элементов, изменение жирнокислотного состава (добавление эссенциальных жирных кислот), повышение массовой доли углеводов и витаминов.

При производстве продуктов детского питания с помощью технологических операций изменяют состав белков молока таким образом, чтобы продукт в желудке ребенка коагулировал в виде мелких хлопьев.

Важнейшими показателями качества сухих молочных консервов являются пищевая ценность, усвояемость и стойкость при хранении. На изменение качества сухих молочных продуктов влияет сезон года. Степень окисленности молочного жира продукта, выработанного весной, в 2 раза выше, чем летнего. Наиболее подвержен окислительной порче продукт зимней выработки, а самый стойкий — полученный в летний период. Это объясняется повышенным содержанием в летнем молочном жире естественных антиокислителей.

На стойкость сухих молочных продуктов влияет содержание влаги, которое не должно значительно превышать уровень влаги мономолекулярного слоя. Массовая доля влаги для сухого молока и сухих молочных смесей должна быть от 2 до 4%.

Сохраняемость сухих молочных продуктов зависит также от герметичности и качества тары, способа фасования, укупорки и хранения.

Детские смеси должны быть максимально приближены по своему составу к грудному женскому молоку. Чаще всего смеси для искусственного вскармливания изготавливаются на основе коровьего или козьего молока. На производствах детского питания проводится приближение состава молочных смесей к составу женского молока по всем компонентам - белковому, углеводному, жировому, витаминному, минеральному. Такие смеси называют адаптированными. Адаптация белкового (протеинового) компонента заключается в снижении общего уровня белка до 1,4-1,6 г/100 мл в готовой молочной смеси, что почти соответствует уровню белка в женском молоке - 0,8-1,2 г/100 мл. Это делается для того, чтобы предупредить неблагоприятное воздействие избытка белка на пищеварительный тракт и незрелые почки малыша.

Еще одним моментом адаптации является введение в заменители женского молока белков молочной сыворотки, которые по своему составу приближены к женскому молоку. В отличие от белка-казеина, преобладающего в коровьем молоке, сывороточные белки в процессе пищеварения образуют в желудке более нежный и легкоусвояемый сгусток.

Большинство детских молочных смесей содержат свободную аминокислоту - таурин, которая необходима для правильного формирования центральной нервной системы малышей, т.к. принимает участие в развитии органа зрения и головного мозга, а также улучшает процесс всасывания и усвоения жиров. Для детей первых месяцев жизни эта аминокислота незаменима, так как самостоятельно начинает синтезироваться в организме из цистеина и серина только у детей старше 1,5 месяцев. Адаптация жирового компонента молочных смесей максимально направлена на приближение их жирно-кислотного состава к составу женского молока, т.е. на производстве выполняют частичную или полную замену молочного (животного) жира на смесь растительных масел

(кукурузного, соевого, кокосового, подсолнечного, пальмового и др.). Благодаря этому в детской смеси существенно повышается содержание незаменимых полиненасыщенных жирных кислот (ПНЖК): линоленовой, докозогексаеновой, эйкозопентаеновой, линолевой -незаменимых факторов питания. Для нормального синтеза жирных кислот необходимо достаточное количество карнитина - витаминоподобного азотистого вещества, позволяющего адекватно развиваться центральной нервной системе малыша, формировать иммунную защиту организма.

Для адаптации углеводного компонента в молочную смесь добавляют лактозу. Лактоза влияет на организм следующим образом: улучшает процессы пищеварения, способствует развитию в пищеварительном тракте лакто- и бифидобактерий, которые угнетают рост "нежелательных" микробов.

Вместе с минеральными веществами молочные смеси обогащают водо- и жирорастворимыми витаминами. К ним относятся витамины А, D, Е, К, В, В2, В3, В6, В12, РР, С.

Для максимального приближения к качеству женского молока в некоторые молочные смеси добавляют нуклеотиды (это указывается на упаковке) - вещества, являющиеся материалом для построения РНК и ДНК клеток, тем самым ускоряется рост и развитие органов и систем организма.

Основные показатели качества

ГОСТ 30626-98 «Продукты молочные сухие для детского питания»

При проведении экспертизы молочных консервов определяют органолептические показатели — вкус и запах, консистенцию, цвет, а также пищевую ценность продукта. В сухих молочных консервах определяют массовую долю влаги, жира, белка, индекс растворимости, степень чистоты. Из показателей безопасности контролируют содержание токсичных элементов, микотоксинов, пестицидов и радионуклидов. Из микробиологических показателей проверяют КМАФАнМ (Количество мезофильных аэробных и факультативно-анаэробных микроорганизмов), БГКП (Бактерии группы кишечной палочки), патогенные микроорганизмы (в том числе сальмонеллы, плесени, дрожжи).

При экспертизе молочных сгущенных консервов определяют массовую долю влаги, сахарозы, сухих веществ, титруемую кислотность, вязкость, чистоту, размеры кристаллов лактозы. Проводят экспертизу показателей безопасности — содержание токсичных элементов, микотоксинов, пестицидов, антибиотиков, низина (для стерилизованных продуктов). Микробиологические показатели сгущенных молочных консервов такие же, как и сухого молока.

Сегодня детское питание становится объектом особого внимания со стороны родителей, и это совсем не удивляет.

К качеству того, что употребляют в пищу дети и из чего строится их организм, необходимо присматриваться хотя бы по причине того, что время от времени приходится иметь дело с безответственными продавцами, которые выкладывают на прилавки просроченные товары, или с производителями, которые нарушают все нормы и создают продукты, фактически опасные для ребенка.

Детский организм имеет завышенные требования к качеству питания, и это вполне объяснимо, ведь ему нужен качественный строительный материал, а его печень и почки не способны еще полноценно выводить токсины и опасные вещества. Обмен веществ в организме ребенка ускорен, и это также становится фактором риска.

Таким образом, детское питание должно быть:

1. Лишенным консервантов и концентратов
2. С указанным и не просроченным сроком годности
3. Состоящим из тех компонентов, что не опасны для ребенка

Только при учете всех этих факторов, а также и ряда других более глубоких показателей, можно сказать, что продукт действительно подходит для ребенка и не вызовет побочных эффектов.

Каждая категория продуктов отличается составом и имеет ограничения по возрасту. Наибольшей популярностью пользуются продукты прикорма, которые занимают около 80% доли рынка Казахстана всего детского питания. Это детское пюре и смеси, которые используют от рождения и до трех лет.

Питание для детей изготавливается на основе таких продуктов:

1. молоко. Молочные смеси выпускают в виде порошка или готового раствора, они бывают кисломолочные и пресные. Преимущественно это адаптированные смеси, которые максимально приближены по составу к материнскому молоку. К этой категории относится детское питание для новорожденных и детей до 12 месяцев;

2. плодовоовощная основа. В этой категории представлены консервированные соки, пюре и смеси из овощей (кабачки, тыква, картофель), ягод и фруктов (яблоко, черная смородина, вишня, груша, цитрусовые). Смеси на овощной основе – это детское питание до года (от трех месяцев) и старше;

3. зерновая основа. Для изготовления такого детского питания используется мука из овса, пшеницы и гречки. В ассортименте продукции детские макароны, молочные каши и растворимое печенье. Возрастная рекомендация – от пяти месяцев;

4. мясо и рыба. Смеси на основе мясного сырья различают по степени измельчения - крупноизмельченная, пюре и гомогенизированный состав. Степень измельчения подбирается в соответствии с возрастом ребенка. Мясное детское питание содержит злаковые культуры, молочный белок и крахмал.

На каждой стадии роста и развития ребенка подбираются конкретные продукты.

По технологии производства все продукты детского питания можно разделить на две большие группы – сухие (обезвоженные) и жидкие или полужидкие продукты, в том числе продукты готовые к употреблению.

Наиболее широко в индустрии детского питания представлены сухие продукты с содержанием влаги не выше 10% - пищевые концентраты. Ассортимент концентратов для детского питания разнообразен, включает в себя как заменители женского молока, так и продукты для прикорма. В зависимости от назначения и рецептуры обезвоженные злаковые и овощные продукты детского и диетического питания подразделяют на следующие группы:

- получила развитие категория – готовые к употреблению продукты в порционной упаковке, ассортимент которой также включает адаптированные молочные смеси;
- продукты для прикорма – жидкие каши. Эти продукты не требуют добавления жидкости и срок их годности определяет не наличие консервантов, а способ упаковки.

В каждой стране имеется свой регламент требований к производству и реализации продуктов детского питания. В Казахстане осуществляется постоянный контроль качества продукции, реализуемой на территории, а также наблюдение за осуществлением контроля качества на заводах-производителях детского питания, широко представленного на их рынках.

Коэффициент рождаемости в Казахстане на 1000 человек в 2019 году составлял 21,73%, тогда как в 2009 году этот показатель был 22,14%.

Даже с учетом кризиса и возможного снижения рождаемости, та масса малышей, которые уже родились, нуждаются в детском питании.

Рынок представлен двумя категориями cereals (каши и пюре) и formulas (смеси). В РК низкая доля по производству упакованного детского питания, поэтому все товары в данной категории импортируются.

Рождаемость в Казахстане находится на подъёме: каждый год в стране рождается около 402310 малышей; с 2009 по 2019 средние темпы роста числа родившихся составили более 12,9%. Это обеспечивает рост рынка детских товаров на 3% в год.

Родители в первые годы жизни ребёнка тщательно подходят к выбору наиболее важных детских товаров – детского питания и подгузников, стараясь выбрать для них самое лучшее.

Если учесть общее повышение реального располагаемого дохода и развитие представленности категорий в магазинах, то становится понятен секрет успеха участников рынка детского питания и подгузников: за последние два года темпы

роста объема продаж на обоих рынках превысили 35% в стоимостном выражении.

Рынок детских товаров Казахстана является практически полностью импорто-зависимым. Согласно анализу внешней торговли, 77,9% внешнего товарооборота детскими товарами приходится на пять стран: Китай (31,9%), Россию (27,9%), Польшу (9,7%), Кыргызстан (4,5%), Турцию (3,9%), другие страны (22,1%). В ходе исследования, был также выявлен объем регулярного реэкспорта детского питания и подгузников в Кыргызстан, Туркменистан, Монголию и Таджикистан, при этом с созданием Таможенного союза отмечается несколько крупных поставок из Казахстана в Россию игрушек и детской одежды.

Основная доля взаимной торговли детским питанием приходится на Российскую Федерацию – 72,6%, на Республику Беларусь – 27% и на Республику Казахстан – 0,4%.

На рынке потребление сдвигается в сторону натуральной экологически чистой продукции. Несмотря на то, что натуральное молоко, сметана, кефир и йогурты дороже, именно их все чаще выбирает среднестатистический покупатель. А потому будущее именно за такой натуральной продукцией.

Казахстанские производители молочной продукции имеют все шансы занять свои ниши на этом рынке. И в первую очередь, на рынках Китая и Юго-Восточной Азии, где у Казахстана есть явные географические преимущества.

Перспективы использования кобыльего молока для детского и диетического питания: молоко и молочные продукты, как постоянный и важнейший источник большинства витаминов, аминокислот и высших жирных кислот, которые имеются в природе занимают особое место среди продуктов питания. В нем имеются почти все жирорастворимые и водорастворимые витамины, известные в природе. Имунные тела, содержащиеся в молоке, повышают устойчивость организма к инфекционным заболеваниям, тем самым молоко и молочные продукты проявляют иммуномодулирующую, иммуностимулирующую активности при потреблении. Молоко и молочные продукты с древних времен используются не только для питания, но и в лечебных целях.

Популярность кобыльего молока, как полноценного молочного продукта возрастает повсюду и применяется в лечебно- профилактическом направлении и в детском питании.

Здоровье человека закладывается в детском возрасте. Следовательно, и правильное питание, будучи одним из важнейших механизмов формирования здоровья, в детском возрасте оказывается особенно важным. В 2020 году дефицит микронутриентов остается острейшей проблемой в области питания во всех странах мира. У большей части детского населения Казахстана и всего мира выявлены нарушения питания, обусловленные как недостаточным потреблением пищевых веществ, в первую очередь витаминов, макро- и микроэлементов,

полиненасыщенных жирных кислот, так и нерациональным их соотношением. Недостаточное потребление витаминов и других микронутриентов наносит существенный ущерб здоровью: повышается детская смертность, замедляются рост и развитие детей, снижаются физическая и умственная работоспособность, сопротивляемость различным заболеваниям.

Оптимизация качественного и количественного состава продуктов, потребляемых основной массой детского населения, — важнейшая задача современной индустрии по производству пищевых продуктов для детского питания. Наиболее эффективный и экономически доступный способ кардинального улучшения обеспеченности детского населения макро- и микронутриентами, витаминами и другими 2 полезными веществами — регулярное включение в рацион специализированных пищевых продуктов, способных восполнить недостаток данных веществ, полностью соответствует физиологическим потребностям ребенка, характерным именно данному возрасту. Проблема детского питания в плане укрепления здоровья подрастающего поколения посредством введения в рацион специализированных продуктов, содержащих все необходимые макро- и микроэлементы, может быть решена посредством внедрения в производство продуктов из молока для детского питания.

Популярность молока, особенно как продукта для лечебного и детского питания, возрастает повсюду, в том числе и за рубежом. По содержанию питательных веществ и энергетической ценности молоко может конкурировать с молоком других животных. По результатам многочисленных исследований было выявлено, что молочная смесь приближена к женскому и переваривается быстрее, чем коровье. Поэтому молочная смесь является одним из перспективных направлений для производства продуктов детского питания. Как подтвердили многочисленные исследования, дети, выросшие на таком молоке по своему развитию, не отличаются от тех, кто был на грудном вскармливании.

В составе сухого молока альбуминового компонента значительно много, а доля казеина в нем относительно низкая. За счет наличия в молоке лизоцима и лактоферрина, оно имеет иммуностимулирующую, иммуномодулирующую, противораковую, бактерицидную активности.

В детском питании содержание жира значительно низкое, а содержание лактозы превосходит некоторые виды молока жвачных животных. Полиненасыщенные жирные кислоты (ПНЖК) в составе детских смесей имеют высокий показатель. ПНЖК является ключевым фактором правильного функционирования работы мозга и метаболизма у детей первого года жизни. Имеются многочисленные результаты работ об их содержании в грудном молоке.

Кроме того, детская смесь отличается высоким содержанием аскорбиновой кислоты (до 8 мг/100 мл). Средняя энергетическая ценность одной порции

продуктов детского питания – 41-49 ккал, то есть 204 кДж., это гораздо ниже, чем в коровьем, козьем и верблюжьем молоке. В этой связи данный продукт можно использовать для диетического назначения.

Продукты детского питания, как аналог натурального продукта питания, обладающий необходимым набором полезных компонентов в естественно усвояемой форме, до сих пор не оценено по достоинству касательно его полезных свойств.

Из молока производят ассортимент детского питания. Действие молока на организм человека многогранно. Он в более короткий срок, чем лекарства, улучшает аппетит, регулирует сон, деятельность пищеварительных желез и отравление кишечника. Молоко обладает антибактериальной активностью. Это самая сильная характеристика. Он оказывает бактерицидное и бактериостатическое действие на возбудителей туберкулёза и кишечных инфекций. Научные и клинические исследования свидетельствуют о высокой активности кумыса при лечении язвенной болезни желудка и двенадцатиперстной кишки, хронического гастрита и хронического энтероколита, функциональных расстройств желчного пузыря и толстой кишки, хронических неспецифических заболеваний легких, атеросклероза, гипертонии. Отмечены хорошие результаты курсового лечения при функциональных расстройствах центральной и вегетативной нервной системы, при заболеваниях сердечно-сосудистой и кроветворной систем. Молоко увеличивает уровень гемоглобина в крови, способствует исчезновению гиповитаминоза, повышает защитные силы организма. Привлекают внимание новые данные о геронтологических и противоопухолевых свойствах.

Учитывая уникальный состав, легкую усвояемость и диетические свойства молока, нерационально использовать это сырье только на производство в одном направлении. Оно может с успехом служить основой для производства специализированных молочных продуктов для детского и диетического питания. Потому что, нарушение структуры питания в детском и подростковом возрасте зачастую служит причиной многих заболеваний, возникающих у взрослого человека (артериальная гипертония, подагра, сахарный диабет, ожирение, атеросклероз и др.).

Производство продуктов из молока для детского питания является новым перспективным направлением в пищевой промышленности в силу уникальности свойств кобыльего молока, биологическая и лечебная ценность которого не подвергается сомнению.

Использование молока для производства разнообразных продуктов на его основе сдерживается слабой изученностью вопросов технологии переработки молочного сырья, стабилизации химического состава и технологических свойств молока в различные сезоны года и месяцы лактации кобыл.

Производство и реализация в Казахстане осуществляются во всех регионах страны. Наиболее крупные объемы наблюдаются в Туркестанской, Карагандинской, Жамбылской, Алматинской, Костанайской областях.

Популярность этого продукта возрастает. Популярностью пользуется лечебное питание молоком.

Из Германии пришла идея молочного коневодства, которая распространяется в другие страны, в том числе в Казахстан. Кобылье молоко в качестве детской смеси производят в Австрии, Голландии, Италии, Бельгии, где также проявляется интерес медицины к кобыльему молоку.

В Нидерландах производство кобыльего молока, хотя и не имеет пока такого широкого распространения как в Германии, также является весьма перспективным бизнесом. На конских молочных фермах, помимо продукции из свежего кобыльего молока, также производится разнообразный ассортимент косметических товаров на основе кобыльего молока.

Производители в Голландии также придерживаются мнения, что самый лучший способ лечебного и диетического питания – это пить свежесвыдоенное кобылье молоко. Но поскольку такой способ недоступен массовому потребителю в Голландии также изобрели способ конвертирования молока в порошок. Порошок, полученный в результате сублимационной сушки, сохраняет свойства натурального молока. Однако в Голландии запрещено использовать кобылье молоко в медицинских целях, как это принято в Германии.

Сухой концентрат кобыльего молока в качестве лечебного продукта производят также и в Австрии. Изготавливают концентрат по новейшей австрийской технологии (вымораживание при определенной температуре экологически чистого натурального кобыльего молока) с добавлением очень актуальных на сегодняшний день препаратов: селена, кремния, цинка. Производится также иммуностимулирующая косметика на кобыльем молоке.

В лаборатории технологии переработки и хранения продукции «Казахского научно-исследовательского института пищевой и перерабатывающей промышленности» разрабатывается технология промышленного выпуска комбинированных продуктов детского и диетического питания на основе кобыльего молока.

Новизной данной исследовательской работы является научное обоснование и практическая реализация комплексного подхода к разработке технологии комбинированных продуктов детского и диетического питания на основе кобыльего молока путем направленного формирования их защитных свойств посредством обогащения биологически активными добавками на основе растительных наполнителей.

А также разрабатывается рецептура и оптимизация технологических режимов обработки, ферментации, стабилизации молочнокислых продуктов из животного молока.

2. Оказываемая поддержка отрасли

Реализуются Государственная программа развития:

- Стратегический план развития Республики Казахстан до 2025 года;
- Единая программа поддержки и развития бизнеса «Дорожная карта бизнеса 2025»;
- Программа развития продуктивной занятости и массового предпринимательства на 2017- 2021 годы;
- Программа по привлечению инвестиций "Национальная инвестиционная стратегия" 2018- 2022 годы.
- Экономика простых вещей –
- Программа действий Казахстанского делового совета АПК «Агробизнес – 2025»

Несмотря на реализацию приоритетных программ, остается много нерешенных проблем в обновлении инфраструктуры и развитии материально технической базы, технологическом переоснащении сооружений и реконструкции орошаемых массивов, сохранении и обновлении кадрового состава работников, привлечении квалифицированных кадров.

Эти факты имеют косвенное отношение к определению границ отрасли детского питания. Из определения отрасли следует, что основным фактором, определяющим границы отрасли, является товар.

Очевидно планируемый эффект от реализации государственной и отраслевых программ может быть достигнут путем обязательного научно-технологического развития – внедрения и использования новых технологий, совершенствования системы управления внутриотраслевых процессов, взаимодействия между бизнесом, образованием и наукой, а также кредитования с учетом временных характеристик – сезонности большинства видов деятельности в отрасли, то есть заблаговременное решение и финансирование деятельности до начала соответствующих этапов сельскохозяйственных работ.

Особенности отрасли детского питания требуют оперативного реагирования на вызовы рынка при выполнении этих условий – рост долгосрочных рисков нестабильности на мировых рынках влияет на рост спроса на продукт, а именно продуктов с содержанием животного молока и растений. Эти тенденции представляют окно возможности для завоевания новых рынков в сегменте детского питания.

Анализ приведенных материалов по обработке официальных статистических данных по республике показывает, что по целому ряду продуктов разных видов отрасли детского питания наблюдается достаточно устойчивый рост.

По итогам 2018 года валовый выпуск продукции на 3,2%. Много новых инициатив, отдельных достижений происходит в отрасли детского питания. В молочном животноводстве при тех же объемах господдержки, за счет повышения ее эффективности, объем производства молока растет из года в год, что позитивно влияет на сырьевую базу в производстве детских молочных смесей. Следует отметить, что вопросы субсидирования видов деятельности в производстве сельскохозяйственной продукции становятся актуальны в последние годы.

На производство детского питания в Казахстане влияют отрасли молочного производства, растениеводства и др. отрасли агропромышленного комплекса. Например, за 2018 год сектор молочного производства было поддержано, путем привлечения инвестиций за счет инвестиционных субсидий и выделено бюджетных средств на субсидирование.

Расширяются рынки сбыта продукции детского питания. Россия, Германия, Саудовская Аравия, страны Персидского залива, Европейского союза – неполный перечень стран импортеров детского питания. По сравнению с 2017 годом импорт переработанной продукции увеличился в физическом выражении и в денежном выражении.

Анализ отрасли также показывает, что на развитие отрасли детского питания ситуация на мировом рынке отрицательного влияния не оказывает. Этот факт говорит о новых возможностях в развитии отрасли в Казахстане. К повышению конкурентоспособности может привести удешевление единицы продукции путем применения инноваций не только новых технологий, но и в методах работы в процессе производства, подход к маркетингу, дизайнам продуктов, методиках повышения квалификации, качества продукции и производительности труда. Также в краткосрочном периоде нужны усилия по кадровому обеспечению видов деятельности в отрасли.

Комплексный подход при реализации программ развития будет способствовать достижению заложенных целевых индикаторов к 2021 году:

1. увеличение производительности труда в 2,5 раза;
2. увеличение экспорта переработанной продукции в 2,5 раза;
3. увеличение объема валовой продукции в 2 раза;
4. увеличение притока инвестиций в основной капитал в 3 раза;
5. увеличение объем привлекаемых кредитных средств в 9 раз к 2021 г. к уровню 2017 г.

За этими фразами стоят множество составляющих достижения отрасли запланированных показателей:

1. правильное планирование и организация управления процессами;
2. человеческий потенциал - трудовые ресурсы имеют значение при осуществлении всех видов деятельности в отрасли;
3. соблюдение технологических норм и требований, выдерживание сроков в транспортировке и хранении, правильная обработка и переработка продукции;
4. снижение зависимости от импорта средств производства, технологий и оборудования и т.д.

В среднем общая поддержка роста отрасли соответствует росту экономики и ее доля в экономике (% общего объема поддержки) не стабильна.

С 2017-2018 года Казахстан продолжает проводить оперативный анализ и продолжается пересмотр порядка кредитования.

Пять принципов развития продовольственных систем:

1. Повышение эффективности использования ресурсов играет важнейшую роль в обеспечении устойчивости отрасли;
2. Для обеспечения устойчивости необходимы решительные действия по сохранению, защите и улучшению природных ресурсов;
3. Деятельность, которая не обеспечивает защиту и укрепление источников средств к существованию, равенства и социального благополучия жителей сельских районов, устойчивым не является;
4. Повышение устойчивости людей, общин и экосистем к внешним воздействиям – ключевой фактор обеспечения устойчивости сельского хозяйства;
5. Для устойчивого производства необходимы механизмы ответственного и эффективного управления.

Эти принципы, изложенные в общих чертах в общей концепции устойчивого производства продовольствия в мире, должны учитываться при формировании планов и программ по развитию.

Программа кредитования микрофинансовых организаций для дальнейшего микрокредитования на селе, в моно- и малых городах от АО «АГРАРНАЯ КРЕДИТНАЯ КОРПОРАЦИЯ»

Цель программы: обеспечение доступности кредитных ресурсов для физических и юридических лиц, организующих либо расширяющих собственный бизнес на селе, в моно- и малых городах.

Целевая группа: МФО

Целевое назначение: Кредитование МФО для дальнейшего микрокредитования физических и юридических лиц, организующих либо расширяющих собственный бизнес на селе, в моно- и малых городах на

следующие цели:

- 1) развитие животноводства, растениеводства на селе;
- 2) другие виды бизнеса на селе/моно- и малых городах.

Источник кредитования: СС, ПС (ПСК)

Финансовый инструмент: для Заемщика - заем, возобновляемая/не возобновляемая кредитная линия; о для Конечного заемщика – заем.

Льготный период по погашению основного долга: не более 24 (двадцати четырех) месяцев. Льготный период по погашению вознаграждения: не более 12 (двенадцати) месяцев.

ПРОДВИЖЕНИЕ ЭКСПОРТА И ПОДДЕРЖКА ЭКСПОРТЕРОВ АО «НАЦИОНАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ЭКСПОРТУ И ИНВЕСТИЦИЯМ «KAZAKH INVEST»

АО «Национальное агентство по экспорту и инвестициям «KAZAKH INVEST» является главным государственным органом в Казахстане, занимающимся продвижением экспорта и поддержкой экспортеров.

Kazakh Invest обеспечивает содействие экспорту и оказывает поддержку экспортерам по ряду вопросов экспортной деятельности:

- консультативные услуги для экспортеров;
- поиск иностранных партнеров и клиентов;
- поддержка иностранных покупателей и дистрибьюторов в поиске казахстанских поставщиков;
- подготовка маршрутов для визитов экспортеров на целевые рынки;
- подготовка маршрутов для визитов зарубежных покупателей в Казахстан;
- организация миссий продаж;
- помощь на внутреннем рынке;
- поддержка при создании дизайна продукта / упаковки;
- аналитическая обратная связь по торговле и рынкам;
- исследование рынка по определенному сектору и компании;
- рекламная и информационная поддержка;
- организация Казахстанских государственных стендов на международных выставках;
- обучение экспортному управлению и маркетинговой деятельности;
- продвижение рынков гуманитарных закупок.

Kazakh Invest также оказывает финансовую поддержку экспортерам через компенсацию 50% затрат, связанных с представлением на иностранных рынках ассортимента продукции. Спектр действий, покрываемых данной финансовой поддержкой, включает:

1. поддержку представительства (офисов, складов, магазинов, демонстрационных залов) за границей;

2. участие в международных выставках;
3. рекламу внутренних продуктов;
4. обучение персонала компании;
5. привлечение франшизы;
6. создание и запуск веб-сайта;
7. маркетинговые исследования.

Инвестиционные преференции:

- Освобождение от таможенных пошлин (0% до 5 лет на импорт);
- Налоговые льготы (НДС, КПН, земельный налог, налог на имущество - 0%);
- Натурные гранты (земельные участки, здания и сооружения и т.д.);
- Привлечение иностранной рабочей силы (ИРС).

Преференции специальных экономических зон:

- Налоговые преференции (КПН, земельный налог, налог на имущество);
- Таможенные преференции (импорт сырья и оборудования);
- Земля с готовой инфраструктурой (безвозмездная аренда з/у);
- Упрощенная процедура найма ИРС (привлечение ИРС вне квот).

ДКБ – 2025:

Субсидирование (базовая ставка НБ+5%, из которых 6% оплачивает предприниматель, а разница субсидируется государством);

Гарантирование (сумма проекта до 1 млрд. тенге для действующих предпринимателей, гарантия до 50%);

Подведение инфраструктуры.

Экономика простых вещей:

Субсидирование (ставка не более 15%, размер субсидии до 9% от ставки вознаграждения по кредиту);

Гарантирование (до 50% по кредитам до 3 млрд. тенге и до 30% по кредитам свыше 3 и до 5 млрд. тенге включительно).

Возмещение части затрат субъектам индустриально-инновационной деятельности:

- по повышению производительности труда и развитие территориальных кластеров;
- по продвижению отечественных обработанных товаров на внешнем рынке;
- по продвижению отечественных обработанных товаров, работ и услуг на внутреннем рынке.

3. Перспективы отрасли в рамках реализации проектов (объем рынка, планируемые проекты, обоснование спроса в будущем)

В Казахстане на протяжении последних лет складывались довольно благоприятные условия для развития данного сегмента рынка: показатели рождаемости увеличивались, как и уровень благосостояния. До последнего времени подкованность казахстанских родителей в вопросах вскармливания детей до года оставалась на среднем уровне. В арсенале педиатра имеются многочисленные истории о мамах и бабушках, буквально с пеленок предпринявших попытки приобщить малыша к мясным продуктам, а то и вовсе накормить его сосисками или колбасой. Организация правильного питания детей до года особенно важна, так как в первый год жизни закладываются основы жизнедеятельности организма и умственного развития.

Традиционно продукты детского питания были представлены молочными смесями, соками, пюре и кашами. Последние подразделялись на молочные и безмолочные, и в соответствии с названием их следует разводить либо молоком, либо водой или лечебной смесью, которую назначил педиатр. Нередко у детей возникает аллергия на белок коровьего молока, и в этом случае безмолочные каши становятся настоящим спасением как для самих маленьких аллергиков, так и для их мам, имеющих возможность сконструировать рацион ребенка в соответствии с особенностями его организма. Рассказывая о современных тенденциях рынка детского питания, эксперты отмечают увеличение числа компаний, адаптирующих смеси к потребностям ребенка, использующих в производстве смесей пробиотики, способствующие профилактике дисбактериозом и улучшению пищеварения. Ведущие производители освоили выпуск лечебного питания для детей со специальными пищевыми потребностями, питания для недоношенных малышей и детей, страдающих дефицитом массы тела, гипоаллергенных смесей, снижающих риск развития аллергии.

На протяжении последних лет рынок продуктов детского питания демонстрировал достаточно высокие темпы роста, и если говорить о факторе, формирующем рынок, то нельзя не отметить, что с течением времени более информированным, "продвинутым" становился и потребитель, точнее, казахстанцы, в чьих семьях росли маленькие дети.

В немалой степени росту рынка способствовал рост числа игроков, появление в Казахстане крупных зарубежных компаний, имеющих большой опыт как в производстве продуктов детского питания, так и в их грамотном продвижении на рынке. На протяжении последних лет казахстанский рынок детского питания рос в среднем на 10%, и лишь в этом году возможно небольшое замедление темпов роста. Как свидетельствуют данные 6 месяцев 2020 года, рост рынка в тоннах продукции составил 6%, в стоимостном выражении - 20-25%, это

связано с тем, что производители были вынуждены поднять цены на свою продукцию. Тем не менее в сегментах соков, пюре и каш рост рынка в тоннах превысил 10-процентную отметку.

Среди других особенностей отечественного рынка детского питания следует отметить неравномерные темпы его развития в столицах и в регионах, с одной стороны, и в городах и сельской местности - с другой. В этом смысле показательна разница между динамикой роста, отмечаемой в среднем по республике, и в отдельных регионах: в некоторых городах рост продаж составлял 200-300% в год, в Алматы, например, рынок рос на порядок более низкими темпами, но более равномерно. По мнению представителей компаний-импортеров, этот нюанс в значительной степени объясняется трудностями организации логистических маршрутов. Казахстан с его большой территорией, низкой плотностью населения и значительными расстояниями между населенными пунктами нелегко охватить единой системой дистрибуции: все продукты должны быть своевременно отправлены во все регионы, а, например, на то, чтобы доставить контейнеры в западные области, требуется две недели.

После чувствительной инфляции в 2015 году, продажи детских смесей и сухого детского питания в мире ежегодно снижаются. Несмотря на это, рынок продуктов детского питания в Казахстане динамично развивается. Необходимо отметить, что лидерами на рынке детского питания в денежном выражении являются такие компании Nestle, Nutricia, Pepsico, Progress и Humana. Тем не менее, есть хорошие перспективы развития отечественных производителей данной продукции. На сегодняшний день Завод Казахской Академии питания «Амиран» - был и остается первым и единственным в Казахстане по выпуску детского молочного питания, изготовленного из натурального цельного молока высшего качества. Важно упомянуть, что отечественный производитель попадает в топ-10 игроков в последние годы. Преимущественный прирост „Амирана“ наблюдается в категории „вязкое детское питание“. В процессе приготовления продукта из такого сырья добавляются полезные микроорганизмы, выращенные в лабораторных условиях на заводе, которые принимают активное участие в переваривании пищи и подавляют вредную (гнилостную) микрофлору кишечника.

Здоровье детей - одно из высших ценностей общества. Учитывая большой потенциал казахстанской компании «Амиран» и его высококачественную продукцию, первостепенная задача — это поддержка местного производства путем субсидирования и кредитования. Есть большие перспективы нарастить мощность, расширить ассортимент, что позволит обеспечить внутренний рынок и увеличить экспорт натуральной продукции в страны ближайшего зарубежья.

Что касается разной динамики развития рынка детского питания в городах и сельской местности, то здесь причины следует искать скорее в экономической

ситуации, чем в предубеждении против готовых продуктов, которое, возможно, и свойственно сельским жителям

В 2020 году казахстанский рынок детского питания представлен практически исключительно продукцией зарубежного производства. В республике присутствуют как известные зарубежные производители с мировым именем - Nestle, НПП, Nutricia, Danone (связанные с рынком детского питания амбиции последней заметно возросли после покупки голландской компании Royal Numico), так и крупные российские компании, например, "Нутритек" и "Вимм-Билль-Данн", а также ряд менее известных игроков из России, Украины и ряда зарубежных стран. В сегменте заменителей грудного молока, например, наибольшим спросом пользуются смеси NAN и "Нестожен" от Nestle, Nutrilon и "Малютка" (производитель Nutricia), смеси НПП, выпускаемые одноименной компанией.

Для отечественных компаний ниша производства продуктов детского питания, по большому счету, остается практически неосвоенной. Популярные в прошлом молочные кухни сохранились лишь в некоторых регионах, однако специалисты высказывают сомнения относительно того, что мощности уцелевших предприятий окажутся достаточными для того, чтобы обеспечить потребности всех, кто нуждается в их продукции. При том, что продукция, изготовленная молочными кухнями, отпускается бесплатно, не в пользу таких предприятий свидетельствуют, во-первых, их достаточно узкий ассортимент (в основном кисломолочные продукты и творог), а также их ограниченное количество. Мамам, которым не посчастливилось жить поблизости от молочной кухни, тяжело даются ежедневные путешествия через весь город, и вполне логично, что родители, для которых при выборе детского питания финансовый вопрос не принципиален, предпочитают выбрать ту же молочную смесь или кашу в магазине и приготовить ее дома.

Организацию собственного производства предпринял Центр детского питания, однако его специализацией стал выпуск кисломолочных смесей, а они предназначены для детей более старшего возраста, начиная с 8-9 месяцев. Производство современных молочных смесей представляет собой очень сложный процесс, для организации которого нужна серьезная научно-исследовательская и производственная база, дорогостоящие технологии, качественное сырье, многочисленные дорогостоящие компоненты, которые не выпускаются у нас в республике, поэтому запуск такого предприятия - дело очень серьезное и дорогостоящее. Крупные корпорации одновременно позиционируют себя и как научные компании. Они имеют собственные научные центры во многих странах мира, проводят фундаментальные исследования, связанные с медициной и питанием, разрабатывают современные технологии обработки сырья, позволяющие сохранить все полезные элементы, участвуют в

научных конференциях, работают с педиатрами.

Не столь трудоемки и наукоемкие технологии, применяющиеся в производстве фруктовых соков или пюре, к тому же казахстанские предприятия имели опыт выпуска такой продукции. Но одним из препятствий на пути развития данного направления является сырьевой вопрос: для производства продуктов детского питания требуется особо качественное сырье, выращенное с применением экологичных технологий. Серьезные производители контролируют как режим доставки и хранения сырья, используемого для производства продуктов детского питания, так и условия, в которых были выращены злаки, овощи и фрукты, соответствие строгим критериям пастбищ и кормов для животных. Вкладывать средства в такие технологии большинство отечественных фермеров не готово, поскольку на быструю окупаемость подобных инвестиций, скорее всего, рассчитывать не придется. Планы по организации в Акмолинской области завода, который, наряду со спортивным питанием, питанием для диабетиков производил бы сухие злаковые смеси и овощные пюре для детей, вынашивала группа компаний "Цесна", однако практическая возможность реализации проекта затрудняется в силу отсутствия соответствующей сырьевой базы и узости рынка сбыта продуктов.

Емкость внутреннего рынка детского питания невелика сама по себе, и казахстанским компаниям, которые начнут играть на этом поле, предстоит конкурировать если не с ведущими мировыми игроками, то с выпускающими продукцию аналогичной ценовой категории и уже нашедшими потенциального потребителя компаниями из России и Украины.

По предоставленным данным, в Алматинской области построен завод по переработке картофеля, инвестор - компания из Нидерландов Farm Frites, стоимость проекта - 116 миллионов долларов. Уже определен земельный участок на 24 га, проводятся сортоиспытания семенного и продовольственного картофеля (13 сортов).

Также в области будет налажено производство детского питания. Инвестор - британская компания United Green, стоимость проекта - 132 млн долларов.

Основные продажи детского питания на казахстанском рынке (свыше 70% от общего объема) приходятся на организованные сектора: большие магазины, ритейлерские сети, аптеки. В отличие от многих других секторов потребительского рынка, в сегменте детского питания абсолютное доминирование цивилизованных форм торговли остается неизменным на протяжении многих лет: продажа детского питания на рынках, где не соблюдаются условия хранения, запрещена, да и сами производители заинтересованы в том, чтобы их продукция попадала к потребителям через надежные каналы. А вот роль аптечной сети в распространении продуктов детского питания со временем увеличилась, и игроки отрасли видят в этом

положительные моменты. Родители, покупающие детское питание в супермаркете, как правило, предоставлены сами себе, они руководствуются рекомендациями знакомых или рекламных роликов, однако применение значительной части продуктов требует предварительной консультации специалиста - врача либо провизора. Именно медицинские специалисты могут дать рекомендации относительно продукции, наиболее подходящей для каждого конкретного ребенка, особенно в том случае, если ребенку необходимо специальное питание.

К слову, как провизоры, так и представители компаний-импортеров отмечают, что детское питание - не та статья расходов, на которой экономят родители. В связи с этим есть основания полагать, что вынужденный режим экономии в меньшей степени отразится на рационе самых маленьких казахстанцев. Общее влияние кризиса скажется на покупательской способности населения, возможно, какая-то часть потребителей перейдет в более дешевый ценовой сегмент. Данные свидетельствуют о том, что на детском питании родители не экономят - они скорее урежут другие расходы. Ну а в том случае, если есть необходимость в покупке лечебных смесей, потребитель купит то, что необходимо ребенку. Подобного мнения придерживаются и провизоры, отмечающие, что на продуктах для самых маленьких, в том числе на первых прикормах, стараются не экономить даже не самые состоятельные родители.

После чувствительной инфляции в 2016 году продажи детских смесей и сухого детского питания ежегодно снижаются. Остальные категории, а именно детские соки и вязкое детское питание, куда входят детское пюре и вязкие каши, в продажах показывают позитивный растущий тренд. «Предполагается, что переход на более мягкие упаковки дал категории вязкого детского питания возможность развиваться. Такая упаковка очень удобна при потреблении продукта вне дома и значительно дешевле, чем привычная нам стеклянная упаковка», — говорит эксперт из Nielsen.

За последние три года на рынке появились три новых игрока: Urbis international marketing — в сухом детском питании с брендом Baby sitter, Maspex wadowice group poland — в жидком детском питании с брендом Tedi baby и Nurture — также в жидком детском питании с брендом Happy baby.

Несмотря на маленькую долю на рынке, эти игроки показывают стремительный рост в продажах.

Основным местным растущим игроком является «Амиран». Отечественный производитель попадает в топ-10 игроков в последние три года. Преимущественный прирост „Амирана“ наблюдается в категории вязкое детское питание. Он также является единственным производителем в этой категории, кто упаковывает свой продукт в пластмассовые чашки.

Разработка и производство продуктов детского питания на основе козьего молока.

Рациональное сбалансированное питание играет важную роль в обеспечении гармоничного роста и развития ребенка, формировании устойчивости к действию инфекций и экологически неблагоприятных факторов. Большое количество детей вскармливается искусственно. В таких условиях одной из первоочередных задач перерабатывающей промышленности является разработка и широкое внедрение в производство специальных высококачественных биологически полноценных молочных продуктов, близких по своему составу к женскому молоку. Рост рынка вызван увеличением спроса в связи с подъемом рождаемости и повышением численности детей в возрасте до 3 лет.

Молочные продукты детского питания выпускаются отечественными производителями в недостаточном количестве, а это наиболее востребованные на рынке продукты. Одной из причин такого положения является отсутствие научно — обоснованных технологий производства этой группы молочных продуктов детского питания с длительным сроком хранения. Поэтому разработка и внедрение в производство новых технологий молочных продуктов детского питания с длительным сроком хранения является актуальной и требует решения.

Сегодня объем рынка молочных продуктов детского питания составляет порядка 163,5 млрд р. в стоимостном выражении; при этом более 60 % продуктов детского питания в страну импортируется и только 38 % представлено продукцией отечественных производителей. Наибольшие объёмы поставок приходятся на категорию молочных смесей, что составляет 80,7 % от общего объёма.

Широкое неконтролируемое применение антибиотиков и другие факторы способствуют возникновению различных заболеваний и расстройств у множества детей уже в грудном возрасте. Питание детей в течение первого года жизни «программирует» метаболизм таким образом, что те или иные его нарушения могут увеличить риск возникновения и развития целого ряда заболеваний: аллергических болезней, ожирения, метаболического синдрома, остеопороза, дисбактериоза. Поэтому продукты для детского питания должны обладать лечебными и профилактическими свойствами. Ведущую роль в построении иммунитета ребенка играют кисломолочные продукты. Благодаря содержанию в них молочнокислых и бифидобактерий они поддерживают баланс микрофлоры в кишечнике, защищая организм от инфекций и вирусов. Но детям до 3 лет можно употреблять только детское специализированное молочное питание, которое адаптировано к потребностям их организма.

Рост алиментарно-зависимых заболеваний, наблюдавшийся в последние десятилетия, может быть драматическим в связи с обострением экономической

ситуации, общим снижением уровня жизни, что влечет за собой недостаток не только специализированных продуктов, но и продуктов ординарного питания. Причины: нехватка и удорожание молока-сырья, недостаток отечественных компонентов, низкие темпы импортозамещения. В сложившейся ситуации становятся остро востребованы для производства детского питания альтернативные источники высококачественного белка, к которым относится козье молоко.

Интерес к производству продуктов из козьего молока связан с его высокой биологической ценностью, легкой усвояемостью и относительно низкой аллергенностью.

Козье молоко — высококалорийный продукт, богатый белками, жирами, углеводами, витаминами и минеральными веществами, обладающий антианемическими, антигеморрагическими свойствами. Его рекомендуется применять при дистрофиях, нарушении обмена веществ, диатезе, ухудшении зрения, дизентерии, токсической диспепсии, болезни Боткина, некоторых генетически детерминированных заболеваниях детского возраста. В последние годы растет частота пищевой аллергии среди детей раннего возраста, в том числе находящихся на грудном вскармливании. По статистическим данным, белки коровьего молока относятся к числу наиболее распространенных аллергенов, вызывающих развитие атопического дерматита у детей.

Существенное значение в лечении атопического дерматита и его осложненных форм имеет диетотерапия, базирующаяся на элиминации основных аллергенов, в частности козьего молока и продуктов на его основе. Однако именно молоко и молочные продукты обеспечивают максимальную усвояемость детьми кальция. Безмолочная диета отрицательно сказывается на растущем организме и может привести к задержке роста и нарушению формирования костей и зубов.

Положительное влияние козьего молока связывают с его физико-химической структурой, которая значительно отличается от структуры коровьего молока. Козье молоко имеет другой по сравнению с коровьим фракционный состав белков. Содержание высокоаллергенного белка α S1S1-казеина в козьем молоке в 2 раза меньше, чем в коровьем, а основной казеиновой фракцией является β -казеин, вследствие чего образующийся при переваривании козьего молока в желудке человека сгусток значительно меньше по своим размерам, он существенно менее жесткий, чем при переваривании коровьего молока, что облегчает его расщепление протеолитическими ферментами. Большую часть сывороточных белков козьего молока составляет α -лактальбумин, а коровьего — β -лактоглобулин. Имеются также различия и в липидном составе разных видов молока. В козьем молоке гораздо больше глицероэфиров, которые важны для пищеварения новорожденных.

Особенностью козьего молока является также высокое содержание кальция, магния, хлора, фосфора, марганца, селена и меньшее по сравнению с коровьим количество натрия, железа, серы, цинка и молибдена. Однако железо козьего молока усваивается намного лучше (30%), чем железо коровьего молока (10%). При хорошем кормлении, уходе и содержании молочных коз от них получают высококачественное молоко.

В мировой практике также наблюдается тенденция использования козьего молока вместо коровьего для производства детского питания, так как считается, что козье молоко по структуре более приближено к женскому.

В козьем молоке содержится большое количество жира, но он не преобразовывается в жировую ткань в организме. Большое содержание в нем различных микро и макроэлементов, минералов и витаминов помогают не допустить авитаминоза и других осложнений со стороны организма. Если у взрослого человека или ребенка нарушен нормальный баланс микрофлоры кишечника, кисломолочные продукты из козьего молока, очень быстро помогут привести кишечник в норму. Благодаря своему составу это молоко укрепляет иммунную систему, дает силу для борьбы человеческого организма с болезнями.

Содержание витаминов в козьем, коровьем и женском молоке

Витамины	Козье молоко	Коровье молоко	Женское молоко
1	2	3	4
Витамин А (ретинол), мкг/ 100г	185	126	241
Витамин Е, мкг/ литр	0,6	1,0	2,4
Витамин В1 (тиамин), мкг / 100г	0,05	0,04	0,014

Витамин В2 (рибофлавин), мкг/ 100г	0,14	0,16	0,04
Витамин В3 (пантотеновая кислота), мкг/ 100г	0,31	0,314	—
Витамин РР (ниацин), мкг / 100г	0,28	0,08	0,18
Витамин В6, мкг / 100г	0,05	0,04	0,01
Фолиевая кислота, мкг/ литр	6	50	50
Витамин С (аскорбиновая кислота), мкг / 100г	1,29	0,94	—

Источник данных: КС МНЭ РК

Химический состав различных видов молока

Вид молока	Вода	Белок казеин	Белок альбумин	Жир	Сахар (лактоза)	Минеральные вещества (зола)
Женское	84,17	1,03	1,26	3,78	6,21	0,31
Козье	85,71	3,20	1,9	4,78	4,46	0,76
Коровье	87,17	3,02	0,35	3,69	4,88	0,71

Источник данных: КС МНЭ РК

По содержанию витамина А, козье молоко превосходит коровье в 1,5 раза, витамина С – в 1,5 раза, витамина РР – 3,5 раза.

Очень важное свойство козьего молока – наличие в нем витамина В12. В продуктах питания этот витамин встречается очень редко, а для организма, особенно детского, это крайне важно. Этот витамин отвечает за кроветворение и контролирует обменные процессы.

Содержание макро — микроэлементов в козьем и коровьем молоке

Минералы	Козье молоко	Коровье молоко
Натрий (Na)	38 – 56	35 – 50
Калий (K)	153 – 242	140 – 155
Кальций (Ca)	85 – 198	115 – 125
Магний (Mg)	10 – 36	11 – 14
Фосфор (P)	61 – 153	90 – 100
Кобальт (Co)	121 – 204	95 – 100
Железо (Fe)	0,043 – 0,256	0,03 – 0,11
Медь (Cu)	0,013 – 0,314	0,01 – 0,12
Марганец (Mn)	0,005 – 0,020	0,003 – 0,037
Цинк (Zn)	0,192 – 1,411	0,222 – 1,990
Йод (I)	0,022 – 0,032	0,005 – 0,070

Источник данных: КС МНЭ РК

Как видно из таблицы 3, в козьем молоке содержится значительно больше калия, необходимого для нормального функционирования сердечно-сосудистой системы, а также кобальта, без которого невозможно нормальное кроветворение.

Идеальное соотношение витамина D и кальция позволяют кальцию усваиваться максимально.

Козье молоко и продукты из козьего молока полезны для школьника тем, что содержит огромное количество кальция и он на 97% усваивается организмом. Кальций участвует в формировании мышц, нервной ткани и кожи. Благодаря кальцию передаются нервные импульсы, сокращаются мышцы, сворачивается

кровь. Кальций оказывает противовоспалительное действие и повышает устойчивость к инфекциям.

Кальций из коровьего молока усваивается мало – всего лишь 38% от общего содержания в продукте. Низкая усвояемость кальция связана с трудностью усвоения крупных молекул жира коровьего молока, с которыми он непосредственно связан. Из козьего молока кальций усваивается значительно больше – 58-60 % от общего содержания в продукте.

При употреблении 200 мл козьего молока удовлетворяется 1/3 часть суточной потребности 10-летнего школьника в кальций. Высокая усвояемость этого элемента обусловлена тем, что в продукте содержится еще и фосфор. Такое сочетание элементов приводит к тому, что кальций почти полностью усваивается

Больше ни один продукт питания не обладает таким свойством. Этот элемент необходим для правильного формирования зубов и всего скелета.

Еще одна из важнейших характеристик козьего молока – низкая аллергенность. При непереносимости белка коровьего молока – козье – настоящая находка.

В нем содержатся биологически активные вещества, которых нет в коровьем молоке. Благодаря им, козье молоко долго сохраняется свежим. Оно не скисает в течение трех дней при комнатной температуре, а в холодильнике может храниться больше недели. Содержит больше сиаловой кислоты, которая входит в структуру барьеров иммунитета организма.

За рубежом, так и в России накоплен опыт по эффективному применению в питании детей раннего возраста различных вариантов адаптированных смесей на основе козьего молока. На высоком доказательном уровне была подтверждена биологическая и пищевая ценность адаптированных формул на основе козьего молока, а также возможность адекватной замены ими детских смесей, приготовленных из коровьего молока для питания здоровых детей и при отдельных отклонениях в состоянии здоровья.

В Казахстане ассортимент продуктов, вырабатываемых из козьего молока, особенно востребованные в детском и диетическом питании не так значителен. На прилавках в основном импортная продукция, при производстве большинства из них используются недопустимые для продуктов детского питания добавки: искусственные красители, ароматизаторы, стабилизаторы. Кроме того, с целью увеличения сроков годности значительная доля продуктов выпускается в термизированном виде и эти виды продуктов теряют свое главное преимущество — наличие живых клеток про биотические культуры. Поэтому введение в рацион детей белковых продуктов из козьего молока без красителей и ароматизаторов, с живыми клетками про биотические культуры является актуальным.

Использование продуктов из козьего молока позволит изменить структуру рациона питания в соответствии с необходимой коррекцией обмена веществ и

иммунной системы организма, что является наиболее перспективным направлением в области организации здорового питания детей, страдающих различными нарушениями, связанными с недостатком некоторых жизненно важных микро- и макроэлементов.

Учитывая актуальность, социальную значимость и экономическую обоснованность проблемы обеспечения населения городов молочными продуктами повышенной биологической ценности на основе козьего молока в целях расширения доступности их в первую очередь для дошкольного и школьного питания, единственно реальным решением. Этой проблемы могло бы стать создание в близлежащих к городам регионах специализированных хозяйств по производству данных продуктов и оснащение этих хозяйств необходимым оборудованием. Экономически более выгодно совмещение переработки козьего молока с переработкой не менее 10 т в сутки коровьего молока с его реализацией в одной и той же зоне потребления.

В отдельных случаях переработка козьего молока осуществляется в автономных цехах небольших заводов, перерабатывающих коровье молоко. Такое совмещение позволяет расширить ассортимент продукции, поставляемой в местные магазины на реализацию, и снизить себестоимость переработки сырья за счет объединения общеинженерного обеспечения (вода, тепло, холод, канализация, энергоснабжение и др.), транспортировки готовой продукции и обслуживающего персонала. В 2020 году появились предпосылки для создания отечественных козоводческих ферм с интенсивной технологией производства. Этому способствует наблюдающийся в нашей стране значительный спрос населения на диетические продукты питания.

Приведенные сведения обуславливают актуальность и необходимость создания агропромышленных комплексов производства козьего молока (фермы) и мини индустриальных предприятий по его переработке.

В то же время, поскольку подавляющая доля поголовья коз находится в приусадебных хозяйствах и соответственно преобладает мелкотоварное производство, весьма ощутим недостаток теоретических и прикладных знаний, нормативно-технического обеспечения, необходимого для комплексной переработки козьего молока.

Стабильное качество пищевых продуктов, и в особенности детского питания, может обеспечиваться только на основе четко сформулированных, научно обоснованных и проверенных практикой медико-биологических и технологических принципов, определяющих решение наиболее важных проблем, возникающих при их разработке, производстве и реализации. В 2020 году в этом направлении ведется интенсивная работа, в которой не последнюю роль играет Институт детского питания.

Такое ценное сырье, как козье молоко, должно перерабатываться полностью, с максимальным эффектом использования компонентов. Для комплексной переработки молока необходима развитая сеть товарных козоводческих ферм, позволяющих обеспечить молокоперерабатывающие предприятия достаточным количеством молока-сырья, должна быть разработана и расширена научная и нормативно-техническая база.

4. Определение возможности и целесообразности реализации проекта

В 2020 году на рынке продуктов детского питания можно выделить несколько основных тенденций:

1. Активная консолидация рынка. Ведущие игроки объединяют свои активы и укрупняют производство. Эта тенденция способствует дальнейшему качественному росту, так как крупное производство более эффективно и рентабельно. Крупные компании имеют возможность разрабатывать новые продуктовые рецептуры и внедрять их в производство, предлагают потребителям приемлемые цены за новую продукцию.

2. Развитие сегмента готовых к употреблению продуктов детского питания в порционной упаковке. До настоящего времени продукты детского питания во всем мире были широко представлены «сухой формулой» (концентратами), но изменение стиля и темпов жизни стали стимулирующим фактором для внедрения в производство готовых к употреблению детских смесей и каш. Удобство в использовании, гарантированная безопасность и сбалансированный состав приготовленных в промышленных условиях продуктов детского питания являются основными факторами, удовлетворяющими потребительские предпочтения мобильных родителей. Безопасность готовых к употреблению продуктов – одно из главных преимуществ перед сухими концентратами. Это обусловлено следующим:

1. неправильное разведение сухих молочных смесей в домашних условиях чревато проблемами с перекормом ребенка, в то время как в готовой к употреблению продукции состав правильно сбалансирован;

2. в открытой упаковке в сухом концентрате существует риск размножения микробов, а готовые продукты фасуются в порционные упаковки, рассчитанные на одно кормление;

3. в домашних условиях в основном применяется вода из-под крана, в то время как при производстве готовых жидких смесей используется очищенная вода, нормализованная по минеральному составу.

Эти преимущества изменили структуру рынка продуктов детского питания во многих странах мира. Так, в Финляндии, например, рынок детского питания в 2019 году на 93% заполнен жидкими смесями и лишь на 7% — сухими.

Рост конкуренции, изменение предпочтений и стиля жизни потребителей привело к тому, что все больше детских продуктов выпускается в альтернативных упаковочных материалах, наиболее активно – в картонной упаковке, в том числе и в Tetra Brik Aseptic (ТВА), которая гарантирует сохранность качества продуктов. Сегодня этот формат востребован практически во всех сегментах продуктов детского питания.

В разных странах мира ТВА используется для упаковки готовых к употреблению жидких адаптированных молочных и кисломолочных смесей, соков и напитков, обогащенного молока и напитков на основе йогурта, десертов и фруктово-овощных гомогенизированных пюре, воды, готовых к употреблению жидких злаковых молочно-соковых смесей. При этом растет и разнообразие форматов упаковки.

Например, на рынке продуктов детского питания широкое применение получил формат Tetra Brik Aseptic 500 ml Slim с крышкой ReCap. Новое современное упаковочное решение для детских соков и фруктовых пюре – мультипак - вторичная контейнерная упаковка, включающая несколько единиц отдельно упакованного товара, которая позволяет эффективно решать самые разные задачи, необходимые для повышения конкурентоспособности продукта, в первую очередь – увеличивать его привлекательность для розничных сетей.

Мировая практика показывает, что основными игроками на рынке продуктов питания для детей от рождения являются диверсифицированные компании, поэтому на внутреннем рынке могли бы работать крупные отечественные производители молочных продуктов, соков и плодоовощных консервов, но они не решаются диверсифицировать свое производство в данном направлении. Это обусловлено наличием таких рисков, как:

- строгий контроль качества: жесткие медико-биологические и гигиенические требования к производству продукции;
- отсутствие развитой сырьевой базы, способной обеспечить гарантированные объемы и необходимое качество поставок;
- сильная конкуренция со стороны иностранных производителей с большим опытом работы на рынке, осуществляющих инновационные разработки в области детского питания и масштабы бизнеса которых позволяют быть максимально гибкими на данном рынке;
- спрос на продукты детского питания находится в существенной зависимости от экономической ситуации в стране (доходы населения, инфляция и т.д.).

Эти риски снижают инвестиционную привлекательность производства продуктов детского питания в Казахстане.

В республике имеются предпосылки для развития отечественного производства продуктов детского питания:

1. Увеличивающаяся рождаемость, то есть рост целевой аудитории;
2. Низкий уровень потребления продуктов детского питания от рождения по сравнению с другими странами (на 1 казахстанского ребенка в возрасте от 0 до 3 лет приходится на 19 кг меньше продуктов детского питания, чем в России и в 11 раз меньше, чем во Франции). Высокий процент неохваченного потреблением населения в регионах;
3. Складывающееся недоверие у населения к известным иностранным брендам, связанное с негативными публикациями в периодических изданиях по поводу использования генетически модифицированных продуктов в их производстве;
4. Недостаточная насыщенность внутреннего рынка продуктов детского питания, так как отдельные его сегменты представлены слабо: продукты для лечебного питания детей, категория специальных продуктов (печенье, вода), готовые к употреблению продукты (жидкие смеси, детский кефир).
5. Наличие благоприятных природно-климатических условий в республике для развития сырьевой базы;
6. Производство продуктов детского питания внесено в перечень приоритетных видов экономической деятельности в Казахстане, поэтому в республике для их производства действуют инвестиционные льготы и преференции.

Таким образом, рынок продуктов детского питания в Казахстане имеет определенные перспективы для новых инвестиций. Однако, важно отметить, что вхождение в рынок абсолютно новых (неопытных) игроков более рискованно, чем для тех, кто уже задействован на внутреннем рынке других видов продуктов питания и, прежде всего, молочных продуктов, переработки и консервирования овощей и фруктов. Это обусловлено следующим:

1. Работа на рынке ПДП характеризуется высокими временными и материальными затратами, прежде всего, на инновационные разработки (для успеха предлагаемый продукт должен быть уникальным), а также на построение эффективной логистики и дистрибуции;
2. Действующие производители молочных и мясных продуктов, продуктов переработки плодов и овощей уже имеют отработанные схемы поставок сырья (многие из них развивают собственную сырьевую базу) и реализации продукции, что существенно упрощает вхождение в рынок и позволяет быстро адаптироваться в нем.

Кроме того, продукты детского питания являются высоко маржинальными (по оценкам участников рынка, если маржа на молочных продуктах доходит максимум до 20%, то на детских смесях - 40-50% - не предел). Это является очень привлекательным направлением диверсификации деятельности действующих производителей, которое существенно повысит их доходность.

Наиболее перспективными для рынка Казахстана направлениями являются несложные производства, минимально отличающиеся по технологии от «взрослых» продуктов питания – это соки, фруктовые, овощные и мясные пюре, жидкие и пастообразные молочные продукты. При этом в производстве жидких молочных продуктов самым перспективным направлением являются обогащенные детские кисломолочные продукты, что обусловлено следующим:

1. Спрос на детское лечебное питание по прогнозам педиатров будет расти в дальнейшем из-за роста числа детей с проблемами пищеварения, увеличивающихся случаев раннего перевода грудных детей на смешанный тип вскармливания.

2. Данная категория практически не представлена на внутреннем рынке.

3. В Казахстане имеются инновационные разработки, связанные с лечебными продуктами на кисломолочной основе.

4. Спектр бактерий, которые применяются для кисломолочного сбраживания, очень широк, и с их помощью можно готовить множество профилактических продуктов, имеющих разную функциональную направленность. Заменители грудного молока – это высокотехнологичный продукт, требующий высокие затраты на инновационные разработки и имеющий самые жесткие требования к производству и реализации.

5. В данном сегменте очень сильны позиции иностранных производителей, имеющих большой опыт работы в нем. Для того, чтобы конкурировать с ними необходимо использовать новые функциональные возможности данного продукта (новые инновации).

Казахстан является страной, где в равной степени присутствуют как проблемы недостаточности, так и избыточности питания со всеми их последствиями на здоровье детей. По данным общенационального медико-демографического исследования, проведенного Академией профилактической медицины, около 13% детей раннего возраста характеризовались отставанием в росте от нормальных показателей. Приблизительно 6% детей имели хроническую и 2% - острую недостаточность питания.

Недостаточность питания у детей способствует возникновению острых респираторных и кишечных заболеваний, являющихся, как известно, основными причинами младенческой и детской смертности. Весьма распространенными среди детей в Казахстане являются анемия и йодная недостаточность, которые приводят к серьезным нарушениям противоинфекционной защиты. В связи с вышеизложенным, целью настоящей работы является исследование проблем производства детского питания в Республике Казахстан.

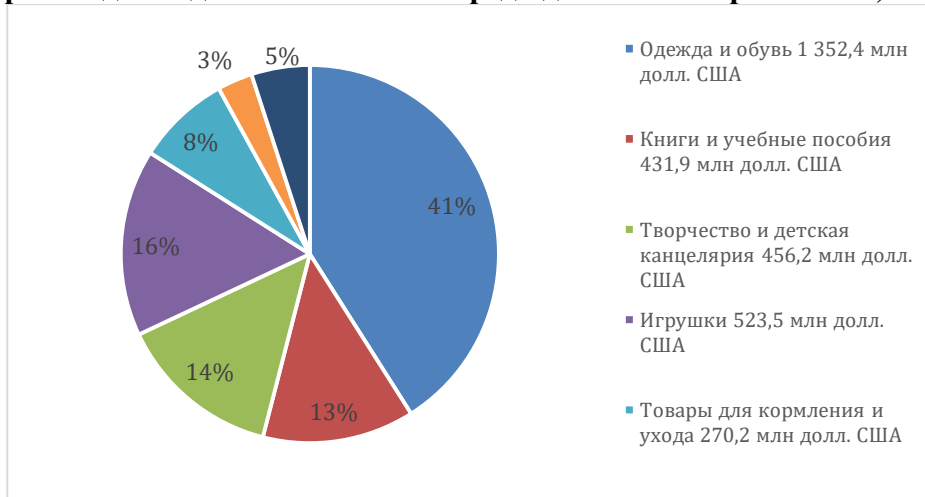
Развитие рынка продуктов детского питания в первую очередь зависит от уровня рождаемости и благосостояния населения. Динамика рождаемости носит сезонный характер и демонстрирует всплески и падения в течение года.

Лидерами по объему продаж среди детского питания являются смеси, заменяющие грудное молоко. Среди прикормов первое место занимают продажи детских каш, затем пюре. Далее следуют остальные продукты прикорма, такие как соки, чай, печенье и пр. Основным сырьем для детского питания является: молоко, зерновые культуры (пшеница, гречиха, овес, кукуруза, ячмень, рожь) и добавки (фрукты, витамины, минеральные вещества и др). У казахстанских зернопереработчиков есть возможность заниматься глубокой переработкой зерна, имея богатый ассортимент сырья. Казахстанское зерно является наилучшим по качеству и может быть использовано в переработку, как один из основных компонентов в различные продукты детского питания.

5. Внутреннее производство

В Казахстане небольшое количество собственного производства товаров для детей, в том числе детского питания. В целом, уровень импорта составляет 98 процентов.

Доля производства детского питания среди детских товаров 2019г., %



Источник: КС МНЭ РК

Объемы производства детского питания и диетических пищевых продуктов за 2019 год составили 217 тыс. тонн, против 9 тыс. тонн за аналогичный период годом ранее. Для сравнения, показатели 2018 года составили менее 1% от объема производства 2017 года. Основные объемы производства приходятся на Алматы, а именно 210 тыс. тонн продукции. Однако Алматы показывает объемы лишь в 2019 году, что говорит о запуске нового производства. Также следует отметить,

что производство данной продукции приходится на малые предприятия в рамках государственных заказов.

Производство детского питания в Казахстане за 2017 – 2019 гг в натуральном выражении, тонн

	2017	2018	2019
Республика Казахстан	44	9174	217306
Акмолинская область		9139	7269
Восточно-Казахстанская область	44	35	37
г. Алматы			210000

Источник: КС МНЭ РК

В таблице ниже приведены показатели в денежном эквиваленте. По данным расчетов следует, что самое дешевое производство детского питания и диетических пищевых продуктов приходится на Алматы, а самое дорогое – в Восточно-Казахстанской области.

Производство детского питания в Казахстане за 2017 – 2019 гг в денежном выражении, тысяч тенге

	2017	2018	2019
Республика Казахстан	19 853	1 291 827	1 932 282
Акмолинская область		1 273 124	1 778 721
Восточно-Казахстанская область	19 853	18 703	21 792
г. Алматы			131 769

Источник: КС МНЭ РК

Объемы производства овощных и фруктовых соков за 2019 год составили 141,8 млн. литров, против 134,8 млн. литров за аналогичный период годом ранее. Для сравнения, показатели 2017 года составили 166,5 млн. литров и это наивысший показатель за 3 года.

Основные объемы производства приходятся на Алматы, а именно 57 млн. литров продукции и Алматинскую область – 55,6 млн. литров за 2019 год.

Производство соков фруктовых и овощных в Казахстане за 2017 – 2019 гг в натуральном выражении, тысяч литров

	2017 год	2018 год	2019 год
Республика Казахстан	166503,3	134824,3	141894,6
Акмолинская	126,0	-	-
Актюбинская	-	-	-

Алматинская	56052,9	48320,8	55625,9
Атырауская	-	-	-
Западно-Казахстанская	51,0	-	-
Жамбылская	168,8	47,0	-
Карагандинская	513,6	275,0	208,0
Костанайская	14865,0	13615,0	17846,0
Кызылординская	838,0	-	511,0
Мангистауская	-	4,0	12,2
Туркестанская	6113,6	770,7	3340,7
Павлодарская	-	-	-
Северо-Казахстанская	4096,0	3558,0	2869,0
Восточно-Казахстанская	-	-	-
г. Нур-Султан	-	-	4458,0
г. Алматы	83678,4	68233,8	57023,8

Источник: КС МНЭ РК

Объемы производства обработанного жидкого молока и сливок для продуктов детского питания за 2019 год составили 472,4 тыс. тонн, против 430,9 тыс. тонн за аналогичный период годом ранее. Для сравнения, показатели 2017 года составили 472,9 тыс. тонн и это наивысший показатель за 3 года. Основные объемы производства приходятся на Северо-Казахстанскую область, а именно 92,9 тыс. тонн продукции и Алматинскую область – 83,6 тыс. тонн за 2019 год.

Производство молока обработанного жидкого и сливок в Казахстане за 2017 – 2019 гг. в натуральном выражении, тонн

	2017 год	2018 год	2019 год
Республика Казахстан	472866	430900	472405
Акмолинская	76395	74023	78486
Актюбинская	18269	6314	13719
Алматинская	83847	80275	83577

Атырауская	398	349	213
Западно-Казахстанская	2601	8851	927
Жамбылская	8574	2632	5018
Карагандинская	9646	10110	13137
Костанайская	76736	52250	69756
Кызылординская	4130	4546	8106
Мангистауская	864	603	296
Туркестанская	17629	20328	23339
Павлодарская	11848	14839	15334
Северо-Казахстанская	110275	110164	92888
Восточно-Казахстанская	18576	18020	18771
г. Нур-Султан	958	-	-
г. Алматы	32120	35596	18838

Источник: КС МНЭ РК

Объемы производства нежирного творога за 2019 год составили 6,4 тыс. тонн, против 5,5 тыс. тонн за аналогичный период годом ранее. Для сравнения, показатели 2017 года составили 5,1 тыс. тонн и это самый низкий показатель за 3 года. Основные объемы производства приходятся на Алматинскую область – 1,7 тыс. тонн за 2019 год.

Производство творога нежирного в Казахстане за 2017 – 2019 гг в натуральном выражении, тонн

	2017 год	2018 год	2019 год
Республика Казахстан	5089	5527	6390
Акмолинская	425	458	514
Актюбинская	38	53	67
Алматинская	691	931	1673
Атырауская	18	27	73

Западно-Казахстанская	18	18	29
Жамбылская	131	137	257
Карагандинская	505	409	360
Костанайская	582	726	766
Кызылординская	152	24	17
Мангистауская	226	258	451
Туркестанская	90	134	285
Павлодарская	84	156	214
Северо-Казахстанская	194	187	337
Восточно-Казахстанская	436	1158	764
г. Нур-Султан	26	-	-
г. Алматы	1473	851	583

Источник: КС МНЭ РК

Объемы производства жирного творога за 2019 год составили 9 тыс. тонн, против 9,1 тыс. тонн за аналогичный период годом ранее. Для сравнения, показатели 2017 года составили 9,2 тыс. тонн и этот показатель выше предстоящих 2 лет. Основные объемы производства приходятся на Алматинскую область – 4,5 тыс. тонн за 2019 год.

Производство творога жирного в Казахстане за 2017 – 2019 гг в натуральном выражении, тонн

	2017 год	2018 год	2019 год
Республика Казахстан	9284	9111	9047
Акмолинская	32	81	74
Актюбинская	84	81	90
Алматинская	4804	4642	4551
Западно-Казахстанская	6	67	121
Жамбылская	15	39	30

Карагандинская	355	386	312
Костанайская	-	10	31
Кызылординская	2	58	63
Мангистауская	149	258	121
Туркестанская	508	477	570
Павлодарская	271	294	324
Северо-Казахстанская	271	294	324
Восточно-Казахстанская	670	572	951
г. Нур-Султан	1106	940	691
г. Алматы	1282	1206	1128

Источник: КС МНЭ РК

Объемы производства продуктов молочных прочих за 2019 год составили 212,6 тыс. тонн, против 208,8 тыс. тонн за аналогичный период годом ранее. Для сравнения, показатели 2017 года составили 208,2 тыс. тонн и это практически показатель 2017 года. Основные объемы производства приходятся на Алматинскую область – 33,2 тыс. тонн и Павлодарскую область, а именно 31,6 тыс. тонн продукции за 2019 год.

Производство продуктов молочных прочих в Казахстане за 2017 – 2019 гг в натуральном выражении, тонн

	2017 год	2018 год	2019 год
Республика Казахстан	208247	208823	212583
Акмолинская	5267	5958	5054
Актюбинская	18687	18505	11666
Алматинская	39098	35181	33201
Атырауская	140	262	305
Западно-Казахстанская	532	514	936
Жамбылская	2219	2118	2158
Карагандинская	21587	20775	21302

Костанайская	18891	15206	21685
Кызылординская	663	709	723
Мангистауская	10754	12974	11765
Туркестанская	21249	27889	25980
Павлодарская	29610	31613	31630
Северо-Казахстанская	7473	11957	22633
Восточно-Казахстанская	10414	9908	10703
г. Нур-Султан	199	-	-
г. Алматы	21464	15254	12842

Источник: КС МНЭ РК

Объемы производства молока и сливок сгущенных и с добавками или без добавок сахара или других подслащивающих веществ, не в твердых формах за 2019 год составили 9,2 тыс. тонн, против 6,8 тыс. тонн за аналогичный период годом ранее. Для сравнения, показатели 2017 года составили 9,1 тыс. тонн. Основные объемы производства приходятся на Алматы – 8,2 тыс. тонн за 2019 год.

Производство молока и сливок сгущенных и с добавками или без добавок сахара или других подслащивающих веществ, не в твердых формах в Казахстане за 2017 – 2019 гг в натуральном выражении, тонн

	2017 год	2018 год	2019 год
Республика Казахстан	9147	6780	9215
Жамбылская	15	23	68
Карагандинская	-	1	-
Костанайская	801	517	931
Северо-Казахстанская	13	4	6
г. Алматы	8318	6235	8210

Источник: КС МНЭ РК

Объемы производства йогурта, молока и сливок ферментированных или сквашенных прочих за 2019 год составили 190,2 тыс. тонн, против 185,5 тыс. тонн за аналогичный период годом ранее. Для сравнения, показатели 2017 года составили 179,8 тыс. тонн и это самый низкий показатель за 3 года. Основные объемы производства приходятся на Павлодарскую область, а именно 31,6 тыс. тонн продукции за 2019 год.

Производство йогурта, молока и сливок ферментированных или сквашенных прочих в Казахстане за 2017 – 2019 гг в натуральном выражении, тонн

	2017 год	2018 год	2019 год
Республика Казахстан	179790	185486	190193
Акмолинская	5267	5958	5054
Актюбинская	18687	18505	11666
Алматинская	25325	22451	22651
Атырауская	140	260	305
Западно-Казахстанская	532	514	936
Жамбылская	2203	2095	2090
Карагандинская	20783	20723	21235
Костанайская	14582	11638	18400
Кызылординская	663	709	723
Мангистауская	10754	12974	11765
Туркестанская	21180	27820	25949
Павлодарская	28516	31047	31575
Северо-Казахстанская	271	294	324
Восточно-Казахстанская	670	572	951
г. Нур-Султан	1106	940	691
г. Алматы	1282	1206	1128

Источник: КС МНЭ РК

Повышение продаж в штуках и падение в объемах говорит о снижении среднего веса упаковки. Снижение оценивается в среднем на 1,3%, но при этом видим растущую цену в индустрии. Иными словами, покупатель платит почти те же деньги за продукт, который стал меньше в объемах в упаковке.

За последние три года на рынке появились три новых игрока: Urbis international marketing — в сухом детском питании с брендом Baby sitter, Maspex wadowice group poland — в жидком детском питании с брендом Tedi baby и Nurture — также в жидком детском питании с брендом Happy baby.

Несмотря на маленькую долю на рынке, эти игроки показывают стремительный рост в продажах.

На современных фабриках по производству молока используются новейшие технологии. Описание технологии производства пастеризованного молока. Весь процесс изготовления детского питания можно разделить на 8 основных этапов:

1. Приемка молока и качественная оценка молока. После установления массы поступившего молока оформляются соответствующие документы и производится мойка цистерн и фляг.

2. Охлаждение и резервирование молока. Цель охлаждения молока заключается в создании условий, значительно замедляющих развитие в нем микроорганизмов. При охлаждении молока до 2-4°C, развитие микроорганизмов в нем почти полностью приостанавливается. После хранения в зависимости от назначения молоко поступает на механическую и тепловую обработки.

3. Подогрев и очистка молока. Цель - очистка молока от механических примесей.

4. Нормализация молока. Нормализация - направленное изменение состава молока в целях получения готового продукта, отвечающего требованиям стандарта по массовой доле составных частей молока и немолочных компонентов.

5. Гомогенизация молока. Гомогенизация — это процесс дробления (диспергирования) жировых шариков при воздействии на молоко внешних усилий, вызванных перепадом давления. В исходном молоке диаметр жировых шариков колеблется от 0,5 до 18 мкм, в среднем он равен 2-4 мкм. В гомогенизированном молоке диаметр жировых шариков составляет около 1 мкм. При этом снижается возможность отстаивания жира при хранении молока.

6. Пастеризация молока. Пастеризация молока — это уничтожение болезнетворных вегетативных форм микроорганизмов, в том числе и патогенных, находящихся в молоке, что обеззараживает его, улучшает качество

7. Фасование, упаковывание, маркирование

8. Хранение готового продукта

Технология производства кефира проходит следующие этапы:

- Гомогенизация. Молоко гомогенизируют при температуре 65–70°C и давлении 17,5–20 Мпа.

- Тепловая обработка. Выдержка при температуре 90–95°C в течение 5 минут.

- Заквашивание. Молоко охлаждают до температуры 23°C и добавляют закваску в количестве 2–3%. 11

- Сквашивание (наращивание кислотности и созревание).

- Пастеризация и охлаждение до температуры сквашивания

- Внесение заквасочной культуры (называемой здесь также фильтратом)

- Сквашивание в два этапа (это, а также особая закваска характерны для кефира)

- Нарастание кислотности. Длится примерно 12 часов, до достижения активной кислотности равной 4,5. После чего охлаждают и перемешивают сгусток до температуры 15–16°C.

- Созревание. По прошествии 13-14 часов начинает проявляться типичный «дрожжевой» привкус.

- Охлаждение. Быстрое охлаждение до 6-8°C происходит в теплообменнике. Механическое перемешивание в насосах, трубопроводах и упаковочных машинах сводится к минимуму, так как мягкая обработка продукта крайне важна. Во избежание возникновения синерезиса также следует избегать попадание воздуха в продукт.

- Упаковка.

Технология производства творога проходит по следующим этапам:

- Приемка сырья и оценка его качества.

- Подогрев и сепарирование молока.

- Эта стадия проходит в пластинчатой пастеризационно-охладительной установке, где молоко нагревается до температуры 37- 40°C, а затем направляют в сепаратор сливоотделитель. Все это происходит по правилам сепарирования.

- Составление смеси нормализованного молока.

- При выработке творога с МДЖ 18,9% и 5% молоко нормализуют с целью установления правильного соотношения между МДЖ и белка в нормализованной смеси, обеспечивающего стандартного по МДЖ и влаге продукта.

- Пастеризация и охлаждение нормализованного или обезжиренного молока. Нормализованное или обезжиренное молоко пастеризуют на пастеризационно-охладительных установках при температуре 78- 80 °C с выдержкой 15 - 20 с. Затем молоко охлаждают до температуры сквашивания.

Рынок детского питания состоит из четырех сегментов: «Сухое детское питание», «Готовое детское питание», «Молочные смеси» и «Другие виды детского питания».

К наиболее крупному сегменту рынка относятся «Молочные смеси». Его объем в 2019 г. составил 28,1 млрд. казах. тенге. По сравнению с 2018 г. объем сегмента вырастет на 3,1 млрд. тенге.

На втором месте по объему продаж в стоимостном выражении находится сегмент «Сухое детское питание». В 2019 г. объем данного сегмента составит 18,5 млрд. тенге. По сравнению с 2018 г. он вырастет на 1,65 млрд. казах. тенге.

6. Производственные мощности

Объем рынка детского питания в Казахстане в 2017г. составлял 55,6 млрд. тенге и увеличился в 1 квартале 2020 года до 125,7 млрд тенге.

На момент начала 2020 г. Завод Казахской Академии питания «Амиран» является одним из немногих в Казахстане по выпуску детского молочного питания, изготовленного из натурального цельного молока высшего качества. Это «живой» продукт, потому что молоко, идущее на производство, является цельным натуральным, а не восстановленным, без добавления консервирующих веществ. В процессе приготовления продукта из такого сырья добавляются полезные микроорганизмы, выращенные в лабораторных условиях на заводе, которые принимают активное участие в переваривании пищи и подавляют вредную (гнилостную) микрофлору кишечника.

Завод перерабатывает 15 тонн молока в сутки и выпускает 5 видов наименований продукции для детей от 6 месяцев:

1. Молоко питьевое детское и для приготовления каш, 3,2%, 230 мл.
2. Детский кисломолочный продукт, 3,5%, 180 гр.
3. Паста твороженная детская, 9%, 100 гр.
4. Творог зернистый детский, 9%, 100 гр.
5. Йогурт детский "живой", 2,8%, 180 гр.

В республике реализуется продукция примерно 20 производителей, среди которых 50% составляют российские производители. В тоже время на внутреннем рынке явно прослеживается дифференцированность производителей ПДП, как по сегментам, так и по категориям продуктов, то есть в каждой категории есть лидеры.

Проведено исследование рынка продуктов детского питания в г. Алматы, который является самым емким рынком в Казахстане (на город приходится более 40% оптовых продаж продуктов детского и диетического питания). Исследование показало, что по представленности в различных сегментах и категориях продуктов детского питания производители распределены следующим образом:

Заменители грудного молока. Сегмент более широко представляют производители из дальнего зарубежья: Nestle (Швейцария) вместе с торговой маркой Gerber (США) - примерно 30% рынка по представленности, Friesland Foods (Голландия), Humana (Германия) и Нутритек (Россия) – примерно по 15%, Nutricia (Голландия) – 10% рынка.

Злаковые каши для детского питания, пудинги и супчики. Данная категория в основном представлена компаниями: Nestle (Швейцария) – 40%, Heinz (США) – 20%, HIPF (Австрия) – 15%, Нутритек (Россия) – 10, Лебедянский (Россия) – 5%, Колинска (Словения) – 5%. Причем наибольшая доля каш Nestle завозится на территорию Казахстана из России, где компания имеет свое производство.

Овощные, фруктовые и мясные консервы для детского питания. 50% рынка этих продуктов представлено российскими производителями: Лебедянский, СИМВА, Нутритек и Вимм-Билль-Данн, Азовский комбинат детского питания. Компания Nestle (Швейцария) представлена на 20%, HIPF (Австрия) – 15%, Heinz (США) – 10%.

Детские соки. В широком ассортименте детские соки представлены также российскими производителями: Лебедянский - 30%, Вимм-Билль-Данн – 20%, Нутритек – 15%, СИМВА – 15%.

Детские чаи: В нише детских чаев бесспорным лидером является компания HIPF (Австрия) - 70%. Данная категория представлена наименьшим числом производителей. На казахстанском рынке также присутствуют СИМВА (Россия) – 20% и Колинска (Словения) – 10%.

Бутилированная вода: Представленность бутилированной воды для детей также ограничена числом производителей. Среди них наиболее часто встречаются: ТОО «Комета» (Казахстан) с торговой маркой «Калипсик», а также HIPF (Австрия) и Masafi (ОАЭ).

Рынок детского питания в Казахстане состоит из четырех сегментов: сухое детское питание, готовое детское питание, молочные смеси и другие виды детского питания. К наиболее крупному сегменту рынка относятся молочные смеси. Его объем в 2019 г. составляет 28,1 млрд. тенге. На втором месте по объему продаж в стоимостном выражении находится сегмент сухое детское питание. В 2019 г. объем данного сегмента составляет 18,5 млрд. тенге. Розничные магазины остаются наиболее важным каналом дистрибуции продуктов детского питания в Казахстане.

Основным поставщиком в Казахстан продуктов детского питания является Россия (42% от общего объема импортных поставок), которая поставляет преимущественно злаковые каши и фруктовые консервы. На долю Швейцарии приходится 19%, Нидерландов – 13% (злаковые каши), США – 5,6% (в основном молочные смеси для грудных детей).

Проблемой детского питания в Казахстане, как отмечают эксперты, является неразвитость отечественного производства в данной отрасли. По мнению экспертов, потребители больше доверяют и желают употреблять отечественные продукты питания, считая их более экологичными.

Индустрия детского питания падает в последние три года в объемах (в указанных выше категориях, — ред.). Больше всех потеряли в продажах детские смеси и сухое детское питание. Но нужно отметить, что рынок в 2019 году улучшил свои показатели по сравнению с 2018 годом.

Несмотря на незначительное падение в объемах (-0,5%), индустрия имеет прирост в денежном выражении (+2%) и в продажах в штуках (+0,8%).

Повышение продаж в штуках и падение в объемах говорит о снижении среднего веса упаковки. Мы оцениваем это снижение в среднем на 1,3%, но при этом видим растущую цену в индустрии. Иными словами, покупатель платит почти те же деньги за продукт, который стал меньше в объемах в упаковке.

Резкое снижение продаж скорее было характерным для 2018 года (по сравнению с 2017 годом). Продажи тогда упали на 1,1%, в объемах — на 10,5% и в штуках — на 7,2%. Причиной столь резкого падения индустрии стала кризисная волна, которая одинаково повлияла на потребителей, которые уменьшили спрос на 7,1%, и на производителей, которые увеличили среднюю цену (на 10% по сравнению с 2017 годом).

Второй по продажам идет Nutricia с долей 17,6% в 2018 году. При этом за последние три года Nutricia потеряла около 7 п.п. в доле рынка. Такая же негативная тенденция наблюдается у игроков Progress и Humana. А замыкающий тройку лидеров Pepsico является единственным игроком, который не только повысил долю на рынке в деньгах (+3 п.п.), но и значительно улучшил продажи — порядка 29% за последний год. Доля продаж компании в деньгах — 14,9%. Основным успех Pepsico заключается в хорошей представленности в растущей категории «вязкое детское питание».

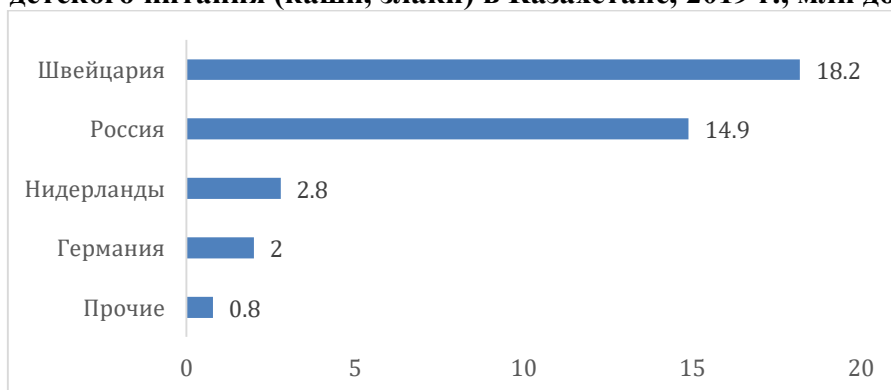
7. Внешняя торговля

В целом по детским товарам объем официального импорта с 2009 года вырос в 3,5 раза. Серьезное влияние на легализацию рынка оказал Таможенный союз (далее - ТС): так, в 2011 году объем официального импорта вырос на 55%. Благодаря ТС увеличилась доля предложения со стороны как российского производителя, так и российских дистрибьюторов. Нужно отметить, что импорт стран ТС в общем предложении на рынке составляет 23,3%.

Казахстанский рынок детского питания представлен в основном продукцией зарубежного производства. Для казахстанских компаний ниша производства продуктов детского питания остается неосвоенной. Основными поставщиками

детского питания в Казахстан являются страны ЕС и Россия. Экспорт осуществляется в страны Центральной Азии и Китай.

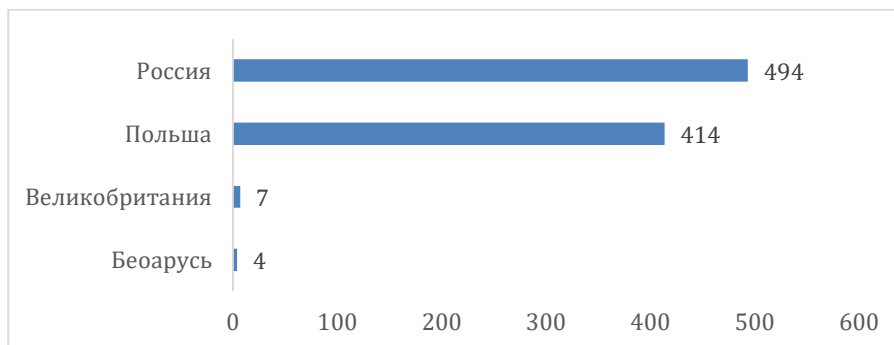
Импорт детского питания (каши, злаки) в Казахстане, 2019 г., млн долл. США



Источник: КС МНЭ РК

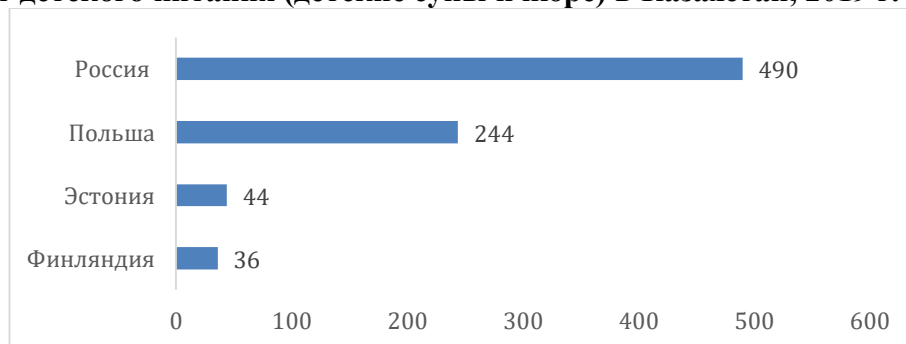
Прочее *Беларусь, Финляндия, Испания, Португалия, США и Кыргызстан.

Импорт детского питания (овощи гомогенизированные) в Казахстан, 2019 г., тыс. долл. США



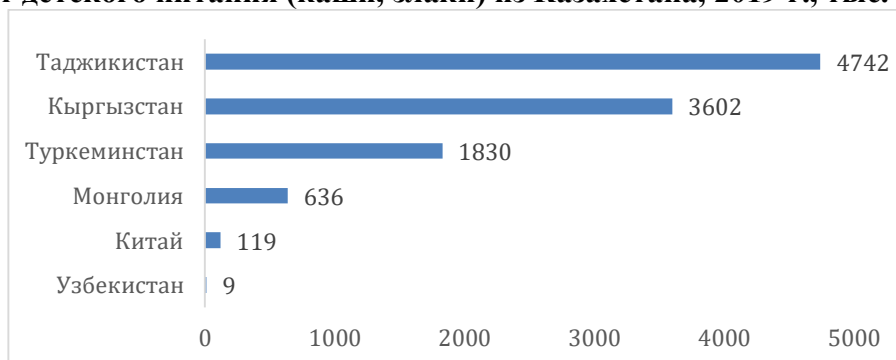
Источник: КС МНЭ РК

Импорт детского питания (детские супы и пюре) в Казахстан, 2019 г.



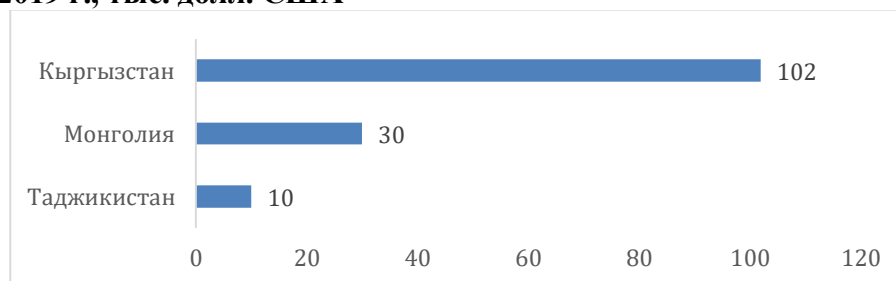
Источник: КС МНЭ РК

Экспорт детского питания (каши, злаки) из Казахстана, 2019 г., тыс. долл. США



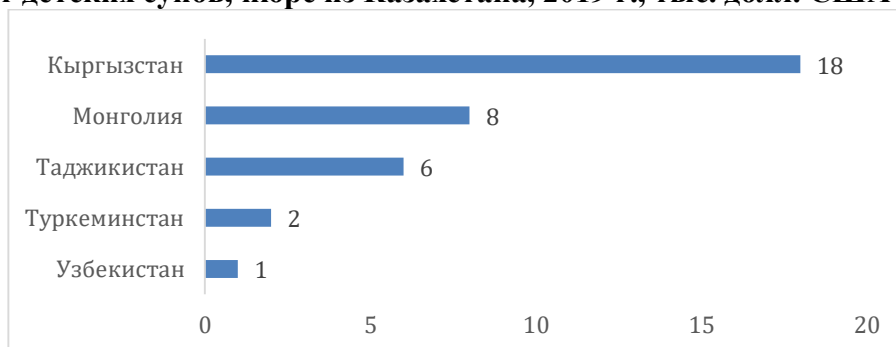
Источник: КС МНЭ РК

Экспорт детского питания (Овощи, гомогенизированные для детского питания) из Казахстана, 2019 г., тыс. долл. США



Источник: КС МНЭ РК

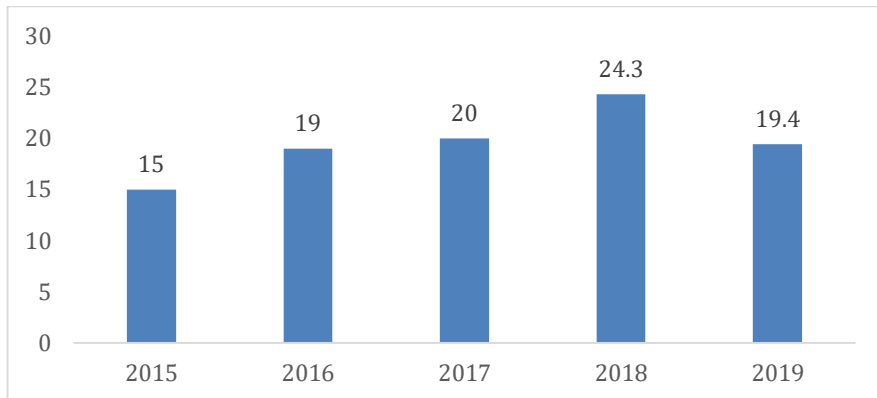
Экспорт детских супов, пюре из Казахстана, 2019 г., тыс. долл. США



Источник: КС МНЭ РК

Производство круп, каш и прочих продуктов из зерновых и растительных культур и овощей в Казахстане остается стабильным, однако наметилась тенденция снижения производства.

Объем производства овощей переработанных и консервированных, кроме картофеля, тонн



Источник: КС МНЭ РК

Региональный рынок: импорт каш, детских супов, пюре и продуктов из овощей для детей вырос в 2019 году, в особенности импорт продуктов из овощей и каши.

Импорт детского питания в РК в 2019



Источник: КС МНЭ РК

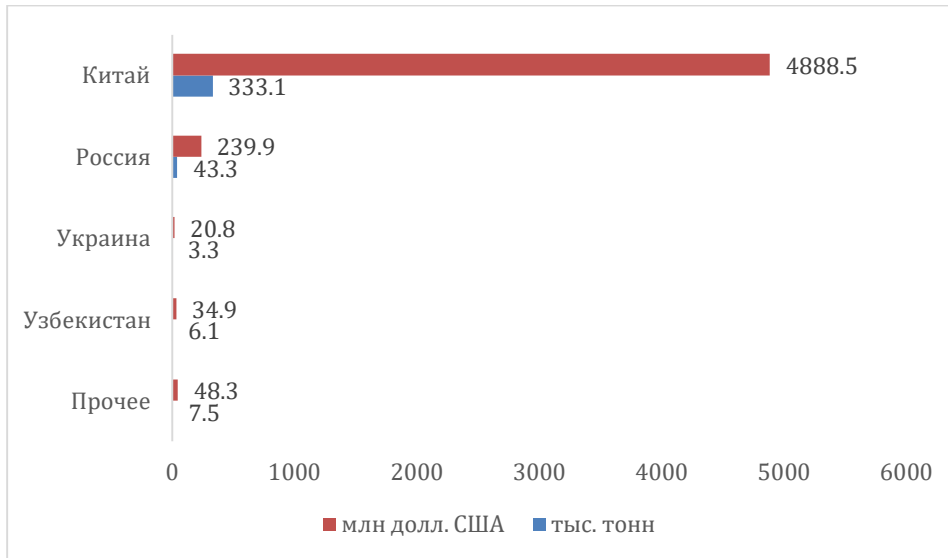
Динамика импорта детского питания в Казахстане, млн. дол. США



Источник: КС МНЭ РК

Прочее *Азербайджан, Беларусь, Таджикистан, Кыргызстан, Армения, Монголия, Туркменистан.

Импорт детского питания, расфасованного для розничной продажи близлежащих стран, 2018г.



Источник: КС МНЭ РК

В г. Нур-Султан основными производителями являются малые предприятия (ТОО «АБ детское питание», ТОО «ЕСОПРОТ», ТОО «Фабрика медицинской биотехнологии»). На сегодняшний день в Казахстане по выпуску детского молочного питания является завод Казахской академии питания «Амиран». Ассортимент детского питания в супермаркетах представлен такими брендами как NESTLE (Швейцария), NUTRICIA (Нидерланды), HEINZ (США), БИБИКОЛЬ (Россия), Нумана (Германия).

Конкурентные преимущества:

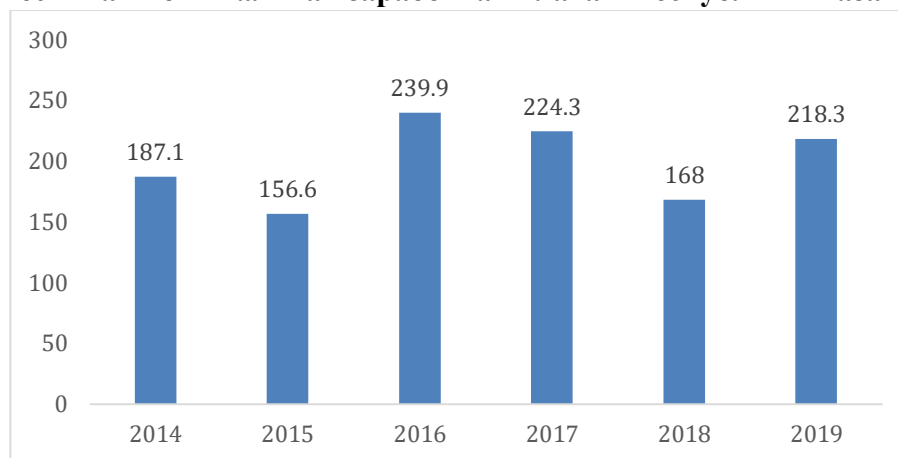
- 1.Наличие сырьевой базы;
- 2.Потенциальное импортозамещение и экспорт продукции;
- 3.Государственная поддержка инвесторов и предпринимателей.

8. Размер рынка

Рынок Республики Казахстан является одним из наиболее перспективных направлений экспорта российской продукции. По данным ФТС РФ (Федеральная Таможенная Служба) на экспорт детских товаров в Республику приходится порядка 35% всего экспорта. Факторы спроса на продукцию Республики Казахстан на 42 месте в 2018 по ВВП – 509 млрд. долл. США с ростом +0,38%; Единое таможенное пространство и требования к качеству в рамках ЕАЭС;

Численность детей до 14 лет 5,3 млн. человек; По прогнозу Всемирного банка, рост ВВП по итогам 2019 года составит 3,5% Объем и динамика рынка детских товаров Рынок детских товаров в Республике Казахстан является практически полностью импортозависим.

Среднемесячная номинальная заработная плата в Республики Казахстан



Источник: КС МНЭ РК

Республика Казахстан может стать хорошей базой для реэкспорта детских товаров в Кыргызстан, Узбекистан, Таджикистан, Туркменистан, Монголию. Данной возможностью активно пользуются российские производители детского питания, а также представительства производителей подгузников.

Ключевыми факторами роста рынка детских товаров является рост численности населения и уровня доходов.

Численность населения Республики Казахстан, млн.



Источник: КС МНЭ РК

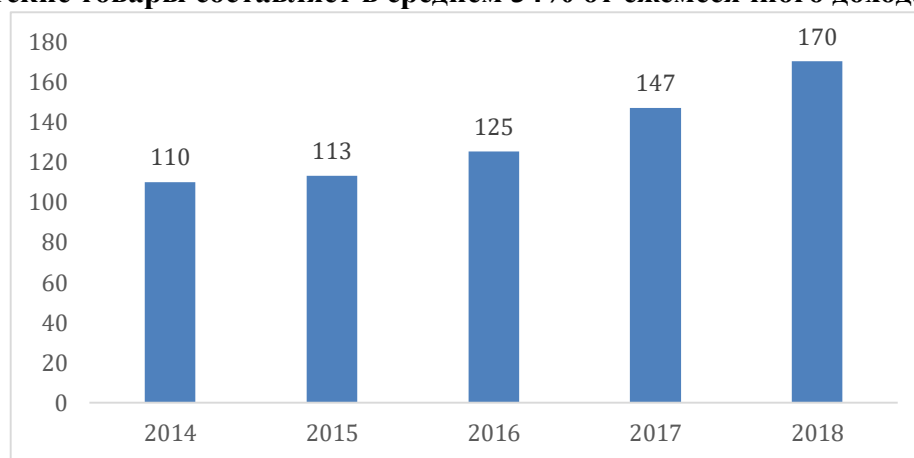
Наиболее стабильным направлением являются детское питание. Высокий потенциал у одежды и обуви, основную конкуренцию которой составляет продукция из Китая, Турция, Индия. Стоит отметить, что уже объем импорта детской одежды из России в 3 раза выше объема импорта из Китая.

Объем импорта по категориям детских товаров, долл. США

	2017	2018
ИТОГО	168034507	2018270630
Детское питание	40940877	46865902
Игрушки	80770259	120459304
Кормление и уход	1365803	1336244
Обувь	14104166	10368793
Обучение и развитие	12887863	11509753
Одежда	8899465	9625031
Товары для дома и улицы	9066074	18105602

Источник: КС МНЭ РК

По данным Казахстанской Ассоциации Индустрии детских товаров, доля затрат семей на детские товары составляет в среднем 34% от ежемесячного дохода, тыс. тенге



Источник: КС МНЭ РК

Мировой рынок детских товаров — это 412,2 млрд долларов в год. Рынок детских товаров в Казахстане составляет \$3 млрд и является динамично

развивающимся с ежегодным приростом 10-15, рынок продуктов детского питания составляет 5% от общего рынка детских товаров.

Темпы роста рынка РК очень высокие, т.е. если мировой рынок растет по всем категориям детских товаров порядка 5% в год, то казахстанский рынок детских товаров в среднем по всем категориям растет на 52% в год, причем в некоторых категориях, а именно в производстве детского питания.

Причина этому ненасыщенность рынка, поэтому место на рынке и потенциал для роста есть, и он значителен. Объем рынка оценивается в 2,2–2,3 млрд долларов в розничных ценах, в то время как объем официально импортируемых в РК детских товаров в расчете на розничные цены составляет 1,1–1,2 млрд долларов.

Для расчета емкости рынка детского питания использовались официальные данные по переработке молока Комитета по статистике РК и данные Комитета Таможенного контроля РК.

Емкость рынка детского питания и диетических пищевых продуктов в Казахстане за 2018 – 2019 гг, тонн.

	2018г.	2019г.
Производство	9 174	217 306
Экспорт	2 286	1 976
Импорт	10 875	13 952
Емкость рынка	17 763	229 282

Источник: КС МНЭ РК

Рынок продуктов детского питания в Казахстане динамично развивается. За последние пять лет он активизировался и стал расти в натуральном выражении в среднем на 35% в год (молочные смеси, злаковые каши, супчики, консервы (овощные, мясные, фруктовые пюре).

Рост рынка продуктов детского питания зависит от таких факторов, как:

- рождаемость;
- рост денежных доходов населения;
- доступ к информации о продуктах детского питания, их пользе и роли в питании детей от рождения.

9. Обзор цен

Если рассматривать цены предприятий-производителей продуктов детского питания за период 2017 – 2019 годов, то можно однозначно сказать, что стоимость все этих продуктов выросла. Значительно подешевело лишь масло сливочное и спреды (пасты) молочные. Их стоимость за тонну за рассматриваемый период сократилась практически в 3 раза.

Цены предприятий-производителей на продукты детского питания, реализованные на внутренний рынок без акцизов и НДС

	Единица измерения	Цена за единицу, в тенге		
		декабрь 2017г.	декабрь 2018г.	декабрь 2019г.
Сок томатный	литр	132	189	207
Сок апельсиновый неконцентрированный, не замороженный	литр	125	159	199
Сок яблочный	литр	104	165	204
Молоко обработанное жидкое	тонна	140 062	354 688	373 317
Молоко и сливки, несгущенные и не подслащенные, жирностью более 6%	тонна	453 654	746 318	867 005
Масло сливочное и спреды (пасты) молочные	тонна	900 000	354 688	373 317
Йогурт не ароматизированный, не содержащий добавок фруктов, орехов или какао	тонна	209 276	166 691	220 988
Простокваша и варенец не ароматизированные, не содержащие добавок фруктов, орехов или какао	тонна	214 558	235 694	217 428

Кефир не ароматизированный, не содержащий добавок фруктов, орехов или какао	тонна	151 303	159 068	173 571
Ряженка не ароматизированная, не содержащая добавок фруктов, орехов или какао	тонна	174 132	175 981	186 788
Сметана не ароматизированная, не содержащая добавок фруктов, орехов или какао	тонна	496 444	522 269	572 896
Йогурт, ароматизированный или содержащий добавки фруктов, орехов или какао	тонна	344 088	308 626	359 683

Детское питание на молочной основе выросло в цене с 2255 тенге за килограмм в 2017 году до 3002 тенге в 2019 году.

Детское питание на мучной основе выросло в цене, но не так значительно. В 2017 году его стоимость составила 2971 тенге за килограмм, а в 2019 году – 3218 тенге.

Соки фруктовые и овощные, которые входят в рацион маленьких потребителей подорожали с 237 тенге в 2017 году до 271 тенге за литр в 2019 году.

Цены оптовых продаж на продукты детского питания

	Единица измерения	Цена за единицу, в тенге		
		декабрь 2017г.	декабрь 2018г.	декабрь 2019г.

Молоко обработанное жидкое	литр	217	214	240
Творог	кг	1 123	1 246	1 423
Сметана	кг	733	749	803
Йогурт	кг	415	515	567
Кефир	литр	222	203	223
Питание детское на основе молочной	кг	2 255	2 843	3 002
Питание детское на основе мучной	кг	2 971	3 201	3 218
Соки фруктовые и овощные	литр	237	242	271

Источник: КС МНЭ РК

Рост рынка детского питания происходит за счет инноваций в упаковке, производства продуктов, употребляемых на ходу, а также полезных для здоровья и удобных продуктов. Кроме того, расширяется ассортимент продукции в рамках экономичных брендов, привлекая потребителей с низким и средним уровнем дохода.

Приготовленное детское питание остается основной категорией продаж детского питания, на его долю приходится около 49% мирового объема продаж, и ожидается, что этот показатель продолжит расти к 2024 году.

Потребители уделяют больше внимания общему состоянию здоровья, и все больше потребителей ищут продукты с чистой этикеткой (clean label), а это означает, что они все более избирательны в выборе продуктов.

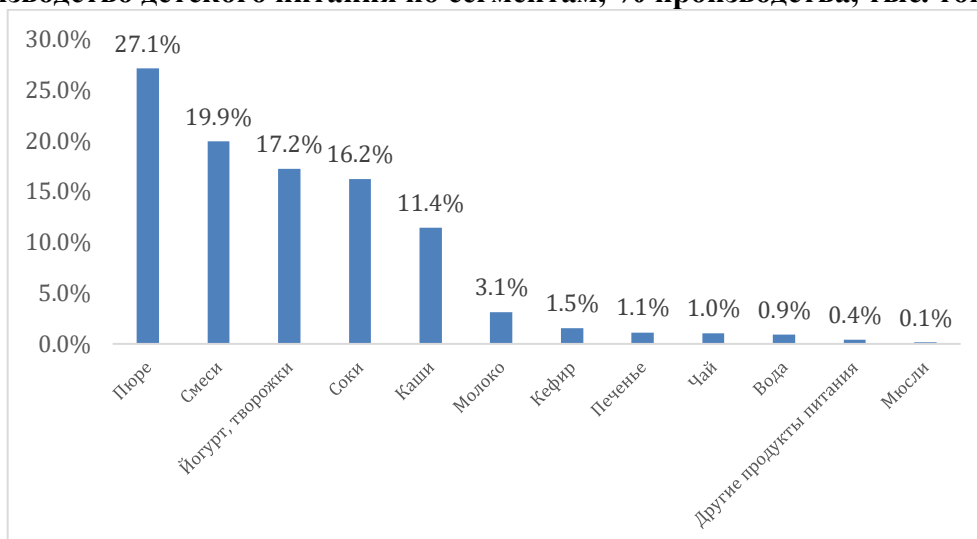
Розничная торговля через Интернет является самым быстрорастущим каналом сбыта детского питания, поскольку она предлагает широкий доступ к информации о продуктах, ингредиентах, ценах и т. д., а также является удобным способом совершения покупок, поскольку многие потребители имеют легкий и постоянный доступ к Интернету через смартфоны и планшеты.

10. Потребительское поведение

Самым быстрорастущим среди продуктовых рынков, как в мире, в последние годы является рынок детского питания. Даже не смотря на всеобщее замедление потребления и кризис 2014 года, продажи детского питания увеличиваются. Увеличение потребления продуктов, предназначенных для кормления детей, является следствием изменения образа жизни женщин: все больше родителей перестают тратить время на приготовление пищи, покупая готовые смеси, консервы и каши быстрого приготовления.

Рынок детского питания сегментируется по виду продукции. Производство детского питания подразделяется на несколько сегментов: пюре, каши, молочные и кисломолочные продукты, молочные смеси, напитки для детского питания (соковая продукция, вода питьевая, чай) и др.

Производство детского питания по сегментам, % производства, тыс. тонн



Источник: КС МНЭ РК

В натуральном выражении лидирующими сегментами являются пюре (27,1%) и смеси 20%, детская кисломолочная продукция и фруктовые соки заняли третье место с долями 17,2% и 16,2%. Сегмент детской воды очень активно растет – 11,3% в натуральном выражении и на 18,2% в денежном. И на нем сравнительно меньше конкуренция, нежели в других сегментах детского питания.

В 2020 г. на рынке детского питания достаточно велика доля импорта в сегменте мясных и плодоовощных консервов, а также сухих и молочных смесей. Импорт более чем в 6 раз по объему превышает экспорт. Примечательно, что наименьшая доля импортной продукции приходится на сегмент соков, жидких и пастообразных молочных продуктов.

Дистрибуция детского питания в Казахстане практически полностью осуществлялась через внутримагазинную розницу. «Розничные магазины» остаются наиболее важным каналом дистрибуции продуктов детского питания в Казахстане. В 2019 г. через этот канал было реализовано 67,71% детского питания, тогда как через «Специализированные магазины» - 31,8% детского питания.

В Казахстане детское питание предлагается как международными, так и отечественными компаниями. Зарубежные бренды детского питания имеют сильные преимущества. Из-за интенсивной конкуренции на рынке детского питания производители работают над сохранением лояльности потребителей и привлечением новых потребителей, предлагая новые продукты и специальные ценовые предложения.

Наиболее крупными производителями продуктов детского питания являются компании Nestlé и Detskoye Pitaniye-Istra-Nutricia.

Наиболее популярными брендами по объему продаж в Казахстане на рынке детского питания являются Malyutka (Danone, Groupe), Nestlé и Nan.

Объема рынка детского питания в 2019 г. составил 56,88 млрд. казах. тенге. К 2022 г. объем рынка может составить 61,33 млрд. казах. тенге.

В 2017 году продажи брендов среднего сегмента на рынке детского питания составили около 50%. Весь средний сегмент в большинстве своем состоит из российских товаров. Анализ средних оптовых цен на продукцию детского питания за 2017 год, в целом, показал повышение цен на 6-10%.

Конкурентную ситуацию на рынке детского питания можно назвать достаточно напряженной. Тут лидируют несколько российских компаний и импортеров других стран. Рынок консолидируется, постепенно примеряя на себя западную модель, когда в отрасли существует лишь несколько крупных игроков общенационального масштаба.

В процессе принятия решений покупатели ведут себя по-разному. Потребительское поведение является составной частью изучения спроса населения. Результатом изучения поведения потребителей должно быть максимальное приближение количества и качества благ к запросам потребителей.

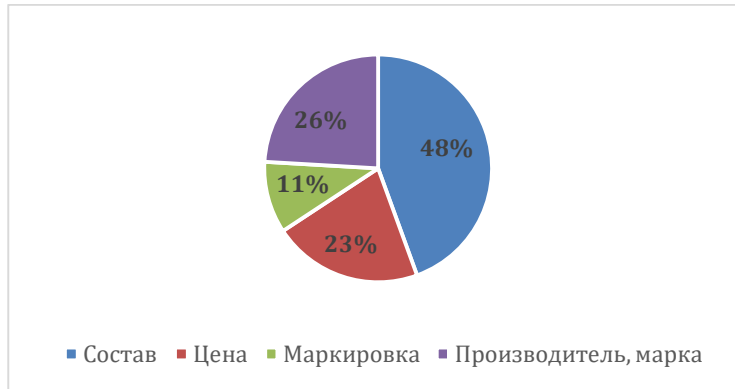
На основе анализ потребительских предпочтений на рынке напитков для детского питания, который проводился в течение месяца можно сделать вывод. При формировании выборки применялся метод кластерного отбора, то есть случайно было выбрано 10 форумов с подходящей целевой аудиторией (родителями), на которых в разделе «Детское питание» была размещена анкета. Объем опрошенных составил сто человек.

Анкета по проводимому исследованию ориентирована на выявление предпочтений покупателей по ассортименту напитков для детского питания; влияния на потребительский выбор цены, бренда, упаковки, состава, маркировки; определение места покупки товаров. В анкете использовались открытые и закрытые типы вопросов: вопрос с дихотомическим делением, альтернативный, вопрос-меню, простой свободный вопрос.

Если речь идет о соковой продукции, то 48% опрошенных отдают предпочтение сокам для детского питания; 26% приобретают нектары для детского питания; 21% совершают покупку морсов для детского питания и 5% сокосодержащих напитков для детского питания.

На вопрос «На что Вы обращаете внимание при покупке напитков для детского питания?» 48% респондентов дали ответ «состав»; на «цену» обращают внимание 23%; при выборе напитков для детского питания 26% руководствуются брендом и производителем; лишь 11% перед совершением покупки изучают

маркировку, смотрят на документы и знаки, подтверждающие качество продукта; на яркую этикетку и привлекательный рисунок не обращает внимания никто.



Источник: По данным опроса, проведенным Евразийским Союзом Ученых

Большинство опрошенных (54%) отдают предпочтение как отечественным, так и зарубежным напиткам для детского питания, 32% покупают только отечественные марки и 14% только зарубежные.

На вопрос «Какие марки соков для детского питания Вы приобретаете?» респонденты отвечали следующее: «Агуша», «ФрутоНЯНЯ», «Спеленок», «Сады Придонья», «Тёма», «Нипп», «Gerber», «Fleur Alpine», «Semper», «Bebivita», «Бабушкино лукошко». Среди марок воды для детского питания были отмечены «Агуша», «ФрутоНЯНЯ», «Нипп», «Bebi», «Fleur Alpine».

Большинство респондентов покупают напитки для детского питания в гипермаркетах; на втором месте супермаркеты и универсамы; далее магазины шаговой доступности и на последнем месте аптеки.



Источник: По данным опроса, проведенным Евразийским Союзом Ученых

Целевой аудиторией были пользователи форумов для родителей. На вопросы анкеты отвечали только женщины.

Из выбранной целевой аудитории, преобладающим количеством опрошенных оказались граждане 25-35 лет, что составило 78%, по 11% респондентов были в возрасте от 18 до 24 лет и от 36 до 45 лет. Так же был задан вопрос о возрасте ребенка. Все относятся к категории «дети раннего возраста» от 0 до 3 лет.

На основе проведенного опроса можно сделать вывод о среднем потребительском портрете. Средний потребитель – это женщина в возрасте от 25 до 35 лет, ребенок которой относится к категории «дети раннего возраста» (0-3 года). Покупает напитки для детского питания как отечественных, так и зарубежных производителей, отдавая предпочтение сокам и воде. При выборе товаров обращает внимание на состав, производителя и бренд. Приобретает данную продукцию в гипермаркетах и супермаркетах. Наибольшим спросом пользуются у потребителей соки торговых марок «Агуша», «Gerber», «Нипп», «Semper», «Fleur Alpine» и вода торговых марок «Агуша», «ФрутоНЯНЯ», «Нипп», «Vebi», «Fleur Alpine», широко представленные на рынке напитков для детского питания.

11. Описание сложившейся конъюнктуры рынка по продукту/услуге проекта

За 2019 год рынок вырос на 14,4%, производство пюре и соков в натуральном выражении продемонстрировал рост на 13,5%, в денежном выражении - на 36%.

Между тем мало просто доставить продукцию - на местах необходимо найти или организовать складские помещения с соответствующим требованиям по хранению продуктов детского питания режимом температуры и влажности, наладить сеть сбыта, найти человеческие и денежные ресурсы. Мелкие игроки зачастую сталкиваются с проблемой дефицита сил и средств, достаточных для того, чтобы успешно продвигать свою продукцию в регионах, но существует и обратная зависимость: для компании, не имеющей достаточно высокого уровня продаж в том или ином городе или области, открытие представительства сопряжено с серьезным риском. Однако крупные компании, в частности те же Nestle, НИРР или Nutricia, работают через дистрибьюторы во всех областях, в больших и малых городах.

Рождаемость в Казахстане находится на подъёме: каждый год в стране рождается около 400 тыс. малышей; с 2009 по 2019 средние темпы роста числа родившихся составили более 3%. Это обеспечивает рост рынка детских товаров на 3% в год.

Родители в первые годы жизни ребёнка очень тщательно подходят к выбору наиболее важных детских товаров – детского питания т т.д., стараясь выбрать для них самое лучшее. И они готовы за это платить.

Основная доля взаимной торговли детским питанием приходится на Российскую Федерацию – 72,6%, на Республику Беларусь – 27% и на Республику Казахстан – 0,4%.

Казахстанские производители молочной продукции имеют все шансы занять свои ниши на этом рынке. И в первую очередь, на рынках Китая и Юго Восточной Азии, где у Казахстана есть явные географические преимущества.

По данным расчетов следует, что самое дешевое производство детского питания и диетических пищевых продуктов приходится на Алматы, а самое дорогое – в Восточно-Казахстанской области.

Производство детского питания и диетических пищевых продуктов в Казахстане за 2017–2019 гг в денежном выражении, тысяч тенге

	2017 год	2018 год	2019 год
Республика Казахстан	19 853	1 291 827	1 932 282
Акмолинская область		1 273 124	1 778 721
Восточно-Казахстанская область	19 853	18 703	21 792
г. Алматы			131 769

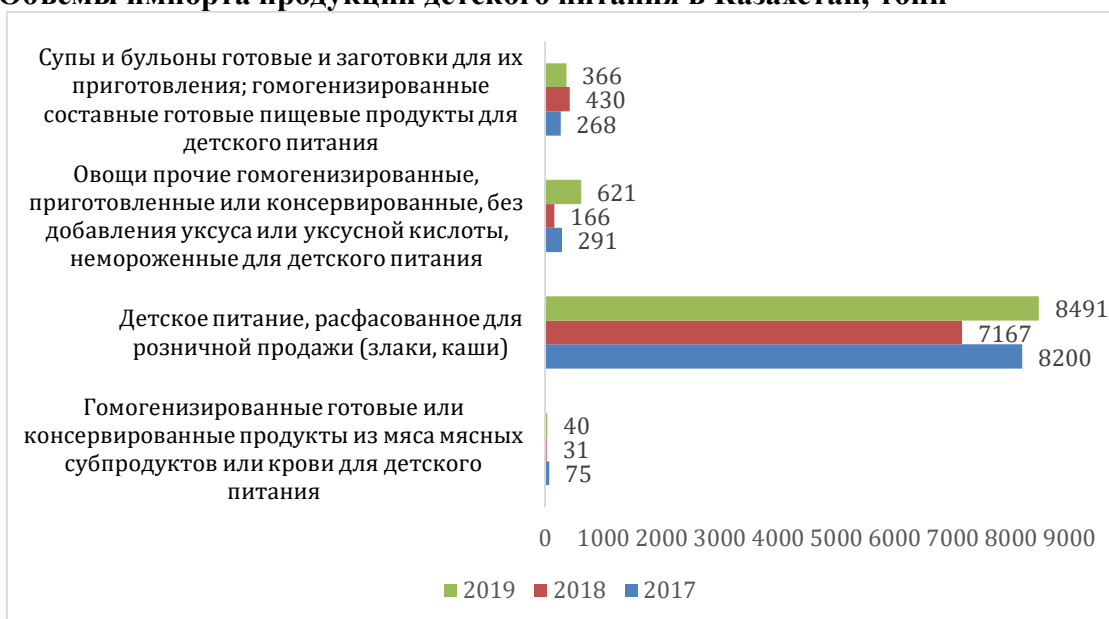
Источник: КС МНЭ РК

Учет стоимостных и натуральных объемов экспорта и импорта осуществляется Комитетом таможенного контроля РК и Комитетом по статистике Министерства Национальной Экономики РК.

Комитет по статистике отслеживает объемы экспорта и импорта товаров согласно Товарной номенклатуре внешнеэкономической деятельности (ТНВЭД) по странам-участницам ТС. Таможенный комитет РК ведет учет внешнеторговых операций республики с остальными странами (не входящими в ТС).

Анализ данных Таможенный комитет РК показывает рост объемов импорта по следующим группам детского питания: детское питание, расфасованное для розничной продажи, это злаки и каши, а также гомогенизированных овощей незамороженных для детского питания. Кроме того, наблюдается снижение импорта готовых супов и пюре, а также а также гомогенизированных готовых или консервированных продуктов из мяса, мясных субпродуктов и крови для детского питания.

Объемы импорта продукции детского питания в Казахстан, тонн



Источник: КС МНЭ РК

Анализ данных показывает сокращение объемов импорта по всем группам молочных товаров для детей, кроме категорий молоко не более 3% и йогурт не более 0,35 литров для детского питания.

Объемы импорта молочной продукции детского питания в Казахстане, тонн



Источник: КС МНЭ РК

Анализ данных показывает сокращение объемов импорта по всем группам фруктовых и овощных соков для детского питания.

Объемы импорта фруктовых и овощных соков для детского питания в Казахстане, тонн



Источник: КС МНЭ РК

При создании Таможенного союза наблюдался явный рост товарооборота между двумя странами – Россия и Казахстан. Его создание достаточно сильно повлияло на структуру импорта в Казахстан. Так Россия увеличила поставки всех групп рассматриваемых товаров в Казахстан и заняла лидирующую позицию среди стран-импортеров продукции детского питания и диетических пищевых продуктов. При этом экспорт отечественной продукции в категории детского питания является абсолютно незначительным.

Основные страны-экспортеры и импортеры продукции детского питания и диетических пищевых продуктов за 2019 гг. по наибольшей доли в структуре внешней торговли

	Экспорт	Импорт
Гомогенизированные готовые или консервированные продукты из мяса, мясных субпродуктов или крови для детского питания	-	Россия
Детское питание, расфасованное для розничной продажи (злаки, каши)	Туркмения Таджикистан	Россия Швейцария
Овощи прочие гомогенизированные, приготовленные или консервированные, без добавления уксуса или уксусной кислоты, немороженые для детского питания	Россия	Россия

Молоко не более 3% в первичных упаковках нетто-объемом не более 0,35 л, для детского питания	Россия Киргизстан	Киргизстан
Молоко более 3% в первичных упаковках нетто-объемом не более 0,35 л, для детского питания	Туркмения	Киргизстан Россия
Йогурт в первичных упаковках нетто-объемом не более 0,35 л, для детского питания	Россия	Россия
Творог в первичных упаковках нетто-массой не более 200 г, для детского питания	Россия	Россия
Гомогенизированные джемы, желе фруктовое, мармелады, пюре фруктовое или ореховое, паста фруктовая или ореховая для детского питания	Киргизстан	Армения
Гомогенизированные джемы, желе фруктовое, мармелады, пюре фруктовое или ореховое, паста фруктовая или ореховая для детского питания из тропических плодов	-	Россия
Апельсиновый сок в упаковках объемом не более 0,35 л для детского питания	Киргизстан	Россия
Ананасовый сок в упаковках объемом не более 0,35 л для детского питания	-	Россия
Томатный сок в упаковках объемом не более 0,35 л для детского питания	-	Россия
Яблочный сок в упаковках объемом не более 0,35 л, для детского питания	-	Россия
Прочие смеси яблочного и грушевого соков в упаковках объемом не более 0,35 л, для детского питания	Киргизстан	Россия
Детские супы и пюре готовые, и заготовки для их приготовления; гомогенизированные составные готовые пищевые продукты для детского питания	Киргизстан	Россия

Источник: КС МНЭ РК

В Казахстане рост рынка продуктов детского питания обеспечен благодаря всем трем перечисленным факторам. Так, рождаемость в стране, за последние три года выросла.

Платежеспособный спрос населения на продукты детского питания в Казахстане также значительно вырос за последние годы. Согласно исследованиям компаний, работающих на рынке Казахстана, каждая семья из числа постоянных покупателей данной продукции, тратит на нее 10-12 тыс. тенге ежемесячно.

Информированность населения о продуктах детского питания в Казахстане значительно повысилась (информация распространяется через школы для будущих мам, врачей-педиатров, средства массовой информации, специализированные магазины и отделы аптек). Однако пока еще не все казахстанцы имеют доступ к подобной информации. Прежде всего, это касается региональных потребителей, что в определенной степени ограничивает потребление продуктов детского питания в сельской местности и небольших городах.

Далеко не все казахстанские семьи покупают продукты детского питания. Многие из них продолжают самостоятельно, в домашних условиях, готовить еду для маленьких детей. Поскольку уровень потребления зависит от денежных доходов населения, наибольшая часть рынка сконцентрирована в крупных городах, прежде всего, в г. Алматы. Это обусловлено высокой стоимостью продуктов детского питания и, как было сказано выше, ограниченной информированностью региональных потребителей. В тоже время, это свидетельствует о наличии достаточно высокого потенциала развития у казахстанского рынка ПДП.

Прогнозируемое снижение потребления продуктов детского питания и замедление темпов его роста за последние 3 года обусловлено снижением платежеспособного спроса населения на эти продукты и связано с их удорожанием на фоне стремительного роста цен на другие виды продовольствия.

Мировая практика показывает, что основными игроками на рынке детского питания являются специализированные производители или крупные диверсифицированные компании. Это связано с тем, что производство продуктов детского питания является частью универсальных рынков, таких как рынок молочных продуктов, рынок соков и продуктов переработки овощей и фруктов. Конечно, производство продуктов питания требует отдельно отведенных площадей и специфичных технологий производства, но организация бизнеса, логистика идентичны. Это позволяет действующим производителям быстро адаптироваться в производстве новой составляющей их бизнеса. При этом, поскольку рынок продуктов детского питания является самостоятельным рынком, отличающимся разнообразием сегментов и категорий, то игроками этого рынка являются, как правило, пищевые холдинги, которые объединяют разные направления в индустрии продовольственных товаров. Поэтому большинство торговых марок, действующих на рынке продуктов детского питания, присутствует одновременно в разных продуктовых сегментах.

12. Анализ существующей и прогнозируемой конъюнктуры спроса на образующуюся в результате реализации проекта продукцию (товары/услуги) - проблемы, решения, статус реализуемых проектов

Стабильность спроса: ежегодно в Казахстане рождается около 250 тысяч детей. Влияние кризисных явлений на этот рынок незначительно: на детях не экономят. Объем рынка внушительный, так как воспитание и содержание ребенка требует больших сумм.

Молочные сухие смеси для новорожденных детей подорожали в два раза. В 2020 г. их стоимость составляет от 1500 до 5000 тенге за 700-800 граммов. Для сравнения, говядину на рынке продают по 1200-2500 тенге за кило. Детские смеси в основном импортные, и большая часть их завозится из России.

За первые три месяца 2019 года в страну было ввезено 525,5 тонны расфасованного детского питания на 2 млн 018 тыс. долларов. Всевозможные молочные напитки, которые предназначены для детей старшего возраста, вообще рекой текут из соседних стран в Казахстан. Например, согласно той же официальной статистике, за первые три месяца 2020 года из-за границы привезли 2146,3 тонны пакетированного молока и сливок жирностью 3% (1 млн 453,9 тыс. долларов), молока жирностью 6% – 1451,3 тонны (2 млн 336,1 тыс. долларов), прочей молочной продукции без вкусовых добавок – 1082,5 тонны (1 млн 563 тыс. долларов), с вкусовыми добавками – 3531,5 тонны (3 млн 873,5 тыс. долларов), йогуртов – 638,9 тонны (1 млн 006,0 тыс. долларов). Кроме молочного продукта нужно покупать витамины и сладости.

Строительство комплекса по производству продуктов детского питания мощностью 25 тыс. тонн в год (15 тыс. тонн детского питания на основе зерновых и 10 тыс. тонн на основе овощей).

Британской компании United Green планируется строительство завода по производству детского питания стоимостью свыше 40 млрд тенге в Алматинской области. Компания намерена ввести в эксплуатацию завод в 2021 году.

Для отечественных компаний ниша производства продуктов детского питания по большому счету остается практически неосвоенной. Поэтому в индустриальной зоне «Береке» в Илийском районе области с привлечением транснациональной компании United Green (Великобритания) запланировано строительство завода по производству детского питания. Строительство завода оценивается в 42 млрд тенге. Мощность завода - 10 тыс. тонн продукции в год.

Особую ценность представляют разработки по созданию новых детских продуктов на основе молока различных сельскохозяйственных животных, благодаря которым удалось впервые в истории Казахстана организовать промышленный выпуск продуктов на заводах детского питания и специализированных цехах.

Уникальность данных разработок заключается также в том, что созданы абсолютно новые детские продукты на основе коровьего, кобыльего и козьего молока, а также специализированные диетические продукты, включая шоколад, отличающиеся абсолютной новизной и уникальностью своего состава.

Разработка и промышленный выпуск детских продуктов питания в объеме от 10 до 16 тонн в сутки позволяет покрыть потребность детского населения в прикормах и продуктах дошкольного питания г. Алматы и Алматинской области в среднем на 20-25%.

В Казахстане рост рынка продуктов детского питания обеспечен благодаря всем трем перечисленным факторам.

Объем рынка детского питания Республики Казахстан является растущим даже в период кризисных явлений в экономике страны и оценивается экспертами в 2,5-3 млрд. долл. США. По состоянию на 2019 года рынок является полностью импортозависимым, с объемом национального производства детского питания менее 2%. В 2020 году рынок товаров для детей характеризуется сокращением преобладающей доли «серого» импорта за счет влияния государственных структур на организацию схем поставок в РК. Благоприятным факторам выхода импорта из «серой зоны» является развитие системных операторов розничного рынка и развитие качественной торговой недвижимости в стране. Развитию рынка способствуют открытие представительств западных компаний производителей в РК.

Казахстан является страной, где в равной степени присутствуют как проблемы недостаточности, так и избыточности питания со всеми их последствиями на здоровье детей. По данным общенационального медико-демографического исследования, проведенного Академией профилактической медицины, около 13% детей раннего возраста характеризовались отставанием в росте от нормальных показателей. Приблизительно 6% детей имели хроническую и 2% - острую недостаточность питания. Недостаточность питания у детей способствует возникновению острых респираторных и кишечных заболеваний, являющихся, как известно, основными причинами младенческой и детской смертности. Весьма распространенными среди детей в Казахстане являются анемия и йодная недостаточность, которые приводят к серьезным нарушениям противоинфекционной защиты. Также, учитывая экологическую обстановку в стране, по мнению экспертов, в детский рацион необходимо вводить больше молочных, овощных и фруктовых продуктов, соков, пюре и других продуктов, детского питания, которые экологически чистые, богаты витаминами и положительно влияют на здоровье детей.

Также, необходимо отметить, что в стране с каждым годом увеличивается уровень рождаемости, что оказывает непосредственное влияние на рынок детского питания. В рынке продуктов детского питания присутствуют как

известные зарубежные производители с мировым именем, так и крупные российские компании. На казахстанский рынок в 2010 году вышел отечественный производитель – Завод Казахской Академии Питания «Амиран» по производству молочной продукции высшего качества для детей раннего возраста (от 6-и месяцев), а также для беременных женщин и кормящих матерей.

Несмотря на разнообразность продуктов детского питания следует отметить, что отдельные его сегменты представлены слабо. Высокая стоимость импортных продуктов детского питания и низкий уровень информированности региональных потребителей ограничивает употребление продуктов детского питания. В связи с этим, для поддержки отечественных производителей, исследование перспективных направлений развития детского питания в Казахстане имеет особую практическую значимость. Также, необходимо уделять внимание на эффективную организацию досуга детей и детского питания в образовательных учреждениях.

Рынок продуктов детского питания в Казахстане динамично развивается. За последние пять лет он активизировался и стал расти в натуральном выражении в среднем на 35% в год (молочные смеси, злаковые каши, супчики, консервы (овощные, мясные, фруктовые пюре).

Рост рынка продуктов детского питания зависит от таких факторов, как: рождаемость; рост денежных доходов населения; доступ к информации о продуктах детского питания, их пользе и роли в питании детей от рождения.

В Казахстане рост рынка продуктов детского питания обеспечен благодаря всем трем перечисленным факторам. Так, рождаемость в стране, за последние три года, составила в среднем 299,1 тыс. человек или 105,1% в год.

Рынок детского питания в Казахстане состоит из четырех сегментов: сухое детское питание, готовое детское питание, молочные смеси и другие виды детского питания. К наиболее крупному сегменту рынка относятся молочные смеси. Его объем в 2019 г. составляет 28,1 млрд. тенге. На втором месте по объему продаж в стоимостном выражении находится сегмент сухое детское питание. В 2019 г. объем данного сегмента составляет 18,5 млрд. тенге. Розничные магазины остаются наиболее важным каналом дистрибуции продуктов детского питания в Казахстане.

В Казахстане детское питание предлагается как международными, так и отечественными компаниями. Зарубежные бренды детского питания имеют сильные преимущества. Из-за интенсивной конкуренции на рынке детского питания производители работают над сохранением лояльности потребителей и привлечением новых потребителей, предлагая новые продукты и специальные ценовые предложения.

Основным поставщиком в Казахстан продуктов детского питания является Россия (42% от общего объема импортных поставок), которая поставляет

преимущественно злаковые каши и фруктовые консервы. На долю Швейцарии приходится 19%, Нидерландов – 13% (злаковые каши), США – 5,6% (в основном молочные смеси для грудных детей).

Проблемой детского питания в Казахстане, как отмечают эксперты, является неразвитость отечественного производства в данной отрасли. По мнению экспертов, потребители больше доверяют и желают употреблять отечественные продукты питания, считая их более экологичными.

«Если бы была бы на рынке отечественная продукция, то она будет пользоваться спросом при условии приемлемых цен, так как казахстанские потребители больше доверяют отечественным производителям, надеясь на «натуральность» их продукции». Также, причиной неразвитости казахстанских продуктов, является проблема сырья. Основным сырьем для детского питания является: молоко, зерновые культуры (пшеница, гречиха, овес, кукуруза, ячмень, рожь) и добавки (фрукты, витамины, минеральные вещества и др).

Как отмечают эксперты, производство отечественных молочных продуктов не составит конкуренцию уже действующим на рынке иностранным игрокам, но удовлетворит часть потребности рынка в детском кефире, а также дополнит недостаточно представленные в Казахстане ниши - детские йогурты и творожки.

«Компания «Амиран», выпускающая детское молочное питание, еще не вышла на окупаемость с возникновением проблемы нехватке молока, т.к. в Алматинской области сильно не хватает молока, в то время как сырье для детского питания, согласно санитарным нормам, должно быть высшего качества».

«Без детей не может быть будущего, и для его сохранности надо иметь в республике хорошо разработанную концепцию развития производства продуктов питания». Наряду с вышеизложенными проблемами, эксперты отмечают высокую стоимость продуктов детского питания, что влияет на их недоступность среди населения. Далеко не все казахстанские семьи покупают продукты детского питания. Многие из них продолжают самостоятельно, в домашних условиях, готовить еду для маленьких детей. Поскольку уровень потребления зависит от денежных доходов населения, наибольшая часть рынка сконцентрирована в крупных городах, прежде всего, в г.Алматы

Таким образом, основными проблемами детского питания в Казахстане, как отмечают эксперты, являются ограниченный ассортимент предлагаемой продукции, низкий уровень информированности населения о продуктах детского питания, неразвитость отечественного производства в данной отрасли, высокая стоимость продуктов детского питания, что существенно влияет на их недоступность среди населения.

13. Описание уже реализованных проектов (функционал объекта, преимущества и недостатки)

В г. Нур-Султан основными производителями являются малые предприятия (ТОО «АБ детское питание», ТОО «ЕСОПРОТ», ТОО «Фабрика медицинской биотехнологии»). На сегодняшний день первым и единственным предприятием в Казахстане по выпуску детского молочного питания является завод Казахской академии питания «Амиран». Ассортимент детского питания в супермаркетах представлен такими брендами как NESTLE (Швейцария), NUTRICIA (Нидерланды), HEINZ (США), БИБИКОЛЬ (Россия), Humana (Германия).

ТОО «Нестле Фуд Казахстан»: подразделение компании в евразийском регионе было открыто в 1999 году для распространения и сбыта продукции «Нестле».

В начале 2020 г. «Нестле» в регионе Евразия включает в себя следующие страны: Казахстан, Кыргызстан, Таджикистан, Туркменистан, Азербайджан, Армения, Грузия и Монголия.

Каждая из стран региона индивидуальна, но нас всех объединяет культура «Нестле». На сегодняшний день «Нестле» в Евразии имеет в собственном штате более 900 сотрудников, а также обладает широко развитой дистрибьюторской сетью во всех девяти странах региона.

«Нестле» в Евразии сегодня деятельность «Нестле» в регионе сфокусирована в следующих сегментах: детское питание, кофе, кондитерские изделия, кулинария, готовые завтраки, корма для животных.

В 2013 году по результатам опроса журнала Forbes Казахстан «Нестле» была признана самой уважаемой компанией в Казахстане.

В 2013 году на основании данных общереспубликанского ранжирования по Общему классификатору видов экономической деятельности (ОКЭД) «Нестле» была признана «Лидером отрасли».

Самой большой страной в регионе не только по территории, но и по объему продаж, является Казахстан, где находится головной офис «Нестле» в регионе Евразия.

Лидерами на мировом рынке продуктов детского питания являются компании с очень большим опытом работы.

Сначала рассмотрим международные компании по производству детского питания и в конце перечислим отечественных производителей.

NESTLE (ШВЕЙЦАРИЯ): крупный производитель продуктов детского питания на молочной, мясной, рыбной и плодоовощной основах для здоровых детей, а также детей с различной патологией и непереносимостью пищевых ингредиентов. Компания на протяжении пяти десятилетий является лидером инновационного процесса в производстве детского питания и ежегодно инвестирует в научно-исследовательские работы и опытно-конструкторские

разработки. Это позволило ей стать первым производителем продуктов детского питания, предложившим рынку разработанную на научной основе эффективную смесь для вскармливания недоношенных детей, а также ряд гипоаллергенных и кисломолочных детских смесей. Компания имеет 130-и летний опыт в производстве продуктов питания и имеет филиалы во многих странах мира (Финляндии, Германии, Франции, Бельгии, России). В Финляндии фирма выпускает продукты детского питания с торговой маркой «Бона».

NUTRICIA (ГОЛЛАНДИЯ): мировой лидер в области инноваций в детском питании – уже более века выпускает высококачественные продукты для детей раннего возраста. За свою богатую историю компания совершила не один переворот в детском питании.

Например, именно благодаря ее деятельности в Европе впервые появились готовые овощные пюре, ставшие теперь неотъемлемой частью меню малышей во всем мире. Со временем «Nutricia» превратилась в огромную мультинациональную корпорацию и получила статус мирового лидера на рынке детского и специализированного питания. Сегодня «Nutricia» производит тысячи наименований продуктов в категории детского питания. Компания лидирует на рынке продуктов детского питания в сегменте премиальных, специализированных и инновационных продуктов для детей с рождения и до трех лет. Продукция компании реализуется в 120 странах мира. В 2020 году «Nutricia» входит в состав Корпорации «Numico», занимающей лидирующие позиции на рынке производителей специализированных продуктов питания. В составе компании – «Numico Research» – один из крупнейших исследовательских центров мира по проблемам специализированного питания.

HEINZ (США): компания «Heinz» занимается разработкой и производством продуктов питания для взрослых и детей с 1869 г. и поставляет продукты детского питания более чем в 100 стран мира. В страны СНГ, компания предлагает 35 наименований продуктов для малышей первого года жизни, которые производятся в России, Италии, Англии. Вся продукция «Хайнц» приготовлена с добавлением витаминно-минерального комплекса, не содержат генетически модифицированного сырья, красителей, консервантов и искусственных вкусовых добавок. Это - наряду с традиционными молочными и безмолочными кашами, такие принципиально новые продукты, как инстантные супчики и пудинги, а также йогуртовые пюре. При создании рецептуры детского питания учитываются национальные традиции и рекомендации местных нутриционистов. Так, учитывая большой процент детей первого года жизни с пищевой аллергией, специалисты компании «Хайнц» совместно с диетологами Института питания и Научного центра здорового ребенка РАМН, создали линию специализированных гипоаллергенных диетических продуктов питания для детей с 4-х месяцев жизни, не содержащих сахара, соли, молока и глютена.

NIPP (АВСТРИЯ): Nipp начало производство продуктов детского питания в 1899 г. Это единственная компания, имеющая собственную сырьевую базу и производящая биоорганическую продукцию. Имеет заводы в 5 странах мира. Продукция компании имеет очень разнообразный ассортимент – от смесей до чая и воды и широко реализуется в Европейских странах.

GERBER (США): была основана в 1927 году, сегодня она – крупнейший производитель детского питания в мире, контролирует 79% рынка детского питания в США. Вошла в состав «Nestle».

ГРУППА НУТРИТЕК (РОССИЯ): группа Нутритек является крупнейшим производителем детского питания и одним из лидеров по производству молочной продукции в России. Это единственный российский производитель заменителей грудного молока и лечебного питания. Группа была основана в 1990 г. и в 2020 г. объединяет 14 предприятий в России, Украине и Эстонии. Представительство Группы Нутритек в Сингапуре обеспечивает стратегическое развитие группы на рынках Юго-Восточной Азии, Африки и Ближнего Востока.

ЗАВОД КАЗАХСКОЙ АКАДЕМИИ ПИТАНИЯ «АМИРАН»: 21 декабря 2010 года Президентом страны Нурсултаном Абишевичем Назарбаевым был дан старт на запуск первого в Казахстане Завода Казахской академии питания «Амиран» по выпуску лечебно-профилактического молочного питания для детей и взрослых. О том, насколько важным стало это историческое событие, свидетельствуют слова, сказанные им при открытии нашего завода:

На сегодняшний день Завод Казахской Академии питания «Амиран» - был и остается первым и единственным в Казахстане по выпуску детского молочного питания, изготовленного из натурального цельного молока высшего качества. В процессе приготовления продукта из такого сырья добавляются полезные микроорганизмы, выращенные в лабораторных условиях на заводе, которые принимают активное участие в переваривании пищи и подавляют вредную (гнилостную) микрофлору кишечника. Кстати, компания «Амиран» — это больше социальный проект, а не коммерческий. Цель заключается в том, чтобы наш продукт был доступен населению. Ведь основной принцип деятельности компании - обеспечение детей города Алматы детским молочным питанием отечественного, а не импортного производства. У данного лечебного продукта особая специфика, так как вопрос профилактики заболеваний, особенно в детском возрасте, имеет стратегическое значение для страны. На сегодняшний день завод перерабатывает 15 тонн молока в сутки и выпускает 5 видов наименований продукции для детей от 6 месяцев:

1. Молоко питьевое детское и для приготовления каш, 3,2%, 230 мл.
2. Детский кисломолочный продукт, 3,5%, 180 гр.
3. Паста творожная детская, 9%, 100 гр.
4. Творог зернистый детский, 9%, 100 гр.

5. Йогурт детский "живой", 2,8%, 180 гр.

А также продукцию для взрослых:

1. Простокваша кисломолочный продукт "живой", 3,5%, 380 гр.

2. Сыворотка молочная, 0,2%, 500 мл.

3. Сыворотка молочная, 0,2%, 1 л.

4. Творог, 9%, 450 гр.

5. Творог, 9%, 220 гр.

6. Творог, 0%, 450 гр.

7. Творог, 0%, 220 гр.

8. Сметана, 20%, 1000 гр.

9. Сметана, 20%, 380 гр.

10. Сметана, 20%, 150 гр.

11. Молоко, 3,2%, 0,8 л.

12. Молоко, 2,5%, 0,8 л.

13. Кефир, 3,2%, 0,5 л.

14. Кефир, 2,5%, 0,5 л.

15. Масло топленое, 99%, 900 гр.

В категории продукты для детей компания выпускает молочные товары под маркой ЛокоМоко.

ТОО «Междуреченск-Агро»: крупнейший молочный комплекс Алматинской области с собственными посевными землями, с высокими надоями за счет собственной кормовой базы. На ферме на собственных орошаемых землях выращивается люцерна, кукуруза, пшеница, соя и другие кормовые культуры, обеспечивающие сбалансированное питание дойного стада. На ферме разводят племенных буренок бурая швицкая или алатауская (Brown Swiss) и голштинская (Swiss Holstein). Эти коровы наиболее распространены в Алматинской области, так как климатические условия Заилийского Алатау идеально подходят для данных пород.

ТОО «Кирова»: огромное фермерское хозяйство с собственными посевными землями и пастбищами. Общая площадь земель хозяйства – 36 000 Га, из них – 16 000 Га – пастбища и 12 000 Га – посевные земли. Выращиваемые на ферме культуры: люцерна, кукуруза, овес, подсолнечник, ячмень и др. обеспечивают уникальную кормовую базу, способствующую увеличению надоев для собственного поголовья коров, которых на ферме около 1000 голов. На этой ферме разводят племенных коров двух пород симментальская порода (Swiss Simmental) и красная голштинская (Swiss Red Holstein). Компания выпускает самый большой перечень продуктов среди отечественных производителей и всегда заботится об удовлетворении вкусов и запросов казахстанцев. В числе полюбившихся потребителям такие продукты как: кефир, сметана, творог Домашний, йогурты Дольче, простокваша БИО-С Имун + и многие другие. В

2020 г. заводы компании выпускают более 100 наименований молочной продукции. Ежегодно компания обновляет ассортимент, предлагая казахстанцам новинки с улучшенными вкусовыми качествами.

С 2004 года компания ФудМастер входит в Международную группу Лакталис (Франция) — лидера по производству высококачественных молочных продуктов в мире, объединяющего свыше 200 предприятий в разных странах мира.

Компания ФудМастер — это первая казахстанская пищевая компания, которая в 2001 году начала внедрять систему менеджмента качества ИСО и получила сертификат в 2004 году.

С 2010 года в компании внедрена международная система безопасности пищевых продуктов — НАССР (Система Анализа Рисков и Критических Точек).

Принципы, заложенные в систему НАССР, существенно снижают риски возникновения опасности для жизни и здоровья человека. НАССР позволяет предвидеть риски при производстве пищевых продуктов и, тем самым, обеспечивает потребителям гарантии безопасности продукции.

ГРУППА КОМПАНИЙ «АГРОПРОДУКТ»: Компания «Агропродукт» была создана в январе 1996 года с целью организации производства качественной и недорогой молочной продукции.

Первыми продуктами производства были глазированные сырки, благодаря которым потребители знают «Агропродукт». Надо отметить, что и до сегодняшнего дня компания является единственным отечественным производителем глазированных сырков, популярных во всех регионах нашей страны. Наши торговые марки «Одари», «Мумуня», «Любимое», «Свежее», «Белое», «Наше», «АБВГ Дейка», «Чюдик Юдик», - одни из самых узнаваемых.

На сегодняшний день в состав холдинга компании входят четыре молочных завода, завод по производству мороженого, дистрибьюционные компании ТОО «А. П. Милланд», ТОО «Сорпа Italia», ТОО «А-Trade», развита филиальная и дилерская сеть. Ниже представлено описание молочных заводов компании.

ТОО «Молочный завод «Солнечный» был создан в 1998 году, первыми продуктами производства были глазированные сырки, благодаря которым потребители знают завод. С самого начала ключевым фактором успеха компании при производстве была ориентация на высокое стабильное качество производимой продукции.

ТОО «Молочный Завод «Солнечный» в 2020 г. выпускает более 200 наименований молочной продукции. Следуя требованиям сегодняшнего дня, коллектив предприятия освоил новые технологии производства, повышает свой уровень квалификации в России, странах СНГ, ближнего и дальнего зарубежья. Новейшее оборудование позволяет выпускать молочные продукты длительного хранения, чем мы значительно расширили географию рынка сбыта. Теперь уже

все Казахстанцы, от южных до северных границ, имеют возможность приобрести вкусную и полезную продукцию компании. В ассортимент выпускаемой продукции входит: молоко длительного хранения, стерилизованное молоко, сливки, масло, сыры, кефир, творог, сметана, творожки, глазированные сырки.

МЗ «Солнечный» обладает четко отлаженной системой контроля качества на всех стадиях - от закупки сырья до выпуска готовой продукции. Компания имеет Сертификат соответствия системы менеджмента качества по стандарту серии:

ISO 9001 - 2008. Предприятие разработало и внедрило систему управления безопасностью пищевых продуктов в соответствии с требованиями международного Стандарта

ISO 22000:2005 (НАССР). Имеет сертификат № F140318 – 01 от 23 июля 2014 г.

На сегодняшний день компания входит в пятерку крупнейших производителей молочной продукции Казахстана и занимает второе место. Маркетинговая политика, высокое качество продукции, внедрение маркетинговых и технических инноваций позволяют ей занимать одно из лидирующих положений в данной индустрии.

В работе по выпуску высококачественной продукции и удовлетворения потребностей потребителей занят огромный коллектив высококвалифицированных специалистов. Все они имеют высшие и средне - специальные образование, многолетний опыт работы в молочном производстве. Качество продукции ТОО «Молочный Завод «Солнечный» соответствует мировым стандартам, так как в производстве используются современные технологии и оборудования. В 2011-12 года предприятие в рамках программы «Дорожная карта бизнеса» провела модернизацию предприятия. С помощью данной программы предприятие построило складской комплекс для хранения готовой продукции, приобрело спец. технику и спец. транспорт для молочной продукции, закуплено и запущено в эксплуатацию оборудования Итальянских компаний «Галди» и «Празматик» для розлива и упаковки кисломолочной продукции, упаковочный автомат для творога «Мультивак», оборудования для переработки молока «Лакта 15», компании Тетра Пак и т.д. ТОО «Молочный завод «Солнечный» продолжает развиваться, модернизироваться, внедряет новую технику и технологии, является активным участником индустриального развития страны.

ТОО «Молочный завод «Столичный» находится в самом сердце Казахстана г. Нур-Султан. Был основан в феврале 2000 года. Продукцию «Молочного завода «Столичный» можно увидеть во всех магазинах Республики Казахстан. Ассортимент выпускаемой продукции: творог и творожные изделия.

Удачное географическое расположение завода, использование летних сырьевых возможностей и большой ассортимент позволили заводу расширить свою географию сбыта. В 2008 году на заводе была проведена модернизация завода и проведена его специализация на выпуск творожных продуктов.

На сегодняшний день завод оснащен современным европейским оборудованием, позволяющим производить высококачественную продукцию, отвечающую современным потребительским предпочтениям и международным стандартам качества гарантируя безупречный вкус и неизменно высокое качество продукта.

ТОО «Молпродукт» — это крупнейшая компания на севере Казахстана, которая выпускает молоко под марками «Зорькин Луг», «Мумуня», «Наше» и «Одари».

История предприятия берет начало с 1997 года в городе Петропавловск. Высокая экспертная оценка и профессиональная работа коллектива специалистов являются основополагающими аспектами деятельности, позволяющие ТОО МЗ

«Молпродукт» много лет поставляет молочные продукты в южные регионы России и запад Казахстана.

Сотрудники завода — это профессионалы, обладающие многолетним опытом работы в своей сфере и постоянно повышающие свой уровень квалификации, что позволяет осваивать новые технологии на производстве и соответствовать требованиям рынка.

За многолетний опыт работы компании удалось в несколько раз увеличить производственные мощности. В 2020 г. завод оснащен оборудованием, которое позволяет обеспечить не только высокое качество, но и более длительные сроки хранения молока без добавления консервантов.

ТОО «Молоко Синегорья» — это завод с самой крупной в Казахстане производственной площадкой по выпуску молока УНТ в упаковке ТБА Slim.

Завод оснащен новейшим современным оборудованием компании Тетра Пак, позволяющим производить высококачественную молочную продукцию, отвечающую современным потребительским предпочтениям и международным стандартам. Контроль качества на каждом этапе производства и современное оборудование гарантируют безупречный вкус и неизменно высокое качество продуктов ТМ «Одари», «Любимое» и «Белое», созданных на основе отборного молока из экологически чистой области.

Выгодное географическое расположение и профессиональная работа коллектива специалистов компании открывает широкие возможности для дальнейшего развития и увеличения присутствия ТМ «Одари», «Любимое» и «Белое» на рынке молочной продукции России и стран СНГ.

Широкие производственные возможности, строгий контроль качества используемого молока и профессиональный менеджмент позволили компании завоевать доверие у своих потребителей и партнеров по бизнесу, неизменно доказывая свое преимущество на рынке молочной продукции.

Продукция ТОО «Молоко Синегорья» – это молочные продукты, адресованные потребителям, выбирающим разумное сочетание достойного качества и доступной цены.

ТОО «Агропродукт Азия» было создано для реализации продукции, выпускаемой заводами на территории РК. В реализации продукции задействованы различные службы: организована филиальная, дилерская и дистрибьюторская сеть. ТОО «Агропродукт Азия» единственная компания, имеющая свою фирменную сеть в г. Алматы. Мы сотрудничаем с оптовыми клиентами, сетевой розницей, супермаркетами, розничными торговыми точками.

Парк специально оборудованного автотранспорта, позволяет доставлять продукцию клиенту точно в срок в любой пункт назначения. За счет развитой дистрибуционной системы компания покрывает значительную часть территории Казахстана, обеспечивая потребителей качественными, безопасными и полезными продуктами. Покрытие остальных городов производится через дилеров до открытия собственных филиалов. Политикой компании является индивидуальный подход к каждому клиенту, учет его потребностей и возможностей.

ТОО «Danone Berkut» является казахстанской компанией с иностранным капиталовложением. Danone Berkut сотрудничает с 2300 поставщиками, 1800 из них являются казахстанскими компаниями, включая 11 фермерских хозяйств.

Завод начал работу в 2010 году. За 5 лет объемы производства увеличились почти в 5 раз: с 2 398 тонн в год до 9 696 тонн (в 2014 году). Качественному росту во многом помогла производственная линия по выпуску традиционной кисломолочной продукции, установленная в 2013 году. В 2015 году с учетом выпуска новых видов продукции объем производства увеличится до 11 000 тонн в год. Количество рабочих мест со 100 человек в 2010 году увеличилось до 345 в 2015 году. В Казахстане компания «DANONE» представлена такими брендами, как «Actimel», «Activia», «Растишка», «Danissimo», и DANONE «7 полезных свойств», которые производятся на заводах в России в г. Чехове, в г. Тольятти и на казахстанском заводе, расположенном в пос. Байсерке.

14. SWOT-анализ - определение и оценка потенциальных сильных и слабых сторон, возможностей и угроз товаров, работ, услуг, предполагаемых в рамках реализации проекта (обязательно указываются используемые источники информации проведения маркетинговых исследований с приложением отчетов)

СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ	СЛАБЫЕ СТОРОНЫ
Рост целевой аудитории (увеличивается рождаемость в стране)	Спрос существенно зависит от денежных доходов населения
Активный рост рынка продуктов питания в Казахстане	Ограниченный доступ к информации о продуктах детского питания для региональных потребителей
Высокий процент не охваченного потреблением населения в регионах.	Конкуренция со стороны иностранных производителей с большим опытом работы на рынке
Отдельные сегменты и категории рынка представлены слабо	Высокие финансовые затраты на инновационные разработки
Заинтересованность государства	Отсутствует развитая сырьевая база, способная обеспечить гарантированные объемы поставок качественной продукции
ВОЗМОЖНОСТЬ	УГРОЗЫ
Увеличение удельной доли продукции отечественного производства высокого качества, не уступающей или даже превосходящей зарубежные аналоги	Вытеснение отечественного производителя иностранными компаниями
Импортозамещение продовольственного сырья, предназначенного для производства ПДП	Долгое оптимизирование рынка
Разработка усовершенствованного ассортимента ПДП, включая обогащенные, функциональные продукты, а также продукты, произведенные с использованием инновационных технологий	Плохая репутация

Рынок детского питания делится на три больших сегмента:

1. Заменители женского молока (сухие или жидкие)

- наиболее современные адаптированные смеси, содержащие сывороточные белки, обогащенные таурином, карнитином и другими биологически активными веществами;

- адаптированные казеиновые формулы;

- частично адаптированные смеси;

- «последующие формулы», предназначенные для детей старше 6 месяцев.

2. Продукты прикорма

- соки и пюре фруктовые, овощные, мясные, с молоком или со злаками;

- каши - сухие и готовые;
- детская вода и готовые блюда для детей.

3. Продукты для лечебного питания детей различные виды продуктов, предназначенные для диетотерапии наследственных болезней обмена веществ, пищевой аллергии, лактазной недостаточности и других ферментопатий.

В 2019 г. получила развитие категория – готовые к употреблению продукты в порционной упаковке, ассортимент которой также включает адаптированные молочные смеси и продукты для прикорма – жидкие каши. Эти продукты не требуют добавления жидкости и срок их годности определяет не наличие консервантов, а способ упаковки.

С улучшением экономической ситуации увеличивается рождаемость, что оказывает непосредственное влияние на рынок детского питания.

Родители в первые годы жизни ребёнка тщательно подходят к выбору наиболее важных детских товаров – детского питания и подгузников, стараясь выбрать для них самое лучшее. И они готовы за это платить.

Если учесть общее повышение реального располагаемого дохода и развитие представленности категорий в магазинах, то становится понятен секрет успеха участников рынка детского питания: за последние два года темпы роста объема продаж 35% в стоимостном выражении, по данным аудита розничной торговли Nielsen в городах Казахстана. Казахстанская Ассоциация Индустрии Детских товаров отмечает, что рынок детских товаров Казахстана является практически полностью импортозависимым. Согласно анализу внешней торговли, 77,9% внешнего товарооборота детскими товарами приходится на пять стран: Китай (31,9%), Россию (27,9%), Польшу (9,7%), Кыргызстан (4,5%), Турцию (3,9%), другие страны (22,1%). В ходе исследования, был также выявлен объем регулярного реэкспорта детского питания в Кыргызстан, Туркменистан, Монголию и Таджикистан, при этом с созданием Таможенного союза отмечается несколько крупных поставок из Казахстана в Россию игрушек и детской одежды. Основная доля взаимной торговли детским питанием приходится на Российскую Федерацию – 72,6%, на Республику Беларусь – 27% и на Республику Казахстан – 0,4%. Эксперты акцентируют внимание на том, что на рынке потребление сдвигается в сторону натуральной экологически чистой продукции. Несмотря на то, что натуральное молоко, сметана, кефир и йогурты дороже, именно их все чаще выбирает среднестатистический мировой покупатель. А потому будущее именно за такой натуральной продукцией. Например, только общий объем рынка детского питания, по прогнозам, к 2022 году будет составлять порядка 180 млн евро, что в два раза больше, чем в 2019 г. Казахстанские производители молочной продукции имеют все шансы занять свои ниши на этом рынке. И в первую очередь, на рынках Китая и Юго-Восточной Азии, где у Казахстана есть явные географические преимущества.

Основные показатели развития отрасли платежеспособного спроса населения на эти продукты связано с их удорожанием на фоне стремительного роста цен на другие виды продовольствия.

15. Основные выводы и рекомендации

В условиях сложившегося мирового кризиса в стране необходимо переориентировать свою экономику путем импортозамещения. Импортозамещение прекрасный способ усилить экономику, создать новые производства, рабочие места и улучшить качество жизни жителей страны. Поэтому, в Казахстане, как и других странах Мира, стимулируется развитие местного производства.

2020 год объявлен годом поддержки отечественных товаропроизводителей, и это хороший принцип поддержки малого и среднего бизнеса. Статья 17 Предпринимательского кодекса и специальный порядок государственных закупок, утвержденный Постановлением Правительства от 10 апреля 2020 года, дает отечественным товаропроизводителям преимущественное право заключения договоров с заказчиками на поставку товаров, работ и услуг, что в свою очередь существенно облегчает участие в конкурсных процедурах и смягчает конкурентную среду. В условиях закрытия границ, снижения поставок, роста цен, как ни странно, есть и определенные преимущества для отечественных производителей, вышеуказанные меры со стороны государства дают дополнительный импульс к развитию местного производства.

После чувствительной инфляции в 2015 году, продажи детских смесей и сухого детского питания в мире ежегодно снижаются. Несмотря на это, рынок продуктов детского питания в Казахстане динамично развивается. Необходимо отметить, что лидерами на рынке детского питания в денежном выражении являются такие компании Nestle, Nutricia, Pepsico, Progress и Humana. Тем не менее, есть хорошие перспективы развития отечественных производителей данной продукции.

Тенденция развития ценового сегмента в Казахстане увеличилась с периода 2017 по 2019 года, что говорит о повышенном спросе и увеличением дохода платежеспособного населения. Детское питание на молочной основе выросло в цене с 2255 тенге за килограмм в 2017 году до 3002 тенге в 2019 году.

Детское питание на мучной основе выросло в цене, но не так значительно. В 2017 году его стоимость составила 2971 тенге за килограмм, а в 2019 году – 3218 тенге.

Соки фруктовые и овощные, которые входят в рацион маленьких потребителей подорожали с 237 тенге в 2017 году до 271 тенге за литр в 2019 году.

Первостепенной задачей для развития данного проекта является — это государственная поддержка местного производства путем субсидирования и кредитования. Есть большие перспективы нарастить мощность, расширить ассортимент и увеличить экспорт натуральной продукции в страны ближайшего зарубежья.

Товары для детей и всё, что с ними связано, в любые времена имеют повышенный спрос, так как граждане не урезают расходы на детское питание и за счет увеличения рождаемости.

Рост среднего чека на 10% за двухлетний период с 2017 по 2019 года, с учетом дестабилизации доходности у населения, определяет сегмент потребителей с доходом выше среднего. Тем самым, не смотря на высокие производительные затраты, и высокую конечную стоимость продукции, стоит ожидать спрос на прилавках супермаркетов. Производственный рынок детского питания остается неосвоенным в стране, преобладают дистрибьюторские компании импортирующие продукцию. Стоимость технологичного завода, для Британских инвесторов в индустриальной зоне «Береке» выходит в 42 млрд. тенге, с мощностью в 10 тыс. тонн продукции в год. На данном примере можно понять о высоких финансовых вложениях, и долгосрочности бизнеса. Однозначно требуется привлечение инвесторов, для построения стабильной финансовой модели. Пристальный контроль за соблюдением производственных технологий, и качества продукции, требует высококвалифицированных специалистов в данной сфере. Совокупность вышеизложенной информации, выстраивает понимание о долгосрочной игре в данном направлении при желании заняться данной деятельностью.

Исполнитель

Абишев У.С.

ОТЧЕТ
по результатам маркетингового исследования
ПРОИЗВОДСТВО МАКАРОННЫХ ИЗДЕЛИЙ

Подготовлен в рамках проведения маркетинговых исследований в приоритетных секторах Государственной программы поддержки и развития бизнеса «Дорожная карта бизнеса – 2025»

Отрасль: Производство макаронных изделий (код ОКЭД - 10.73)

Заказчик: Национальная палата предпринимателей «Атамекен»

Исполнитель: Керембаев А.Т.

г. Нур-Султан, 2020

СОДЕРЖАНИЕ

1. Описание отрасли, существующие проблемы и тенденции	3
2. Оказываемая поддержка отрасли	6
3. Перспективы отрасли в рамках реализации проектов (объем рынка, планируемые проекты, обоснование спроса в будущем)	13
4. Определение возможности и целесообразности реализации проекта	18
5. Внутреннее производство	18
6. Производственные мощности	38
7. Внешняя торговля	41
8. Размер рынка.....	49
9. Обзор цен.....	51
10. Потребительское поведение	58
11. Описание сложившейся конъюнктуры рынка по продукту/услуге проекта	66
12. Анализ существующей и прогнозируемой конъюнктуры спроса на образующуюся в результате реализации проекта продукцию (товары/услуги) - проблемы, решения, статус реализуемых проектов ...	67
13. Описание уже реализованных проектов (функционал объекта, преимущества и недостатки).....	74
14. Swot-анализ - определение и оценка потенциальных сильных и слабых сторон, возможностей и угроз товаров, работ, услуг, предполагаемых в рамках реализации проекта (обязательно указываются используемые источники информации проведения маркетинговых исследований с приложением отчетов).....	83
15. Основные выводы и рекомендации	83

1. Описание отрасли, существующие проблемы и тенденции

Макаронные изделия (код ТН ВЭД 1902) — это изделия из теста (обычно из пшеничной муки с водой). Обычно их хранят в сухом виде и отваривают перед употреблением.

При производстве макаронных изделий и определении товарной номенклатуры, предприятия руководствуются стандартом ГОСТ 875-92, применяемом в Казахстане.

Макаронные изделия представляют собой сухие изделия из теста различной формы. Для них характерны быстрота и простота приготовления (до 20 мин), высокая пищевая ценность (белков — 9—13%, углеводов — 70-79, жиров - 1, минеральных элементов — 0,5—0,9, клетчатки — 0,1-0,6%), возможность длительного хранения без ухудшения качества и потребительских свойств.

В зависимости от качества и сорта муки макаронные изделия подразделяют на группы — А, Б, В и классы 1-й и 2-й. Изделия группы А — из муки из твердой пшеницы (дурум); группы Б — из муки из мягкой высокостекловидной пшеницы; группы В — из хлебопекарной пшеничной муки; 1-й класс — изделия из муки высшего сорта и 2-й класс — изделия из муки 1-го сорта.

При внесении вкусовых добавок или обогатителей группу и класс изделий дополняют названием добавки или обогатителя, например, группа А 1-й класс яичный, группа А 2-й класс томатный.

Макаронные изделия всех групп и классов подразделяют на четыре типа: трубчатые изделия — в виде трубок различных длины и диаметра; нитеобразные — в виде нитей разных длины и сечения; лентообразные — в виде лент различных длины и ширины; фигурные — прессованные и штампованные разнообразной формы и рисунка.

Трубчатые макаронные изделия по форме и длине подразделяют на три подтипа: макароны, рожки, перья. Макароны представляют собой трубку с прямым срезом длиной 15-20 см (короткие) и не менее 20 см (длинные); бывают одинарные и двойные гнутые. Рожки — изогнутая трубка с прямым срезом длиной 1,5-4,0 см по внешней кривой. Перья — трубка с косым срезом длиной от 3 до 10 см от острого до тупого угла. Каждый подтип в зависимости от размера поперечного сечения подразделяют на виды. До 4,0 мм — соломка, 4,1—5,5 мм — особые, 5,6—7,0 мм — обыкновенные и более 7 мм — любительские. Макароны и рожки делятся на соломку, особые, обыкновенные и любительские, а перья бывают только особые, обыкновенные и любительские. Макароны длиной от 5 до 13,5 см называют ломом, а менее 5 см — крошкой.

Нитеобразные макаронные изделия (вермишель) в зависимости от размера поперечного сечения (в мм) подразделяют на следующие виды: паутинка - не более 0,8; тонкая — не более 1,2; обыкновенная — не более 1,5; любительская — не более 3,0. По длине различают вермишель короткую (не менее 1,5 см) и длинную (не менее 20 см), одинарную или согнутую вдвое. Выпускают также вермишель, уложенную в виде мотков, гнезд, бантиков. Масса и размер их не ограничиваются. Вермишель длиной менее 1,5 см считается крошкой.

Лентообразные макаронные изделия (лапша) могут быть длинными двойными гнутыми или одинарными длиной не менее 20 см и короткими длиной не менее 1,5 см. Поверхность лапши может быть гладкой или рифленой; края — прямые, пилообразные и волнообразные. Ширина лапши может быть от 3 до 10 мм, толщина — не более 2 мм. Выпускают лапшу в виде гнезд, мотков, бантиков. Лапша длиной менее 1,5 см считается крошкой.

Фигурные изделия вырабатывают любой формы и размеров. Прессованные изделия — в виде ракушек, спиралек, косичек, ракушек-куколок, лилии и др.; штампованные изделия — в виде звездочек, букв алфавита, шестеренок и др. Максимальная толщина какой-либо части изделий на изломе не должна превышать: 1,5 мм — штампованных и 3,0 мм — прессованных. Фигурные изделия, несвойственной данному виду формы, относят к деформированным.

Проблемы, тенденции и возможности

Как известно, макаронные изделия являются продуктом питания частого потребления. По данным Казахзерно, в Казахстане, по результатам исследования Media Marketing Index 1, проводимого компанией TNS Gallup Media Asia, макаронные изделия потребляют 97% населения.

Диверсификация производственных направлений агропромышленного комплекса и импортозамещение путем развития собственного производства продукции с высокой добавленной стоимостью перед аграриями страны поставлены как стратегические задачи.

В свете этих задач макаронная отрасль пищевой промышленности республики имеет огромные перспективы развития. Тому способствует множество предпосылок, среди которых, в первую очередь, значимость макаронных изделий как социального продукта. Благодаря своей питательной и энергетической ценности макаронные изделия входят в состав продовольственной корзины. Кроме того, производство макаронных изделий в Казахстане имеет традиционные корни, и в настоящее время рынок данной продукции развивается как количественно, так и качественно. Также, одним из преимуществ развития данной отрасли является экономическая выгода — макаронные изделия являются продуктом вторичной переработки пшеницы,

поэтому имеют более высокую добавленную стоимость по сравнению с сырьем.

Импортозамещение также является одной из причин необходимости реализации подобных проектов. На сегодняшний день в нашей республике развитие рынка сопровождается ростом ввоза макаронных изделий извне.

Средний ежегодный рост производства макаронных изделий в республике за 2016- 2019 гг., составил 17%. Быстрыми темпами растет внутреннее потребление макарон, рост которого за последние 3 года составил 33% достигнув на конец 2019 года 161,1 тыс. тонн. При этом рост внутреннего потребления макаронных изделий в последние годы превышает рост объемов производства. Однако в последние годы доля экспорта в производстве растет и составила в 2019 году 11,4%. Значительно вырос импорт макаронных изделий и в 2019 году он составил 30,3%.

В 2019 году в стране произведено 146 тыс. тонн макаронных изделий, что на 17% больше уровня 2018 года. Незначительное увеличение объемов в период с 2016 по 2017 годы объясняется общеэкономической ситуацией в обществе, т.е. является последствием финансового кризиса. Такое изменение ситуации характерно и для многих других отраслей

Рейтинг областей по производству макаронных изделий показывает сравнительно высокую концентрацию производства в Северо-Казахстанской области. В целом северному региону принадлежит 48,3% от всего объема производства, что обусловлено наличием сырьевой базы.

В южном регионе выпускается свыше 30,4% макаронных изделий, в том числе высоки показатели Туркестанской области и г. Алматы.

На западе республики почти весь объем макарон производится в Западно-Казахстанской и Актюбинской областях. Общая доля региона составляет 24%.

Восточный регион выпускает в среднем 7,8% от республиканского объема.

Незначительные объемы в размере 1,6% (в среднем 2,5 тыс. тонн в год) производятся в Карагандинской области.

Производство макаронных изделий в Казахстане в разрезе областей, тонн

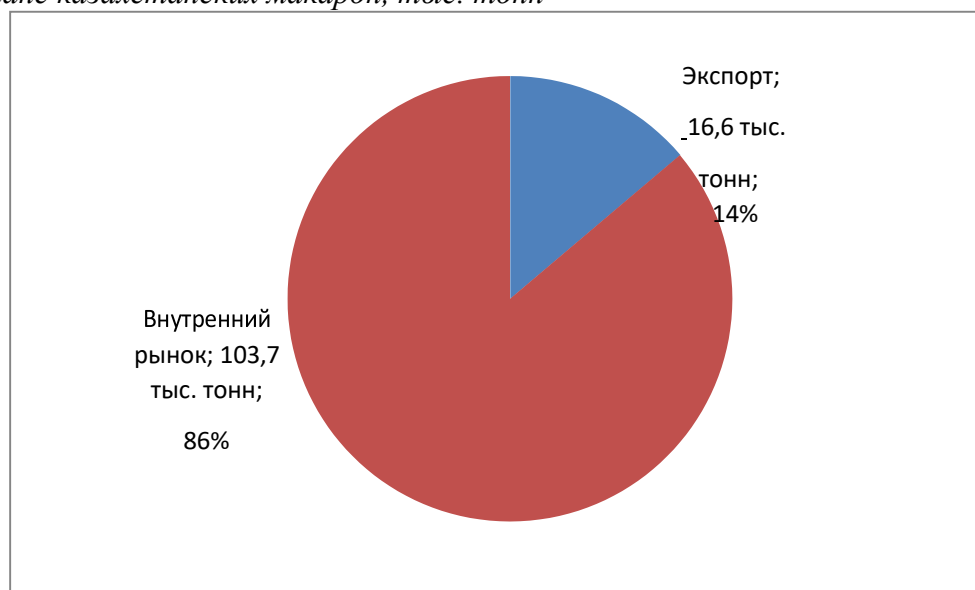
	2016	2017	2018	2019	Среднегодовой объем за 2016-2019 гг.	
					объем, тонн	структура, %%
Республика Казахстан	111 307	112 808	124 054	145 708	145 708	100
Северо- Казахстанская	31 633	26 002	26 272	28 315	28 315	25,3
г.Алматы	9 731	6 908	5 674	6 212	6 212	7,3

Туркестанская область	17 491	20 696	30 721	30 751	30 751	18,5
Восточно-Казахстанская	9 394	8 460	8 852	10 021	10 021	7,8
Алматинская	529	996	2 032	4 183	4 183	2,1
Актюбинская	1 691	1 550	1 641	1 378	1 378	1,5
Карагандинская	1 771	2 292	2 348	2 507	2 507	1,6
Павлодарская	3 968	6 567	7 180	6 955	6 955	5,0
Костанайская	9 921	10 929	14 165	20 958	20 958	10,2
Западно-Казахстанская	11 936	14 655	10 423	16 844	16 844	10,5
г.Нур-Султан	10 061	11 593	11 866	13 722	13 722	7,6
Акмолинская	101	140	59	24	24	0,2
Жамбылская	3 062	1 959	2 764	3 794	3 794	2,5
Кызылординская	-	12	7	8	8	0
Атырауская	-	32	37	21	21	0
Мангистауская	18	17	13	15	15	0

Источник: КС МНЭ РК

Баланс производства показывает, что 86% произведенных макаронных изделий потребляется на внутреннем рынке.

Баланс казахстанских макарон, тыс. тонн



Источник: КС МНЭ РК

2. Оказываемая поддержка отрасли *Закуп зерна в государственные ресурсы*

В 2018 году на государственную поддержку агропромышленного комплекса из республиканского бюджета выделено 226,3 млрд. тенге, в том числе субсидий – 44,0 млрд. тенге, кредитов – 115,4 млрд. тенге (из них УК – 35,4 млрд.тенге и 80 млрд.тенге на ВПР).

За счет бюджетных средств осуществляется закуп зерна в государственные ресурсы в объеме до 500,0 тыс. тонн у отечественных СХТП для освежения государственного резерва продовольственного зерна, формирования государственных реализационных ресурсов и регулирования внутреннего рынка.

В соответствии с протоколом заседания Государственной комиссии по модернизации экономики Республики Казахстан (далее – Госкомиссия) от 22 августа 2019 года № 11-5/010-71, 10-19, в целях поддержки сельхозтоваропроизводителей (далее – СХТП) АО «НК «Продкорпорация» осуществляется закуп у СХТП порядка 5,0 млн. тонн зерна (включая закуп в коммерческие и государственные ресурсы) по цене 25000 тенге за одну тонну. По состоянию на 6 января 2019 года закуплено 4,6 млн. тонн.

Кроме того, протокольным решением заседания Госкомиссии от 8 ноября 2019 года

№ И-661 одобрен дополнительный закуп еще 3,0 млн. тонн зерна по цене 16500 тенге за тонну. В первую очередь, зерно закупается у мелких и средних СХТП. 2

В рамках программ лизинга и кредитования через АО «КазАгроФинанс» субъектам АПК выдано кредитов на сумму 34,3 млрд. тенге, приобретено сельхозтехники -1363 ед., в том числе тракторов – 375 ед., сеялок - 111 ед., комбайнов - 690 ед., 59 ед. спецтехники и 8 ед. перерабатывающего оборудования.

В рамках программ кредитования кредитных товариществ АО «Аграрная кредитная корпорация» в 2018 г сельхозтоваропроизводителям выдано кредитов на сумму 548,3 млн. тенге на приобретение сельхозтехники, оборудования и спецтехники более 190 ед.

По состоянию на 01.01.2019 год Корпорацией прокредитованы 4 проекта предприятий по переработке сельхозсырья и производству продуктов питания на сумму 5 млрд. тенге на приобретение основных и оборотных средств.

Доступ к финансовым ресурсам является важнейшим компонентом устойчивости развития АПК, в настоящее время в дешевом финансировании в различных формах нуждаются практически все субъекты аграрного производства. В сельском хозяйстве в 2017 году функционировало 175 636 сельхоз формирований, из них: государственные предприятия - 35 единиц, негосударственные предприятия – 5 408 единиц, крестьянские (фермерские)

хозяйства -170 193 единиц. Количество хозяйств населения на конец 2017 года составляло 2 248 000 единиц.

С 2017 года Корпорация кредитует сельхоз товаропроизводителей на проведение весенне-полевых и уборочных работ из средств Нацфонда РК на общую сумму 15,5 млрд. тенге, с 2018 года производится кредитование пополнения оборотных средств субъектов АПК и закупа растениеводческой продукции за счет средств бюджетного займа на общую сумму 12,9 млрд. тенге.

На начало 2017 года 1792, 9 тыс. человек самостоятельно занятого и 236,1 тыс. человек безработной части сельского населения по уровню доходов и имеющемуся хозяйственному опыту рассматриваются как приоритетные целевые социальные группы при реализации программы развития несельскохозяйственных видов предпринимательства в сельской местности и микрокредитования.

В настоящее время потребители услуг Корпорации характеризуются высокими рисками их финансирования, низкой залоговой базой, юридической неграмотностью, инерционностью в применении передовых технологий, мелкотоварностью сельхозпроизводства, влияющей на размер активов и объемов производства.

Банками второго уровня Республики Казахстан по состоянию на 01.01.2019 года выдано кредитов сельскому хозяйству в сумме 289,8 млрд. тенге.

В последние годы динамика изменения доли кредитов сельскому хозяйству по отношению к совокупному кредитному портфелю банков показывает отрицательную тенденцию. По данным Национального Банка РК с 2016 по 2018 годы этот показатель сократился с 12% до 4,4%; в 2019 году сократился до 3,8% от общей суммы выданных кредитов экономике.

Более 95% кредитов выдается юридическим лицам, представленным крупными и средними сельхоз товаропроизводителями, и лишь 4% кредитов предоставляется крестьянским (фермерским) хозяйствам

Сведения по кредитованию сельского хозяйства банками второго уровня и АО «Аграрная кредитная корпорация»

География выданных кредитов	Всего выдано кредитов на 01.01.2019 года, млрд. тенге	% к общему объему	В том числе	
			крестьянским (фермерским) хозяйствам млрд. тенге	% к общему объему выданных кредитов

Банки второго уровня (далее - БВУ)				
г. Алматы	145,9	50,3	0,6	0,2
г. Нур-Султан	70,4	24,3	0,3	0,1
Области	73,5	25,4	9,9	3,4
Итого по БВУ	289,8	100	10,8	3,7
АО «Аграрная кредитная корпорация»				
Сельскохозяйственные субъекты в областях РК	7,5	100	3,2	1,1
Всего	297,3	*	14,0	4,8
<i>В т.ч. кредиты, направленные в</i>		27,2		

Источник: АО «Аграрная кредитная корпорация»

Кредитование несельскохозяйственных видов бизнеса в сельской местности (НСХБ)

№	Наименование	2016	2017	2018	2019	ИТОГО
1	Количество профинансированных проектов, ед. (ежегодно)	72	53	5	7	137
	<i>(с нарастающим итогом)</i>	72	125	130	137	137
	Из них:					
	- Производство пищевой продукции	6	9	3	1	17
3	Источники финансирования:	707,9	1 059,7	366,7*	324,1*	2 458,4
	- Бюджетные средства	700,0	1 000,0	366,7*	324,1*	2 390,8
	- Собственные средства	7,9	59,7	-	-	67,6

Источник: АО «Аграрная кредитная корпорация»

** На кредитование НСХБ из бюджета выделены средства в общей сумме 2 700 млн. тенге, из них по годам:*

- 2016 г. – 700 млн. тенге;
- 2017 г. – 1 000 млн. тенге;
- 2018 г. – 500 млн. тенге;
- 2019 г. – 500 млн. тенге.

Средняя ставка кредитования БВУ составляет 15-22%, жесткие требования к залоговой базе являются невыполнимыми для большинства субъектов АПК.

Корпорация за счет средств республиканского бюджета осуществляет кредитование сельхозтоваропроизводителей через кредитные товарищества с процентной ставкой вознаграждения в среднем до 8-9% годовых для конечных заемщиков (4% – маржа Корпорации, 4-5% – КТ). Объединения сельхозтоваропроизводителей кредитуются с процентной ставкой вознаграждения до 5% годовых, несельскохозяйственный бизнес в сельской местности до 10% годовых, кредитование предприятий по переработке сельхозсырья и производству продуктов питания осуществляется от 5-7% годовых, крестьянские (фермерские) хозяйства на развитие животноводства кредитуются – 6% годовых. Кроме этого, Корпорация финансирует за счет бюджетного займа мероприятия по поддержке субъектов АПК, включая весенне-полевые и уборочные работы от 8-12% годовых, за счет средств Национального фонда кредитуются инвестиционные проекты по ставке вознаграждения - 6% годовых.

Требования к залоговой базе заемщиков более щадящие, чем в БВУ и учитывают особенности ликвидности имеющегося у сельхоз товаропроизводителей и сельского населения имущества.

Программа «Дорожная карта бизнеса 2025»

• Целевая группа - субъекты малого и среднего предпринимательства (СМСП), являющиеся таковыми в соответствии с законодательством Республики Казахстан, осуществляющие деятельность в приоритетных для регионов Республики Казахстан отраслях экономики.

• Реализация Программы осуществляется по трем направлениям:

• 1 направление - Поддержка новых бизнес инициатив, предусматривающая возможность получения нового банковского займа на реализацию новых и действующих инвестиционных проектов;

• 2 направление - оздоровление предпринимательского сектора, путем субсидирования части ставки вознаграждения по действующему займу.

• 3 направление - снижение валютных рисков предпринимателей. В данном направлении оказывается поддержка предпринимателям, имеющим валютную выручку, в виде субсидирования части процентной ставки по уже имеющимся кредитам банков.

«Дорожная карта бизнеса 2025»

Наименование Программы	Программа «Дорожная карта бизнеса 2025»
-------------------------------	---

Разработчик	Министерство экономического развития и торговли Республики Казахстан
Сроки реализации	2020-2025 годы
Приоритетные направления	Производство продуктов питания (код ОКЭД – 10)
Перечень продукции, планируемой к выпуску участниками	Макаронные изделия, подвергнутые или не подвергнутые тепловой обработке, с начинкой (из мяса или прочих продуктов) или без начинки, или приготовленные другим способом, такие как спагетти, макароны, лапша, рожки, клецки, равиоли, каннеллони; кускус, готовый или не готовый к употреблению в пищу (код ТН ВЭД ТС – 1902)
Объемы финансирования	В республиканском бюджете на реализацию Программы «Дорожная карта бизнеса-2025» предусмотрено:
	- 2016г. - 15,4 млрд.тенге; - 2017г. - 63,1 млрд.тенге; - 2018г. - 70,3 млрд.тенге; - 2019г. - 70,3 млрд.тенге

Программа «Даму- Колдау»

В целях реализации Решения Государственной комиссии по вопросам модернизации экономики РК за № 17-5/И-144 от 10.02.2017 г. о финансировании субъектов малого и среднего предпринимательства (далее – СМСП) и в соответствии с Постановлением Правительства РК за № 148 от 13.02.2017 г. АО «Фонд развития предпринимательства «Даму» (далее – Фонд) был предоставлен заем в размере 3 млрд. тенге для дальнейшего финансирования СМСП в рамках программы «Даму- Колдау» (далее – Программа)

Цель программы «Даму - Колдау» - содействие качественному развитию малого и среднего бизнеса и усилению их роли в процессе диверсификации экономики Казахстана.

В результате взаимодействия с Акиматами, общественными организациями (Ассоциация финансистов Казахстана, Национальная экономическая палата Казахстана

«Союз Атамекен», ОЮЛ «Форум предпринимателей Казахстана», Агентство франчайзинга) и банками второго уровня (далее – БВУ), а также освещения в СМИ и на интернет-сайте Фонда условий Программы, с 01.07.2017г. в Фонд обратилось за консультациями до 300 субъектов малого и

среднего предпринимательства (далее – СМСП), от которых поступило на рассмотрение 143 проекта на общую сумму до 40 млрд. тенге, заключены договоры займа только по 10 проектам, которые отвечали следующим основным критериям:

- создание или модернизация перерабатывающих производств;
- развитие с использованием кластерного подхода и трансферта новых технологий;
- производство конкурентоспособных, импортозамещающих и экспортоориентированных товаров и услуг;
- дублирование успешных отечественных и зарубежных моделей бизнеса (франчайзинг);
- формирование социально значимых направлений, создающих новые рабочие места.

По состоянию на 01.03.2018 г. в рамках программы «Даму-Колдау» заключено 10 договоров займа на общую сумму финансирования 3 000 000 тыс. тенге, из них профинансировано 9 проектов на сумму 2 139 110 тыс. тенге, из них по отрасли производства макаронных изделий следующим Заемщикам:

- ТОО «Тагам-Регион» - производство муки и мучных изделий;
- ТОО "Raimbek - Vostok - Agro"- производство молока длительного хранения;
- ТОО «Компания «Аманат ЛТД» - переработка зерновых культур;
- ТОО «Мулен» - производство муки и мучных изделий;
- ТОО «Злак плюс М»- производство макаронных изделий.

Финансирование проектов осуществляется по мере предоставления Заемщиками Гарантийных обязательств банков, выпущенных в пользу АО «Фонд «Даму», а также в рамках утвержденного периода доступности по каждому проекту в отдельности.

В рамках программы были профинансированы проекты из 7 областей Казахстана.

Профинансированные проекты в разбивке по областям

Регион	Количество во проектов	Общая стоимость проектов		Сумма займа Фонда	
		тыс. тенге	%	тыс. тенге	%
ВКО	1	1 710 400	33%	750 000	25%
г. Алматы	2	1 457 000	28%	1 110 889	36%
Костанайская область	3	879 015	17%	624 641	21%

Карагандинская область	1	12 020	0%	11 000	1%
Атырауская область	1	675 000	13%	329 000	11%
СКО	1	425 800	8%	150 000	5%
Актюбинская область	1	50 000	1%	24 470	1%
ИТОГО	10	5 209 235	1	3 000 000	1

Источник: КС МНЭ РК

Структура проектов в разрезе отрасли по переработки с/х и производству продуктов питания выглядит следующим образом

Структура проектов по отрасли

Наименование отрасли	Количество проектов	Общая стоимость проектов		Общая сумма займов Фонда	
		тыс. тенге	%	тыс. тенге	%
Переработка продукции, производство продуктов питания	с/х 6	3 065 215	59%	1 549 111	52%

Источник: КС МНЭ РК

3. Перспективы отрасли в рамках реализации проектов (объем рынка, планируемые проекты, обоснование спроса в будущем)

Макаронная отрасль пищевой промышленности республики имеет огромные перспективы развития. Тому способствует множество предпосылок, среди которых, в первую очередь, значимость макаронных изделий как социального продукта. Благодаря своей питательной и энергетической ценности макаронные изделия входят в состав продовольственной корзины. Кроме того, производство макаронных изделий в Казахстане имеет традиционные корни, и в настоящее время рынок данной продукции развивается как количественно, так и качественно. Также, одним из преимуществ развития данной отрасли является экономическая выгода – макаронные изделия являются продуктом вторичной переработки пшеницы, поэтому имеют более высокую добавленную стоимость по сравнению с сырьем.

Как известно, макаронные изделия являются продуктом питания частого потребления (97% потребителей из всего населения Казахстана). Более того,

данная категория продуктов питания входит в обязательный перечень, включенный в продуктовую корзину.

Импортозамещение также является одной из причин необходимости реализации подобных проектов. На сегодняшний день в нашей республике развитие рынка сопровождается ростом ввоза макаронных изделий извне.

Ежегодный рост производства макаронных изделий в республике за 2016-2018 гг., составил 17%. Рейтинг областей по производству макаронных изделий показывает сравнительно высокую концентрацию производства в Северо-Казахстанской области. В целом северному региону принадлежит 48,3% от всего объема производства, что обусловлено наличием сырьевой базы. Самые незначительные объемы в размере 1,6% (в среднем 2,5 тыс. тонн в год) производятся в Карагандинской области.

Баланс производства показывает, что 86% произведенных макаронных изделий потребляется на внутреннем рынке, а 14% идет на экспорт.

В 2018 году на государственную поддержку агропромышленного комплекса из республиканского бюджета выделено 226,3 млрд. тенге, в том числе субсидий – 44,0 млрд. тенге, кредитов – 115,4 млрд. тенге (из них УК – 35,4 млрд.тенге и 80 млрд.тенге на ВПР).

Финансирование данной отрасли осуществляется, но как показало исследование производители макаронных изделий, и предприниматели бизнеса мало проинформированы о программах поддержки частного бизнеса и финансировании отрасли производства макаронных изделий.

Как было ранее отмечено, по данным Агентства по статистике, средний ежегодный рост производства макаронных изделий в республике за 2016-2019 гг., составил 17%. Быстрыми темпами растет внутреннее потребление макарон, рост которого за последние 3 года составил 33% достигнув на конец 2019 года 161,1 тыс. тонн. При этом рост внутреннего потребления макаронных изделий в последние годы превышает рост объемов производства.

К основным казахстанским производителям можно отнести Промышленный комплекс "Султан" (ГКО), ТОО "Концерн "Цесна-Астык" (г.Нур-Султан), ТОО «Макаронная фабрика «Корона» (КЖО), АО «Желаевский комбинат хлебопродуктов» (ЗКО), АО

«Костанайский мелькомбинат» (г.Костанай), Т(Х) «Макаронная фабрика» (г.Алматы), АО

«Восточно-Казахстанский мукомольно-комбикормовый комбинат» (ВКО), ТОО "КЭММИ" (г.Павлодар) и другие.

При этом доминирующее положение на внутреннем рынке занимают «Производственный комплекс «Султан Макароны» и предприятия входящие в состав холдинга «Зерновая Индустрия» (ТОО «Макаронная

фабрика «Корона» (КЖО), АО «Желаевский комбинат хлебопродуктов» (ЗКО) и АО «Костанайский мелькомбинат».

За последний год годовой средний абсолютный прирост внутреннего рынка составил порядка 21,6 тыс. тонн или 14%. Увеличение внутренней емкости происходит в определенной степени под влиянием качественного развития самого рынка, в частности, это продуманная маркетинговая политика предприятий, увеличение ассортимента продукции, улучшение вкусовых качеств, удобность упаковки, активность рекламной кампании и другие факторы. Также, одним из факторов, способствующих повышению спроса, остается рост численности населения.

Как показывает анализ, дефицит объемов собственного производства макарон для обеспечения потребностей, рассчитанной с учетом минимальной нормы потребления, регулярно отмечается в семи областях республики, в частности это Карагандинская, Алматинская, Жамбылская, Акмолинская, Атырауская, Кызылординская и Мангистауская области, где суммарный дефицит объемов в 2019 году составил порядка 21,8 тыс. тонн.

Как показал опрос экспертов отрасли, среди производителей и дистрибьюторов самыми известными марками на территории Казахстана являются Султан, Корона и Цесна. Их продукция реализуется на территории всего Казахстана и имеет ярко выраженные качественные потребительские характеристики.

По оценкам экспертов наибольшая доля рынка принадлежит марке Султан и составляет в среднем 21%. Факторами успеха марки названы высокое качество продукции, известность марки и доступная стоимость.

Производители макарон предлагают поставки изделий, как в упаковке, так и на вес.

Макаронные изделия местного производства можно найти во всех типах торговых точек Республики. Однако лишь в среднем 17% местных производителей имеют возможность экспорта за границу.

Мнение производителей подтверждают и интервью с дистрибьюторами макаронных изделий, которые также отметили тенденцию реализации изделий из твердых сортов пшеницы высшего сорта. Лидерами продаж были повторно признаны Султан, Корона и Цесна.

По оценкам дистрибьюторов наибольшая доля рынка принадлежит марке Султан и составляет в среднем 16%. Факторами успеха марки названы высокое качество продукции, известность марки и доступная стоимость.

Опрос населения также показывает доминирование марок Султан и Корона на рынке Казахстана. Марку Султан потребляет 80% местного населения. Критериями выбора марки Султан у большинства респондентов (по 50,8%) является хорошее соотношение цены и качества, а также данные

макаронны, по мнению опрошенных, не развариваются. 50% опрошенных используют макаронные изделия, как в качестве основного блюда, так и гарнира. Основная часть населения (39%) покупает макароны упаковкой в 400 грамм. Также результаты показали, что 80% респондентов не готовы отказаться от макаронных изделий. Более 70% опрошенных видят основное отличие твердых сортов пшеницы от мягких в том, что макаронные изделия из твердых сортов не развариваются и сохраняют форму.

На казахстанском рынке импортные макаронные изделия представлены в незначительных объемах. За период с 2016 по 2019 годы импорт макаронных изделий в Казахстан имел нестабильную динамику. В 2016 году отмечается значительное сокращение объемов импорта макаронных изделий, в 2017 году отмечается максимально высокий показатель импорта макаронных изделий. А в 2019 году объемы импорта заметно самые высокие в сравнении за весь рассматриваемый период.

Практически весь импорт макаронных изделий (76%) в период до 2019 года в страну осуществлялся из стран СНГ, причем значительно Россией. Данная тенденция была обусловлена в первую очередь географической близостью, а также схожестью торговой системы. Россию можно выделить как основной и традиционный поставщик, поскольку свыше 80% рынка импортных макарон в нашей республике заполнено продукцией из России, и российские поставщики выступают основными конкурентами для отечественных производителей.

Если делать сравнение по регионам Казахстана относительно импортируемых в нашу страну макаронных изделий по 2019 году, то можно отметить, что наибольшие объемы продукции распределяются в Алматинскую область, Туркестанскую, Северо-Казахстанскую и Жамбылскую области.

Казахстанские макаронные изделия преимущественно реализуются на рынках стран СНГ, вместе с тем на рынках Европы и Азии малоизвестны и не представлены.

Как показывает динамика, в настоящее время устойчивый средний уровень ежегодного экспорта макаронных изделий из Казахстана составляет порядка 10,4 тыс. тонн.

В целом, в период с 2016 по 2019 года основными покупателями макаронных изделий на зарубежные рынки являлись Россия, Киргизстан, Таджикистан, Афганистан, Грузия, Туркмения. Их суммарная доля экспорта в общем объеме экспорта макаронных изделий Казахстана составила в среднем 90%.

Емкость рынка макаронных изделий на протяжении рассматриваемого периода имела регулярную тенденцию к росту и показывает динамичный рост, особенно за 2019 год, который составил 20%. Вероятно, это вероятно связано

с образованием ТС, ростом импорта со стороны России, а также резким ростом производства местной продукции.

Как показывает, в последние два года цены, устанавливаемые отечественными предприятиями-производителями на макаронные изделия, имели тенденцию роста, что связано в первую очередь с ценовой ситуацией на рынке сырья. Так, за 2019 год средняя отпускная цена на макаронные изделия сложились на уровне 167,5 тенге за килограмм, что больше уровня 2018 года на 9,4%. В 2018 год отпускные цены на макаронные изделия на внутреннем рынке почти не подвергались сезонным колебаниям по месяцам. Лишь в 2019 году отмечалось периодическое повышение цен в каждом месяце года. Но наивысший пик в стоимости макаронных изделий зарегистрирован в период с июля по сентябрь 2019 года и составил 170 тенге за килограмм.

Самая низкая стоимость на макаронные изделия отмечена в Уральске, где средняя стоимость макаронных изделий в 2018 году составила 131,6 тенге за килограмм, а в 2019 году – 142,8 тенге за килограмм.

Самая высокая стоимость на макаронные изделия отмечена в Актау, где средняя стоимость макаронных изделий в 2018 году составила 214,7 тенге за килограмм, а в 2019 году – 243,3 тенге за килограмм.

В виду сказанного выше представляется возможным сделать акцент на следующих пунктах конкурентных преимуществ продукции местного производства:

- На территории Казахстана, по опросу отечественных производителей, изготавливаются макаронные изделия твердых сортов из муки высшего сорта (69%). Данный факт иллюстрирует высокие конкурентные преимущества перед марками - производителями других стран.

- Также наличие местного сырья при производстве макаронных изделий позволяет формировать конкурентно выгодную стоимость для экспорта отечественной продукции за рубеж.

- Местное производство данной продукции очень диверсифицировано и имеет широкую продуктовую линейку, предлагающую потребителям широкий выбор типов макаронных изделий от традиционной лапши до различных вариаций фигурных изделий.

- Более того, 78% местного производства использует натуральные ингредиенты без добавления вкусовых добавок или обогатителей, что также является конкурентным преимуществом.

- Срок хранения производимых на территории нашей республики макаронных изделий составляет 24 месяца (65% производителей).

4. Определение возможности и целесообразности реализации проекта

В целях реализации Решения Государственной комиссии по вопросам модернизации экономики РК за № 17-5/И-144 от 10.02.2017 г. о финансировании субъектов малого и среднего предпринимательства (далее – СМСП) и в соответствии с Постановлением Правительства РК за № 148 от 13.02.2017 г., Решением Совета директоров (далее – СД) АО «Фонд национального благосостояния «Самрук-Казына» (далее – Акционер) за № 9 от 13.02.2017 г. АО «Фонд развития предпринимательства

«ДАМУ» (далее – Фонд) Фонду был предоставлен кредит в размере 3 миллиардов тенге с целевым назначением – предоставление Фондом кредитных средств СМСП в соответствии с условиями Программы, утверждаемой СД Фонда. Фондом был подготовлен «Программа прямого кредитования субъектов малого и среднего предпринимательства и организаций по переработке сельскохозяйственной продукции и производству продуктов питания (далее – СМСП) «Даму - Қолдау» на 2017-2019 годы. Заем, предоставляется на условиях возвратности, платности, срочности и обеспеченности, целевого использования. Банки второго уровня (далее – БВУ) обеспечивают безусловную и безотзывную гарантию на всю сумму и весь срок обязательств в соответствии с Перечнем БВУ и размера лимитов по их гарантиям, утверждаемого Кредитным комитетом Фонда. Срок финансирования: до января 2016 года на инвестиционные цели – до 78 месяцев и на пополнение оборотного капитала – до 36 месяцев. Лимит на одного заемщика: до 750 000 000 тенге. Льготный период по возврату основного долга и отсрочке начисленного вознаграждения: до 12 месяцев. Ставка вознаграждения по займу: устанавливается таким образом, чтобы ставка вознаграждения для Заемщика составляла 12,5% годовых, с учетом вознаграждения по гарантии, предоставленной БВУ в обеспечение обязательств

5. Внутреннее производство

Производство макаронных изделий

Как было ранее отмечено, по данным Агентства по статистике, средний ежегодный рост производства макаронных изделий в республике за 2016-2019 гг., составил 17%. Быстрыми темпами растет внутреннее потребление макарон, рост которого за последние

3 года составил 33% достигнув на конец 2019 года 161,1 тыс. тонн. При этом рост внутреннего потребления макаронных изделий в последние годы превышает рост объемов производства.

Существующая структура производства макарон в республике за последние три года выглядит следующим образом: макаронны - 60%, изделия фигурные, рожки — 28%, вермишель (нитеобразные макаронны) — 10%, лапша — 2%.

Данные Агентства по статистике показывают, что количество предприятий по производству макаронных изделий различно по своей размерности. Из таблицы ниже видно, что производство макаронных изделий превалирует именно среди малых предприятий.

Количество зарегистрированных предприятий по отдельным видам деятельности на 2019 год, штук

Производство макаронных изделий	Всего	В том числе по размерности		
		малые	средние	крупные
Республика Казахстан	147	140	5	2
Акмолинская	6	6		
Актюбинская	2	2		
Алматинская	8	8		
Атырауская	2	2		
Западно - Казахстанская	4	4		
Жамбылская	7	6	1	
Карагандинская	10	10		
Костанайская	11	11		
Кызылординская	6	6		
Мангистауская	1	1		
Туркестанская	15	13	2	
Павлодарская	13	12		1
Северо - Казахстанская	4	3		1
Восточно - Казахстанская	22	22		
г. Нур-Султан	10	9	1	
г. Алматы	26	25	1	

Источник: КС МНЭ РК

Наибольшее количество предприятий – производителей макаронных изделий находится в г.Алматы. Здесь их насчитывается около 26 и это в основном малые предприятия.

Также приводим данные Агентства по статистике по количеству предприятий и производств в обрабатывающей отрасли в разбивке на периоды с 2016 по 2019 годы по видам деятельности.

К основным казахстанским производителям можно отнести Промышленный комплекс "Султан" (ГКО), ТОО "Концерн "Цесна-Астык" (г.Нур-Султан), ТОО «Макаронная фабрика «Корона» (КЖО), АО

«Желаевский комбинат хлебопродуктов» (ЗКО), АО «Костанайский мелькомбинат» (г.Костанай), Т(Х) «Макаронная фабрика» (г.Алматы), АО «Восточно-Казахстанский мукомольно-комбикормовый комбинат» (ВКО), ТОО "КЭММИ" (г.Павлодар) и другие.

При этом доминирующее положение на внутреннем рынке занимают «Производственный комплекс «Султан Макароны» и предприятия, входящие в состав холдинга «Зерновая Индустрия» (ТОО «Макаронная фабрика «Корона» (КЖО), АО «Желаевский комбинат хлебопродуктов» (ЗКО) и АО «Костанайский мелькомбинат».

В настоящее время емкость казахстанского внутреннего рынка макаронных изделий превышает 161 тыс. тонн в год и ей характерен ежегодный динамичный рост, за исключением периода 2017-2018 годов. За последний год годовой средний абсолютный прирост внутреннего рынка составил порядка 21,6 тыс. тонн или 14%. Увеличение внутренней емкости происходит в определенной степени под влиянием качественного развития самого рынка, в частности, это продуманная маркетинговая политика предприятий, увеличение ассортимента продукции, улучшение вкусовых качеств, удобность упаковки, активность рекламной кампании и другие факторы. Также, одним из факторов, способствующих повышению спроса, остается рост численности населения. По статистическим данным, численность населения республики ежегодно увеличивается примерно на 1,1% или на 165,3 тыс. чел.

Емкость рынка макаронных изделий в Казахстане, тыс. тонн

	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.
производство	111,3	112,8	124	145,7
импорт	22,3	21,9	24,7	44,1
экспорт	10,6	9,1	12,9	16,7
реализация на внутреннем рынке	143,8	140,0	139,5	161,1
доля импорта от производства, %	20,0	19,4	19,9	30,3
доля экспорта от производства, %	9,5	8,1	10,4	16,7

Источник: КС МНЭ РК

Кроме того, рост емкости внутреннего рынка макаронных изделий также подтверждается увеличением поступления продукции извне, например, это четко прослеживается в период с 2016 по 2019 годы, где доля импорта во внутреннем рынке колебалась от 18,3% до 30,3%. К тому же данный уровень был максимально близок к критической отметке: по оценкам ФАО,

безопасный уровень импорта продовольствия не должен превышать в целом 17% от уровня потребления.

Как показывает анализ (табл. 4.4), дефицит объемов собственного производства макарон для обеспечения потребностей, рассчитанной с учетом минимальной нормы потребления, регулярно отмечается в семи областях республики, в частности это Карагандинская, Алматинская, Жамбылская, Акмолинская, Атырауская, Кызылординская и Мангистауская области, где суммарный дефицит объемов в 2019 году составил порядка 21,8 тыс. тонн.

При этом следует отметить, что расчеты приведены по минимальной норме потребления, и высока вероятность того, что фактическое потребление может быть намного больше. По нашим расчетам, фактическая емкость внутреннего рынка в среднем по Казахстану в 2 раза больше, чем объемы потребности по минимальной норме потребления, соответственно приведенный объем дефицитов удвоится.

Обеспеченность потребностей в макаронных изделиях собственным производством в разрезе областей, тонн

	2016	2017	2018	2019
Республика Казахстан	37935,3	39436,3	50682,3	72336,3
Акмолинская	-3116,8	-3077,8	-3158,8	-3193,8
Актюбинская	-1768,9	-1909,9	-1818,9	-2081,9
Алматинская	-7872,2	-7405,2	-6369,2	-4218,2
Атырауская	-2389,1	-2357,1	-2352,1	-2368,1
Западно-Казахстанская	9240,8	11959,8	7727,8	14148,8
Жамбылская	-1584,3	-2687,3	-1882,3	-852,3
Карагандинская	-4204,5	-3683,5	-3627,5	-3468,5
Костанайская	6050,9	7058,9	10294,9	17087,9
Кызылординская	-3137,2	-3125,2	-3130,2	-3129,2
Мангистауская	-2383,2	-2384,2	-2388,2	-2386,2
Туркестанская	5956,3	9161,3	19186,3	19216,3
Павлодарская	681,0	3280,0	3893,0	3668,0
Северо-Казахстанская	29065,2	23434,2	23704,2	25747,2
Восточно-Казахстанская	3255,7	2321,7	2713,7	3882,7
г.Нур-Султан	6792,2	8324,2	8597,2	10453,2
г.Алматы	3349,6	526,6	-707,4	-169,4
Объем дефицита	-26456,2	-26630,2	-25434,7	-21867,7

Источник: КС МНЭ РК

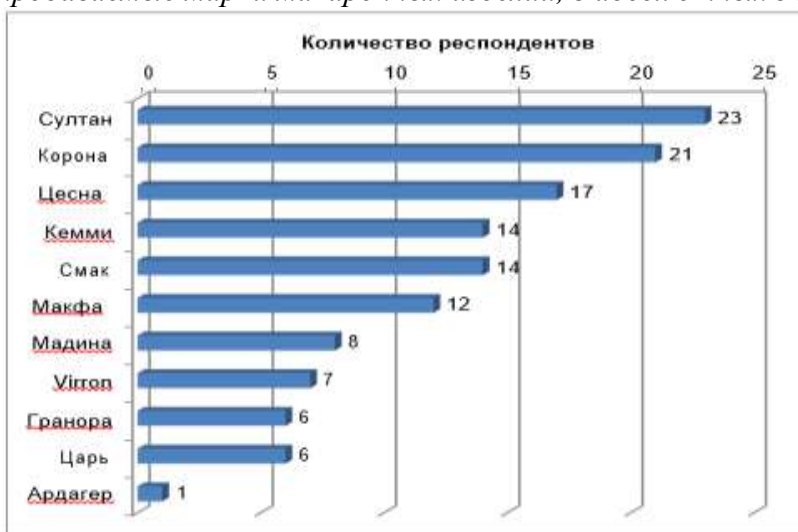
Изучение мнения производителей макаронных изделий

Данный подраздел включает данные по опросу непосредственно производителей макаронных изделий, которые были опрошены на основе разработанной и утвержденной анкеты.

Первый вопрос, который был задан производителям при опросе, звучал так: «Какие марки/бренды, по Вашему мнению, продаются больше всего на рынке макаронных изделий в Вашем городе?»

Самой продаваемой маркой в Казахстане, по мнению производителей макаронных изделий, маркой является Султан, это отметили 23 респондента. На втором месте были названы макароны Корона (21 респондент). На третьем месте Цесна (17 респондентов).

Наиболее продаваемые марки макаронных изделий, в абсолютных значениях

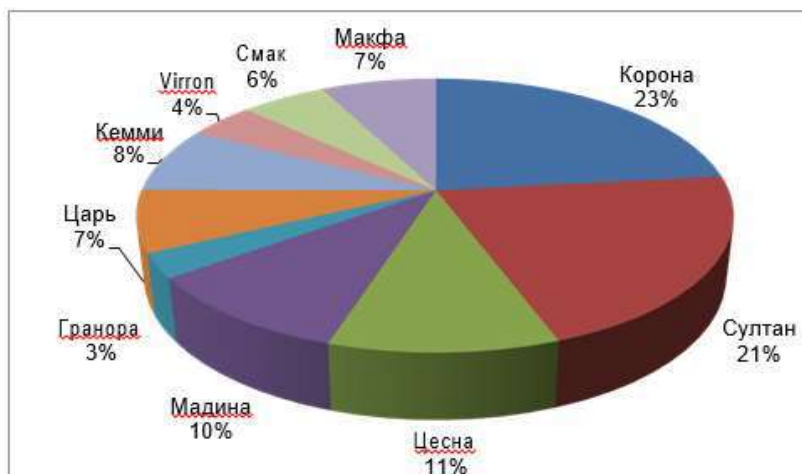


Источник: КС МНЭ РК

Далее был задан вопрос «Примерно, какую долю, по Вашему мнению, занимает каждая из указанных марок в продажах макаронных изделий? Какую часть занимает каждая марка на рынке в процентном выражении?»

По мнению экспертов, марке Корона принадлежит 23% рынка, марке Султан 21% и Цесна – 11%.

Доля марок на рынке, в среднем в процентах



Источник: КС МНЭ РК

На вопрос анкеты, «Поясните, пожалуйста, по каждой марке, почему они продаются именно в таких долях?» были получены следующие ответы. Макароны марок Султан (11 респондентов), Корона (9 респондентов) и Цесна (5 респондентов) имеют значительные доли рынка в виду высокого качества продукции.

Причины спроса на самые популярные макаронные изделия по маркам, в абсолютных значениях



Источник: КС МНЭ РК

Далее интервьюеры задали вопрос: «Выразите, пожалуйста, Ваше отношение к некоторым характеристикам различных марок макаронных изделий по пятибалльной шкале, где 1–полностью не соответствует, 5–полностью соответствует». На рисунке приведены данные по наиболее популярным маркам макаронных изделий. Итак, в марке Султан наиболее

выделили известность марки и доступность ее в магазинах (по 20 респондентов).

Марке Корона наиболее присущи качество продукции (18 респондентов) и известность марки (17 респондентов).

Марке Цесна присудили престижность марки и качество продукции (по 16 респондентов).

Отношение к макаронным изделиям по маркам, в абсолютных значениях



Источник: КС МНЭ РК

Далее производителей попросили оценить, объемы продаж по городу, по виду реализации макаронных изделий в натуральном выражении (тонн) и дать приблизительные объемы продаж за месяц, и средние за последний 2019 год.

Оценка производителями объемов продаж, тонн

	Вид реализации макаронных изделий	Оценка объемов продаж, тонн	
		В среднем за месяц	За 2019 год
1	В упаковке	2125,6	13663,3
2	На вес	15163,2	76111,5

Источник: КС МНЭ РК

На следующие вопросы, которые были объединены в таблице, «Укажите, пожалуйста, какие группы/сорта макаронных изделий производит Ваша компания? и Скажите, пожалуйста, каковы у Вас объемы продаж в среднем за месяц и примерные объемы продаж за последний 2019 год (кг./тонн)?» были получены следующие ответы. 65% опрошенных производителей изготавливают макаронные изделия из муки твердой пшеницы.

Группы/сорта производимых макаронных изделий

№	Группы/сорта макаронных изделий	Производят, в %	Объемы продаж, кг./тонн	
			В среднем за месяц	За последний 2019 год
1	Группа А – из муки твердой пшеницы (дурум): высшего сорта	65%	87,3	110,3
2	Группа А – из муки твердой пшеницы (дурум): 1-го сорта	39%	28,5	136,5
3	Группа А – из муки твердой пшеницы (дурум): 2-го сорта	26%	151,0	170,2
4	Группа Б – из муки из мягкой высокостекловидной пшеницы: высшего сорта	13%	9,7	65,0
5	Группа Б – из муки из мягкой высокостекловидной пшеницы: 1-го сорта	9%	21,0	800,0
6	Группа В – из хлебопекарной пшеничной муки: высшего сорта	17%	46,8	114,5
7	Группа В – из хлебопекарной пшеничной муки: 1-го сорта	9%	13,0	21,5

Источник: КС МНЭ РК

Далее были заданы вопросы, которые также объединены в единую таблицу, и звучат они «Какие типы макаронных изделий производит Ваша компания? и Назовите типы макаронных изделий, которые Ваша компания реализует в наибольшем объеме? И укажите их доли условно в процентах». Более 90% производителей специализируется на выпуске вермишели и рожек, но наибольший объем реализации принадлежит традиционной лапше (50%).

Типы производимых макаронных изделий

	Типы макаронных изделий	Производят	Популярные (средний процент по выборке)
1	Тип: Трубочатые изделия – МАКАРОНЫ	87%	19%
2	Тип: Трубочатые изделия – РОЖКИ	91%	18%
3	Тип: Трубочатые изделия – ПЕРЬЯ	57%	20%
4	Тип: Нитеобразные – ВЕРМИШЕЛЬ	91%	12%
5	Тип: Лентообразные – ЛАПША	57%	50%
6	Тип: Фигурные: Прессованные изделия – РАКУШКИ	61%	32%
7	Тип: Фигурные: Прессованные изделия – РАКУШКИ-КУКОЛКИ	22%	30%
8	Тип: Фигурные: Прессованные изделия – СПИРАЛЬКИ	61%	9%
9	Тип: Фигурные: Прессованные изделия – КОСИЧКИ	17%	19%
10	Тип: Фигурные: Прессованные изделия – ЛИЛИИ	13%	18%

11	Тип: Фигурные: Штампованные изделия – ЗВЕЗДОЧКИ	13%	20%
12	Тип: Фигурные: Штампованные изделия – БУКВЫ АЛФАВИТА	4%	12%

Источник: КС МНЭ РК

Далее был задан вопрос «Скажите, пожалуйста, в настоящее время, в Вашей компании, на сколько процентов задействованы производственные мощности по изготовлению макаронных изделий?» (табл. 4.8). 35% опрошенных производителей отметили, что производственные мощности их предприятия по изготовлению макаронных изделий задействованы на 91-100%.

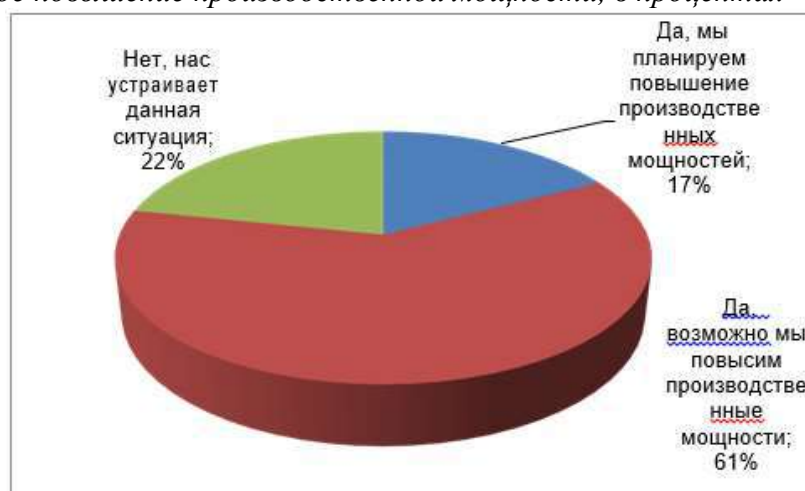
Загрузка производственных мощностей

	Загрузка производственных мощностей	Процент загрузки (средний по выборке)
1	Менее 20%	0%
2	На 20-30%	0%
3	На 31-40%	4%
4	На 41-50%	4%
5	На 51-60%	4%
6	На 61-70%	9%
7	На 71-80%	22%
8	На 81-90%	22%
9	На 91-100%	35%

Источник: КС МНЭ РК

Также интервьюеры уточнили «Скажите, пожалуйста, по Вашему мнению, при благоприятных условиях, Ваша компания сможет повысить производственные мощности?» и данные приведены на рисунке. Более 60% производителей макаронных изделий при благоприятных условиях, возможно, повысит производственные мощности и 17% уже это планирует.

Возможное повышение производственной мощности, в процентах

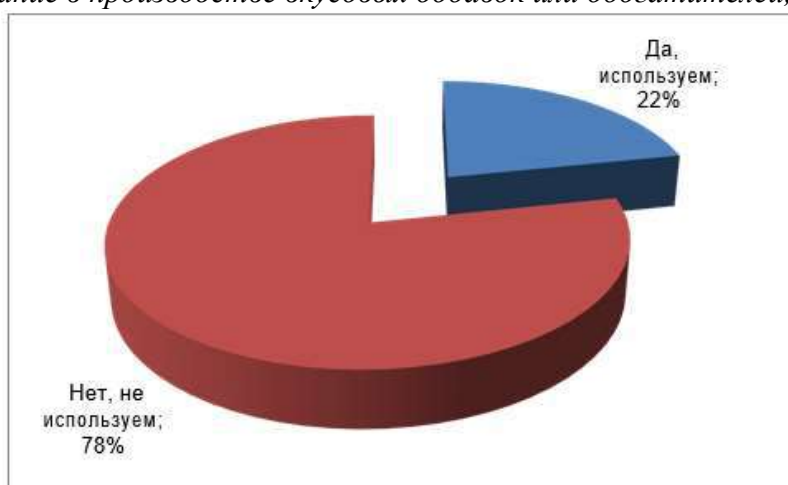


Источник: КС МНЭ РК

Производителей спросили «Используете ли Вы вкусовые добавки или обогатители при изготовлении макаронных изделий?» и 22% респондентов признали, что делают это. Но в основном 78% производителей не используют каких-либо вкусовых добавок.

Далее, те 22% производителей макаронных изделий, которые используют при производстве вкусовые добавки указали, что все они применяют яйца и яичный порошок, еще 40% из них - меланж (белково-желтковая яичная смесь) и 20% - витамины группы В.

Использование в производстве вкусовых добавок или обогатителей, в процентах



Источник: КС МНЭ РК

После также было задано 2 объединенных вопроса, «В каком виде Вы реализуете макаронные изделия, производимые Вашей компанией?» и «Назовите процент продаж по видам упаковки макаронных изделий, продукции всех марок, реализуемых по всему городу?». Компании – производители макаронные изделия реализуют больше в упаковке, нежели на вес.

Вид реализации макаронных изделий

	Вид реализации макаронных изделий	Реализует компания, средний %	Реализуют по городу, средний %
1	В упаковке	59%	61%
2	На вес	41%	39%
	Итого	100%	100%

Источник: КС МНЭ РК

Затем был задан вопрос «Какова продолжительность хранения макаронных изделий, производимых Вашей компанией?». Из таблицы видно,

что 65% производимых макаронных изделий имеют срок хранения 24 месяца и 35% - 12 месяцев.

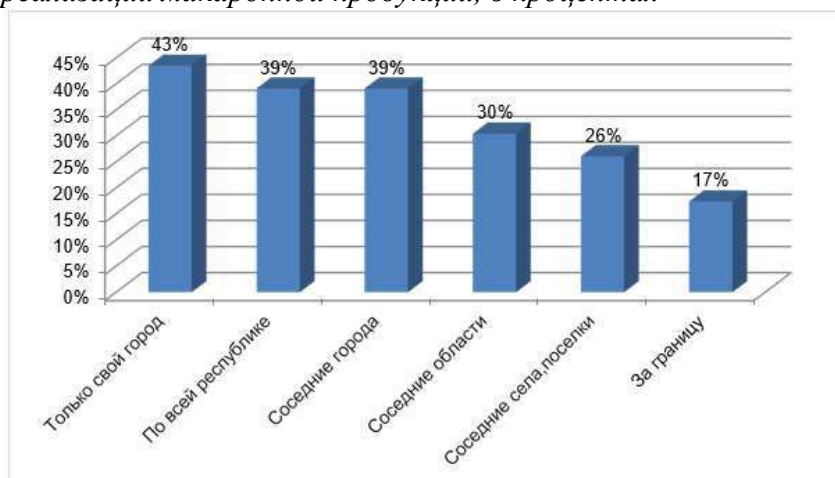
Продолжительность хранения макаронных изделий

Продолжительность хранения	Проценты (%)
24 месяца (без добавок)	65%
12 месяцев (с добавками томатопродуктов и яичными)	35%

Источник: КС МНЭ РК

Производителей спросили «Скажите, пожалуйста, в каких регионах Вы работаете – куда реализуете свою продукцию?». Рисунок показывает, что 43% производителей реализуют свои макаронные изделия только в своем городе, еще 39% поставляют продукцию в соседние города. 39% реализуют макаронные изделия по всей республике и 17% поставляют даже за границу.

Регионы реализации макаронной продукции, в процентах



Источник: КС МНЭ РК

На вопрос «Скажите, пожалуйста, по каким каналам продаж Ваша компания чаще всего реализует макаронные изделия?» были получены следующие варианты. Как видно из рисунка, большинство производителей реализуют свою продукцию на рынках (87%) и в магазинах у дома (мини-маркетах) (78%).

Каналы продаж макаронных изделий, в процентах



Источник: КС МНЭ РК

Далее было уточнено «Какой процент продаж Вашей продукции приходится на каждый канал сбыта?» и «Какой процент продаж макаронных изделий приходится на каждый канал сбыта по Вашему городу?». Как видно из таблицы, в среднем 28% продаж компании приходится на супермаркеты и 23% на рынки. В среднем по городу, 34% продаж дают супермаркеты и 23% рынков.

Процент продаж по каналам реализации

Каналы реализации макаронных изделий	По компании, в среднем в %	По городу, в среднем в %
Большие продуктовые супермаркеты (типа Рамстор, Гросс, Магнум, Арзан, Small)	28	34
Небольшие продуктовые отделы в Универсамах/Универмагах	19	21
Отдельно стоящие мини-маркеты (магазины во дворах, возле дома)	11	14
Рынки, базары (физические лица, дистрибьюторы)	23	23
Киоски	19	8

Источник: КС МНЭ РК

Заключительный вопрос блока к производителям звучал так, «Каков средний объем реализации макаронных изделий Вашей компании за месяц? Назовите, пожалуйста, в отпускных ценах организации и в кг./тонн?»

Объемы продаж по каналам реализации

	Каналы реализации	Оценка объемов продаж	
		В КЗТ (в среднем)	В кг./тонн (в среднем)
1	Большие продуктовые супермаркеты (типа Рамстор, Магнум, Арзан, Small, Гросс)	1 140 427,0	494,7
2	Небольшие продуктовые отделы в Универсамах/ Универмагах	855 533,8	395,8
3	Отдельно стоящие мини-маркеты (магазины во дворах, возле дома)	2 538 766,9	1096,3
4	Рынки, базары (физические лица, дистрибьюторы)	998 667,3	790,3
5	Киоски	500 067,5	434,3

Источник: КС МНЭ РК

Изучение мнения дистрибьюторов макаронных изделий

Данный подраздел включает данные по опросу дистрибьюторов макаронных изделий, которые были также опрошены на основе разработанной и утвержденной анкеты.

Первый блок вопросов, который был задан дистрибьюторам при опросе, звучал так:

«Скажите, пожалуйста, макаронными изделиями каких групп, сортов и типов занимается Ваша организация? а также «Назовите, количество позиций (ассортимент) по указанным Вами группам/сортам макаронных изделий? И оцените в процентах долю различных групп/сортов макаронных изделий в общем объеме продаж в Вашем городе». Как показывает таблица, 85% реализуемых макаронных изделий изготовлены из муки твердой пшеницы высшего сорта и среднее количество позиций в данной группе насчитывает 9.

Группы/сорта производимых макаронных изделий

№	Группы/сорта макаронных изделий	Занимаются	Количество позиций (среднее)	Доля в продажах, в среднем в %
1	Группа А – из муки твердой пшеницы (дурум): высшего сорта	85%	9	16
2	Группа А – из муки твердой пшеницы (дурум): 1-го сорта	48%	22	9
3	Группа А – из муки твердой пшеницы (дурум): 2-го сорта	26%	8	26
4	Группа Б – из муки из мягкой высокостекловидной пшеницы: высшего сорта	11%	2	7

5	Группа Б – из муки из мягкой высококостекловидной пшеницы: 1-го сорта	11%	12	28
6	Группа В – из хлебопекарной пшеничной муки: высшего сорта	19%	12	15
7	Группа В – из хлебопекарной пшеничной муки: 1-го сорта	11%	6	8
8	Из гречневой муки	4%	7	10
9	Из рисовой муки	4%	9	10

Источник: КС МНЭ РК

Далее были заданы вопросы, которые также объединены в единую таблицу, и звучат они «Какие типы макаронных изделий реализует Ваша компания?» и «Назовите типы макаронных изделий, которые Ваша компания реализует в наибольшем объеме? И укажите их доли условно в процентах». Все дистрибьюторы специализируется на реализации рожек. И наибольший объем реализации принадлежит шестиренкам ((17%), а также именно рожкам и вермишели (по 11%).

Типы реализуемых макаронных изделий

	Типы макаронных изделий	Реализуют	Популярные (средний процент по выборке)
1	Тип: Трубчатые изделия – МАКАРОНЫ	89%	9%
2	Тип: Трубчатые изделия – РОЖКИ	100%	11%
3	Тип: Трубчатые изделия – ПЕРЬЯ	78%	4%
4	Тип: Нитеобразные – ВЕРМИШЕЛЬ	93%	11%
5	Тип: Лентообразные – ЛАПША	63%	8%
6	Тип: Фигурные: Прессованные изделия – РАКУШКИ	89%	5%
7	Тип: Фигурные: Прессованные изделия – РАКУШКИ-КУКОЛКИ	30%	8%
8	Тип: Фигурные: Прессованные изделия – СПИРАЛЬКИ	81%	9%
9	Тип: Фигурные: Прессованные изделия – КОСИЧКИ	11%	-
10	Тип: Фигурные: Прессованные изделия – ЛИЛИИ	-	-
11	Тип: Фигурные: Штампованные изделия – ЗВЕЗДОЧКИ	-	-
12	Тип: Фигурные: Штампованные изделия – БУКВЫ АЛФАВИТА	15%	2%
13	Тип: Фигурные: Штампованные изделия – ШЕСТЕРЕНКИ	19%	17%
14	Спагетти	11%	1%
15	Жайма	4%	9%

Источник: КС МНЭ РК

После также было задано 2 объединенных вопроса, «В каком виде Вы реализуете макаронные изделия?» и «Назовите процент продаж по видам упаковки макаронных изделий, реализуемых по всему городу?». Компании – дистрибьюторы макаронные изделия реализуют больше на вес, нежели в упаковке. Видимо, это связано с тем, что сами компании - производители

имеют свою дистрибьюторскую сеть и соответственно регулируют цены на свою продукцию.

Вид реализации макаронных изделий

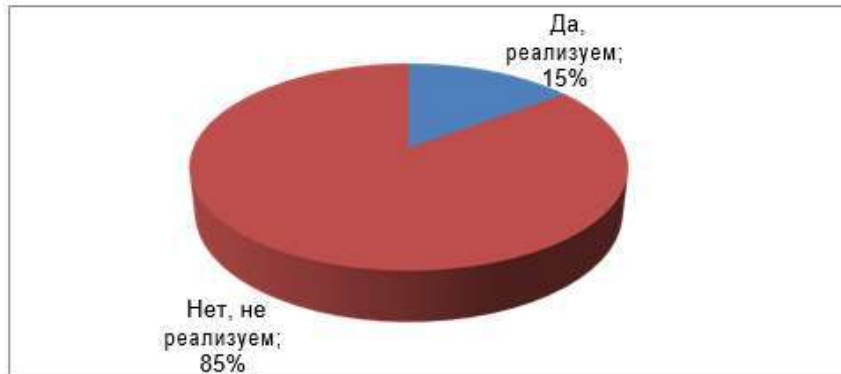
	Вид реализации макаронных изделий	Реализует компания, средний %	Реализуют по городу, средний %
1	В упаковке	37%	63%
2	На вес	63%	37%
	Итого	100%	100%

Источник: КС МНЭ РК

Дистрибьюторов спросили «Реализуете ли Вы макаронные изделия с вкусовыми добавками или обогатителями?» и 15% респондентов признали, что делают это. Но в основном 85% дистрибьюторов не реализуют макароны с какими-либо вкусовыми добавками.

Далее, те 15% дистрибьюторов макаронных изделий, которые упомянули о вкусовых добавках указали, что реализуют макароны с использованием йода (75%), яиц и яичного порошка (50%), кальция (50%) и вкусовых добавок (25%).

Реализация макаронных изделий с вкусовыми добавками или обогатителями, в процентах

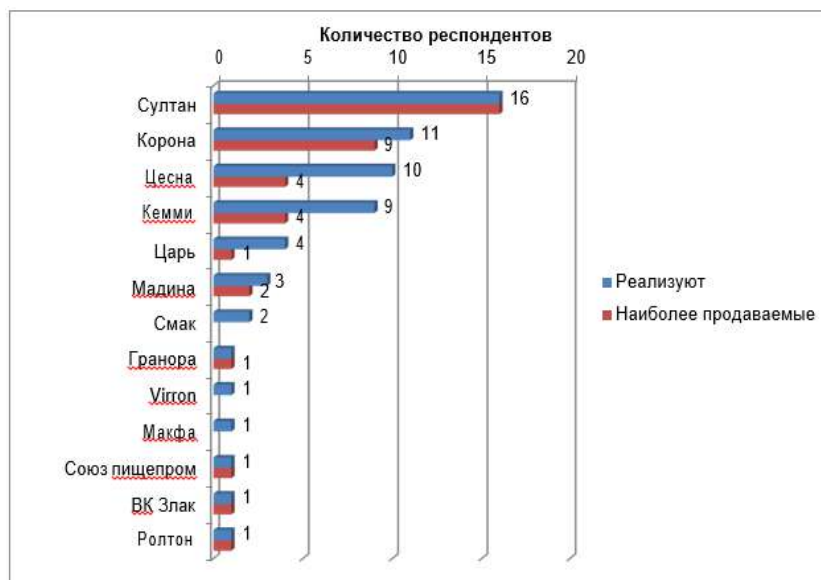


Источник: КС МНЭ РК

Далее вопрос, который был задан дистрибьюторам при опросе, звучал так:

«Макаронные изделия, каких марок/брендов предлагает Ваша компания?» и «Назовите, наиболее продаваемые Вашей компанией марки/бренды макаронных изделий?» Самой продаваемой в Казахстане, по мнению дистрибьюторов макаронных изделий, маркой является Султан, это отметили 16 респондентов. На втором месте были названы макароны Корона (9 респондентов).

Реализуемые и наиболее продаваемые макаронные изделия, в абсолютных значениях



Источник: КС МНЭ РК

Затем вопрос, который был задан дистрибьюторам при опросе, звучал так: «Какие марки/бренды, по Вашему мнению, продаются больше всего на рынке макаронных изделий в Вашем городе?»

Самой продаваемой в Казахстане, по мнению дистрибьюторов макаронных изделий, маркой является Султан, это отметили 26 респондентов. На втором месте были названы макароны Корона (20 респондентов). На третьем месте Цесна (15 респондентов).

Наиболее продаваемые марки макаронных изделий, в абсолютных значениях

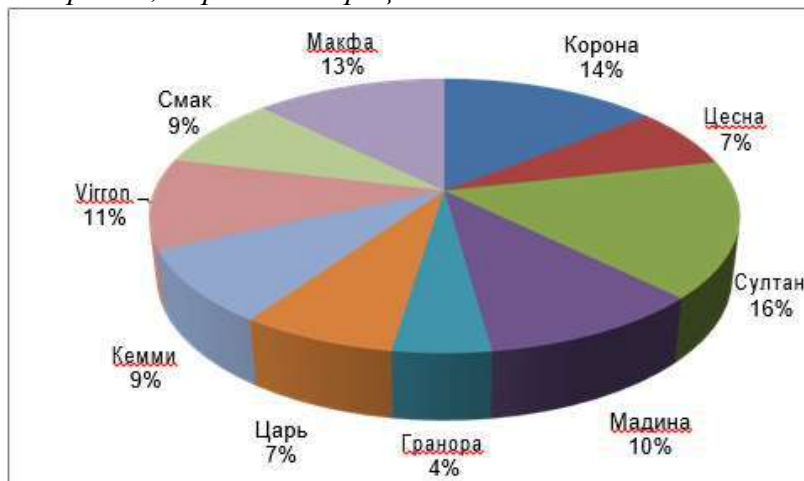


Источник: КС МНЭ РК

Далее был задан вопрос «Примерно, какую долю, по Вашему мнению, занимает каждая из указанных марок в продажах макаронных изделий? Какую часть занимает каждая марка на рынке в процентном выражении?»

По мнению дистрибьюторов, марке Султан принадлежит 16% рынка, марке Корона 14%, Макфа – 13% и Цесна – 7%.

Доля марок на рынке, в среднем в процентах

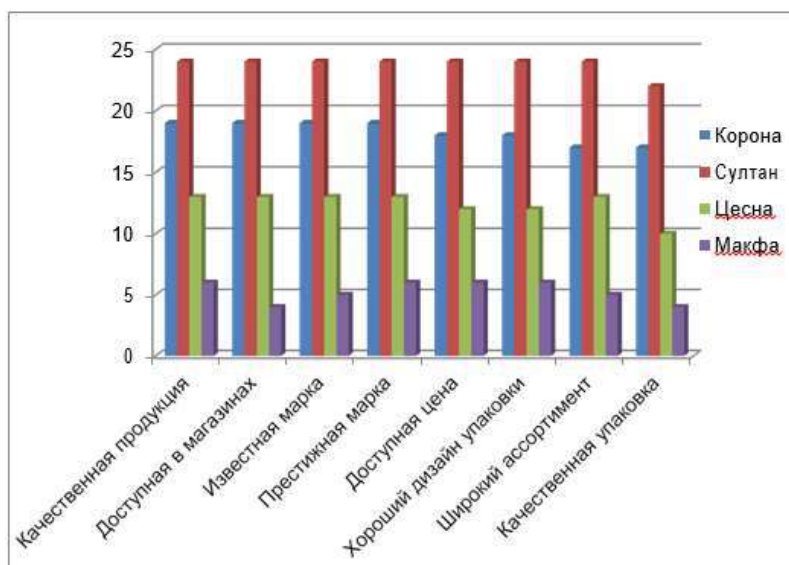


Источник: КС МНЭ РК

На вопрос анкеты, «Поясните, пожалуйста, по каждой марке, почему они продаются именно в таких долях?» были получены следующие ответы: Макароны марок Султан (14 респондентов), Корона (8 респондентов), Цесна (3 респондента) и Макфа (2 респондента) имеют значительные доли рынка в виду высокого качества продукции.

Далее интервьюеры задали вопрос: «Выразите, пожалуйста, Ваше отношение к некоторым характеристикам различных марок макаронных изделий по пятибалльной шкале, где 1–полностью не соответствует, 5–полностью соответствует». На рисунке приведены данные по наиболее популярным маркам макаронных изделий. Итак, во всех марках, указанных на ниже наиболее выделили качество продукции, а также высоко оценили все другие показатели.

Отношение к макаронным изделиям по маркам, в абсолютных значениях



Источник: КС МНЭ РК

Далее дистрибьюторов попросили оценить, объемы продаж по городу, по виду реализации макаронных изделий в натуральном выражении (тонн) и дать приблизительные объемы продаж за месяц, и средние за последний 2019 год

Оценка дистрибьюторами объемов продаж, тонн

	Вид реализации макаронных изделий	Оценка объемов продаж, тонн	
		В среднем за месяц	За 2019 год
1	В упаковке	38,4	268,4
2	На вес	409,8	4 533,5

Источник: КС МНЭ РК

Затем интервьюеры спросили «Скажите, какие факторы влияют на Ваш выбор производителей макаронных изделий? Распределите, пожалуйста, наиболее значимые факторы по местам – от первого до третьего». Рисунок наглядно показывает, что в - первую очередь дистрибьютор выбирают производителя макаронных изделий по качеству продукции (13 респондентов), во - вторую очередь – известность марки – производителя (8 респондентов) и в – третью, широкий ассортимент (7 респондентов).

Факторы выбора дистрибьюторами производителей макаронных изделий, в абсолютных значениях



Источник: КС МНЭ РК

Далее был задан уточняющий вопрос «Оцените, как все перечисленные факторы влияют на Ваш выбор производителей макаронных изделий, по степени их важности, по 5-ти балльной шкале, где 1 - совсем не важно, а 5 - очень важно». Как показывает рисунок, наиболее важным критерием для дистрибьюторов по-прежнему является качество продукции, а также наличие продукции на складе (по 26 респондентов).

Факторы выбора дистрибьюторами производителей макаронных изделий по степени важности, в абсолютных значениях



Источник: КС МНЭ РК

На вопрос «Скажите, пожалуйста, по каким каналам продаж Ваша компания чаще всего реализует макаронные изделия?» были получены следующие варианты. Как видно из рисунка, большинство дистрибьюторов реализуют свою продукцию в магазинах у дома (мини-маркетах) (85%).

Каналы продаж макаронных изделий, в процентах



Источник: КС МНЭ РК

Далее было уточнено «Какой процент продаж Вашей продукции приходится на каждый канал сбыта?» и «Какой процент продаж макаронных изделий приходится на каждый канал сбыта по Вашему городу?». Как видно из таблицы в среднем 18% продаж компании приходится на мини - маркеты и 17% на супермаркеты. В среднем по городу, по 12% продаж дают мини – маркеты и рынки.

Процент продаж по каналам реализации

Каналы реализации макаронных изделий	По компании, в среднем в %	По городу, в среднем в %
Большие продуктовые супермаркеты (типа Рамстор, Гросс, Магнум, Арзан, Small)	26	21
Небольшие продуктовые отделы в Универсамах/Универмагах	13	14
Отдельно стоящие мини-маркеты (магазины во дворах, возле дома)	25	29
Рынки, базары (физические лица, дистрибьюторы)	28	30
Киоски	8	6

Источник: КС МНЭ РК

6. Производственные мощности

Как было ранее отмечено, по данным Комитета по статистике, средний ежегодный рост производства макаронных изделий в республике за 2016-2018 гг., составил 17%. Быстрыми темпами растет внутреннее потребление макарон, рост которого за последние

3 года составил 33% достигнув на конец 2018 года 161,1 тыс. тонн. При этом рост внутреннего потребления макаронных изделий в последние годы превышает рост объемов производства.

Существующая структура производства макарон в республике за последние три года выглядит следующим образом: макароны - 60%, изделия фигурные, рожки — 28%, вермишель (нитеобразные макароны) — 10%, лапша — 2%.

Данные Комитета по статистике РК показывают, что количество предприятий по производству макаронных изделий различно по своей размерности. Из таблицы ниже видно, что производство макаронных изделий превалирует именно среди малых предприятий.

Производство макаронных изделий	Всего	В том числе по размерности		
		малые	средние	крупные
Республика Казахстан	147	140	5	2
Акмолинская	6	6		
Актюбинская	2	2		
Алматинская	8	8		
Атырауская	2	2		
Западно - Казахстанская	4	4		
Жамбылская	7	6	1	
Карагандинская	10	10		
Костанайская	11	11		
Кызылординская	6	6		
Мангистауская	1	1		
Туркестанская	15	13	2	
Павлодарская	13	12		1
Северо - Казахстанская	4	3		1
Восточно - Казахстанская	22	22		
г. Нур-Султан	10	9	1	
г. Алматы	26	25	1	

Количество зарегистрированных предприятий по отдельным видам деятельности на 2018 год, штук

Источник: Комитет по статистике РК

Наибольшее количество предприятий – производителей макаронных изделий находится в г. Алматы. Здесь их насчитывается около 26 и это в основном малые предприятия.

К основным казахстанским производителям можно отнести Промышленный комплекс "Султан" (ГКО), ТОО "Концерн "Цесна-Астык" (г. Нур-Султан), ТОО «Макаронная фабрика, «Корона», (КЖО), АО «Желаевский комбинат хлебопродуктов» (ЗКО), АО «Костанайский мелькомбинат» (г.Костанай), Т(Х) «Макаронная фабрика» (г.Алматы), АО «Восточно-Казахстанский мукомольно-комбикормовый комбинат» (ВКО), ТОО "КЭММИ" (г.Павлодар) и другие.

При этом доминирующее положение на внутреннем рынке занимают «Производственный комплекс «Султан Макароны» и предприятия входящие в состав холдинга «Зерновая Индустрия» (ТОО «Макаронная фабрика «Корона» (КЖО), АО «Желаевский комбинат хлебопродуктов» (ЗКО) и АО «Костанайский мелькомбинат».

В настоящее время емкость казахстанского внутреннего рынка макаронных изделий превышает 161 тыс. тонн в год и ей характерен ежегодный динамичный рост, за исключением периода 2016-2017 годов. За последний год годовой средний абсолютный прирост внутреннего рынка составил порядка 21,6 тыс. тонн или 14%. Увеличение внутренней емкости происходит в определенной степени под влиянием качественного развития самого рынка, в частности, это продуманная маркетинговая политика предприятий, увеличение ассортимента продукции, улучшение вкусовых качеств, удобность упаковки, активность рекламной кампании и другие факторы. Также, одним из факторов, способствующих повышению спроса, остается рост численности населения. По статистическим данным, численность населения республики ежегодно увеличивается примерно на 1,1% или на 165,3 тыс. чел.

	2016	2017	2018	2019
производство	111,3	112,8	124	145,7
импорт	22,3	21,9	24,7	44,1
экспорт	10,6	9,1	12,9	16,7
реализация на внутреннем рынке	143,8	140,0	139,5	161,1
доля импорта от производства, %	20,0	19,4	19,9	30,3

доля экспорта от производства, %	9,5	8,1	10,4	16,7
-------------------------------------	-----	-----	------	------

Источник: Комитет по статистике РК

Кроме того, рост емкости внутреннего рынка макаронных изделий также подтверждается увеличением поступления продукции извне, например, это четко прослеживается в период с 2016 по 2017 годы, где доля импорта во внутреннем рынке колебалась от 18,3% до 30,3%. К тому же данный уровень был максимально близок к критической отметке: по оценкам ФАО, безопасный уровень импорта продовольствия не должен превышать в целом 17% от уровня потребления

Как показывает анализ, дефицит объемов собственного производства макарон для обеспечения потребностей, рассчитанной с учетом минимальной нормы потребления, регулярно отмечается в семи областях республики, в частности это Карагандинская, Алматинская, Жамбылская, Ақмолинская, Атырауская, Кызылординская и Мангистауская области, где суммарный дефицит объемов в 2017 году составил порядка 21,8 тыс. тонн.

При этом следует отметить, что расчеты приведены по минимальной норме потребления, и высока вероятность того, что фактическое потребление может быть намного больше. По расчетам, фактическая емкость внутреннего рынка в среднем по Казахстану в 2 раза больше, чем объемы потребности по минимальной норме потребления, соответственно приведенный объем дефицитов удвоится.

	2016	2017	2018	2019
Республика Казахстан	37935,3	39436,3	50682,3	72336,3
Ақмолинская	-3116,8	-3077,8	-3158,8	-3193,8
Ақтөбинская	-1768,9	-1909,9	-1818,9	-2081,9
Алматынская	-7872,2	-7405,2	-6369,2	-4218,2
Атырауская	-2389,1	-2357,1	-2352,1	-2368,1
Западно-Казахстанская	9240,8	11959,8	7727,8	14148,8
Жамбылская	-1584,3	-2687,3	-1882,3	-852,3
Карагандинская	-4204,5	-3683,5	-3627,5	-3468,5
Костанайская	6050,9	7058,9	10294,9	17087,9
Кызылординская	-3137,2	-3125,2	-3130,2	-3129,2
Мангистауская	-2383,2	-2384,2	-2388,2	-2386,2
Туркестанская	5956,3	9161,3	19186,3	19216,3
Павлодарская	681,0	3280,0	3893,0	3668,0
Северо-Казахстанская	29065,2	23434,2	23704,2	25747,2
Восточно-Казахстанская	3255,7	2321,7	2713,7	3882,7

г.Нур-Султан	6792,2	8324,2	8597,2	10453,2
г.Алматы	3349,6	526,6	-707,4	-169,4
Объем дефицита	-26456,2	-26630,2	-25434,7	-21867,7

Обеспеченность потребностей в макаронных изделиях собственным производством в разрезе областей, тонн*

**при расчетах потребность определена исходя из минимальной нормы потребления
Источник: Комитет по статистике РК*

7. Внешняя торговля

Макаронные изделия (код ТНВЭД 1902) — это изделия из теста (обычно из пшеничной муки с водой). Обычно их хранят в сухом виде и отваривают перед употреблением.

1902 - Макаронные изделия, подвергнутые или не подвергнутые тепловой обработке, с начинкой (из мяса или прочих продуктов) или без начинки, или приготовленные другим способом:

1902	Макаронные изделия, подвергнутые или не подвергнутые тепловой обработке, с начинкой (из мяса или прочих продуктов) или без начинки, или приготовленные другим способом:
	макаронные изделия, не подвергнутые тепловой обработке, без начинки или не приготовленные каким-либо другим способом:
1902 11 000 0	содержащие яйца
1902 19	прочие:
1902 19 100 0	не содержащие муки грубого или тонкого помола из мягкой пшеницы
1902 19 900 0	прочие

На казахстанском рынке импортные макаронные изделия представлены в незначительных объемах. За период с 2013 по 2018 годы импорт макаронных изделий в Казахстан имел нестабильную динамику. В 2017 году отмечается значительное сокращение объемов импорта макаронных изделий, в 2016 году отмечается максимально высокий показатель импорта макаронных изделий. А в 2018 году объемы импорта заметно самые высокие в сравнении за весь рассматриваемый период.

В 2018 году по сравнению с 2019 годом, отмечается небольшое сокращение импорта макаронных изделий на 2,1% в натуральном выражении и на 15,6% в стоимостном выражении. При этом, в 2017 году, по сравнению с

2016 годом, отмечается еще большее сокращение поставок макаронных изделий на 37,4% и 39,3% в натуральном и стоимостном выражениях, соответственно. А в 2018 году по сравнению с 2017 годом отмечается очень весомое увеличение импорта макаронных изделий на 82,6% в натуральном выражении и на 148,8% в стоимостном выражении.

	2016	2017	2018	2019
Импорт макаронных изделий в натуральном выражении, тонн	22 393,5	21 926,2	13 728,7	25 072,5
Импорт макаронных изделий в стоимостном выражении, тыс. долл. США	39 320,8	33 178,5	20 132,3	50 087,5

Динамика импорта макаронных изделий (код ТН ВЭД 1902 19 900 0) в Республику Казахстан за период 2013-2018 годов

Источник: Комитет по статистике

В 2018 году география импорта макаронных изделий представлена основными 12 странами.

	2016	2017	2018	2019
РОССИЯ	18 042,5	15 731,1	7 707,1	19106,5
КИТАЙ	1 343,7	2 379,7	3 183,1	3 178,1
ВЬЕТНАМ	1 247,5	1 665,8	152,0	28,2
КЫРГЫЗСТАН	694,6	878,8	861,6	941,6
ИТАЛИЯ	479,7	435,8	669,9	706,2
ПОЛЬША	239,8	398,1	454,3	459,9
КОРЕЯ	107,6	107,7	158,7	222,5
ТУРЦИЯ	80,4	79,1	53,1	50,7
ГЕРМАНИЯ	72,1	76,9	72,7	66,4
США	10,9	5,2	5,2	7,1
УКРАИНА	32,6	150,3	301,5	194,7
ИСПАНИЯ	16,4	3,7	32,7	74,0
ДРУГИЕ СТРАНЫ	25,7	14,1	77,0	4,5

Географическая структура объема импорта (тонн) в Республику Казахстан, 2013-2018 гг.

Источник: Комитет по статистике РК

Практически весь импорт макаронных изделий (76%) в период до 2018 года в страну осуществлялся из стран СНГ. Данная тенденция была

обусловлена в первую очередь географической близостью, а также схожестью торговой системы.

	2016	2017	2018	2019
РОССИЯ	33 123,7	26 253,7	14 679,5	44413,6
КИТАЙ	1 664,1	1 888,8	1 866,4	1 949,8
ВЬЕТНАМ	1 792,4	2 469,9	238,2	55,2
КЫРГЫЗСТАН	849,1	715,5	674,9	791,0
ИТАЛИЯ	885,0	736,6	1 081,1	1 148,0
ПОЛЬША	292,1	347,0	482,2	594,5
КОРЕЯ	224,2	187,4	267,7	425,8
ТУРЦИЯ	84,5	113,0	54,5	54,1
ГЕРМАНИЯ	296,7	276,3	236,2	211,0
США	9,6	7,2	8,2	10,6
УКРАИНА	44,6	146,4	422,7	299,5
ИСПАНИЯ	30,2	6,2	38,9	91,6
ДРУГИЕ СТРАНЫ	24,6	30,7	81,6	17,2

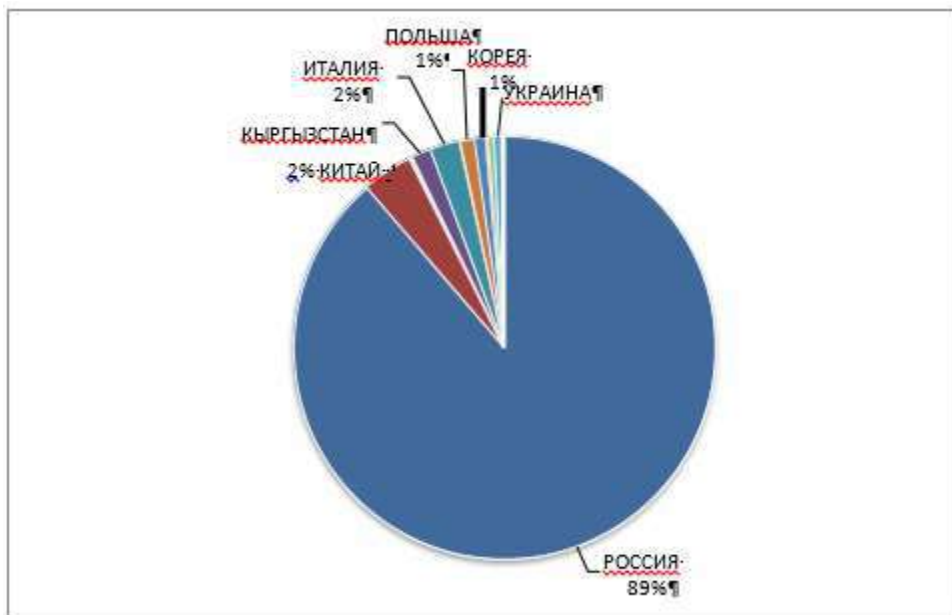
Географическая структура объема импорта (тыс. долл. США) в Республику Казахстан, 2013-2018 гг.

Источник: Комитет по статистике РК

В динамике структуры импорта макаронных изделий по странам-поставщикам за 2016-2018гг. заметна следующая тенденция: доля российской продукции на казахстанском рынке выросла с 81% в 2016г. до 89% в 2018г., в 2017 году доля российской продукции снизилась до 73%. В целом, за рассматриваемый период основными поставщиками макаронных изделий на казахстанский рынок являлись Россия, Германия, Италия и Польша. Их суммарная доля импорта в общем объеме импорта макаронных изделий Казахстана составила в среднем 80%.

Из общего объема импорта макарон в Казахстан в 2018 году на долю России пришлось 89%, на долю Китая - 4%, Италии – 2%. Присутствие остальных стран незначительно (0,1-2%) и они особой роли не играют в ценообразовании и составлении конкуренции.

Россию можно выделить как основной и традиционный поставщик, поскольку свыше 80% рынка импортных макарон в нашей республике заполнено продукцией из России, и российские поставщики выступают основными конкурентами для отечественных производителей.



Структура импорта макарон в Казахстан в 2018 году, в процентах

Источник: Комитет по статистике РК

Из рисунка видно, что условная стоимость за единицу импортируемых макаронных изделий в разрезе поставщиков находится на разном уровне. Причинами такой разницы могут быть различные факторы. Одной из этих причин являются условия поставок, удаленность казахстанского рынка и, как следствие, различная стоимость транспортных расходов.

Самая высокая условная стоимость за единицу импортированных макаронных изделий отмечена в Германии, которая имела тенденцию к росту с 2,9 тыс. долл. США за 1 тонну до 4,1 тыс. долл. США за 1 тонну. Макароны из Италии находятся в ценовом сегменте, где их условная стоимость повысилась с 1084 долл. США до 1,8 тыс. долл. США за 1 тонну. Условная стоимость за единицу импортированных польских макаронных изделий увеличилась с 724 долл. США до 1,2 тыс. долл. США за 1 тонну.

Условная стоимость российских макаронных изделий изменялась в течение рассматриваемого периода от 1325 долл. США до 2324 долл. США за 1 тонну.

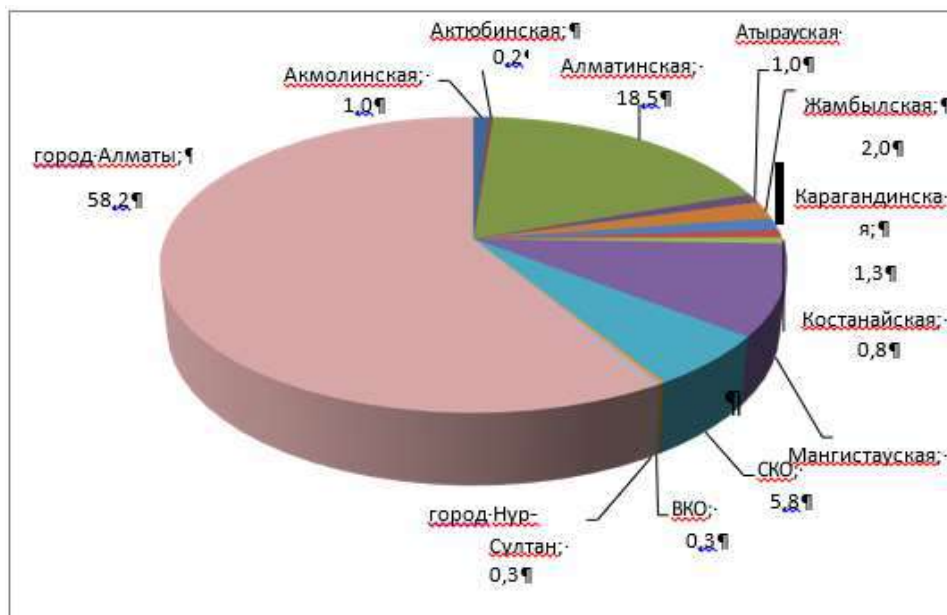
Если делать сравнение по регионам Казахстана относительно импортируемых в нашу страну макаронных изделий по 2018 году, то видно, что наибольшие объемы продукции распределяются в Алматинскую область, Туркестанскую, Северо-Казахстанскую и Жамбылскую области.

	Количество, тонн	Стоимость, тыс. долл. США

Республика Казахстан	5 933,9	5 648,2
Акмолинская область	58,8	51,8
Актюбинская область	12,6	18,0
Алматинская область	1 097,5	681,2
Атырауская область	59,6	100,0
Западно - Казахстанская область	0,3	1,5
Жамбылская область	116,9	128,1
Карагандинская область	79,3	110,8
Костанайская область	49,9	14,1
Кызылординская область	-	-
Мангистауская область	40,2	67,6
Туркестанская область	588,5	438,8
Павлодарская область	-	-

Распределение импортируемых макаронных изделий по областям Республики Казахстан за 2019 год

Источник: Комитет по статистике РК



Распределение импортируемых макаронных изделий в долях по областям Республики Казахстан за 2018 год, в процентах

Источник: Комитет по статистике РК

Казахстанские макаронные изделия преимущественно реализуются на рынках стран СНГ, вместе с тем на рынках Европы и Азии малоизвестны и не представлены.

Как показывает динамика, в настоящее время устойчивый средний уровень ежегодного экспорта макаронных изделий из Казахстана составляет порядка 10,4 тыс. тонн.

В целом, за период с 2016 по 2018 гг. экспорт макаронных изделий Казахстана имел нестабильную динамику. Сокращение экспорта макаронных изделий отмечается в 2016 и 2017 гг. за последние 2 года отмечается увеличение экспорта макаронных изделий. Причиной сокращения объемов экспорта макаронных изделий в 2018 г. могло быть прекращение поставок в Кыргызстан и Монголию и переориентация на российский рынок, а в 2018 г. последствия кризиса.

	2016	2017	2018	2019
Экспорт макаронных изделий в натуральном выражении, тонн	10 605,4	9 188,2	11 301,3	12 555,8
Экспорт макаронных изделий в стоимостном выражении, тыс. долл. США	11 587,5	8 983,6	8 046,2	11 248,0

Динамика экспорта макаронных изделий (код ТН ВЭД 1902 19 900 0) в Республику Казахстан за период 2013-2018 годов

Источник: Комитет по статистике РК

В 2017 году по сравнению с 2016 годом, отмечается небольшое сокращение экспорта макаронных изделий на 2,1% в натуральном выражении и на 22,5% в стоимостном выражении. При этом, в 2016 году, по сравнению с 2017 годом, отмечается рост поставок макаронных изделий на 37,4% и 10,4% в натуральном и стоимостном выражениях, соответственно. А в 2018 году по сравнению с 2018 годом отмечается увеличение экспорта макаронных изделий на 11,1% в натуральном выражении и на 39,7% в стоимостном выражении.

Если делать сравнение по регионам Казахстана, то основными регионами экспортируемых макаронных изделий из нашей страны за рубеж по данным 2017 года (являются Костанайская область, Туркестанская, Северо-Казахстанская, Западно-Казахстанская и Восточно-Казахстанская области).

	Количество, тонн	Стоимость, тыс. долл. США
Республика Казахстан	8 088,7	5 348,5
Акмолинская область	40,0	27,3
Актюбинская область	-	-
Алматинская область	-	-

Атырауская область	-	-
Западно - Казахстанская область	662,5	293,9
Жамбылская область	0,7	0,4
Карагандинская область	-	-
Костанайская область	2 778,0	1 698,7
Кызылординская область	-	-
Мангистауская область	-	-
Туркестанская область	2 388,1	1 507,8
Павлодарская область	20,7	51,6
Северо - Казахстанская область	1 007,3	919,5
Восточно - Казахстанская область	505,0	279,4
город Нур-Султан	604,5	526,5
город Алматы	81,9	43,4

Распределение экспортируемых макаронных изделий из областей Республики Казахстан за 2018 год

Источник: Комитет по статистике РК

В 2018 году география экспорта макаронных изделий представлена основными 12 странами.

	2016	2017	2018	2019
ТУРКМЕНИЯ	602,9	1 117,4	2 665,7	2 968,0
ГРУЗИЯ	1 119,7	701,0	2 280,7	1 178,6
КЫРГЫЗСТАН	2 813,5	2 047,5	1 946,0	1 167,3
ТАДЖИКИСТАН	1 099,5	600,6	1 177,0	1 017,9
УЗБЕКИСТАН	138,5	391,0	466,5	879,2
АФГАНИСТАН	451,6	993,4	1 249,4	737,7
МОНГОЛИЯ		57,4	71,4	75,4
УКРАИНА	548,1	282,7	180,9	43,8
ГЕРМАНИЯ	67,0	47,1	15,7	20,7
РОССИЯ	3 764,6	2 950,2	1 248,2	4467,1
АЗЕРБАЙДЖАН				
БЕЛАРУСЬ				

Географическая структура объема экспорта (тонн) из Республики Казахстан, 2013-2018 гг.

Источник: Комитет по статистике РК

	2016	2017	2018	2019
ТУРКМЕНИЯ	507,8	720,3	1 588,8	1 872,0
ГРУЗИЯ	862,2	414,3	1 368,4	785,8
КЫРГЫЗСТАН	2 898,3	1 879,4	1 472,3	871,9
ТАДЖИКИСТАН	1 047,8	550,3	832,4	772,9

УЗБЕКИСТАН	71,0	173,6	211,9	427,3
АФГАНИСТАН	302,5	491,3	552,2	397,4
МОНГОЛИЯ		64,4	71,0	121,6
УКРАИНА	589,3	331,7	199,0	48,2
ГЕРМАНИЯ	133,9	89,1	37,6	51,6
РОССИЯ	5 174,8	4 269,1	1 712,7	5899,5
АЗЕРБАЙДЖАН				
БЕЛАРУСЬ				

Географическая структура объема экспорта (тыс. долл. США) из Республики Казахстан, 2013-2018 гг.

Источник: Комитет по статистике РК

Экспорт макаронных изделий в 2018 году, по сравнению с 2013 годом, увеличился в 2,3 раза и составил более 11 млн. долларов США, за счет увеличения поставок в Россию. В Туркменистан и Грузию макаронные изделия стали экспортироваться с 2017 года. В 2019 году экспорт в эти страны составил 1,9 и 0,8 млн. долларов США, соответственно.

В динамике структуры экспорта макаронных изделий по странам-покупателям за 2016-2019 гг. заметна следующая тенденция: доля казахстанской продукции на российском рынке упала с 64% в 2016 г. до 35% в 2018г., в 2017 году доля казахстанской продукции снизилась до 11%, В целом, за рассматриваемый период основными покупателями макаронных изделий на зарубежные рынки являлись Россия, Киргизстан Таджикистан, Афганистан, Грузия, Туркмения. Их суммарная доля экспорта в общем объеме экспорта макаронных изделий Казахстана составила в среднем 90%.

Основная доля экспорта макаронных изделий за 2017 году среди стран СНГ приходится на Россию - 36%, Туркмению – 24%, Кыргызстан и Грузию по 9%, Таджикистан

– 8%, Узбекистан – 7%. Присутствие остальных стран незначительно (0,1-2%) и они особой роли не играют в ценообразовании и составлении конкуренции.

Условная стоимость за единицу экспортируемых макаронных изделий в разрезе поставщиков находится на разном уровне. Причинами такой разницы могут быть различные факторы. Одной из этих причин являются условия поставок, удаленность казахстанского рынка и, как следствие, различная стоимость транспортных расходов.

Самая высокая условная стоимость за единицу экспортированных макаронных изделий отмечена для Германии, которая имела тенденцию к росту с 1,2 тыс. долл. США за 1 тонну до 2,4 тыс. долл. США за 1 тонну. Макароны изделия для Украины находятся в ценовом сегменте, где их

условная стоимость повысилась с 568 долл. США до 1,1 тыс. долл. США за 1 тонну. Условная стоимость за единицу экспортированных в Россию макаронных изделий увеличилась с 629 долл. США до 1,4 тыс. долл. США за 1 тонну. Условная стоимость экспорта макаронных изделий в другие страны находится на практически одинаковом уровне.

8. Размер рынка

Оценка емкости рынка приготовленных пищевых продуктов и полуфабрикатов ограничена видимым потреблением, т.е. Емкость рынка = Внутреннее производство + Импорт – Экспорт». Данная формула отражает только видимое потребление и не дает точную оценку объемов рынка, однако, несмотря на возможные погрешности, она показывает основные контуры и динамику рынка.

	2016	2017	2018	2019
импорт, тыс. тонн	22,3	21,9	24,7	44,1
экспорт, тыс. тонн	10,6	9,1	12,9	16,6
производство, тыс. тонн	111,3	112,8	124	145,7
емкость рынка, тыс. тонн	123,0	125,6	135,8	173,2
прирост рынка за период	2,3	2,1	8,1	27,5

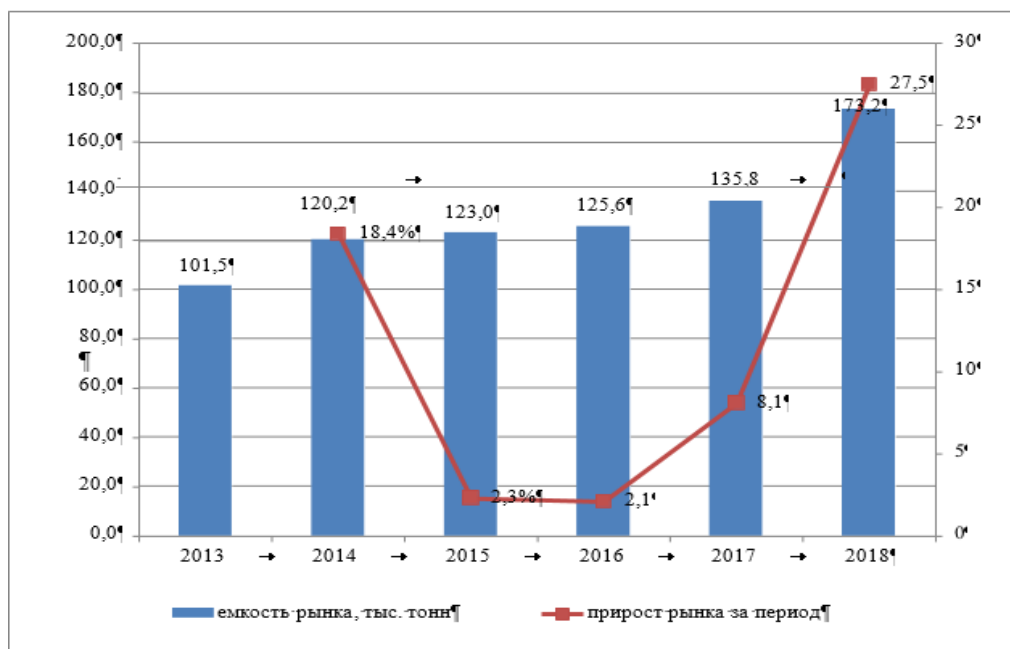
Емкость рынка макаронных изделий, 2016-2019 гг.

Источник: Комитет по статистике РК

Емкость рынка макаронных изделий на протяжении рассматриваемого периода имела регулярную тенденцию к росту. За период 2016-2019 годов прирост рынка был положительным и составлял 18% к предыдущему периоду. Но в период 2016-2017 годов было незначительное увеличение емкости рынка на 2,1-2,3%, что можно объяснить небольшим ростом производства продукции и ее возросшими объемами экспорта.

Однако в 2017 году емкость рынка возросла уже на 8,1%, а в 2018 году был отмечен наибольший ее прирост, который составил 27,5% благодаря значительному росту объемов производства и импорта продукции.

Такое поведение кривой динамики рынка может говорить об изменениях в структуре потребления приготовленных пищевых продуктов и полуфабрикатов населением.



Динамика объема рынка макаронных изделий, 2013-2018 гг., тыс. тонн

Источник: КС МНЭ РК

	2016	2017	2018	2019
доля импорта от производства	20,0%	19,4%	19,9%	30,3%
доля собственного производства	80,0%	80,6%	80,1%	69,7%

Структура казахстанского рынка макаронных изделий

Источник: Комитет по статистике РК

Из таблицы видно, что спрос на казахстанском рынке макаронных изделий покрывается за счет собственного производства. Структура рынка на протяжении рассматриваемого периода стабильно находилась в пользу отечественного производства: доля собственного производства в объёме рынка макаронных изделий находилась на уровне 80%. Но следует отметить, что в 2017 году она снизилась до 70%.

Далее на рисунке приведен прогноз емкости рынка на ближайшие 3 года. Прогноз был составлен на основе официальных данных Агентства по статистике Республики Казахстан и детерминирующими факторами являются импорт, экспорт, динамика роста ВВП, тенденции развития рынка и открывшиеся возможности с образованием Таможенного Союза.

Емкость рынка макаронных изделий показывает динамичный рост, особенно за 2018 год, который составил 20%. Вероятно, это связано с образованием ТС, ростом импорта со стороны России, а также резким ростом производства местной продукции.

КС МНЭ РК полагает, что тенденция роста будет сохраняться в последующие 3 года и в среднем ежегодная динамика роста будет равна 10%.

9. Обзор цен

	Все товары и услуги			
	2016	2017	2018	2019
Республика Казахстан	9,5%	6,2%	7,8%	7,4%
Акмолинская	8,4%	7,8%	7,4%	7,0%
Актюбинская	8,2%	5,8%	7,4%	6,8%
Алматинская	8,8%	5,5%	7,5%	7,1%
Атырауская	10,2%	6,0%	7,9%	7,1%
Западно-Казахстанская	9,0%	7,4%	7,2%	7,1%
Жамбылская	9,3%	6,2%	7,9%	8,6%
Карагандинская	8,2%	5,9%	7,5%	8,2%
Костанайская	9,4%	5,3%	7,4%	6,8%
Кызылординская	8,8%	5,9%	7,8%	7,4%
Мангистауская	7,8%	4,6%	6,9%	6,9%
Туркестанская	9,1%	6,0%	8,0%	6,8%
Павлодарская	9,8%	5,5%	7,6%	7,3%
Северо-Казахстанская	9,1%	5,9%	7,5%	8,0%
Восточно-Казахстанская	10,5%	5,7%	8,1%	7,1%
г. Нур-Султан	10,7%	6,5%	8,2%	8,9%
г. Алматы	10,7%	7,5%	8,0%	6,8%

Прирост потребительских цен (в % к декабрю предыдущего года) на все товары и услуги по регионам

Источник: Комитет по статистике РК

	Продовольственные товары			
	2016	2017	2018	2019
Республика Казахстан	10,8%	3,0%	10,1%	9,1%
Акмолинская	10,3%	2,3%	9,8%	9,4%
Актюбинская	10,8%	3,8%	8,9%	8,7%
Алматинская	9,9%	2,7%	9,3%	9,1%
Атырауская	9,4%	2,8%	9,0%	7,3%
Западно-Казахстанская	10,0%	3,0%	10,1%	8,0%
Жамбылская	10,5%	3,8%	10,2%	8,3%

Карагандинская	9,9%	2,4%	9,7%	8,5%
Костанайская	9,1%	2,8%	10,0%	8,5%
Кызылординская	10,7%	3,7%	10,4%	8,9%
Мангистауская	10,9%	3,2%	10,2%	7,3%
Туркестанская	10,7%	4,9%	10,3%	9,7%
Павлодарская	11,2%	3,6%	8,8%	9,4%
Северо-Казахстанская	10,8%	2,7%	10,3%	7,7%
Восточно-Казахстанская	12,6%	3,1%	9,8%	9,5%
г. Нур-Султан	13,2%	1,1%	12,7%	11,7%
г. Алматы	10,7%	2,4%	10,3%	9,2%

Прирост потребительских цен (в % к декабрю предыдущего года) на продовольственные товары по регионам

Источник: Комитет по статистике РК

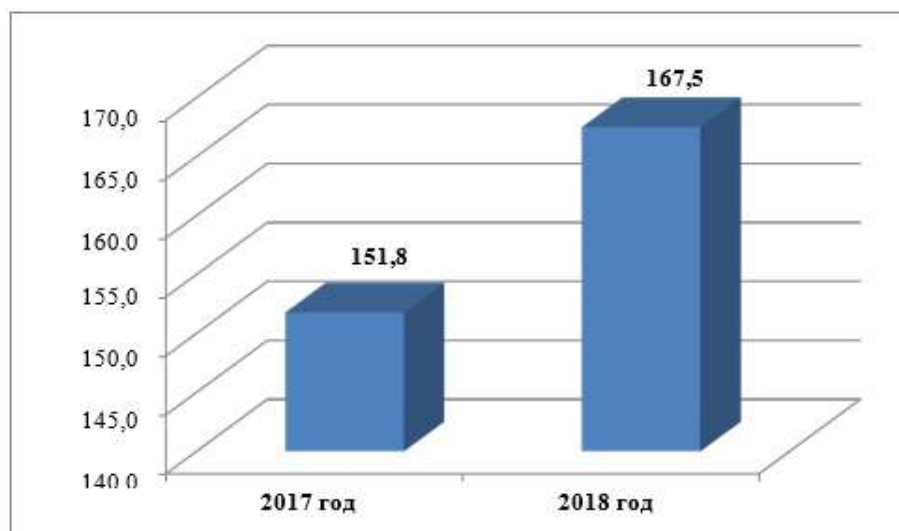
Как показывает динамика, в последние два года цены, устанавливаемые отечественными предприятиями-производителями на макаронные изделия, имели тенденцию роста, что связано в первую очередь с ценовой ситуацией на рынке сырья. Так, за 2018 год средняя отпускная цена на макаронные изделия сложились на уровне 167,5 тенге за килограмм, что больше уровня 2017 года на 9,4%.

	Январь	Февраль	Март	Апрель	Май	Июнь	Июль	Август	Сентябрь	Октябрь	Ноябрь	Декабрь
Республика Казахстан	1,7 %	1,5 %	0,5 %	0,5 %	0,5 %	0,3 %	0,5 %	0,3 %	0,3 %	0,2 %	0,6 %	0,3 %
Акмолинская	1,4 %	1,6 %	0,4 %	0,0 %	0,7 %	0,5 %	0,9 %	0,4 %	0,0 %	0,3 %	0,3 %	0,5 %
Актюбинская	1,6 %	1,3 %	0,2 %	0,5 %	0,6 %	0,3 %	0,9 %	0,1 %	0,3 %	0,2 %	0,4 %	0,3 %
Алматинская	1,4 %	2,3 %	0,0 %	0,4 %	0,4 %	0,3 %	0,6 %	0,3 %	0,1 %	0,2 %	1,2 %	- 0,4%
Атырауская	1,6 %	1,4 %	0,5 %	0,4 %	1,2 %	0,3 %	0,9 %	0,0 %	0,1 %	0,2 %	0,1 %	0,2 %
Западно-Казахстанская	1,4 %	1,3 %	0,4 %	0,3 %	0,4 %	0,8 %	0,5 %	0,4 %	0,4 %	0,1 %	0,4 %	0,4 %
Жамбылская	1,8 %	1,2 %	0,9 %	0,1 %	0,4 %	0,4 %	0,4 %	1,2 %	1,4 %	0,1 %	0,3 %	0,2 %
Карагандинская	2,0 %	2,0 %	0,3 %	0,7 %	0,4 %	0,3 %	0,4 %	0,2 %	0,0 %	0,5 %	0,7 %	0,4 %

Костанайская	1,7 %	1,7 %	0,2 %	0,3 %	0,3 %	0,3 %	0,4 %	0,2 %	0,3 %	0,3 %	0,5 %	0,5 %
Кызылординская	1,9 %	1,7 %	0,5 %	0,3 %	0,5 %	0,5 %	0,1 %	0,2 %	0,3 %	0,1 %	0,4 %	0,6 %
Мангистауская	2,4 %	0,9 %	0,6 %	0,4 %	0,4 %	0,2 %	0,6 %	0,4 %	0,5 %	0,0 %	0,1 %	0,3 %
Туркестанская	1,5 %	1,3 %	1,0 %	0,2 %	0,4 %	0,4 %	0,3 %	0,5 %	0,4 %	0,1 %	0,5 %	0,1 %
Павлодарская	2,0 %	1,1 %	0,6 %	0,5 %	0,4 %	0,4 %	0,5 %	0,2 %	0,3 %	0,6 %	0,1 %	0,6 %
Северо-Казахстанская	1,7 %	1,4 %	0,7 %	0,3 %	0,5 %	0,6 %	1,7 %	0,3 %	0,2 %	0,1 %	0,4 %	0,0 %
Восточно-Казахстанская	1,5 %	1,3 %	0,7 %	1,1 %	0,3 %	0,5 %	- 0,1%	0,0 %	0,2 %	0,4 %	0,4 %	0,6 %
г. Нур-Султан	2,2 %	1,2 %	0,3 %	0,6 %	1,0 %	0,0 %	0,6 %	0,3 %	0,5 %	0,2 %	1,3 %	0,4 %
г. Алматы	1,6 %	1,6 %	0,2 %	0,6 %	0,7 %	0,3 %	0,4 %	0,0 %	0,2 %	0,2 %	0,5 %	0,4 %

Инфляция в 2018 году, в процентах к предыдущему месяцу

Источник: Комитет по статистике РК



Средняя цена на макаронные изделия, представленные в торговых точках, тенге за килограмм

Источник: Комитет по статистике РК

В 2017 год отпускные цены на макаронные изделия на внутреннем рынке почти не подвергались сезонным колебаниям по месяцам. Лишь в 2018 году отмечалось периодическое повышение цен в каждом месяце года. Но

наивысший пик в стоимости макаронных изделий зарегистрирован в период с июля по сентябрь 2018 года.

Сравнение данных таблиц показывает, что в городе Нур-Султан стоимость макаронных изделий в 1 квартале 2018 по сравнению с этим же кварталом 2017 года снизилась на 6,4%. Однако уже в сравнении по второму кварталу 2017 и 2018 годов стоимость выросла на 4,2%, а в третьем квартале еще на 13,9%, в четвертом квартале стоимость повысилась на 7% по сравнению с прошлым годом. И в конце 4 квартала 2018 года стоимость на макаронные изделия вернулась к стоимости за 1 квартал 2017 года.

В городе Алматы стоимость макаронных изделий в 1 квартале 2019 по сравнению с этим же кварталом 2017 года увеличилась на 6,7%. Однако уже в сравнении по второму кварталу 2017 и 2018 годов стоимость выросла на 12,2%, а в третьем квартале еще на 10,6%, в четвертом квартале стоимость повысилась на 2,3% по сравнению с прошлым годом.

Самая низкая стоимость на макаронные изделия отмечена в Уральске, где средняя стоимость макаронных изделий в 2017 году составила 131,6 тенге за килограмм, а в 2018 году – 142,8 тенге за килограмм.

Самая высокая стоимость на макаронные изделия отмечена в Актау, где средняя стоимость макаронных изделий в 2017 году составила 214,7 тенге за килограмм, а в 2018 году – 243,3 тенге за килограмм.

Если сравнивать темпы роста цен на макаронные изделия по городам, то наибольший рост зарегистрирован в городе Шымкент, где в 1 квартале 2018 по сравнению с этим же кварталом 2017 года стоимость увеличилась на 27,7%. Однако уже в сравнении по второму кварталу 2017 и 2018 годов стоимость выросла еще на 33,6%, а в третьем квартале еще на 36,2%, в четвертом квартале стоимость повысилась на 34,1% по сравнению с прошлым годом.

тенге за килограмм	2018 год			
	1 квартал	2 квартал	3 квартал	4 квартал
Казахстан в целом	153,3	150,6	149,6	153,7
Нур-Султан	207,0	191,0	185,0	195,0
Алматы	168,3	166,0	166,0	171,7
Актау	213,0	213,0	213,7	219,0
Актобе	143,0	139,0	139,0	140,7
Атырау	169,0	169,0	169,0	169,0
Жезказган	146,0	146,0	139,0	139,0
Кокшетау	146,0	144,7	144,0	146,0
Караганда	128,0	122,7	122,0	128,0
Костанай	140,0	140,0	140,0	140,0

Кызылорда	135,0	135,0	135,0	137,0
Уральск	131,0	131,0	131,3	133,0
Усть-Каменогорск	159,0	159,0	159,0	166,0
Павлодар	144,0	144,0	144,0	147,7
Петропавловск	145,0	144,3	142,0	142,0
Семей	147,0	147,0	147,0	155,0
Талдыкорган	162,0	156,7	154,0	158,7
Тараз	130,0	130,0	129,0	132,0
Шымкент	130,0	130,0	130,0	132,0

Средние цены на макаронные изделия в разбивке по кварталам и по городам Казахстана за 2018 год, тенге за килограмм

Источник: Комитет по статистике РК

тенге за килограмм	2018 год			
	1 квартал	2 квартал	3 квартал	4 квартал
Казахстан в целом	161,7	168,0	170,8	169,5
Нур-Султан	193,7	199,0	210,7	208,7
Алматы	179,7	186,3	183,7	175,7
Актау	222,7	240,3	253,0	257,0
Актобе	152,0	158,3	161,7	159,7
Атырау	169,7	174,0	172,7	172,0
Жезказган	142,0	160,0	160,0	160,0
Кокшетау	147,0	147,0	147,0	155,7
Караганда	134,7	142,0	145,3	147,0
Костанай	144,7	154,0	164,0	157,3
Кызылорда	139,7	141,3	145,0	145,0
Уральск	135,0	141,3	145,0	150,0
Усть-Каменогорск	169,7	175,0	175,0	175,0
Павлодар	154,0	164,7	169,3	165,0
Петропавловск	142,0	144,0	145,0	145,0
Семей	160,0	170,0	169,7	169,0
Талдыкорган	167,7	169,0	169,0	167,7
Тараз	136,0	142,0	143,0	143,0
Шымкент	166,0	173,7	177,0	177,0

Средние цены на макаронные изделия в разбивке по кварталам и по городам Казахстана за 2018 год, тенге за килограмм

Источник: Комитет по статистике РК

По данным сенсуса (переписи цен), проведенного КС МНЭ РК, цены на макаронные изделия колеблются от 70 тенге до 725 тенге за килограмм, в зависимости от производителя, вида макаронных изделий и сегмента.

Виды макаронных изделий	Минимальная цена, тенге	Элитные марки, тенге	Средняя цена, тенге
макароны	76	483	280
рожки	100	200	290
перья	100	225	260
вермишель	99	225	350
лапша	100	725	413
ракушки	100	220	363
спиральки	71	205	336

Стоимость макаронных изделий по видам в целом по Казахстану, в тенге за килограмм

Источник: КС МНЭ РК

Среди производителей макаронных изделий распространены упаковки весом 400 грамм, 1 килограмм, 2 килограмма, 5 килограмм и 10 килограмм.

Точка	Стоимость	МАКАРОНЫ	РОЖКИ	ПЕРЬЯ	ВЕРМИШЕЛЬ	ЛАПША	РАКУШКИ	СПИРАЛЬКИ
1. Большой продуктовый Супермаркет	минимальная цена	76	100	100	99	100	100	100
	элитные марки	483	200	287	535	725	300	300
	средняя цена	279	150	194	317	413	200	200
2. Небольшой продуктовый отдел в Универсаме/Универсаме	минимальная цена	160	167	167	167	150	167	167
	элитные марки	483	485	300	600	650	350	350
	средняя цена	322	326	234	384	400	258,5	258,5
3. Отдельно стоящий мини-маркет (магазины во дворах, возле)	минимальная цена	105	105	105	105	105	105	105
	элитные марки	475	480	420	437	725	625	600
	средняя цена	290	293	263	271	415	365	352,5
	минимальная цена	225	225	262	225	275	250	250
	элитные марки	275	275	275	275	560	275	250
	средняя цена	250	250	269	250	418	262,5	250

минимальная цена	115	100	115	150	187	140	115
элитные марки	320	320	287	287	300	320	275
средняя цена	218	210	201	219	244	230	195

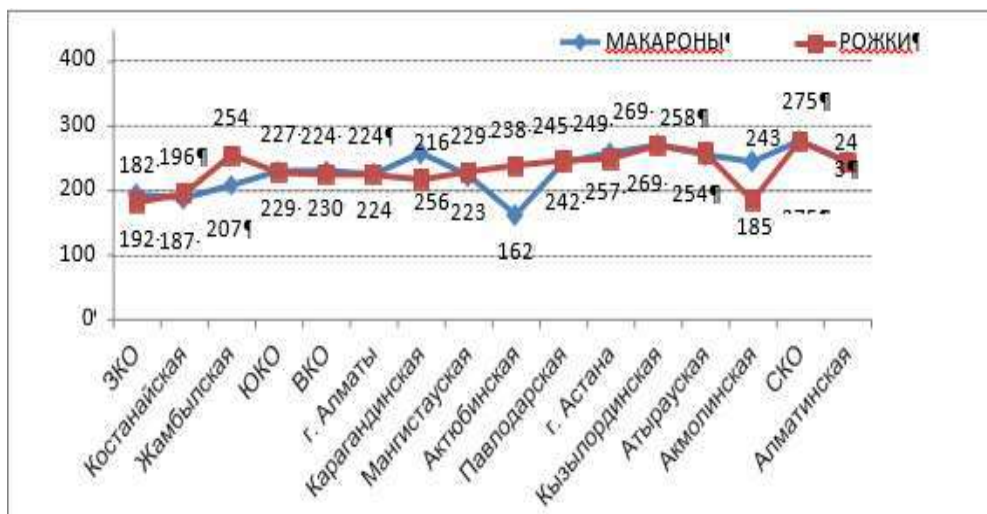
Текущие цены на макаронные изделия в разрезе различных типов торговых точек (тенге/килограмм)

Источник: КС МНЭ РК

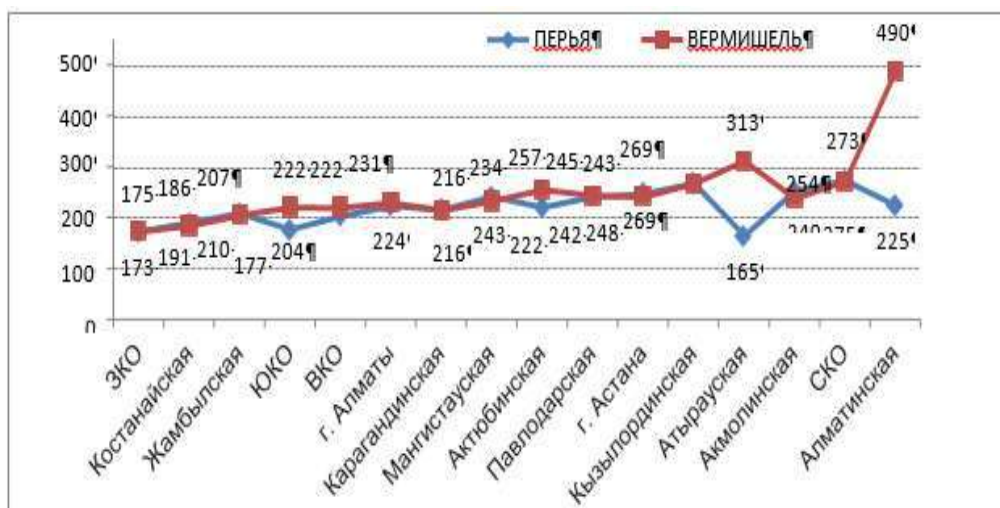
Область	МАКАРОНЫ	РОЖКИ	ПЕРЬЯ	ВЕРМИШЕЛ Ь	ЛАПША	РАКУШКИ	СПИРАЛЬКИ
Западно-Казахстанская	192	182	173	175	263	153	150
Костанайская	187	196	191	186	362	194	183
Жамбылская	207	254	210	207	235	212	203
Туркестанская	229	227	177	222	258	220	216
Восточно-Казахстанская	230	224	204	222	242	228	210
г. Алматы	224	224	224	231	233	243	232
Карагандинская	256	216	216	216	328	216	221
Мангистауская	223	229	243	234	248	255	247
Актюбинская	162	238	222	257	397	213	213
Павлодарская	242	245	242	245	245	244	241
г. Нур-Султан	257	249	248	243	259	251	248
Кызылординская	269	269	269	269	250	270	237
Атырауская	254	258	165	313	382	250	253
Акмолинская	243	185	254	240	314	312	353
Северо-Казахстанская	275	275	275	273	275	274	273
Алматинская	243	243	225	490	531	234	236

Средние цены на макаронные изделия в разрезе областей (тенге/килограмм)

Источник: КС МНЭ РК



Средние цены на макаронные изделия в разрезе областей (тенге/килограмм)
 Источник: КС МНЭ РК



Средние цены на макаронные изделия в разрезе областей (тенге/килограмм)
 Источник: КС МНЭ РК

10. Потребительское поведение

В рамках данного исследования были использованы опросные данные.

Первый вопрос, который был задан населению при опросе, звучал так:

«Какие марки макаронных изделий Вы знаете?»

Самой известной в Казахстане маркой макаронных изделий является Султан, это отметили 80% респондентов. На втором месте следуют макаронные изделия Корона. Ее отметили около 71% респондентов. На третьем месте макароны Цесна (37,1%).

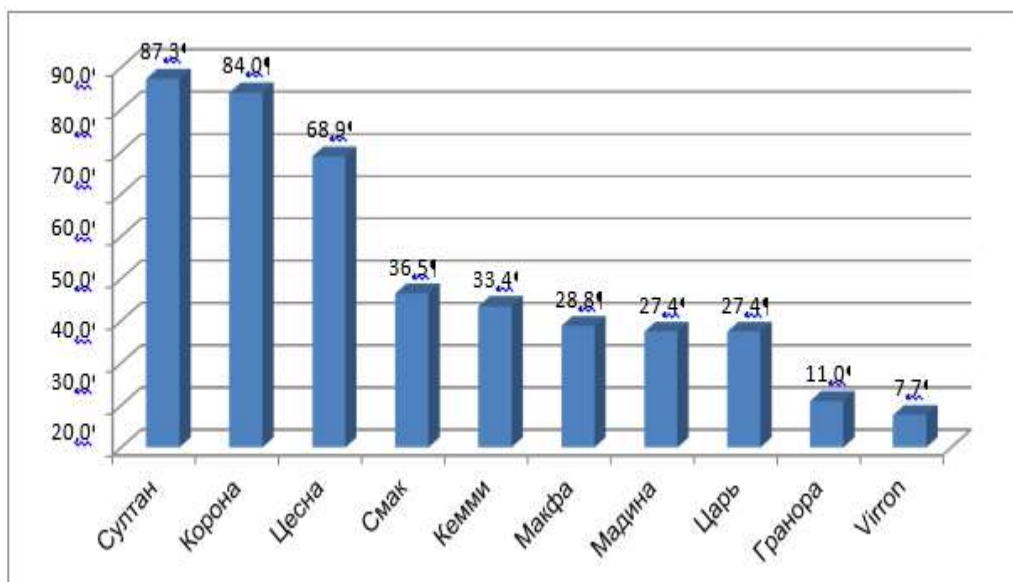
Дабы избежать загруженности данными в Приложении приведены таблицы, которые показывают сравнение данных в разрезе по областям. Далее был задан вопрос тот же вопрос, но уже с указанием карточки, на которой были

указаны варианты ответов. Данный вопрос позволяет респондентам дополнительно вспомнить марки макарон, которые не были указаны при первом вопросе.

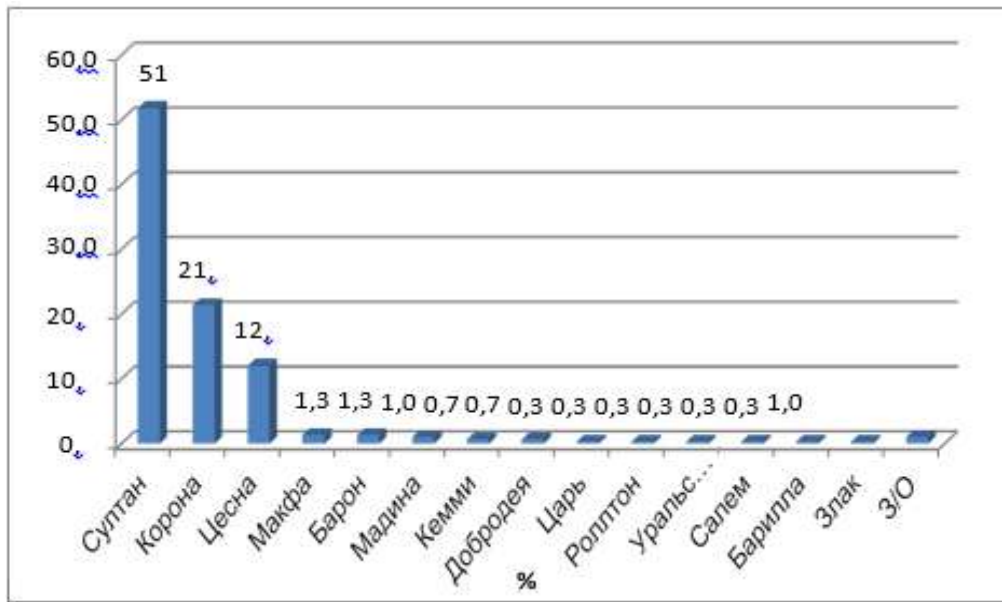
Осведомленность населения о существующих марках макаронных изделий С ПОДСКАЗКОЙ, в целом по Казахстану

Источник: КС МНЭ РК

На вопрос анкеты, «**Какие марки макаронных изделий Вы приобретали за последние 12 месяцев (год)?**» были получены следующие ответы. Большинство респондентов покупает макаронные изделия Султан и это отметили 79,6% респондентов. Также в тройку популярных макарон входят марки Корона (58,2%) и Цесна (36,5%).



Далее респондентов спросили: «**Какую марку макаронных изделий Вы покупаете чаще всего?**». 51,8% респондентов в качестве основной постоянно марки выбирают макароны Султан, еще 21,4% - Корона и 12% - Цесна. Другие марки макаронных изделий слабо представлены.



Наиболее часто покупаемые марки макаронных изделий, в целом по Казахстану
 Источник: КС МНЭ РК

Далее интервьюеры задали вопрос: «**Поясните, почему Вы приобретаете данные марки макаронных изделий?**». На данный вопрос предполагалось несколько вариантов ответов, которые отмечены следующим образом. Итак, критериями выбора марки Султан у большинства респондентов (по 50,8%) является хорошее соотношение цены и качества, а также данные макароны, по мнению опрошенных, не развариваются.

Основными факторами выбора макарон марки Корона является известность марки-производителя (38,1%), а также факт того, что они не развариваются (32,1%).

Макароны марки Цесна большинство потребителей выбирают из-за широкого ассортимента видов макаронных изделий (14,7%), а также они всегда есть в продаже (14,4%).

На следующие вопросы, которые были объединены на рисунке, «**Какие типы макаронных изделий Вы обычно приобретаете? И какой тип макаронных изделий Вы покупаете чаще всего**» были получены следующие ответы. Большинство

респондентов (62,9%) обычно приобретает фигурные макаронные изделия, например, спиральки. Но чаще всего приобретаются рожки (27,1%).

Далее респондентов спросили: «**В каком виде, Вы обычно приобретаете макаронные изделия?**». 75% опрошенных, а это большинство, предпочитают покупать макароны в упаковке.

Привычки покупки макаронных изделий

В начале данного блока был задан вопрос **«Скажите, пожалуйста, где Вы чаще всего предпочитаете приобретать макаронные изделия».**

Макаронны чаще всего приобретаются в мини-маркетах или магазинах у дома. Это отметили 36% опрошенных. Также часто респонденты покупают макаронны в больших супермаркетах (28%).

Целью следующего вопроса было выяснить частоту покупки макаронных изделий

«Как часто Вы обычно покупаете макаронные изделия?».

Большинство респондентов (45%) покупают макаронные изделия с периодичностью 2-3 раза в месяц. Еще 25% опрошенных покупают макаронны 1 раз в месяц, 19% - 1 раз в неделю, 7% - несколько раз в неделю и 4% - 1 раз в 1,5-2 месяца.

Далее интервьюеры спросили **«В каком объеме, Вы обычно покупаете макаронные изделия?».**

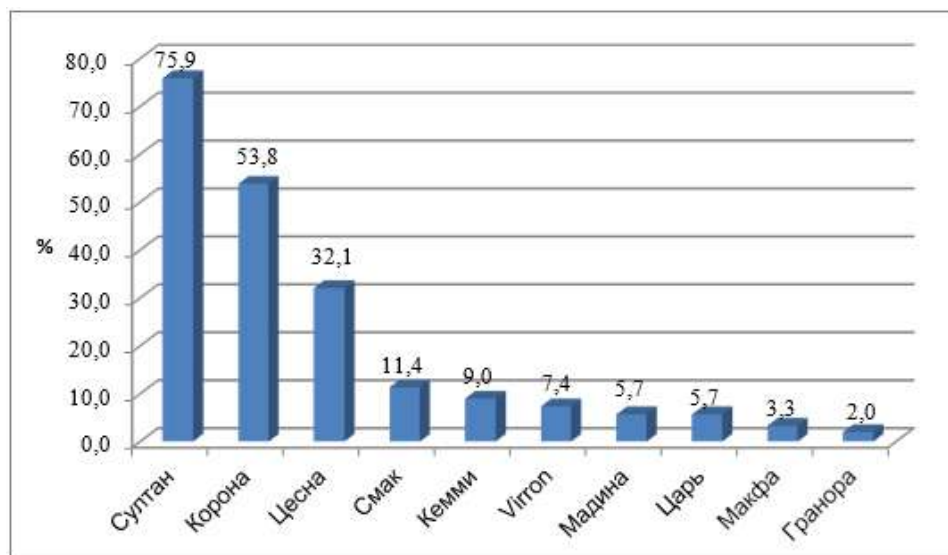
Основная часть населения (39%) покупает макаронны упаковкой в 400 грамм. Объемом в 2 килограмма покупает 26% опрошенных, 1 килограмм – 21%. Объемом более 3 килограмм покупает 12% респондентов. 2% покупает по 250 грамм за покупку и это видимо макаронные изделия быстрого приготовления.

Далее с целью определения процесса выбора макаронных изделий и сегментации респондентов был задан вопрос **«Подумайте, о том, как Вы обычно принимаете решение о покупке той или иной марки макаронных изделий. Вам будут зачитаны несколько утверждений, а Вы оцените по 5-тибальной шкале степень своего согласия с тем или иным утверждением».** 88% населения отдадут предпочтение, в-первую очередь, качеству макарон, в которых уверены. Также 83,6% опрошенных считают, что их любимая марка является самой качественной. 69,2% респондентов склонны покупать свою марку в виду привычки. 50,2% респондентов не относятся к лояльным, так как покупают ту марку макаронных изделий, которую легче найти в торговой точке. 27,8% опрошенных являются новаторами, так как обращают повышенное внимание на рекламу макаронных изделий. 14,4% опрошенных являются приверженцами исключительно ценовых факторов выбора.

Отношение населения к различным маркам макаронных изделий

И как следует, первым вопросом данного блока мы спросили: **«Оцените, пожалуйста, Ваше отношение к каждой из перечисленных марок макаронных изделий».**

На рисунке изображены марки и проценты по ним, которые опрошенные оценили крайне положительно. Данные показывают, что 76% респондентов крайне положительно оценили марку Султан, 54% - Корона и 32,1% - Цесна.



Крайне положительное отношение к маркам макаронных изделий, в целом по Казахстану

Источник: КС МНЭ РК

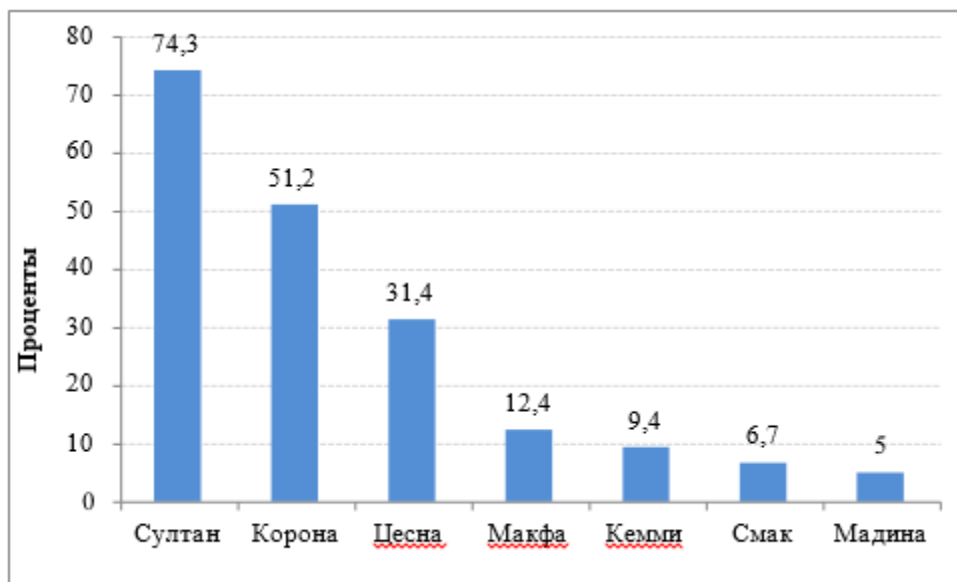
В следующем вопросе попросили респондентов оценить степень удовлетворенности некоторыми характеристиками различных марок макаронных изделий.

Если сравнивать характеристики по маркам, то по всем показателям лидируют макаронные изделия Султан. Среди всех критериев данной марки выше других была оценена широта ассортимента. У марок Корона и Цесна – это известность марки, Макфа

– качество продукции, для Кемми – это несколько показателей, как цена, качество упаковки и доступность в магазинах, Смак выделяет качество продукции и упаковки, Мадина – это цена и широта ассортимента.

Далее приводим сравнение отдельных характеристик по маркам макаронных изделий.

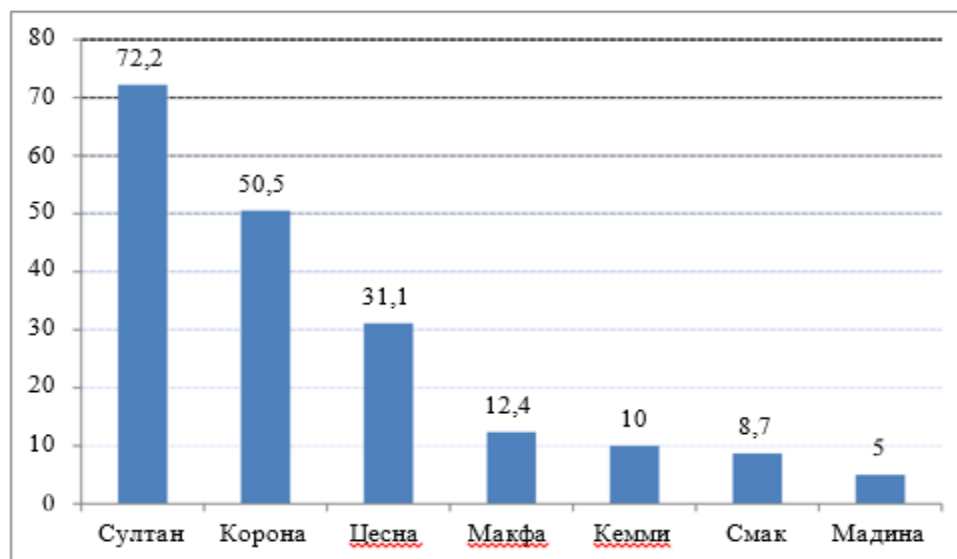
На рисунке респонденты оценивали удовлетворенность стоимостью макаронных изделий. Лидером среди марок является Султан. Стоимостью данной марки удовлетворены 74% опрошенных.



Степень удовлетворенности ценой по маркам макаронных изделий, в процентах, в целом по Казахстану

Источник: КС МНЭ РК

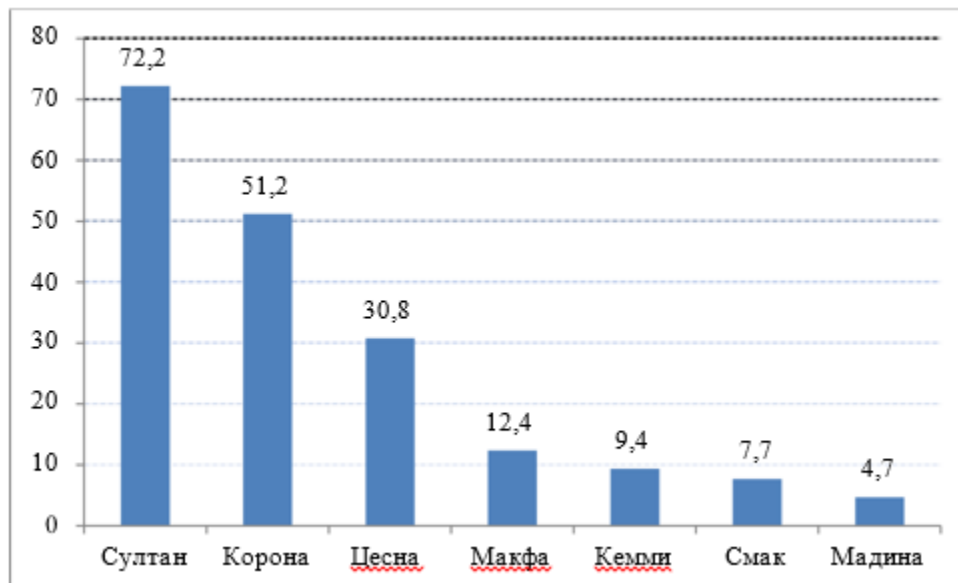
На рисунке респонденты оценивали удовлетворенность качеством упаковки макаронных изделий. Лидером среди марок также является Султан. Качеством упаковки данной марки удовлетворены 72% опрошенных.



Степень удовлетворенности качеством упаковки по маркам макаронных изделий, в процентах, в целом по Казахстану

Источник: КС МНЭ РК

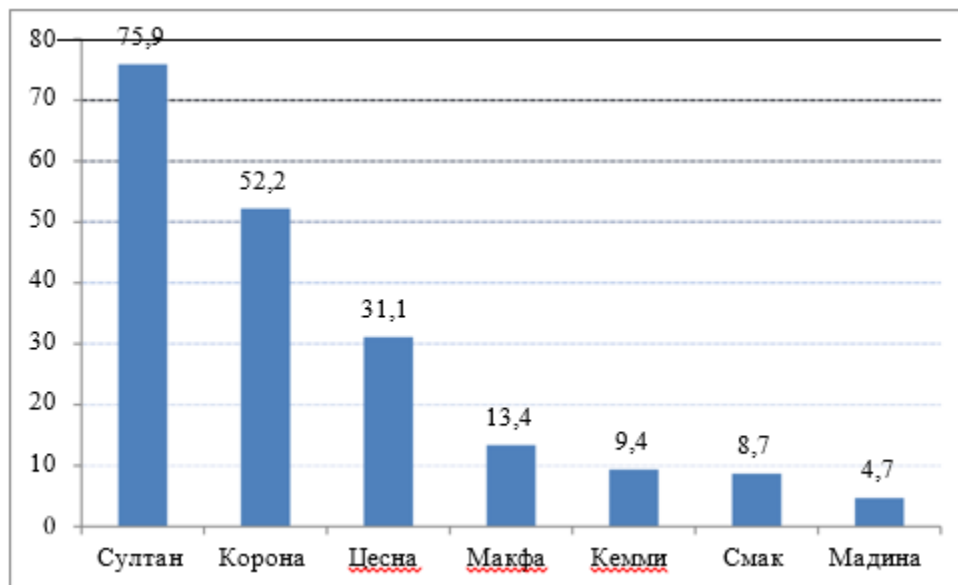
На рисунке респонденты оценивали удовлетворенность дизайном упаковки макаронных изделий. Лидером среди марок также является Султан. Дизайном упаковки данной марки удовлетворены 72% опрошенных.



Степень удовлетворенности дизайном упаковки по маркам макаронных изделий, в процентах, в целом по Казахстану

Источник: КС МНЭ РК

На рисунке респонденты оценивали удовлетворенность качеством продукции макаронных изделий. Лидером среди марок также является Султан. Качеством продукции данной марки удовлетворены 76% опрошенных.

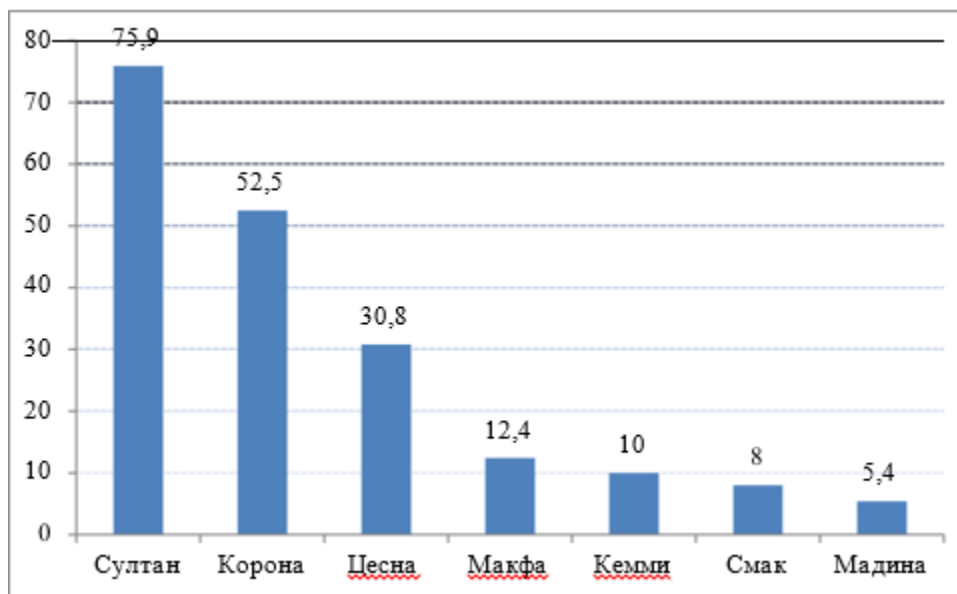


Степень удовлетворенности качеством продукции по маркам макаронных изделий, в процентах, в целом по Казахстану

Источник: КС МНЭ РК

На рисунке респонденты оценивали удовлетворенность наличием ассортимента макаронных изделий. Лидером среди марок также является Султан. Ассортиментом данной марки удовлетворены 76% опрошенных.

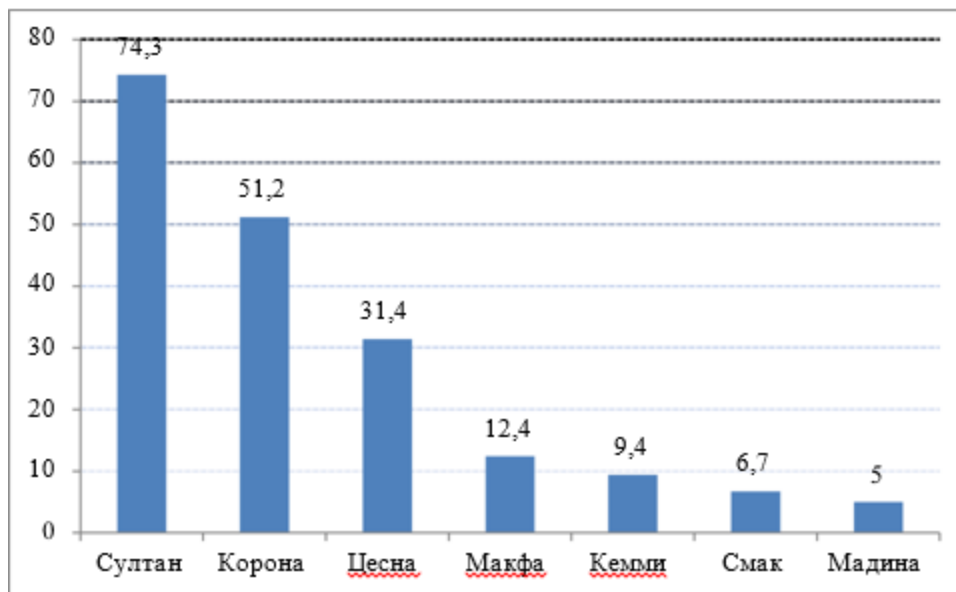
На рисунке респонденты оценивали удовлетворенность доступностью макаронных изделий в магазине. Лидером среди марок также является Султан, ею удовлетворены 76% опрошенных.



Степень удовлетворенности доступностью в магазинах по маркам макаронных изделий, в процентах, в целом по Казахстану

Источник: КС МНЭ РК

На рисунке респонденты оценивали удовлетворенность известностью марок макаронных изделий. Лидером среди марок также является Султан, ею удовлетворены 76% опрошенных.



Степень удовлетворенности имиджем марки по маркам макаронных изделий, в процентах, в целом по Казахстану

Источник: КС МНЭ РК

11. Описание сложившейся конъюнктуры рынка по продукту/услуге проекта

В Казахстане, по результатам исследования «Media Marketing Index1», проводимого компанией «TNS Gallup Media Asia», макаронные изделия потребляют 97% населения.

При анализе знания и потребления марок макаронных изделий, можно наблюдать, что с большим отрывом как по знанию, так и по потреблению лидирует продукция отечественного производства, представленного маркой "Султан". Данную марку знают 91% потребителей макаронных изделий. Число потребителей марки "Султан" насчитывает 81% от населения, потребляющего макароны. Замыкает пятерку лидеров марка "Адил" с процентными показателями по знанию и потреблению 13% и 5% соответственно.

Активное употребление макарон сформировало некоторые покупательские привычки среди потребителей данного товара. Например, половина потребителей предпочитают покупать макаронные изделия в упаковке. 25,4% потребителей макарон отдают предпочтение развесным макаронным изделиям. 24,8% отметили, что не имеют на этот счет принципиальных предпочтений.

Сбыт продукции. Коммерческая деятельность компании должна быть ориентирована на поиск платежеспособных потребителей и установления с ними долгосрочных договорных связей.

Ценовая стратегия. Ценовая стратегия предусматривает следующие мероприятия:

- изучение ценовой политики конкурентов;
- использование системы скидок;
- формирование цен с учетом покрытия издержек и действующего законодательства;
- предоставление гибких форм оплаты – введение системы отсрочки платежа.

В рамках настоящего проекта будет реализовываться один вид товара – макаронные изделия в ассортименте.

Макаронные изделия представляют собой высушенное пресное тесто, приготовленное из пшеничной муки и воды, отформованное в виде трубчатых или другой формы изделий, высушенных до остаточной влажности не более 13%, которые могут храниться в нормальных условиях в течение одного года без снижения показателей качества. Они могут быть выработаны также и в виде полуфабриката с остаточной влажностью 19% и со сроком реализации от 24 часов до 3 суток.

Макаронные изделия — это ценный пищевой продукт, имеющий значительные преимущества перед другими:

1. продолжительное сохранение -1 год без изменения свойств;
2. быстрота и простота в приготовлении;
3. имеют высокую пищевую ценность (блюдо, приготовленное из 100 г сухих изделий - на 10% удовлетворяет необходимое для организма человека суточное количество белков и углеводов);
4. отмечено высокое усвоение питательных веществ макаронных изделий - белков и углеводов.

12. Анализ существующей и прогнозируемой конъюнктуры спроса на образующуюся в результате реализации проекта продукцию (товары/услуги) - проблемы, решения, статус реализуемых проектов

В рамках данного проекта были проведены интервью на основе разработанной и утвержденной анкеты с населением по Казахстану.

Первый вопрос, который был задан населению при опросе, звучал так: **«Какие марки макаронных изделий Вы знаете?»**

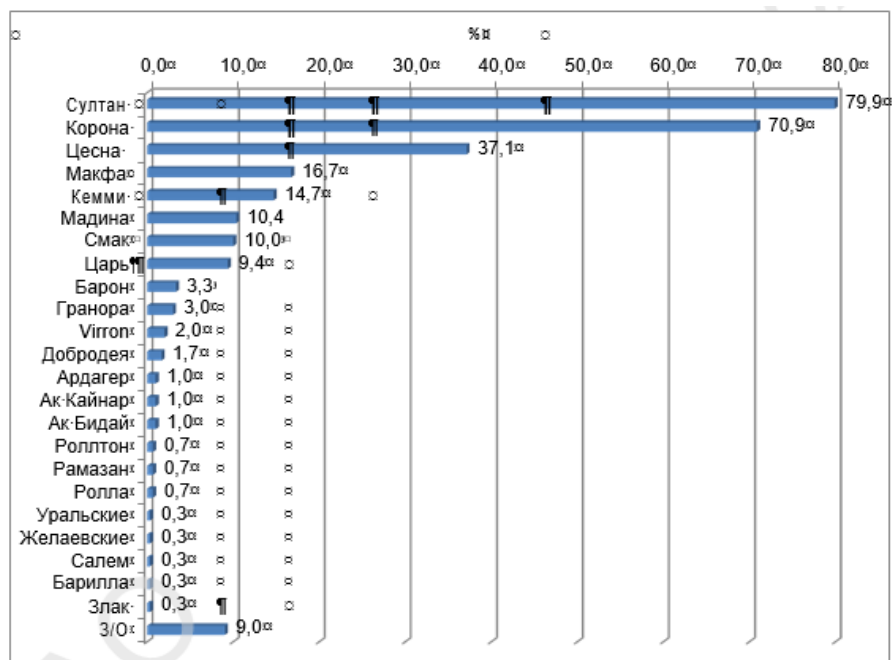


Рисунок Спонтанная осведомленность населения о существующих марках макаронных изделий, в целом по Казахстану

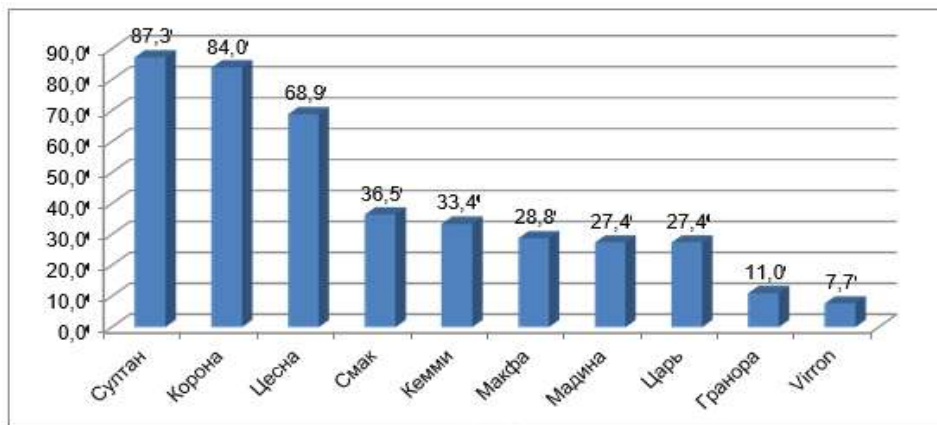
Источник: КС МНЭ РК

Из рисунка видно, что самой известной в Казахстане маркой макаронных изделий является Султан, это отметили 80% респондентов. На втором месте следуют макаронные изделия Корона. Ее отметили около 71% респондентов. На третьем месте макароны Цесна (37,1%).

Дабы избежать загруженности данными в Приложении приведены таблицы, которые показывают сравнение данных в разрезе по областям.

Далее был задан вопрос тот же вопрос, но уже с указанием карточки, на которой были указаны варианты ответов. Данный вопрос позволяет респондентам дополнительно вспомнить марки макарон, которые не были указаны при первом вопросе.

Рисунок также подтверждает лидерство первых трех названных марок. Макароны изделия Султан отметили еще 87,3% опрошенных, Корона – 84% и Цесна – 68,9%.

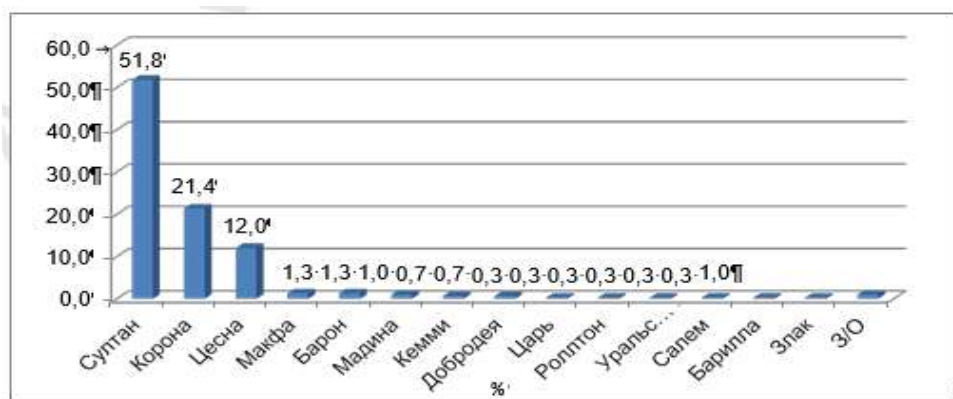


Осведомленность населения о существующих марках макаронных изделий С ПОДСКАЗКОЙ, в целом по Казахстану

Источник: КС МНЭ РК

На вопрос анкеты, «**Какие марки макаронных изделий Вы приобретали за последние 12 месяцев (год)?**» были получены следующие ответы. Большинство респондентов покупает макаронные изделия Султан и это отметили 79,6% респондентов. Также в тройку популярных макарон входят марки Корона (58,2%) и Цесна (36,5%).

Далее респондентов спросили «**Какую марку макаронных изделий Вы покупаете чаще всего?**». 51,8% респондентов в качестве основной постоянно марки выбирают макароны Султан, еще 21,4% - Корона и 12% - Цесна. Другие марки макаронных изделий слабо представлены.



Наиболее часто покупаемые марки макаронных изделий, в целом по Казахстану

Источник: КС МНЭ РК

Далее интервьюеры задали вопрос: «**Поясните, почему Вы приобретаете данные марки макаронных изделий?**». На данный вопрос предполагалось несколько вариантов ответов, которые отмечены следующим образом. На рисунке приведены данные по наиболее часто покупаемым

маркам макаронных изделий. Итак, критериями выбора марки Султан у большинства респондентов (по 50,8%) является хорошее соотношение цены и качества, а также данные макароны, по мнению опрошенных, не развариваются.

Основными факторами выбора макарон марки Корона является известность марки-производителя (38,1%), а также факт того, что они не развариваются (32,1%).

Макароны марки Цесна большинство потребителей выбирают из-за широкого ассортимента видов макаронных изделий (14,7%), а также они всегда есть в продаже (14,4%).

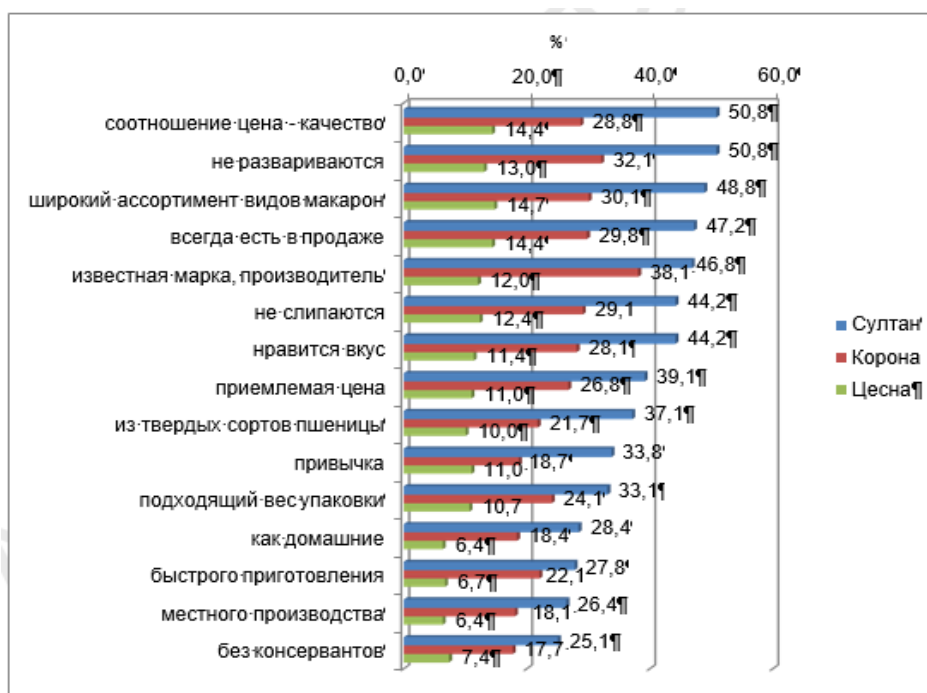


Рисунок Критерии выбора марок макаронных изделий, в целом по Казахстану
 Источник: КС МНЭ РК

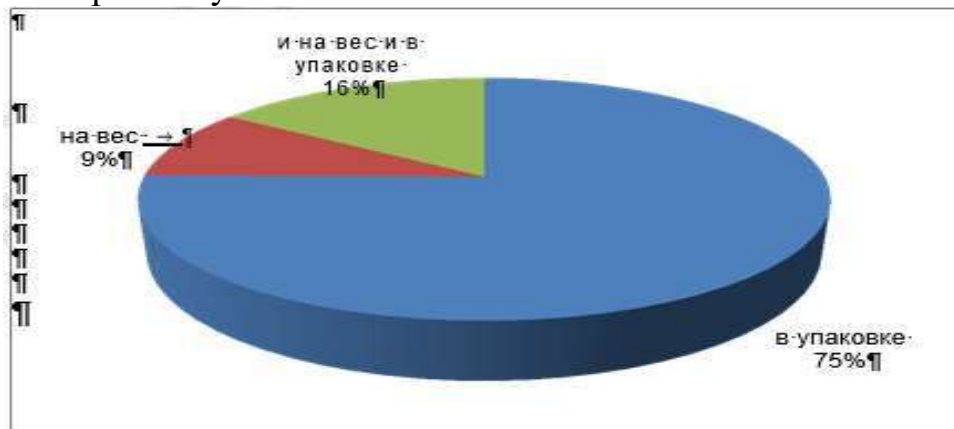
На следующие вопросы, которые были объединены на рисунке, «**Какие типы макаронных изделий Вы обычно приобретаете? И какой тип макаронных изделий Вы покупаете чаще всего**» были получены следующие ответы. Большинство респондентов (62,9%) обычно приобретает фигурные макаронные изделия, например, спиральки. Но чаще всего приобретаются рожки (27,1%).



Покупаемые макаронные изделия по видам, в целом по Казахстану

Источник: КС МНЭ РК

Далее респондентов спросили «**В каком виде, Вы обычно приобретаете макаронные изделия?**». 75% опрошенных, а это большинство, предпочитают покупать макароны в упаковке.

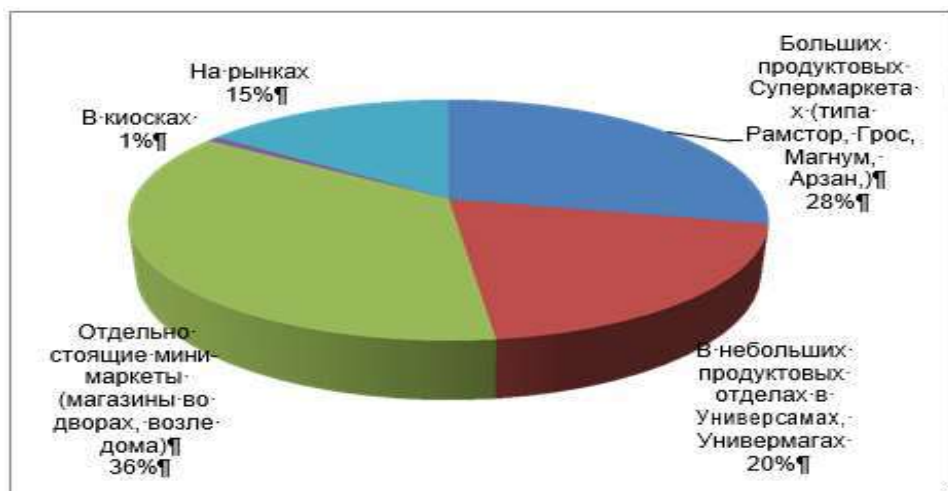


Покупаемые макаронные изделия в упаковке или на вес, в целом по Казахстану

Источник: КС МНЭ РК

В начале данного блока был задан вопрос «**Скажите, пожалуйста, где Вы чаще всего предпочитаете приобретать макаронные изделия.**».

Из рисунка видно, что макароны чаще всего приобретаются в мини-маркетах или магазинах у дома. Это отметили 36% опрошенных. Также часто респонденты покупают макароны в больших супермаркетах (28%).



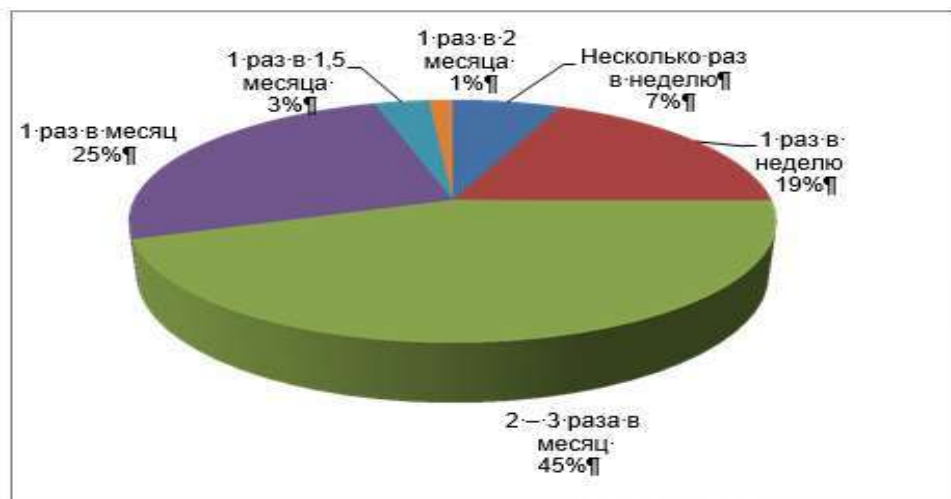
Основные места покупки макаронных изделий, в целом по Казахстану

Источник: КС МНЭ РК

Целью следующего вопроса было выяснить частоту покупки макаронных изделий

«Как часто Вы обычно покупаете макаронные изделия?».

Как показывает рисунок, большинство респондентов (45%) покупают макаронные изделия с периодичностью 2-3 раза в месяц. Еще 25% опрошенных покупают макароны 1 раз в месяц, 19% - 1 раз в неделю, 7% - несколько раз в неделю и 4% - 1 раз в 1,5-2 месяца.



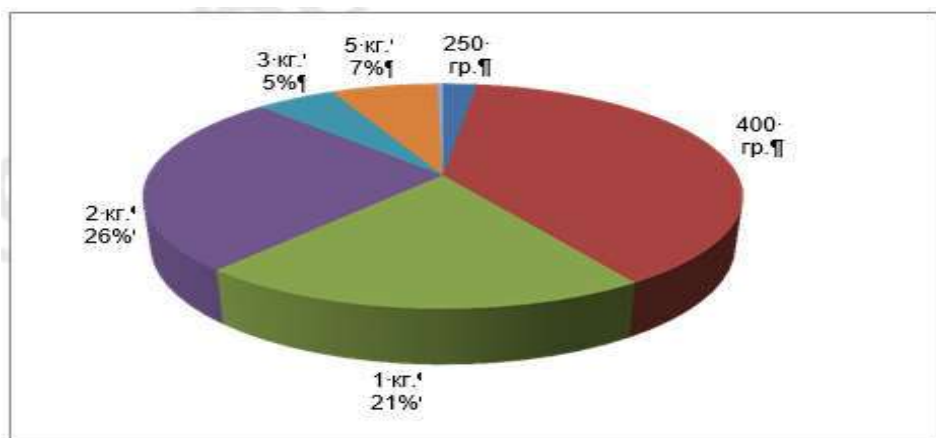
Частота покупки макаронных изделий, в целом по Казахстану

Источник: КС МНЭ РК

Далее интервьюеры спросили «В каком объеме, Вы обычно покупаете макаронные изделия?».

Как видно из рисунка, основная часть населения (39%) покупает макароны упаковкой в 400 грамм. Объемом в 2 килограмма покупает 26% опрошенных, 1 килограмм

– 21%. Объемом более 3 килограмм покупает 12% респондентов. 2% покупает по 250 грамм за покупку и это видимо макаронные изделия быстрого приготовления.



Объем покупки макаронных изделий, в целом по Казахстану

Источник: КС МНЭ РК

Далее с целью определения процесса выбора макаронных изделий и сегментации респондентов был задан вопрос «Подумайте, о том, как Вы обычно принимаете решение о покупке той или иной марки макаронных изделий. Вам будут зачитаны несколько утверждений, а Вы оцените по 5-тибальной шкале степень своего согласия с тем или иным утверждением».

88% населения отдают предпочтение, в-первую очередь, качеству макарон, в которых уверены. Также 83,6% опрошенных считают, что их любимая марка является самой качественной. 69,2% респондентов склонны покупать свою марку в виду привычки. 50,2% респондентов не относятся к лояльным, так как покупают ту марку макаронных изделий, которую легче найти в торговой точке. 27,8% опрошенных являются новаторами, так как обращают повышенное внимание на рекламу макаронных изделий. 14,4% опрошенных являются приверженцами исключительно ценовых факторов выбора.

13. Описание уже реализованных проектов (функционал объекта, преимущества и недостатки)

По данным КазНИИ переработки сельскохозяйственной продукции общая производственная мощность мельпредприятий в целом по республике составила 5939,6 тыс.т, в том числе по крупным - 5724,3 тыс.т по средним — 215,3 тыс.т при коэффициентах использования соответственно 59,7%, 59,0% и 77,8%.

В разрезе регионов производственная мощность составляет (в порядке преобладания) по Южному региону — 2471,9 тыс.т при коэффициентах использования 45,3%; по Северному — 1727,0 тыс.т (69,5%), по Центрально-Восточном) — 1411,2 тыс.т (72,4), по "Западному — 329,5 тыс.т (коэффициент использования 56,5%).

В разрезе областей коэффициент использования мощности лежит в пределах 39% (Алматинская) - 76,4% (Костанайская).

Анализ технологических карт по размещению предприятия республики и в разрезе регионов показывает, что размещение мельпредприятий, равно как и предприятий по производству макаронных изделий и крупы не рационально, что обуславливает необходимость значительных объемов перевозок производимой продукции. А размещение большого количества предприятий с высокой производительностью в конкретном регионе приводит к снижению производственной мощности. Так, наибольшая мощность мельпредприятий в Алматинской области, составляющая 1849,5 тыс.т в год, используется лишь на 39%, а в целом по южному региону мощность, составляющая 2471,9 тыс.т используется на 45,3%.

Справочная информация по некоторым крупным отечественным производителям макаронных изделий:

Промышленный комплекс «Султан Макароны»

Промышленный комплекс по производству муки, манной крупы и макарон «Султан Макароны» был создан в феврале 1996 года в городе Петропавловск Северо- Казахстанской области. Сегодня фабрика «Султан Макароны» предоставляет рынку манную крупу, отруби, муку второго сорга и 27 наименований тонких и толстых макаронных изделий под маркой «Султан», изготовленные из твердого сорта пшеницы.

На фабрике используются оборудования макаронного производства «Бюхлер» (Швейцария) и упаковочные оборудования марки «Ричарелли» (Италия) и

«Boschw/Голландия.

Фабрика производит 3400 тонн макаронных изделий, 600 тонн муки, 1100 тонн манной крупы в месяц и имеет возможность хранить 100 тонн продукции в месяц.

В состав комплекса «Султан Макароны» входят элеватор, мельница, макаронная фабрика и лаборатория для контроля качества продукции. Работа мельницы и контроль качества полностью управляется с помощью компьютерной техники

В комплексе, где производятся макаронные изделия, имеются трехлинейное оборудование по изготовлению тонких и толстых видов макаронных изделий. Производственные линии состоят из материалов, изготовленных из нержавеющей стали с силиконовой примесью.

Для распространения и сбыта продукции торговой марки «Султан» в 1996 году была создана Компания «Султан Маркетинг», головной офис которой находится в г. Алматы.

На сегодня «Султан Маркетинг» осуществляет свою деятельность в 11 регионах Казахстана и в 7 странах. Компания, имея свои филиалы, обеспеченные транспортом, складскими помещениями, сеть оптовых и дистрибьютерских компаний, обладает довольно крупным штатом распространителей. Реализационная мощность «Султан Маркетинга» составляет 17 000 клиентов (точек по реализации товара) в неделю. Фирма использует крытые складские помещения общей площадью 15 000 м² и со дня своего основания имеет экспортные отношения с 14 странами, в том числе с Россией, Украиной, Кыргызстаном, Таджикистаном, Узбекистаном, Афганистаном, Монголией, Туркменистаном, Литвой, Белоруссией, Германией и Китаем. В конце апреля 2016 года макароны Султан начали экспортироваться в Германию.



Дистрибьюторская сеть «Султан Маркетинг»

Источник: «Султан Маркетинг»

1. Концерн «Цесна-Астык»

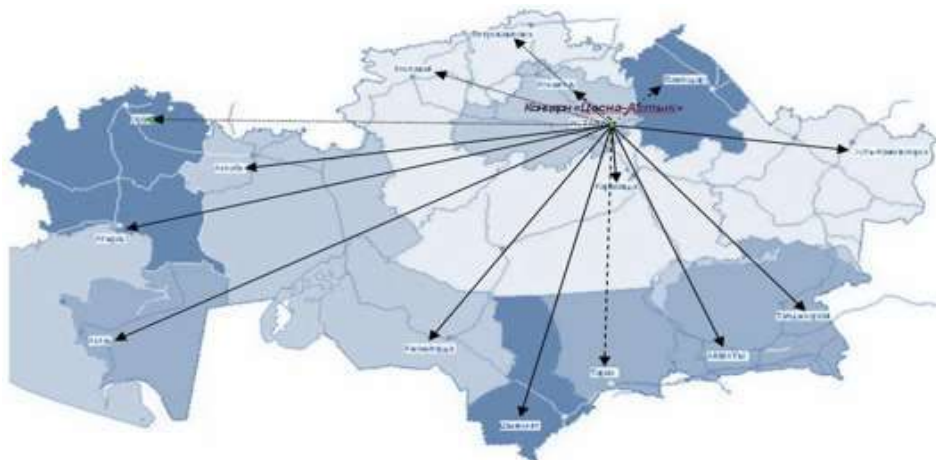
Концерн «Цесна-Астык» является одной из ведущих компаний Казахстана в области пищевой индустрии.

Производственные мощности расположены в г. Нур-Султан.

Основным направлением деятельности является производство продуктов питания, а также осуществление дистрибуционной и девелоперской деятельности. Номенклатура производимой продукции:

- мука пшеничная сортовая;
- мука ржаная;
- макаронная крупка;
- макаронные изделия;
- хлеб, хлебобулочные и кондитерские изделия;
- серия «Продукты здоровья»;
- комбикорма.

Макаронные изделия изготавливаются из макаронной крупки отборных сортов пшеницы, на оборудовании и по технологии швейцарской фирмы BUNLER AG и имеют широкий ассортимент: перья, паутинка, виток, спиралька, рожок прямой, гребешки, ракушки, рожки и др. Оценочная производственная мощность составляет порядка свыше 13 тыс. тонн в год. Макароны выпускаются в упаковке по 5 кг и 2 кг. Групповая упаковка: полипропиленовые мешки с вложением 5 пакетов по 5 кг и 10 пакетов по 2 кг.



Дистрибьюторская сеть концерна «Жесна-Астык»

АО «Желаевский комбинат хлебопродуктов»

Предприятие образовано 28 декабря 1988 года на базе Желаевского элеватора. С 1998 года входит в состав Казахской зерновой компании «Зерновая индустрия». Компания расположена на территории станции Желаева г. Орал Западно-Казахстанской области.

Основными видами деятельности комбината являются: производство муки, макаронных изделий, услуги по хранению, сушке и подработке черна, помолу черна, услуги по проведению сертификационных испытаний качества

черна и продуктов его переработки, чернобобовых и масличных культур, услуги по отгрузке зерна и готовой продукции автомобильным и железнодорожным транспортом.

АО «Желаевский комбинат хлебопродуктов» представляет собой единый комплекс самостоятельных предприятий и вспомогательных объектов:

- высокопроизводительный мукомольный завод;
- заготовительный и промышленный элеваторы;
- макаронная фабрика;
- мельница по производству муки ржаной хлебопекарной обдирной.

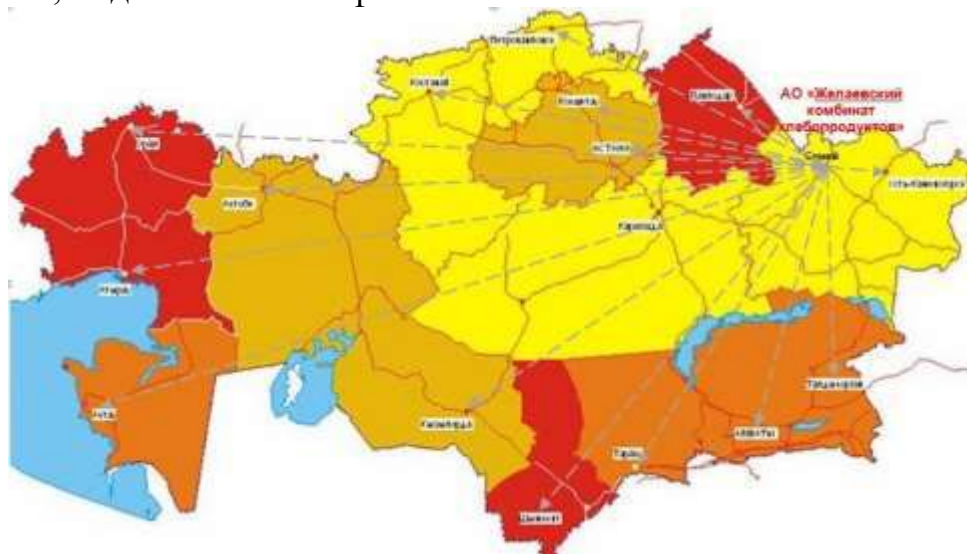
С вхождением комбината в состав Казахской зерновой компании «Зерновая индустрия» вырабатываемая готовая продукция стала выпускаться под единой торговой маркой «КОРОНА».

Номенклатура выпускаемой продукции:

- мука пшеничная и ржаная;
- крупа манная;
- макаронные изделия в пакетах по 400 г, 500 г, 900 г, 2 и 5 кг;
- отруби.

Оценочная мощность производственной линии по выпуску макаронных изделий составляет порядка 12 тыс. тонн в год.

Производимая продукция реализуется как на внутреннем рынке, так и на экспорт в такие страны, как Россия, Украина, Грузия, Узбекистан, Кыргызстан, Таджикистан и Афганистан

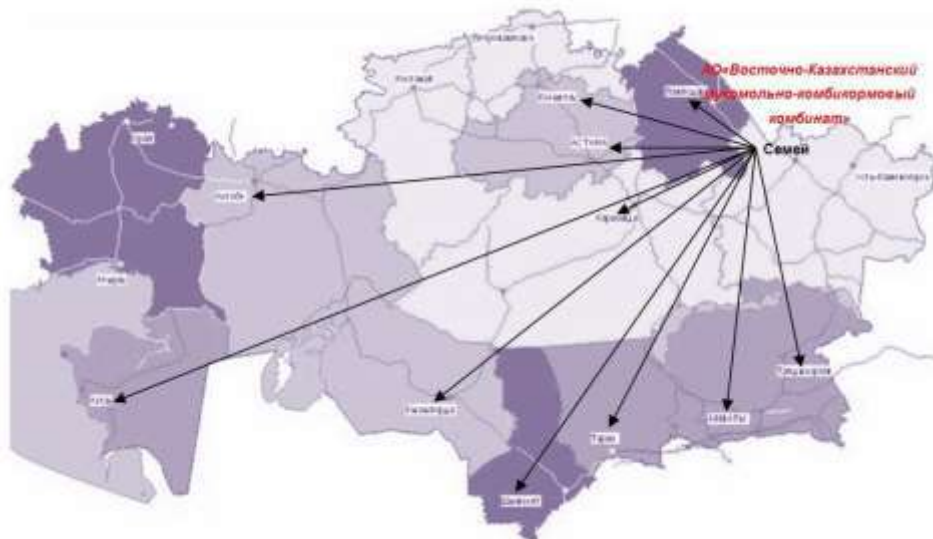


Дистрибьюторская сеть АО «Желаевский комбинат хлебопродуктов»

Источник: АО «Желаевский комбинат хлебопродуктов»

ТОО «Макаронная фабрика «Корона»

сутки. Макароны изделия фасуются в полиэтиленовые метки по 10, 5, 2 кг и полипропиленовые пакеты, но 400 гр. Установлена упаковочная линия итальянской фирмы "ItalPak".



Дистрибьюторская сеть АО «Восточно-Казахстанский мукомольно-комбикормовый»

Источник: АО «Восточно-Казахстанский мукомольно-комбикормовый»

Компания «КЭММИ»

Компания «КЭММИ» расположена в городе Павлодаре, входит в ряд ведущих производителей и поставщиков бесбармачной, лагманной, суповой лапши и макаронных изделий, имеет свой товарный знак. Ее продукция реализуется во всем Казахстане, Киргизии, Германии, многих регионах России. Работает на рынке с 1997 года.

Технологическая разработка лапши «КЭММИ» является интеллектуальной собственностью компании «КЭММИ» и для этой продукции действует индивидуальный государственный стандарт СТ № 001.

На сегодня в компании налажен выпуск до 20 видов макаронных изделий на линии немецкой компании «Бюллер».

Макаронные изделия «КЭММИ» изготавливаются строго из муки собственного производства компании и выпускаются в пакетах по 400 г, 2 кг, 5 кг и 10 кг. Реализация продукции осуществляется по Казахстану и СНГ.

Изучение товарной номенклатуры макаронных изделий, выпускаемых крупными предприятиями республики подтверждает необходимость производства широкого ассортимента продукции. При этом товарный ассортимент действующих крупных предприятий составляет порядка 25-30 видов макарон.



Дистрибьюторская сеть компании «КЭММИ»

Источник: компания «КЭММИ»

В Северо-Казахстанской области ведущим предприятием, производящим макаронные изделия, является АО «Султан-элеватор-мельнично-макаронный комплекс» (торговая марка «Султан»).

В Западно-Казахстанской области крупным производителем макаронных изделий является АО «Желаевский комбинат хлебопродуктов» (торговая марка «Корона»).

В Туркестанской области лидером по производству макаронных изделий является ТОО «Макаронная фабрика «Корона» (торговая марка «Корона»).

АО «Желаевский комбинат хлебопродуктов» и ТОО «Макаронная фабрика «Корона» входят в группу компаний «Зерновая индустрия».

Обзор существующих схем дистрибуции и каналов продвижения продукции на рынок.

Как известно, для успешного функционирования на рынке любое предприятие при формировании своей сбытовой политики должно акцентировать внимание на двух взаимосвязанных задачах: это получение экономической выгоды и максимальная ориентация на удовлетворение многообразных запросов потребителей.

Конечно, залогом успешного продвижения продукции на рынке является, в первую очередь, оптимальное соотношение параметров «качество-цена», по-другому, высокое качество продукции при низких ценовых показателях, что, безусловно связано с множеством факторов производства и применением

передовых технологий. То есть необходимо изначально безошибочно определить товарно-производственную политику.

Чтобы успешно конкурировать на рынке макаронных изделий должна быть применена очень гибкая сбытовая политика, что обуславливается множеством факторов:

- на рынке установлена сильная конкуренция со стороны как отечественных, так и внешних поставщиков и производителей;
- рынок характеризуется в большей степени как рынок предложений;
- наблюдается тенденция улучшения качественных параметров продукции;
- отмечается применение (трансферт) продуманной маркетинговой стратегии;
- высокая степень колебания конъюнктуры рынка сырья (особенно на рынке пшеницы);
- разрозненность сегментов сбыта;
- усиление потребительских требований;
- бурное развитие «соседних» рыночных секторов (рынок «fast food» и других кулинарных изделий) и другое.

Успешность сбытовой политики связана с реализацией следующих мероприятий:

- Правильный выбор ассортимента товара;
- Активные меры по продвижению;
- Политика ценообразования;
- Наличие дистрибьюторской сети с развитой транспортной инфраструктурой. Основные мероприятия по активизации реализации продукции приведены ниже:
- участие в выставках;
- презентации;
- организация семинаров;
- реклама в СМИ;
- реклама через Интернет;
- личные контакты;
- распространение имиджевых материалов.

Изучения, проведенные отечественными консалтинговыми компаниями, показали, что самыми эффективными каналами коммуникации внутри страны являются реклама через СМИ и участие в выставках. За рубежом — выставки и Интернет.

При ценообразовании помимо себестоимости, должна учитываться среднерыночная цена конкурентов, и нужен дифференцированный подход в

зависимости от целевых сегментов.

- В макаронной отрасли республики основная конкуренция идет между крупными отечественными компаниями, кроме того, крупные российские поставщики в определенной степени влияют на ситуацию. Имея производство макаронных изделий на высокотехнологичном оборудовании, они вытесняют мелких участников с рынка.

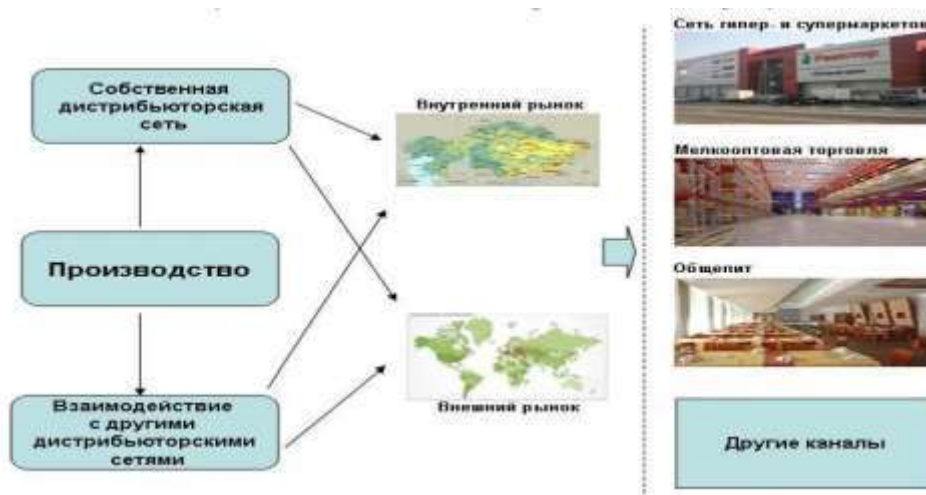
- В условиях конкуренции залогом успешного функционирования на рынке сбыта является наличие дистрибьюторской сети с развитой транспортной инфраструктурой.

- Самым лучшим вариантом является наличие собственной дистрибьюторской сети.

- Также можно сотрудничать с другими дистрибьюторскими системами.

- В целом, общая схема продвижения продукции по каналам сбыта приведена на рисунке.

- Продукция, распространяемая с помощью дистрибьюторских сетей, доходит до конечных потребителей через системы гипер- и супермаркетов, мелкооптовой торговли, общепит и другие каналы.



Общая схема продвижения продукции

Источник: «КС МНЭ РК»

14. SWOT-анализ - определение и оценка потенциальных сильных и слабых сторон, возможностей и угроз товаров, работ, услуг, предполагаемых в рамках реализации проекта (обязательно указываются используемые источники информации проведения маркетинговых исследований с приложением отчетов)

Для определения возможностей и рисков активного продвижения продукции на потребительском рынке проведем SWOT-анализ, результаты которого представлены в таблице.

Сильные стороны		Слабые стороны	
выработана стратегия конкурентной борьбы	5	несбалансированные производственные мощности	3
наличие собственного производства товаров и соответствующей инфраструктуры	5	текучесть квалифицированного персонала	1
наличие современной технологии производства макаронных изделий	5	слабая система мотивации персонала	2
высокая квалификация управленческого персонала	5	неразвитая система управления складами запасами	2
	5	слабая кадровая политика	1
Угрозы		Возможности	
слабое стратегическое планирование деятельности предприятия и его развития	1	эффективное использование прогрессивных производственных и маркетинговых технологий	5
существенная зависимость финансового состояния от внешних факторов	2	совершенствование качества производимого товара	4
угроза рейдерского захвата	2	увеличение номенклатуры и объема товарной продукции, услуг	5
вход на рынок более крупных компаний	2	расширение деятельности.	5

15. Основные выводы и рекомендации

Макаронная отрасль пищевой промышленности республики имеет огромные перспективы развития. Тому способствует множество предпосылок, среди которых, в первую очередь, значимость макаронных изделий как социального продукта. Благодаря своей питательной и энергетической ценности макаронные изделия входят в состав продовольственной корзины. Кроме того, производство макаронных изделий в Казахстане имеет традиционные корни, и в настоящее время рынок данной продукции

развивается как количественно, так и качественно. Также, одним из преимуществ развития данной отрасли является экономическая выгода – макаронные изделия являются продуктом вторичной переработки пшеницы, поэтому имеют более высокую добавленную стоимость по сравнению с сырьем.

Как известно, макаронные изделия являются продуктом питания частого потребления (97% потребителей из всего населения Казахстана). Более того, данная категория продуктов питания входит в обязательный перечень, включенный в продуктовую корзину.

Импортозамещение также является одной из причин необходимости реализации подобных проектов. На сегодняшний день в нашей республике развитие рынка сопровождается ростом ввоза макаронных изделий извне.

Ежегодный рост производства макаронных изделий в республике за 2016-2019 гг., составил 17%. Рейтинг областей по производству макаронных изделий показывает сравнительно высокую концентрацию производства в Северо-Казахстанской области. В целом северному региону принадлежит 48,3% от всего объема производства, что обусловлено наличием сырьевой базы. Самые незначительные объемы в размере 1,6% (в среднем 2,5 тыс. тонн в год) производятся в Карагандинской области.

Баланс производства показывает, что 86% произведенных макаронных изделий потребляется на внутреннем рынке, а 14% идет на экспорт.

В 2018 году на государственную поддержку агропромышленного комплекса из республиканского бюджета выделено 226,3 млрд. тенге, в том числе субсидий – 44,0 млрд. тенге, кредитов – 115,4 млрд. тенге (из них УК – 35,4 млрд.тенге и 80 млрд.тенге на ВПР).

Финансирование данной отрасли осуществляется, но как показало исследование производители макаронных изделий, и предприниматели бизнеса мало проинформированы о программах поддержки частного бизнеса и финансировании отрасли производства макаронных изделий.

Как было ранее отмечено, по данным Агентства по статистике, средний ежегодный рост производства макаронных изделий в республике за 2016-2019 гг., составил 17%. Быстрыми темпами растет внутреннее потребление макарон, рост которого за последние 3 года составил 33% достигнув на конец 2019 года 161,1 тыс. тонн. При этом рост внутреннего потребления макаронных изделий в последние годы превышает рост объемов производства.

К основным казахстанским производителям можно отнести Промышленный комплекс "Султан" (ГКО), ТОО "Концерн "Цесна-Астык" (г. Нур-Султан), ТОО «Макаронная фабрика «Корона» (КЖО), АО «Желаевский комбинат хлебопродуктов» (ЗКО), АО «Костанайский мелькомбинат» (г.Костанай), Т(Х) «Макаронная фабрика» (г.Алматы), АО «Восточно-

Казахстанский мукомольно-комбикормовый комбинат» (ВКО), ТОО "КЭММИ" (г.Павлодар) и другие.

При этом доминирующее положение на внутреннем рынке занимают «Производственный комплекс «Султан Макароны» и предприятия входящие в состав холдинга «Зерновая Индустрия» (ТОО «Макаронная фабрика «Корона» (КЖО), АО «Желаевский комбинат хлебопродуктов» (ЗКО) и АО «Костанайский мелькомбинат».

За последний год годовой средний абсолютный прирост внутреннего рынка составил порядка 21,6 тыс. тонн или 14%. Увеличение внутренней емкости происходит в определенной степени под влиянием качественного развития самого рынка, в частности, это продуманная маркетинговая политика предприятий, увеличение ассортимента продукции, улучшение вкусовых качеств, удобность упаковки, активность рекламной кампании и другие факторы. Также, одним из факторов, способствующих повышению спроса, остается рост численности населения.

Как показывает анализ, дефицит объемов собственного производства макарон для обеспечения потребностей, рассчитанной с учетом минимальной нормы потребления, регулярно отмечается в семи областях республики, в частности это Карагандинская, Алматинская, Жамбылская, Акмолинская, Атырауская, Кызылординская и Мангистауская области, где суммарный дефицит объемов в 2019 году составил порядка 21,8 тыс. тонн.

Как показал опрос экспертов отрасли, среди производителей и дистрибьюторов самыми известными марками на территории Казахстана являются Султан, Корона и Цесна. Их продукция реализуется на территории всего Казахстана и имеет ярко выраженные качественные потребительские характеристики.

По оценкам экспертов наибольшая доля рынка принадлежит марке Султан и составляет в среднем 21%. Факторами успеха марки названы высокое качество продукции, известность марки и доступная стоимость.

Производители макарон предлагают поставки изделий, как в упаковке, так и на вес.

Макаронные изделия местного производства можно найти во всех типах торговых точек Республики.

Однако лишь в среднем 17% местных производителей имеют возможность экспорта за границу.

Мнение производителей подтверждают и интервью с дистрибьюторами макаронных изделий, которые также отметили тенденцию реализации изделий из твердых сортов пшеницы высшего сорта. Лидерами продаж были повторно признаны Султан, Корона и Цесна.

По оценкам дистрибьюторов наибольшая доля рынка принадлежит марке Султан и составляет в среднем 16%. Факторами успеха марки названы высокое качество продукции, известность марки и доступная стоимость.

Опрос населения также показывает доминирование марок Султан и Корона на рынке Казахстана. Марку Султан потребляет 80% местного населения. Критериями выбора марки Султан у большинства респондентов (по 50,8%) является хорошее соотношение цены и качества, а также данные макароны, по мнению опрошенных, не развариваются.

50% опрошенных используют макаронные изделия, как в качестве основного блюда, так и гарнира. Основная часть населения (39%) покупает макароны упаковкой в 400 грамм.

Также результаты показали, что 80% респондентов не готовы отказаться от макаронных изделий.

Более 70% опрошенных видят основное отличие твердых сортов пшеницы от мягких в том, что макаронные изделия из твердых сортов не развариваются и сохраняют форму.

На казахстанском рынке импортные макаронные изделия представлены в незначительных объемах. За период с 2016 по 2019 годы импорт макаронных изделий в Казахстан имел нестабильную динамику. В 2017 году отмечается значительное сокращение объемов импорта макаронных изделий, в 2016 году отмечается максимально высокий показатель импорта макаронных изделий. А в 2019 году объемы импорта заметно самые высокие в сравнении за весь рассматриваемый период.

Практически весь импорт макаронных изделий (76%) в период до 2019 года в страну осуществлялся из стран СНГ, причем значительно Россией. Данная тенденция была обусловлена в первую очередь географической близостью, а также схожестью торговой системы. Россию можно выделить как основной и традиционный поставщик, поскольку свыше 80% рынка импортных макарон в нашей республике заполнено продукцией из России, и российские поставщики выступают основными конкурентами для отечественных производителей.

Если делать сравнение по регионам Казахстана относительно импортируемых в нашу страну макаронных изделий по 2019 году, то можно отметить, что наибольшие объемы продукции распределяются в Алматинскую область, Туркестанскую, Северо-Казахстанскую и Жамбылскую области.

Казахстанские макаронные изделия преимущественно реализуются на рынках стран СНГ, вместе с тем на рынках Европы и Азии малоизвестны и не представлены.

Как показывает динамика, в настоящее время устойчивый средний уровень ежегодного экспорта макаронных изделий из Казахстана составляет порядка 10,4 тыс. тонн.

В целом, в период с 2016 по 2019 года основными покупателями макаронных изделий на зарубежные рынки являлись Россия, Киргизстан, Таджикистан, Афганистан, Грузия, Туркмения. Их суммарная доля экспорта в общем объеме экспорта макаронных изделий Казахстана составила в среднем 90%.

Емкость рынка макаронных изделий на протяжении рассматриваемого периода имела регулярную тенденцию к росту и показывает динамичный рост, особенно за 2019 год, который составил 20%. Вероятно, это вероятно связано с образованием ТС, ростом импорта со стороны России, а также резким ростом производства местной продукции.

Как показывает, в последние два года цены, устанавливаемые отечественными предприятиями-производителями на макаронные изделия, имели тенденцию роста, что связано в первую очередь с ценовой ситуацией на рынке сырья. Так, за 2019 год средняя отпускная цена на макаронные изделия сложились на уровне 167,5 тенге за килограмм, что больше уровня 2018 года на 9,4%.

В 2008 год отпускные цены на макаронные изделия на внутреннем рынке почти не подвергались сезонным колебаниям по месяцам. Лишь в 2019 году отмечалось периодическое повышение цен в каждом месяце года. Но наивысший пик в стоимости макаронных изделий зарегистрирован в период с июля по сентябрь 2019 года и составил 170 тенге за килограмм.

Самая низкая стоимость на макаронные изделия отмечена в Уральске, где средняя стоимость макаронных изделий в 2018 году составила 131,6 тенге за килограмм, а в 2019 году – 142,8 тенге за килограмм.

Самая высокая стоимость на макаронные изделия отмечена в Актау, где средняя стоимость макаронных изделий в 2018 году составила 214,7 тенге за килограмм, а в 2019 году – 243,3 тенге за килограмм.

В виду сказанного выше представляется возможным сделать акцент на следующих пунктах конкурентных преимуществ продукции местного производства:

- На территории Казахстана, по опросу отечественных производителей, изготавливаются макаронные изделия твердых сортов из муки высшего сорта (69%). Данный факт иллюстрирует высокие конкурентные преимущества перед марками - производителями других стран;

- Также наличие местного сырья при производстве макаронных изделий позволяет формировать конкурентно выгодную стоимость для экспорта отечественной продукции за рубеж.

- Местное производство данной продукции очень диверсифицировано и имеет широкую продуктовую линейку, предлагающую потребителям широкий выбор типов макаронных изделий от традиционной лапши до различных вариаций фигурных изделий.

- Более того, 78% местного производства использует натуральные ингредиенты без добавления вкусовых добавок или обогатителей, что также является конкурентным преимуществом.

Срок хранения производимых на территории нашей республики макаронных изделий составляет 24 месяца (65% производителей)

Исполнитель

Керембаев А.Т.

ОТЧЕТ
по результатам маркетингового исследования
ПРОИЗВОДСТВО НАПИТКОВ

Подготовлен в рамках проведения маркетинговых исследований в приоритетных секторах Государственной программы поддержки и развития бизнеса «Дорожная карта бизнеса – 2025»

Отрасль: Производство минеральных вод и других безалкогольных напитков (код ОКЭД – 03.07)

Заказчик: Национальная палата предпринимателей «Атамекен»

Исполнитель: Керембаев А.Т.

г. Нур-Султан, 2020

СОДЕРЖАНИЕ

1. Описание отрасли, существующие проблемы и тенденции	3
2. Оказываемая поддержка отрасли	10
3. Перспективы отрасли в рамках реализации проектов (объем рынка, планируемые проекты, обоснование спроса в будущем)	13
4. Определение возможности и целесообразности реализации проекта	16
5. Внутреннее производство	17
6. Производственные мощности	20
7. Внешняя торговля	22
8. Размер рынка.....	24
9. Обзор цен.....	30
10. Потребительское поведение	33
11. Описание сложившейся конъюнктуры рынка по продукту/услуге проекта	42
12. Анализ существующей и прогнозируемой конъюнктуры спроса на образующуюся в результате реализации проекта продукцию (товары/услуги) - проблемы, решения, статус реализуемых проектов ...	46
13. Описание уже реализованных проектов (функционал объекта, преимущества и недостатки).....	59
14. Swot-анализ	72
15. Основные выводы и рекомендации	76

1. Описание отрасли, существующие проблемы и тенденции

Казахстан известен в мире как страна с большими запасами природных ресурсов. Во многом благодаря их наличию стране удастся развивать свой экономический, научный и культурный потенциал. Вместе с тем, объемы одного из видов природных ресурсов, а именно – водных ресурсов, в Казахстане ограничены. Если исходить из средних показателей на душу населения, то Казахстан не относится к числу стран с острым дефицитом водных ресурсов. Но, неравномерность распределения водных источников по территории страны, а также их нерациональное использование, существенно усложняют решение задач по обеспечению населения и хозяйственного комплекса водой в необходимом объеме и гарантированного качества.

Одним из важнейших аспектов этой общей проблемы является проблема обеспечения населения страны питьевой водой, которая до настоящего времени не решена полностью во многих населенных пунктах.

Известно, что водные ресурсы оказывают влияние на здоровье человека не только через употребление в пищу воды, но они, так или иначе, связаны со всей жизнедеятельностью человека. В частности, вода оказывает воздействие на здоровье человека во время купания, при потреблении водных организмов, выращенных в прудах и т.д. В отличие от проблемы обеспечения населения питьевой водой, об этих проблемах в Казахстане знают, как правило, только специалисты.

Производство напитков напрямую связано с количеством и качеством водных ресурсов в стране. В 2020 году в Казахстане основные требования по качеству и безопасности питьевой воды определяются двумя нормативными документами:

1. ГОСТ Р 51232-2003 Общие требования к организации и методам контроля качества

2. СанПиН 2.1.4.1116-02 "Питьевая вода. Гигиенические требования к качеству воды, расфасованной в емкости. Контроль качества".

Согласно этим документам, питьевая вода должна быть безопасна для потребления человеком по микробиологическим, паразитологическим и радиологическим показателям, безвредна по химическому составу, иметь благоприятные органолептические свойства. Соответствующая таким требованиям вода может потребляться человеком неограниченно на протяжении всей его жизни. В 1 квартале 2020 года оценку соответствия (сертификацию) питьевой воды проводят по 86-и показателям безопасности (9 - критерии эстетических свойств, 55 - критерии безвредности химического состава, 2 - критерии радиационной безопасности, 11 - критерии эпидемической безопасности, 9 - критерии физиологической полноценности макро- и микроэлементного состава).

По общему солесодержанию питьевая вода не должна превышать 1 г/дм. Сырьем является вода из артезианских источников и водопроводная вода из централизованной сети, которая проходит три ступени очистки. В технологическом процессе используются высококачественные расходные материалы - кварцевый песок, антрацит, кокосовый активированный уголь, моющие и дезинфицирующие средства.

Потребность Казахстана в природной воде по нормам ВОЗ в 2019 году составляет 3 млрд. л в год. При этом в Казахстане всего производится бутилированной воды 0,8 млрд, из которых 40% это деминерализованная вода и природная минеральная вода вместе взятые.

Казахстанская природная минеральная вода равноценна самым именитым мировым брендам природной воды и не уступает некоторым из них по физиологической полноценности и полезности для человека. У Казахстанских производителей есть возможность обеспечить водой и напитками внутренний рынок и выйти на рынок природной воды стран СНГ, Юго-Восточной Азии, Китая и стран Персидского залива.

В 2020 году большинство стран мира используют комбинированные товарные номенклатуры, построенные на основе Гармонизированной системы описания и кодирования товаров (Harmonized Commodity Description and Coding System, HS), принятой в рамках Международной конвенции о гармонизированной системе описания и кодирования товаров. Основные правила интерпретации ТН ВЭД Таможенного союза Республики Беларусь, Республики Казахстан и Российской Федерации (ЕТТ, Единый таможенный тариф ЕАЭС) основаны на Гармонизированной системе. Согласно классификации товаров в Товарной номенклатуре внешнеэкономической деятельности (ТН ВЭД) ТС минеральная и питьевая вода относится к разделу 22 ("Алкогольные и безалкогольные напитки и уксус"), которая, в свою очередь, подразделяется на товарную группу 2201 ("Воды, включая природные или искусственные минеральные, газированные, без добавления сахара или других подслащивающих или вкусоароматических веществ; лед и снег").

Питьевая (природная) вода - классифицируется в товарной подгруппе 220110 ("Воды минеральные и газированные; природные минеральные воды; негазированные; прочие"), в соответствии с которой проведен анализ рынка питьевой воды.

Существует несколько типов бутилированной воды.

Изделие может быть помечено как бутилированная вода, питьевая вода, а также как любая вода из следующего перечня:

1. Артезианская вода: бутилированная вода из буровой скважины, которая выявляет напорные воды, заключенные в водоносных пластах горных

пород между водоупорными слоями. В этих слоях водный уровень стоит выше кровли водоносного слоя, при вскрытии иногда фонтанирует;

2. Питьевая вода: питьевая вода - другое название для разлитой в бутылки воды. Соответственно, питьевая вода, которая продана для человеческого потребления в гигиенических контейнерах и не содержит добавленных подсластителей или химических компонентов. Она должна быть без калорий и сахара. Ароматизаторы, экстракты или эссенции, полученные из специй или плодов, могут быть добавлены к бутилированной воде, но не должны превышать более чем 1% веса конечного продукта. Питьевая вода должна быть свободна от ионов натрия или содержать очень низкие количества ионов натрия;

3. Минеральная вода: Разлитая в бутылки вода, содержащая не менее чем 250 весовых частей на миллион частей общего веса, может быть помечена как минеральная вода (минерализация выше 0,25 г/л по принятой в мире классификации). Минеральная вода отличается от других типов бутилированной воды постоянным уровнем и относительным количеством элементов в источнике. Никакие минеральные компоненты не могут быть добавлены в данный тип воды;

4. Очищенная вода: Вода, которая была произведена дистилляцией, демонизацией, обратным осмосом или с помощью других похожих процессов может быть классифицирована как очищенная бутилированная вода. Другие подходящие названия для такой бутилированной воды: дистиллированная вода, если она произведена дистилляцией;

5. Демонизированная (умягченная) вода, если вода произведена демонизацией (умягчением) или очищенная осмосом вода, если очистка произведена с помощью обратного осмоса;

6. Игристая (газированная) вода: вода, в том числе и после обработки, содержащая то же самое количество диоксида углерода, что и при появлении из источника;

7. Ключевая вода: бутилированная вода, полученная из подземного формирования, из которого вода течет естественным путем к поверхности земли. Ключевая вода должна быть собрана через буровое отверстие, выявляющее подземное формирование ключа. Ключевая вода должна иметь все физические свойства, тот же самый состав и качество, как и вода, которая течет естественным путем к поверхности земли;

8. Колодезная (из скважины) вода: бутилированная вода из колодца или скважины, которую бурят, выкапывают или иначе строят в толще земли, чтобы добраться до водоносного слоя.

Существуют определенные требования к производству бутилированной питьевой воды:

1. Природная вода, согласно требованиям международных стандартов Всемирной Организации Здравоохранения (ВОЗ), должна разливаться в тару непосредственно из скважины. На бутылке в этом случае должна быть надпись: вода (газированная, негазированная) из артезианской скважины;

2. Питьевая вода очищенная искусственно — это вода из водоисточника, очищенная добавлением химических реагентов (некоторые производители практически обессоливают воду и этот процесс называется опреснение, обратный осмос, а затем добавляют в нужном количестве соли, доводя воду до необходимой кондиции);

3. Общее содержание солей в питьевой воде (минерализация) весьма важный фактор нормальной жизнедеятельности человеческого организма. В мировой практике стандартами на питьевую воду лимитируются только верхние уровни общей минерализации - 1000-1500 мг/л и основные солевые компоненты - хлориды и сульфаты.

В 2019 году Казахстанские компании увеличили выпуск минеральной воды на 18% за год, прочих напитков - сразу на 30%.

За первое полугодие 2019 г. производители безалкогольных напитков выпустили 334,4 млн литров минеральной и газированной воды (на 17,5% больше, чем годом ранее) и 774,6 млн литров прочих безалкогольных напитков (сразу на 26,9% больше, чем в аналогичном периоде прошлого года).

Уровень загрязнения поверхностных вод напрямую связано с производством очищенной питьевой воды и безалкогольных напитков и оценивается по величине комплексного индекса загрязненности воды (ИЗВ), который используется для сравнения и выявления динамики изменения качества воды.

За период с 2016 г. по 2019 г. количество водных объектов, где проводился мониторинг качества поверхностных вод Казахстана, увеличилось с 88 до 107.

В 2019 году по сравнению с 2018 годом количество водных объектов с классом «чистая» уменьшилось с 25 до 18. За этот же период увеличилось количество водных объектов с классом воды «очень грязная» с 1 до 3.

На водных объектах Восточно-Казахстанской, Карагандинской, Актюбинской и Жамбылской областей отмечаются загрязнения водных объектов тяжелыми металлами, биогенными и органическими веществами.

В бассейне реки Тобол отмечаются загрязнения водных ресурсов марганцем, никелем, железом, в горных реках бассейна реки Иле - медью, фторидами, в Балкаш – Алакольских системах озер и озерах Щучинско-Боровской курортной зоны отмечается высокая минерализация.

Всего из общего количества водных объектов, в которых проводится мониторинг качества вод, к классу качества воды «**чистая**» отнесены 12 рек, 2 водохранилища, 1 канал, 1 море:

-реки: Кара Ертіс (ВКО), Ертіс (ВКО), Буктырма, Оба, Урал (ЗКО), Аят, Шилик, Шарын, Каркара, Турген, Темирлик, Катта Бугуны;

-водохранилища: Усть-Каменогорское, Буктырма;

-канал: Кушум;

-море: Каспийское море.

К классу «**умеренно – загрязненная**» – 33 реки, 5 водохранилищ, 5 озер, 1 канал, 1 море:

-реки: Брекса, Ульба, Емель, Ертіс (Павлодарская область), проток Шароновка, Кигач, Урал (Атырауская область), Эмба (Атырауская), Чаган, Деркул, Орь, Каргала, Есиль, Кеттыбулак, Нура (Акмолинская область), Иле, Есентай, Текес, Коргас, Улькен Алматы, Киши Алматы, Баянколь, Каскелен, Есик, Талгар, Талас, Шу, Асса, Аксу, Саргоу, Бадам, Арыс, Сырдарья (Кызылординская область),

-озера: Улькен Алматы, Зеренда, Малый Арал, Карасье, Сулуколь, Балхаш;

-водохранилища: Капшагай, Сергеевское, Куртинское, Бартогай,

-канал: Нура-Есиль.

К классу «**загрязненная**» вода относятся следующие водные объекты:

-реки: Тихая, Глубочанка, Эмба, Темир, Иргиз, Карахобда, Актасты, Ак - Булак, Сары – Булак, Жабай, Токташ, Кара-Балты, Келес, Сырдарья (в пределах Туркестанской области);

-озера: Шалкар (Актюбинская область), Шалкар (Западно – Казахстанская область), Султанкельды, Копа, Бурабай, Улькен Шабакты, Шортан;

-канал: Иртыш-Караганда;

-водохранилище Шардаринское.

К классу «**грязная**» вода относятся следующие водные объекты:

-реки: Илек (в пределах Актюбинской области), Косестек, Большая Хобда, Тогузак, Нура (в пределах Карагандинской области);

-озеро: Биликоль, Киши Шабакты;

-водохранилища: Самаркандское и Кенгирское.

К классу «**очень грязная**» вода – реки Красноярка, Тобол, Уил.

К классу «**чрезвычайно грязная**» вода - реки Шерубай Нура и Кара-Кенгир.

По программе «Проведение наблюдений за состоянием окружающей среды» осуществляется мониторинг качества поверхностных вод на 29 трансграничных реках. Выполняется обмен гидрохимической информацией

(данными) по гидрологическим постам на трансграничных реках в рамках подписанных соглашений с Китаем (с 2001 г.), Россией (1992 г.). Проводится обмен данными в соответствии с утвержденными регламентами совместных наблюдений за состоянием трансграничных рек.

Химический анализ радионуклидов и макро – микроэлементов на 15 трансграничных реках, прибрежных почвах и донных отложениях, выполняется в рамках мероприятия «Ведение мониторинга трансграничного переноса токсичных компонентов» по программе «Проведение наблюдений за состоянием окружающей среды».

В таблице ниже приведены сведения о случаях высокого загрязнения поверхностных вод трансграничных рек за период с 2016 по 2019 годы.

Случаи высокого загрязнения поверхностных вод трансграничных рек за период с 2016 по 2019 годы

Наименование водного объекта, область	Количество случаев				Загрязняющее вещество
	2016г.	2017г.	2018 г.	2019 г.	
Река Тобол (Костанайская)	3	4	2	7	Марганец, медь, никель
Река Тогузак (Костанайская)	5	7	2	2	Никель
Река Аят (Костанайская)	2	4	2	3	Марганец, никель
Река Убаган (Костанайская)		1	1	3	Марганец, никель
Река Уй (Костанайская)		2	2	2	Марганец, никель
Река Орь (Актюбинская)			2		Медь, цинк
Река Илек (Актюбинская)	7	7			Бор
Река Чаган (ЗКО)	1				Растворенный кислород
Река Большая Узень (ЗКО)	1				Растворенный кислород
Река Урал (ЗКО)	1				Растворенный кислород

Источник: КС МНЭ РК

Основными источниками загрязнения поверхностных вод в Балхаш-Алакольском, Иртышском и Тобыл-Торгайском областях являются отрасли тяжелой промышленности (добыча руд металлов и производство стали, а также нефтепереработка), в других речных бассейнах основной источник загрязнения – сельское хозяйство.

Согласно Генеральной схеме комплексного использования и охраны водных ресурсов Республики Казахстан, загрязняющие отрасли ежегодно

сбрасывают около 50% воды без очистки, что означает 1,5–2 млрд. м³ неочищенных стоков в год. Из-за отставания по доступности канализации и отсутствия вторичной очистки в Казахстане всего 29% сточных вод населенных пунктов перед сбросом проходит вторичную очистку (в Великобритании 94%, Израиле и Сингапуре 100%).

Качество воды зависит не только от организованных сбросов сточных вод, за которыми ведется постоянный контроль всеми контролирующими организациями, а также в значительной мере от площадного смыва в водные источники различных промышленных отходов (отвалов вскрышных пород, золоотвалов), с территорий населенных пунктов, химикатов, смываемыми с полей. Поэтому также необходима реализация мероприятий по перехвату и очистке ливневых стоков.

По данным департамента санитарно-гигиенического мониторинга и оценки рисков РГП на ПХВ «Научно-практический центр санитарно-эпидемиологической экспертизы и мониторинга» МНЭ РК (к.м.н. Тастанбаев С.О.) качество воды водоемов I (для хозяйственно-питьевого водоснабжения) и II (для культурно-бытового назначения) категорий за 2019 год показаны соответственно в таблицах.

Качество воды водоемов I-категории в 2019 году (для хозяйственно-питьевого водоснабжения)

Наименование областей	Санитарно-химические показатели			Микробиологические показатели		
	Иssl. проб	Не соотв. СН	%	Иssl. проб	Не соотв. СН	%
Республика Казахстан	825	178	21,6	809	93	11,5
Акмолинская	12	1	8,3	46	11	23,9
Актюбинская	0	0	0,0	0	0	0,0
Алматинская	42	2	4,8	42	1	2,4
Атырауская	226	28	12,4	229	50	21,8
ВКО	55	2	3,6	67	0	0,0
Жамбылская	0	0	0,0	10	0	0,0
ЗКО	155	37	23,9	170	2	1,2
Карагандинская	81	29	35,8	109	0	0,0
Костанайская	69	0	0,0	0	0	0,0
Кызылординская	31	31	100,0	31	9	29,0
Мангистауская			0,0			0,0
Павлодарская	17	0	0,0	17	0	0,0
СКО	0	0	0,0	0	0	0,0
Туркестанская	110	45	40,9	63	20	31,7

г.Алматы	0	0	0,0	0	0	0,0
г.Нур-Султан	26	3	11,5	24	0	0,0
ДЗПП на транспорте	1	0	0,0	1	0	0,0

Источник: КС МНЭ РК

Качество воды водоемов II-категории за 2019 году (для культурно-бытового назначения)

Санитарно - химические показатели			Микробиологические показатели		
Исследовано проб	из них не соответствуют санитарным нормам	%	Исследовано проб	не соответствуют санитарным нормам	%
3814	556	14,6	3085	466	15,1

Источник: КС МНЭ РК

По данным Комитета по защите прав потребителей (Министерства национальной экономики Республики Казахстан - уполномоченный орган по санитарно-эпидемиологическому благополучию) причинами, влияющими на качество воды открытых водоемов, также являются:

- несоблюдение размеров водоохранных зон;
- образование стихийных бытовых свалок;
- стоки производственных и сельскохозяйственных объектов;
- размещение жилых и производственных объектов на берегах русел рек без согласования с органами санитарно-эпидемиологической службы;
- аварии на канализационных сетях и другие.

2. Оказываемая поддержка отрасли

В целях создания и развития современной торговой системы, обеспечивающей внутренний рынок качественными товарами и продуктами, в том числе напитками, а также повышения конкурентоспособности товаров и услуг на экспорт рассмотрен проект Концепции Государственной программы развития торговли на 2021-2025 годы.

Ключевыми задачами определены:

1. повышение качества и безопасности продукции;
2. формирование качественного человеческого капитала в торговой сфере;
3. обеспечение оптимизированного цифрового торгового процесса;

4. создание многоформатной торгово-распределительной инфраструктуры, комфортной потребительской среды;

5. диверсификация импорта и экспорта несырьевых товаров и услуг, создание благоприятных условий для отечественных товаропроизводителей на внутреннем и внешних рынках.

По предварительным оценкам, на реализацию Госпрограммы потребуется около 285 млрд тг, включая частные инвестиции. Исполнение планируемых задач позволит к 2025 году повысить среднегодовую реальную валовую добавленную стоимость торговли на 106,2%, поднять уровень применения национальных стандартов с 41% до 75%, увеличить несырьевой экспорт товаров и услуг до \$41 млрд, повысить долю электронной торговли от розничного товарооборота до 10%.

В Госпрограмме будут предусмотрены меры по формированию товаропроводящей системы, развитию биржевой, приграничной и электронной торговли, совершенствованию инструментов технического регулирования и защиты прав потребителей.

Государственная программа поддержки и развития бизнеса "Дорожная карта бизнеса-2025" (далее – Программа) утверждена постановлением Правительства Республики Казахстан от 24 декабря 2019 года № 968. Программа, которая будет реализована в период 2020 – 2024 годы, обеспечит устойчивый и сбалансированный рост регионального предпринимательства, а также поддержание действующих и создание новых постоянных рабочих мест.

Три основных направления реализации Программы:

- поддержка бизнес-инициатив предпринимателей моногородов, малых городов и сельских населенных пунктов;
- отраслевая поддержка предпринимателей/субъектов индустриально-инновационной деятельности, осуществляющих деятельность в приоритетных секторах экономики;
- предоставление нефинансовых мер поддержки предпринимательства.

В рамках данного направления долгосрочное лизинговое финансирование предпринимателей, реализующих и (или) планирующих реализовать инвестиционные проекты в приоритетных секторах экономики, определенных уполномоченным органом уполномоченный орган в области государственной поддержки индустриально-инновационной деятельности.

Одним из приоритетных направлений является:

- Производство продуктов питания
- Производство минеральных вод и других безалкогольных напитков.

Высокий уровень конкурентоспособности отечественных предприятий является одним из факторов успешной реализации Государственной программы по форсированному индустриально-инновационному развитию

(ГПФИИР) 2015-2020 гг. Основной целью Программы является стимулирование диверсификации и повышение конкурентоспособности промышленности. Программой определены шесть приоритетных секторов, куда будут направлены 80% финансовых потоков в рамках господдержки. В частности, одним из приоритетных секторов является пищевая промышленность. Для обеспечения реализации проектов в пищевой и химической промышленности правительство выделит до 100 млрд. тенге на льготное кредитование бизнеса. Предприниматели, осуществляющие свою деятельность в рассматриваемой сфере, которая входит в пищевую отрасль, стоит воспользоваться поддержкой правительства через активное участие в новой программе ГПФИИР.

Предприятие, занимающееся розливом питьевой воды, может рассчитывать на комплексную поддержку АО «Фонд развития предпринимательства «Даму», так как в перечень приоритетных секторов экономики для потенциальных участников Программы «Дорожная карта бизнеса - 2020» включен сбор, обработка и распределение воды (код ОКЭД – 36).

Поддержка новых бизнес - инициатив АО «Фонд развития предпринимательства «Даму» – это комплекс предусматривающих льготную помощь предпринимателям, реализующим или планирующим реализовать новые проекты, а также поддержка проектов, направленных на модернизацию и расширение производства в приоритетных секторах экономики.

В рамках данной бизнес - идеи предприниматель может рассчитывать на следующие виды помощи:

- Субсидирование процентной ставки по кредитам;
- Частичное гарантирование по кредитам;
- Развитие производственной (индустриальной) инфраструктуры;
- Сервисная поддержка ведения бизнеса (воспользоваться данным видом поддержки можно после организации бизнеса, предусмотрено для действующего бизнеса).

АО «Национальное агентство по экспорту и инвестициям «KAZAKH INVEST» является главным государственным органом в Казахстане, занимающимся продвижением экспорта и поддержкой экспортеров. Kazakh Invest обеспечивает содействие экспорту и оказывает поддержку экспортерам по ряду вопросов экспортной деятельности:

- консультативные услуги для экспортеров;
- поиск иностранных партнеров и клиентов;
- поддержка иностранных покупателей и дистрибьюторов в поиске казахстанских поставщиков;
- подготовка маршрутов для визитов экспортеров на целевые рынки;

- подготовка маршрутов зарубежных покупателей в Казахстан;
- организация миссий продаж;
- помощь на внутреннем рынке;
- поддержка при создании дизайна продукта / упаковки;
- аналитическая обратная связь по торговле и рынкам;
- исследование рынка по определенному сектору и компании;
- рекламная и информационная поддержка;
- организация Казахстанских государственных стендов на международных выставках;
- обучение экспортному управлению и маркетинговой деятельности;
- продвижение рынков гуманитарных закупок.

Kazakh Invest также оказывает поддержку экспортерам через компенсацию 50% затрат, связанных с представлением на иностранных рынках ассортимента продукции. Спектр действий, покрываемых данной финансовой поддержкой, включает:

- поддержку представительства (офисов, складов, магазинов, демонстрационных залов) за границей;
- участие в международных выставках;
- рекламу внутренних продуктов;
- обучение персонала компании;
- привлечение франшизы;
- создание и запуск веб-сайта;
- маркетинговые исследования.

3. Перспективы отрасли в рамках реализации проектов (объем рынка, планируемые проекты, обоснование спроса в будущем)

Бизнес по розливу питьевой воды растет быстрее всех остальных, так как считается легким и достаточно прибыльным. В Казахстане «водный» рынок, по разным оценкам экспертов, занимает от 40% до 60% всего рынка напитков и продолжает расти.

В результате за период с 2015 по 2019 гг. «водный» рынок вырос ненамного: в 2015 году его объем составлял 0,8 млрд литров, а в 2019-м — около 1 млрд литров. По нормам ВОЗ производство напитков, а именно воды, следует повысить. Всемирная организация здравоохранения считает, что потребность населения Казахстана в природной воде составляет 3 млрд литров в год.

Кроме того, по данным КС МНЭ РК пиковым периодом производства воды являются май, июнь и июль. В эти месяцы производство на десятки миллионов литров превышает показатели других месяцев. Максимальный объем производства был зафиксирован в июле, минимальный — в январе.

Потребление воды также носит сезонный характер. В теплое время года возрастает интерес к минеральной и питьевой воде не только со стороны постоянных покупателей, но также со стороны потребителей, которые в течение года отдают предпочтение другим безалкогольным напиткам.

Более 90% производимых в стране безалкогольных напитков реализуется на внутреннем рынке. По данным Комитета по статистике МНЭ РК, в 2019 году безалкогольных напитков в стране было произведено 1,7 млрд литров, на экспорт ушло 0,13 млрд, а ввезли в страну 0,12 млрд литров. Больше всего воду из пластиковых бутылок пьют в Нур-Султане и Алматы.

Вся представленная на рынке вода различается по месторождению, способам фильтрации, содержанию витаминов и минералов.

В обзоре «Динамика развития производства бутилированной воды в Казахстане», по официальным данным, в Казахстане насчитывается 285 источников с подземными водами и 11 источников с лечебно-минеральной водой, расположенных в Акмолинской и Северо-Казахстанской областях. По неофициальным данным, подземных минеральных источников больше.

По данным опроса среди казахстанского населения популярны такие бренды питьевой воды как:

- Tassay
- Turan
- «Серебряная»
- «Хрустальная»
- Von Aqua
- Среди минеральных вод лидируют:
 - «Асем Ай — Сарыагаш»
 - «Алекс — Сарыагаш»

Конкуренция на рынке воды достаточно острая. У потребителя есть возможность выбора в большом ассортименте напитков. Проблема в том, что люди не могут отличить очищенную водопроводную от настоящей минеральной природной воды. По словам производителей, «водный» бизнес достаточно затратный. Окупить вложения непросто.

На водозабор и бурение одной скважины требуется 50 млн тенге. Следующая скважина обошлась дешевле — примерно в 25 млн. Завод, где все автоматизировано, — это отдельная стоимость. Каждый анализ воды обходится в 100 тыс. тенге.

С 1 января 2019 года вступил в силу технический регламент Евразийского экономического союза «О безопасности упакованной питьевой воды, включая природные минеральные воды». В регламенте значительно снижены требования к качеству и безопасности бутилированной питьевой воды, но еще

и исключены требования к маркировке о полезных свойствах питьевой воды и понятие физиологической полноценности воды. То есть производителям и поставщикам придется серьезно вкладываться в рекламу и активно продвигать свою продукцию.

В целом, Казахстан повторяет развитие зрелых рынков, где потребители всерьез озабочены вопросами сохранения здоровья и где наблюдаются высокие темпы роста продуктов, позволяющих поддерживать хорошее самочувствие и форму. Эту тенденцию как нельзя лучше иллюстрирует отечественный рынок безалкогольных напитков. Все сегменты рынка безалкогольных напитков возрастают в рамках уже существующих на протяжении периода наблюдения трендов.

На рынок безалкогольных напитков все большее влияние оказывают «здоровые» тренды: стремление к здоровому образу жизни, хорошему самочувствию и расширению ассортимента качественных натуральных продуктов. В наибольшей степени это относится к категории функциональных напитков, то есть напитков, обладающих дополнительными полезными свойствами.

Это реальная возможность продолжения роста и укрепления собственных рыночных позиций. Компании в 2020 году взяли вектор на рынок функциональных напитков – напитков с добавленной пользой, повышающих качество жизни. Потребителю предлагаются напитки, которые помимо вкуса и радости приносят определенную пользу. Это стратегическая перспектива развития.

Торговля занимает 17% в ВВП Казахстана. По итогам 2019 года темпы роста отрасли составили 7,6%, а число занятых работников достигло 1,4 млн человек. Внешний товарооборот Казахстана составил \$96,1 млрд, в том числе экспорт \$57,7 млрд и импорт \$38,4 млрд. Внутренний товарооборот превысил 37,5 трлн тг, что на 11% больше показателя 2018 года.

В структуре инвестиций по отраслям промышленности РК, на долю отрасли «Производство напитков» приходится в среднем 0,5%, уступая отрасли по добыче угля и лигнита (с удельным весом 1,4%), и опережает по объему инвестиций отрасли по производству табачных и текстильных изделий (с удельным весом 0,2% и 0,1%, соответственно).

В Казахстане 358 предприятий занимается производством и реализацией минеральных вод и безалкогольных напитков. Из них, свыше 90% предприятий по виду собственности являются малыми.

В части фискального регулирования недропользователей, осуществляющих добычу подземных вод, то на протяжении 2017-2019 гг. налогооблагаемая ставка на добычу с природно-минеральных источников составляет около 2-3 тиын за 1 литр добытой воды.

Основным действующим и разработанным в Казахстане стандартом, регламентирующим качество и нормативы безопасности минеральной воды, является СТ РК 452-2002 «Воды минеральные природные питьевые лечебно-столовые и лечебные». Кроме того, одобрен проект технического регламента ЕАЭС «О безопасности упакованной питьевой воды, включая природные минеральные воды».

4. Определение возможности и целесообразности реализации проекта

Рынок негазированной питьевой воды рассматривается как перспективный, особенно рынок питьевой воды, разлитой в большие емкости; экспертами отмечаются устойчивая тенденция повышения спроса и рост объемов производства. Учитывая потенциал в виду наличия в Казахстане 285 водных источников, в ближайшем будущем можно ожидать не только сохранения высоких темпов роста объема продаж, но также и структурных изменений рынка. На Казахстанском рынке существует высокий уровень конкуренции, продукция, реализуемая на рынке, в основном отечественного производства, ориентирована на разные ценовые категории.

Отечественные игроки стараются не отставать от мировых лидеров. Крупные местные производители поделили 2 медиа поля. За период с 2017-2019 года замечена тенденция размещения на наружных конструкциях у Caspian B.N. (Настоящий буратино, Компотай).

Для обеспечения большего сбыта продукции, отечественным предприятиям нужно стимулировать рекламную деятельность, различные каналы сбыта, расширять горизонты экспорта продукции в страны ближайшего зарубежья. Для повышения узнаваемости отечественных брендов безалкогольных напитков и минеральных вод необходимо регулярно проводить региональные либо республиканские выставка-ярмарки так как это является очень эффективной рекламой. Участие в выставке-ярмарке позволяют решать сразу несколько задач: повышение известности и имиджа казахстанских компаний, поиск новых поставщиков или дилеров, изучение новинок, изучение конкурентов.

Потребность Казахстана в соках на 74% обеспечивается собственным производством. Казахстан имеет мощный производственный потенциал в виде крупных и средних предприятий.

За период с 2014 по 2019 год производство овощных и фруктовых соков имеет тенденции роста: с 122509,5 тыс. л. в 2014 году до 173501,8 тыс. л. в 2019 году.

Производство соков сконцентрировано на крупных (от 2000 т. и выше) и средних (до 2000 т.) по объемам производства предприятиях. Компания Raimbek Bottlers является крупнейшей по объемам производства и экспорта в

Казахстане, и именно она оказывает наибольшее влияние на внутренний рынок. Производство овощных, а также фруктовых соков на 76% осуществляется в г. Алматы; часть предприятий – производителей соков находится в Алматинской области.

В Казахстане наиболее высокий спрос из вкусового сегмента соков являются абрикос, апельсин, Яблоко, персик, мультивитамин, томат. Очевидно, что фруктовые соки предпочитает подавляющее число потребителей. Овощные соки из моркови, свеклы, паприки и других овощей не пользуются большим спросом у потребителей. Лишь некоторые компании-производители предлагают соки со смешанными вкусами, в состав которых входят овощи. Таким образом, в Казахстане потребители основное предпочтение отдают фруктовым сокам. В 2019 г. на долю производства фруктовых соков приходилось 96,1%, производство овощных соков составило 3,9%.

Предприятия СПК «Каракат» начал свою деятельность с реализации проекта по розливу минеральной газированной и негазированной воды. СПК «Каракат» было создано в 2017 году в сельском округе Алгабас.

В 2015 году в сельском округе Жолкудук на глубине 118 метров был обнаружен источник ценной и полезной воды. На этом месте построили цех, купили оборудование российской компании «Новосибирскспродмаш». Вода проходит 3 ступени очистки, а потом разливается в бутылки собственного производства.

5. Внутреннее производство

Начиная с середины 90-х годов рынок бутилированной воды в Казахстане показывает ежегодный планомерный рост на 10–15%, в кризисные 2008–2009 гг. годы объем продаж воды сокращается, объем продаж на рынке уменьшился примерно на 15–20%.

Более 90% производимых в стране безалкогольных напитков реализуется на внутреннем рынке. По данным Комитета по статистике МНЭ РК, в 2019 году безалкогольных напитков в стране было произведено 1,9 млрд литров, на экспорт ушло 0,13 млрд, ввезли в страну 0,12 млрд литров.

Среди регионов-производителей безалкогольных напитков по итогам 2019 года лидировали Алматинская область (62,3% от РК), Алматы (11,9% от РК) и Туркестанская область (8,9% от РК). Туркестанская область являлась также абсолютным лидером по производству минеральных и газированных вод - 46,5% от РК, кроме того, в ТОП-3 вошла Акмолинская область - 13,5% и ещё 9,2% обеспечили производители Алматы.

За январь-сентябрь 2019 года казахстанские компании выпустили 598,9 млн литров минеральных и газированных вод, что на 6,4% больше, чем годом

ранее. Производство других безалкогольных напитков также выросло — до 449 млн литров за три квартала (плюс 6,7% за год). В многолетней динамике производство питьевой воды уверенно прирастало с 2017 года. В секторе прочих безалкогольных напитков наблюдался спад в 2017 году, однако уже по итогам 2018 отрасль вновь пошла в рост.

По итогам 2019 года казахстанские производители на 92% обеспечили спрос на безалкогольные минеральные и газированные напитки. Впрочем, несмотря на то что на долю импорта приходится 8%, объемы импорта выросли на 35% за год. Внутри страны реализуется 94,6% произведенных и ввезенных напитков, остальное уходит на экспорт.

Баланс ресурсов и использования. Воды минеральные и напитки безалкогольные Январь-декабрь 2019 | млн литров

	2019	2018	Рост за год	2019	2018
Ресурсы	1 399,2	1 277,8	9,5%	Доля от ресурсов	
Производство	1 287,1	1 194,8	7,7%	92,0%	93,5%
Импорт	112,1	83,0	35,0%	8,0%	6,5%
Использование	1 399,2	1 277,8	9,5%	Доля от использования	
Экспорт	75,6	107,3	-29,5%	5,4%	8,4%
Реализация на внутреннем рынке	1 323,6	1 170,6	13,1%	94,6%	91,6%

Источник: КС МНЭ РК

К 2019 году основное производство минеральных и газированных вод было сконцентрировано в Туркестанской области (46,5% от РК). В 2020 году это Туркестанская область и город республиканского значения Шымкент.

Лидером в производстве безалкогольных напитков была Алматинская область (62,3% от РК). Крупные производители безалкогольных напитков в регионе — АО «Galanz Bottlers» (DELLOS Aloe, «MAXI чай», Laimon Fresh, Sevens, Nestea, «Берёзовый» и др.); филиал «Аксенгир» ТОО «RG BRANDS KAZAKHSTAN» (Lipton Ice Tea, питьевая вода ASU и т. д.); а также алматинский филиал «Coca-Cola Алматы Боттлерс».

За 12 месяцев 2019 года в стране произвели 673,9 млн литров минеральных и газированных вод и 1,59 млрд литров прочих безалкогольных напитков (плюс 24,9% за год).

Производство напитков. Январь-декабрь 2019 | млн литров



Источник: КС МНЭ РК

Сравниваются оперативные данные 2014-го и 2019 года

Год	Воды минеральные и газированные (млн. литров)	Напитки безалкогольные прочие (млн. литров)	Общее (млн. литров)
2014	542,4	1159,2	1701,6
2015	548,9	1105,5	1654,4
2016	509,6	1126,2	1635,8
2017	557,1	1389,6	1946,7
2018	598,9	1329	1927,9
2019	673,9	1590,1	2264

Источник: КС МНЭ РК

В целом отечественные производители обеспечивают казахстанский рынок, однако экспортируемого продукта в динамике меньше, чем импортируемого. По итогам 2019 года местные компании перекрыли 91,9% спроса.

При этом как импорт, так и экспорт из РК невелики: ввезено за 2019 лишь 185,4 млн литров напитков и воды (+19,6% за год), вывезено — 110,8 млн литров (+11,3%).

Баланс ресурсов и использования. Воды минеральные и напитки безалкогольные. (январь-ноябрь 2019 млн. литров)

	2019	2018	Рост за год	2019	2018
Ресурсы	2292,1	1854,4	123,6%	Доля от ресурсов	

Производство	2106,7	1699,4	124,0%	91,9%	92,0%
Импорт	185,4	155	119,6%	8,1%	8,4%
Использование	2292,1	1854,4	123,6%	Доля от использования	
Экспорт	110,8	99,6	111,2%	4,8%	5,4%
Реализация на внутреннем рынке	2181,3	1754,8	124,3%	95,2%	94,6%

Источник; КС МНЭ РК

Пиковым периодом производства воды являются май, июнь и июль. В этот период, производство на десятки млн. литров превышает показатели прочих месяцев. Обратимся к данным официальной статистики об объемах производства обрабатывающей промышленности в динамике за 2015-2019 год.

По данным Комитета по статистике РК в 2019 году было произведено продукции, относящейся к минеральным и газированным водам объемом на 492,6 м3, что на 6,6% выше объема произведенной продукции по сравнению с 2015 годом. Общая динамика производства продукции за период с 2017 по 2019 год в республике определяется тенденцией постепенного роста, что заметно из года в год. Средний темп прироста за анализируемый период 2016 - 2019 гг. составил 6,3%.

Динамика индекса физического объема воды минеральной и газированной не подслащенной и не ароматизированной за 2015 - первое полугодие 2019 гг. Отмечается положительная динамика темпов роста объемов производства на питьевую и минеральную воду за период 2017-2019 гг. В 2014 году индекс физического объема на питьевую и минеральную воду, составил 95,1%, что является наименьшим значением за последние 5 лет.

За 2019 год казахстанские компании выпустили 673,9 млн литров минеральных и газированных вод, что на 6,4% больше, чем годом ранее.

По итогам января–апреля 2019 года казахстанские производители перекрыли 92,4% от спроса на напитки и воду. На долю импорта пришлось лишь 7,6%. Впрочем, сами объемы импорта выросли за год сразу на 13,7%. Всего 4,6% ресурсов уходит на экспорт, остальное реализуется внутри страны.

Почти 92% всего рынка принадлежит отечественным производителям.

6. Производственные мощности

Потребность Казахстана в природной воде по нормам ВОЗ составляет 3 млрд. л в год. При этом в Казахстане всего производится бутилированной воды 0,8 млрд, из которых 40% это деминерализованная и деминерализованная вода и природная минеральная вода вместе взятые.

Турецкая компания “Coca-Cola İçecek” запустила производство безалкогольных напитков в г. Нур-Султан на территории специальной экономической зоны «Нур-Султан - новый город». Производственная мощность нового завода составляет 100 млн литров в год, вложенный инвестиционный капитал - 80 млн долл США.

Также масштабная модернизация начата на заводе Asia Waters - «Кокшетауские минеральные воды». К 2021 году здесь планируют перейти на выпуск 100% казахстанского продукта. До 2022 года мощность КМВ «Кокшетауские минеральные воды» будет составлять 400 млн литров в год.

В целом отечественные производители обеспечивают казахстанский рынок: по итогам 2019 года местные компании перекрыли 91,9% спроса.

При этом как импорт, так и экспорт из РК невелики: ввезено за 11 месяцев лишь 185,4 млн литров напитков и воды (+19,6% за год), вывезено — 110,8 млн литров (+11,3%).

Баланс ресурсов и использования. Воды минеральные и напитки безалкогольные Январь-август 2019 | млн литров

	2019	2018	Рост за год	2019	2018
Ресурсы	2 292,1	1 854,4	23,6%	Доля от ресурсов	
Производство	2 106,7	1 699,4	24,0%	91,9%	91,6%
Импорт	185,4	155,0	19,6%	8,1%	8,4%
Использование	2 292,1	1 854,4	23,6%	Доля от использования	
Экспорт	110,8	99,6	11,3%	4,8%	5,4%
Реализация на внутреннем рынке	2 181,3	1 754,8	24,3%	95,2%	94,6%

Источник: КС МНЭ РК

На долю рынка питьевой воды по разным оценкам приходится от 40% до 60% всего рынка безалкогольных напитков по объему. Ежегодный прирост продаж воды в год по различным данным составляет от 10 до 25%. Такая ситуация вполне объяснима: на фоне улучшения благосостояния населения и пропаганды здорового образа жизни потребительские предпочтения смещаются в сторону более "натуральных" альтернатив напитков - к воде и сокам.

По официальным данным Комитета по статистике РК общий объем производства минеральной и питьевой воды в Казахстане в 2016 году составил 524 млн. литров. В 2017 году производство выросло на 12% - до 605,8 млн. литров.

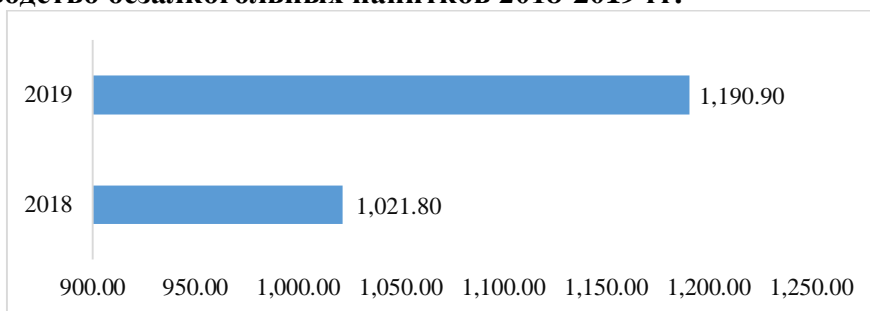
В 2018 году были загруженность казахстанских предприятий по производству минеральной воды составила 44,8%. Объем рынка в 2019 году составил 4 396 млн. литров, а к 2021 году есть возможность увеличить объем производства до 5 143 млн. литров.

Производство минеральной воды в натуральном выражении увеличилось с 492 589 тыс. литров в 2015 г. до 548 890 тыс. литров в 2018 г. (+11%). К концу 2018 г. удельный вес производства продукции сократился на 8%, составив 509 562 тыс. литра в натуральном выражении. По состоянию на 1 июля 2019 г. будет произведено 317 647 тыс. литров продукции, который к концу 2019 г. может превысить прошлогодний показатель.

7. Внешняя торговля

За январь-декабрь 2019 казахстанские компании выпустили 1,2 млрд литров напитков (на 14,1% больше, чем в 2018 году) и 544,5 млн литров минеральной и газированной воды (на 10,5% больше).

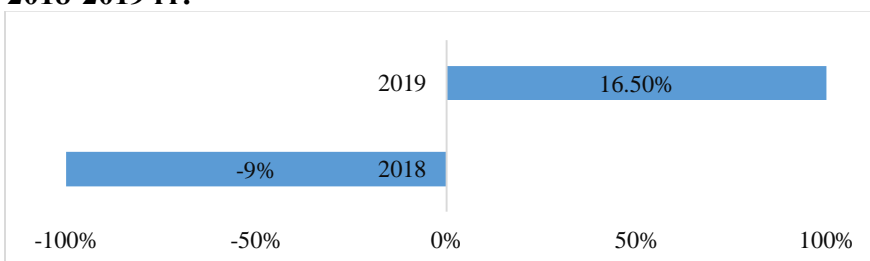
Производство безалкогольных напитков 2018-2019 гг.



Источник: КС МНЭ РК

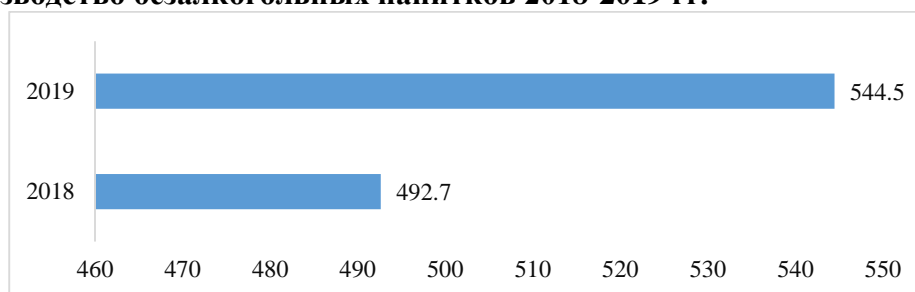
Для сравнения, показатели 2018 года уступали 2019 на 9% - для напитков, и сразу на 18,7% - для питьевой воды.

Рост за 2018-2019 гг.



Источник: КС МНЭ РК

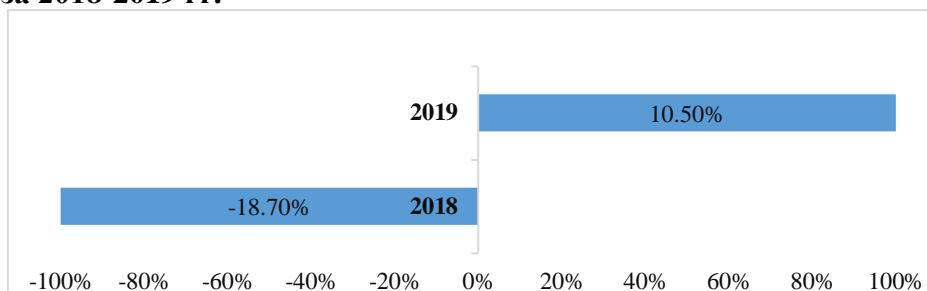
Производство безалкогольных напитков 2018-2019 гг.



Источник: КС МНЭ РК

Казахстанские производители по итогам января-ноября 2019 года перекрыли 93,2% от спроса на напитки и воду.

Рост за 2018-2019 гг.



Источник: КС МНЭ РК

На долю импорта осталось всего 6,8%. Впрочем, сам объем импорта вырос за год сразу на 22,3%. 7,4% ресурсов в секторе (производство + импорт) уходит на экспорт, остальное реализуется внутри страны.

1 января 2019 года вступил в силу регламент ЕАЭС «О безопасности упакованной питьевой воды, включая природную минеральную воду».

Регламент вызвал споры среди производителей - с одной стороны, Евразийская экономическая комиссия признала, что новые требования необходимы для наведения на рынке порядка. С другой - были исключены понятие и нормативы физиологической полноценности питьевой воды, требования к маркировке о полезных свойствах воды и понятие физиологической полноценности воды. Это может вызвать увеличение доли обессоленной и фильтрованной воды на рынке, но подобный дистиллят не считается полноценным и полезным для человека.

Импорт. Воды, включая минеральные и газированные, и прочие безалкогольные напитки. Январь-ноябрь 2019

	2019		2018		Рост за год	
	тыс. литров	тыс. долл.	тыс. литров	тыс. долл.	тыс. литров	тыс. долл.

		США		США		США
Всего	153 450,5	80 718,7	133 099,9	66 586,6	15,3%	21,2%
Страны СНГ	144 957,6	70 035,1	125 357,1	55 325,9	15,6%	26,6%
Россия	124 827,4	64 686,9	10 982,6	49 483,9	18,9%	30,7%
Кыргызстан	15 491,0	3 023,1	13 858,1	3 223,8	11,8%	-6,2%
Таджикистан	2 551,3	964,1	912,3	391,3	179,7%	146,4%
Узбекистан	1 011,3	497,4	1 741,1	759,8	-41,9%	-34,5%
Беларусь	389,0	352,0	3 194,2	1 002,7	87,8%	64,9%
Молдова, Республика	387,4	278,4	374,8	299,9	3,4%	-7,1%
Украина	124,1	71,5	138,4	79,0	-10,3%	-9,5%
Прочие	176,1	161,6	155,6	85,4	13,2%	89,3%
Остальные страны мира	8 492,8	10 683,6	7 742,8	11 260,7	9,7%	-5,1%
Грузия	2 682,8	1 692,6	3 364,3	2 249,3	-20,3%	-24,7%
Австрия	2 358,3	3 577,7	1 867,5	4 104,1	26,3%	-12,8%
Швейцария	1 482,3	2 249,6	1 191,2	2 554,4	24,4%	-11,9%
Нидерланды	552,3	925,8	277,0	472,9	99,4%	95,8%
Германия	364,6	859,1	384,1	900,3	-5,1%	-4,6%
Республика Корея	272,7	276,2	190,7	202,5	43,0%	36,4%
Турция	227,1	226,6	183,9	80,8	23,5%	180,5%
Иран, Исламская Республика	144,1	58,3	2,2	1,1	6563,0%	5297,2%
Бельгия	104,6	155,8	53,8	99,5	94,2%	56,6%
Прочие	304,1	661,9	228,1	595,9	33,3%	11,1%

Источник: КС МНЭ РК

8. Размер рынка

На долю рынка питьевой воды по данным КС МНЭ РК за 1 квартал 2020 года приходится от 40 до 60% всего рынка безалкогольных напитков по объему. Ежегодный прирост продаж воды в год по различным данным составляет от 10 до 25%. Такая ситуация вполне объяснима: на фоне улучшения благосостояния населения и пропаганды здорового образа жизни потребительские предпочтения смещаются в сторону более "натуральных" альтернатив напитков - к воде и сокам.

При этом среднедушевое потребление воды в РК все еще остается невысоким - около 24 литров на душу населения, тогда как в Европе этот показатель в несколько раз выше.

К началу 2020 года рынок питьевой воды подошел к стадии структурных изменений. Вероятнее всего, как показывает исследование, они будут связаны с увеличением доли премиальной продукции и ростом популярности воды в

оригинальной упаковке и крупной таре, а также с ростом популярности "спортивной" воды.

В регионах же возможно перераспределение рыночных долей между компаниями-производителями в условиях кризиса.

Рынок питьевой воды характеризуется следующими основными особенностями: внутреннее производство воды питьевой и минеральной составило в 2019 году 14% от емкости рынка, импорт в свою очередь занимает 86%. При этом наибольший рост в 2017 и 2018 годы происходил в сегменте питьевой воды в крупной таре - до 40%.

По официальным данным Комитета по статистике РК общий объем производства минеральной и питьевой воды в Казахстане в 2018 году составил 524 млн. литров. В 2019 году производство выросло на 12% - до 605,8 млн. литров. По прогнозам, объем рынка в 2020 году составит 4 396 млн. литров, а к 2021 году - 5 143 млн. литров.

Кроме того, перспективным рынком для отечественных производителей может стать Китай, где ощущается особенно сильная нехватка воды - там проживает около 1/5 от всего мирового населения, на которое приходится лишь 7% всех мировых запасов воды.

Водные ресурсы распределены по территории Китая неравномерно. Так, в северной части страны на одного жителя, в среднем, приходится 990 куб. метров воды, что в 5 раз меньше, чем на юге. Однако даже в южных регионах ощущается серьезная нехватка водных ресурсов. Дефицит воды в Китае составляет 40 млрд. куб. метров в год, при этом 75% дефицита приходится на орошение пахотных земель. Из 660 городов страны 400 испытывают постоянную нехватку воды, причем 110 городов, включая столицу, - острую нехватку.

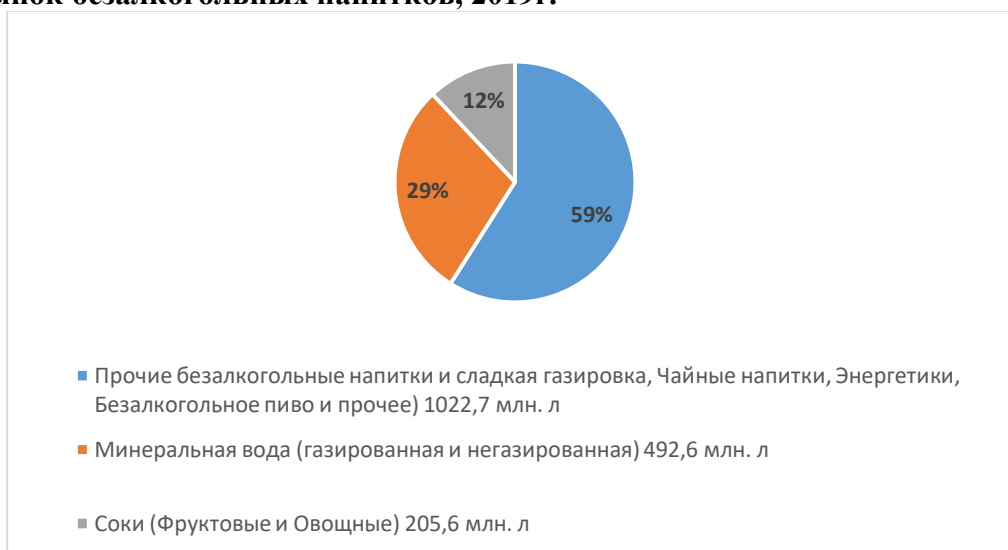
Согласно опросу общественного мнения обеспокоены или серьезно обеспокоены низким качеством питьевой воды 81% опрошенных, причем 38% непосредственно сталкивались или сталкиваются с этой проблемой. Именно с этой точки зрения следует рассматривать вопрос о перспективах экспорта воды из Казахстана, которая является ближайшим соседом КНР. Китай занимает важную роль во внешнеторговой деятельности РК. Серьезным преимуществом РК является территориальная близость к перспективным рынкам сбыта.

Средняя условная стоимость одной тонны импортированной минеральной воды на рынке Китая составила 646 долларов США. Самая высокая условная стоимость из приведенных стран зафиксирована в поставках из Норвегии (1 949 долл. США за тонну), самая низкая условная стоимость - из Казахстана (263 долл. США за тонну). Значительная разница в условных стоимостях за единицу продукции обусловлена различными факторами,

влияющими на уровень затрат в каждом отдельном государстве. Одним из таких факторов причин являются условия поставок, данные таможенной статистики (и национальной, и международной) по экспорту и импорту регистрируются в различных ценах (CIF и FOB).

Учитывая ситуацию, сложившуюся в пищевой отрасли Китая, казахстанским производителям стоит более пристально рассмотреть перспективы выхода на этот практически необъятный зарубежный рынок, а также оценить реальную возможность взаимовыгодных отношений с госструктурами КНР, отвечающими за обеспечение населения страны питьевой водой. Китай является нетто-импортером бутилированной воды и может рассматриваться как привлекательный рынок для продвижения своей продукции.

Рынок безалкогольных напитков, 2019г.



Источник: КС МНЭ РК

По официальным данным КС МНЭ РК, в Казахстане насчитывается 285 источников с подземными водами и 11 источников с лечебно-минеральной водой, расположенных в Акмолинской и Северо-Казахстанской областях. Минеральная вода богата высоким содержанием природных компонентов и представляет высокий экспортный потенциал по сравнению с родниками высокогорных зон, уступающих ей по химическому составу. Залегающие на глубине до 2 км, подземные водные озера соединены между собой сетью каналов, которые питают реки и озера, как например, озеро Боровое. Добыча минеральных вод в промышленных объемах способно вызвать эффект перетекания подземных озер в более глубокие земные горизонты, вследствие образования карстовых полостей, что значительно ускоряет процесс

истощения и повышает экологический риск. И, в отличие от водных резервов озера Байкал, запасы минеральных вод являются не возобновляемыми.

Анализ баланса ресурсов безалкогольных напитков в обрабатывающей промышленности РК за период 2015-2019 гг. показал, что свыше 90% производимой в стране продукции реализуется на внутреннем рынке.

Производство минеральной воды в натуральном выражении увеличилось с 492 589 тыс. литров в 2015 г. до 548 890 тыс. литров в 2016 г. (+11%). К концу 2017 г. удельный вес производства продукции сократился на 8%, составив 509 562 тыс. литра в натуральном выражении. По состоянию на 1 июля 2018 г. произведено 317 647 тыс. литров продукции, который к концу 2019 г. превысил прошлогодний показатель.

На долю производства минеральной воды в РК приходится в среднем 24% структуры производства безалкогольных напитков. В данную категорию не включены фруктовые и овощные соки. Вместе с тем на внутреннем рынке напитков присутствует высокая доля импорта аналогичной продукции.

В течение рассматриваемого периода отмечается рост доли экспорта безалкогольной продукции с 3,3% в 2018 г. до 6,3% в 2019 г. Из них, на долю минеральных вод, по официальным данным, приходится менее 1%, а на долю импорта в разные годы - от 3% до 5%.

Импорт и экспорт природных или искусственных минеральных, газированных вод, без добавления сахара или других подслащивающих, или вкусо-ароматических веществ в РК за период 2015-2019 гг., тыс. литров.

В структуре инвестиций по отраслям промышленности РК, на долю отрасли «Производство напитков» приходится в среднем 0,5%, уступая отрасли по добыче угля и лигнита (с удельным весом 1,4%), и опережает по объему инвестиций отрасли по производству табачных и текстильных изделий (с удельным весом 0,2% и 0,1%, соответственно).

В Казахстане 358 предприятий занимается производством и реализацией минеральных вод и безалкогольных напитков. Из них, свыше 90% предприятий по виду собственности являются малыми. В части фискального регулирования недропользователей, осуществляющих добычу подземных вод, то на протяжении 2017-2019 гг. налогооблагаемая ставка на добычу с природно-минеральных источников составляет около 2-3 тиын за 1 литр добытой воды.

Основным действующим и разработанным в Казахстане стандартом, регламентирующим качество и нормы безопасности минеральной воды, является СТ РК 452-2002 «Воды минеральные природные питьевые лечебно-столовые и лечебные». Кроме того, одобрен проект технического регламента ЕАЭС «О безопасности упакованной питьевой воды, включая природные

минеральные воды». В 2019 г. годовой оборот рынка бутилированной воды в денежном выражении оценен на сумму в 157 млрд. долларов США.

Если в целом рассматривать водные ресурсы страны, то текущее обмеление водных ресурсов (без учета сезонных, техногенных, паводковых наводнений) может оказать катастрофические последствия на сельское хозяйство, пищевую промышленность и прочие отрасли, тесно связанные с водообеспечением.

К началу 2020 года рынок питьевой воды подошел к стадии структурных изменений. Эти изменения могут быть связаны с увеличением доли премиальной продукции и ростом популярности воды в оригинальной упаковке и крупной таре, а также с ростом популярности воды.

В регионах же возможно перераспределение рыночных долей между компаниями-производителями в условиях кризиса.

Рынок питьевой воды характеризуется следующими основными особенностями: внутреннее производство воды питьевой и минеральной составило в 2019 году 14% от емкости рынка, импорт в свою очередь занимает 86%. При этом наибольший рост в 2018 и 2019 годы происходил в сегменте питьевой воды в крупной таре - до 40%.

Кроме того, перспективным рынком для отечественных производителей может стать Китай, где ощущается особенно сильная нехватка воды - там проживает около 1/5 от всего мирового населения, на которое приходится лишь 7% всех мировых запасов воды.

Основная тенденция в отрасли соков в европейских странах – бурный рост так называемых "функциональных" напитков (функциональный – любой сок, который позиционируется как полезный для здоровья). Спектр функциональных соковых напитков в Европе очень широк: от витаминизированных соков до соков, содержащих сою или лечебные травы, от детских соков до напитков для пожилых людей, от соков, повышающих работоспособность, до соков с кальцием для беременных женщин.

Казахстанскому потребителю пока не предлагаются функциональные соки, поскольку рынок "обычных" соков пока не достиг своего насыщения и не готов к существенной диверсификации. Соковый рынок сегментирован в основном по ценовому признаку. Общий объем рынка сокосодержащих напитков в 2019 г. достиг 173501,8 тыс. литров.

Среди основных факторов активного развития рынка можно выделить:

- рост доходов населения;
- процесс европеизации питания,
- осознание ценности здоровья,
- другие.

При этом следует признать, что существуют значительные диспропорции/разрывы в потреблении соков между различными категориями жителей страны, в зависимости от: места проживания (село-город), уровня доходов, культуры питания, образа жизни и прочих, которые по мере развития страны будут нивелироваться. Именно таким был путь европейских и американских рынков.

На казахстанском рынке прогнозируется развитие новых направлений: появляются, например, соки, обогащенные витаминами и минеральными веществами, соки для детей. Технология не стоит на месте, и поэтому на нашем соковом рынке возможно появление еще большего количества новых сегментов. Кроме того, поскольку, казахстанский рынок соков еще в стадии насыщения, наверняка будут появляться новые брэнды.

Предполагается тенденция усиления "профилактической" функции соков. В Европе, например, потребитель предпочитает употреблять не просто 100%-ные соки или нектары, а напитки, полезные для здоровья. В результате появляются напитки с определенным набором витаминов (АСЕ-напитки), минералов, напитки с добавлением растительных веществ (злаки, соя). Популярными становятся соки на молочной основе.

В Казахстане увеличение потребительского спроса на рынке сока связано, прежде всего, с повышением покупательской способности населения. Однако есть еще одно важное обстоятельство – возрастающий интерес потребителя к экологически чистым продуктам. Спрос на соковую продукцию, предположительно будет расти за счет потребности нейтрализовать воздействие вредных факторов жизни в крупных городах, а также пополнить недостаток витаминов в организме.

Тенденции развития рынка соков предполагают, что предпочтения потребителей переместятся в более дорогие сегменты, то есть, очевидно, будет увеличиваться доля соков класса premium.

По оценкам экспертов, потребление соков в Казахстане будет увеличиваться более быстрыми темпами, чем потребление других категорий напитков (например, пива и газированной воды). Аналитики объясняют это увеличением количества граждан страны, которые все больше уделяют внимание здоровому образу жизни и здоровому питанию.

На рынке соков Казахстана начинают развиваться новые направления: соки, обогащенные витаминами и минеральными веществами, соки с различными растительными добавками, соки для детей. Технологии не стоят на месте, и поэтому на соковом рынке страны возможно появление еще большего количества новых сегментов.

Отмечается тенденция усиления "профилактической" функции соков, т.е. полезных для здоровья. Производители предлагают "миксированные"

напитки, в которых присутствуют провитамины А, С и Е. Чаще всего это напитки на основе микса апельсина, моркови и лимона. В 2020 году сегменты оздоровительных напитков, сезонных (летних освежающих), а также, возможно, энергетических напитков будут активно развиваться.

9. Обзор цен

Цена является показателем, который зависит от многих факторов, основными из которых являются:

- Качество товара
- Бренды, торговые марки,
- Упаковка,
- Расфасовка,
- Ассортимент,
- Категория торгового предприятия, в котором продается сок,
- Географические и территориальные различия.

Розничные цены. Цены на наиболее потребляемые виды соков зависят от бренда: более дорогой – сок Gracío, для потребителей со средним достатком более доступным является сок Айналайын.

Региональные различия цен на соки в минимаркетах приведены на примере трех ведущих брендов соков: Gracío, Juicy и Айналайын.

Различие цен на соки по регионам имеется, хотя и незначительное: в среднем отклонения не превышают 10 – 15 тенге за 1 литр. Таким образом, можно сказать, что рынок соков в Казахстане развит и сам стабилизирует цену.

Цена на сок Айналайын повышается в минимаркетах Нур-Султана и Костаная, Juicy дорожает в Нур-Султане и, незначительно, в Костанаяе и Усть-Каменогорске. Можно отметить общее повышение цены на соки в Астане. Наибольший разрыв цен в среднем наблюдается между минимаркетами Нур-Султана и Павлодара.

Оптовые цены. На оптовых рынках цены в среднем на 10 - 18% ниже по сравнению с другими категориями торговых предприятий. При этом отмечены и региональные различия в ценах на сок Gracío, продаваемый на оптовых рынках. Сравнительно дешевым оказался сок на оптовых рынках в Шымкенте. На момент наблюдения отсутствовал сок Gracío на оптовых рынках в Нур-Султане и Усть-Каменогорске, поэтому цены в данных регионах не указаны. Качество соков По мнению продавцов розничных магазинов, которые работают в непосредственном контакте с покупателями и понимают их запросы, требования покупателей к качеству соков постоянно возрастают, часто опережая рост их покупательской способности.

В основе лидирующих позиций популярных соков лежит, прежде всего, качество продукта - основа конкурентоспособности любого товара. Плюс к этому в понятие качества включается еще несколько компонентов (внешне доступных признаков):

- дизайн, конструкция упаковки;
- имидж марки;
- места продажи и выкладки;
- прочее.

Рынок Казахстана требует обеспечения качества на постоянном уровне, без скачков в ту или иную стороны. В случаях перепадов в качестве (они случаются по разным причинам даже у самых известных производителей), потребитель, испытав смятение, раздражение, переходит на другие марки. Таким образом, все предшествующие затраты на привлечение покупателя девальвируются в одночасье.

Цены предприятий-производителей промышленной продукции (без НДС) в Республике Казахстан за период 2014-2019 гг. в период с начала года в тенге за единицу измерения.

Индекс потребительских цен характеризует изменение во времени общего уровня цен на товары и услуги, приобретаемые населением для личного потребления.

Розничные цены. Питьевая вода, продаваемая в емкостях. тг за л.

	2019	2018	Рост за год
Казахстан	80,9	77	4,8%
Нур-Султан	81	77	5,2%
Алматы	92	87	5,7%
Актау	72	68	5,9%
Актобе	68	64	6,3%
Атырау	88	84	4,8%
Жезказган	69	68	1,5%
Кокшетау	82	80	2,5%
Караганда	62	60	3,3%
Костанай	89	88	1,1%
Кызылорда	85	83	2,4%
Уральск	58	55	5,5%
Усть-Каменогорск	87	85	2,4%
Павлодар	82	76	7,9%
Петропавловск	87	85	2,4%
Семей	87	82	6,1%
Талдыкорган	78	78	0,0%

Тараз	89	84	6,0%
Шымкент	79	70	12,9%
Туркестан	81	-	-

Источник: КС МНЭ РК

К началу 2019 года литр питьевой бутилированной воды стоил в магазинах и на базарах 77,9 тг, на 2,7% больше, чем в 2018 году.

Дороже всего вода стоила в Костанаве (88 тг за л, +3,5% за год), Алматы (87 тг за л, +1,2% за год) и Усть-Каменогорске (87 тг за л, +2,4% за год).

К октябрю 2018 года литр бутилированной воды в среднем по РК стоил 80,9 тенге, что на 4,8% больше, чем в сентябре 2019 года.

Среди крупных городов и мегаполисов страны дороже всего питьевая вода обходится жителям Алматы (92 тенге за литр, +5,7% за год), Тараза (89 тенге за литр, +6% за год) и Атырау (88 тенге за литр, +4,8% за год).

Наиболее заметный рост цен наблюдается в Шымкенте — сразу на 12,9% за год. Для сравнения, в Талдыкоргане цена за год не изменилась (78 тенге за литр).

Самая дешевая вода в емкостях — в Уральске (58 тенге за литр, +5,5% за год), в Караганде (62 тенге за литр, +3,3% за год) и в Жезказгане (69 тенге за литр, +1,5% за год).

Розничные цены. Питьевая вода, продаваемая в емкостях, тг за л.

	2017	2016	Рост за год
Казахстан	77,92	75,88	2,7%
Нур-Султан	75	76	-1,3%
Алматы	87	86	1,2%
Актау	70	67	4,5%
Актобе	67	65	3,1%
Атырау	84	84	0,0%
Жезказган	67	72	-6,9%
Кокшетау	80	76	5,3%
Караганда	60	56	7,1%
Костанай	88	85	3,5%
Кызылорда	86	82	4,9%
Уральск	55	54	1,9%
Усть-Каменогорск	87	85	2,4%
Павлодар	76	74	2,7%
Петропавловск	85	83	2,4%
Семей	85	79	7,6%
Талдыкорган	81	77	5,2%

Тараз	84	80	5,0%
Шымкент	71	71	0,0%

Источник: КС МНЭ РК

Цены на импортный товар также фиксируется. В 2019 году импорт минеральной и газированной воды и напитков, исключая фруктовые и овощные соки, в РК за 11 месяцев достиг 153,45 млн литров, на 80,7 млн долл. США.

Главные страны — поставщики напитков в РК — Россия, Кыргызстан, Грузия, Таджикистан и Австрия.

Безалкогольные напитки по итогам января–декабря 2019 года выросли в цене к аналогичному периоду годом ранее на 7,3%. Непосредственно минеральная и питьевая вода подорожала на 8,6%, прохладительные напитки — на 12,6%.

В декабре в городах Казахстана литр бутилированной питьевой воды стоил 90,3 тг — на 9,3% больше, чем в декабре 2018-го. Самые высокие цены зафиксированы с Семее, Алматы и Усть-Каменогорске.

С начала 2020 года (июнь 2020 г. к декабрю 2019 г.) повышение цен отмечено на минеральную и питьевую воду - 6,8%, прохладительные напитки - на 4%. В сфере жилищно-коммунальных услуг тарифы на горячую воду снизились на 7,7%, канализацию - на 6,2%, холодную воду - на 5,6%, отопление центральное - на 3,4%, а на вывоз мусора - повысились на 9%, электроэнергию - на 2,2%.

При этом среднедушевое потребление минеральной воды в РК все еще остается невысоким - около 24 литров на душу населения, тогда как в Европе этот показатель в несколько раз выше.

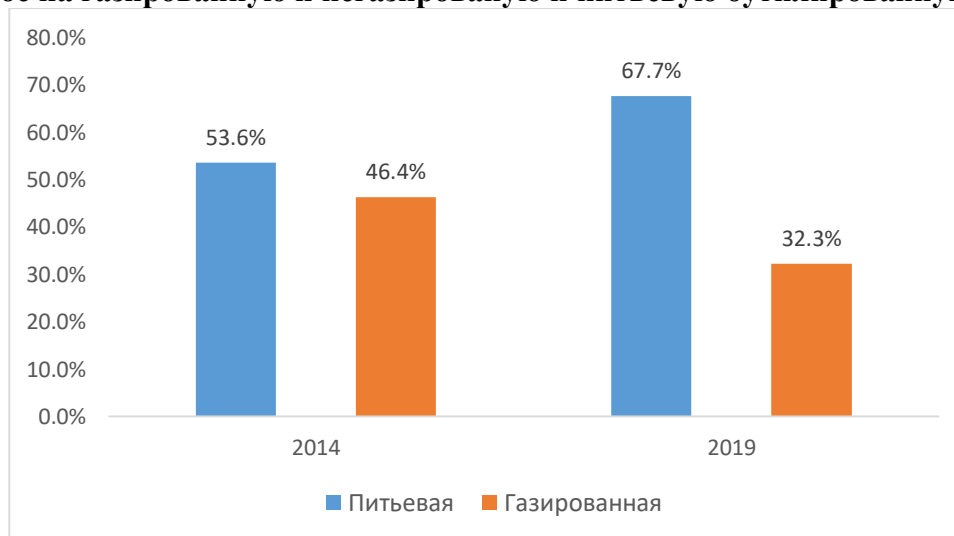
Индекс потребительских цен, характеризующий уровень инфляции, показывает изменение цен на товары и услуги, приобретаемые населением для личного потребления. Набор товаров и услуг включает 510 позиций. Регистрация цен производится по выборочной сети предприятий торговли и сферы услуг различных форм собственности во всех областных центрах, столице и определенному кругу городов и районных центров. Используемая для агрегирования система весов в части их расходов рассчитывается на основании материалов обследований домашних хозяйств за предшествующий год.

10. Потребительское поведение

За период с 2014 по 2019 потребители продолжают выбирать сладкое и вкусное, а именно газировку (почти 45% в 2014 г. и сократилось почти до 32% в 2019 г.). Ежегодные колебания в объеме достигали -3% до +6%, что в

большей степени объясняется погодными условиями. Помимо этого, влияние оказали тренд здорового образа жизни и активная рекламная поддержка мировых брендов. Рынок напитков стабилен также и по причине сокращения потребления постоянно дорожающих соков, их цена выросла на 42% за это время.

Спрос на газированную и негазированную и питьевую бутилированную воду, %



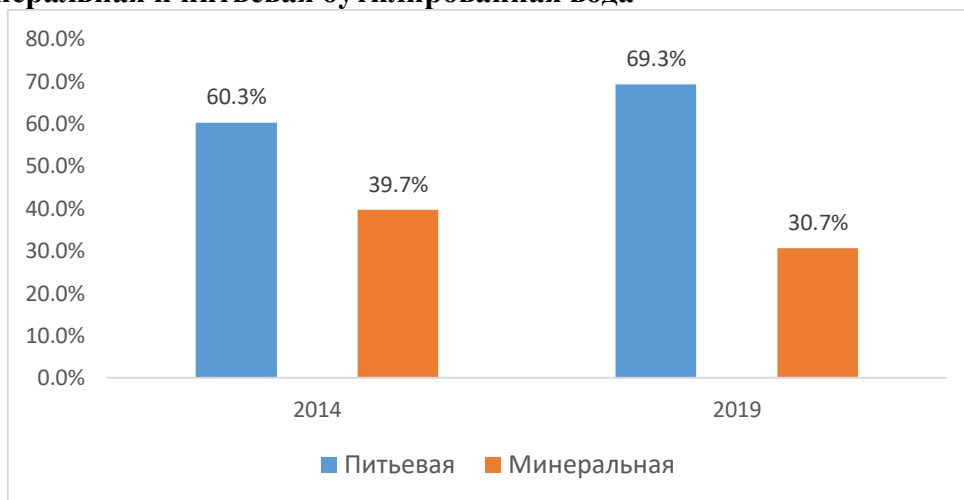
Источник: КС МНЭ РК

На этом фоне уверенный рост показала бутилированная вода, которая приросла на 21%. Ориентация потребителей на ЗОЖ стала более заметной.

Также значительно приросла категория энергетических напитков (+62%). Рост, прежде всего, объясняется относительной новизной категории и ее популярностью среди молодежи. Параллельный рост двух противоположных по смыслу категорий говорит о еще несформировавшемся в чистом виде тренде правильного питания по всей массе потребителей.

В целом за 2014-2019 гг. потребление напитков сократилось на -5%. В большей степени на отрицательную динамику повлиял спад в соках и сокосодержащих напитках. Их потребление сократилось более чем в 2 раза за период с 2014 года по 2019 год. На 18% также снизилось потребление холодных чаев.

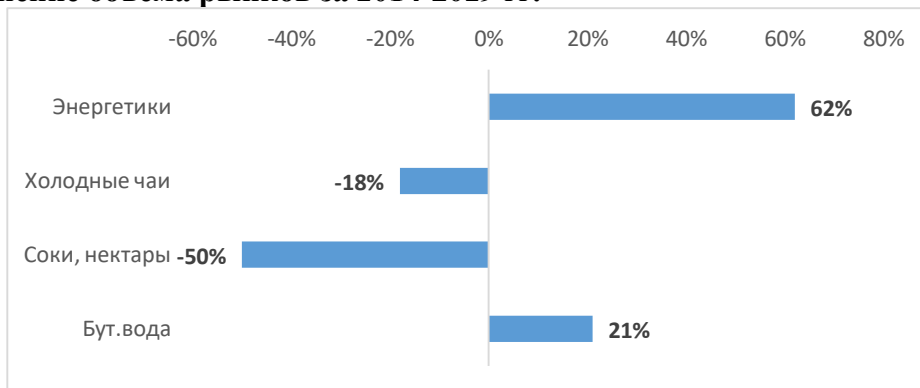
Минеральная и питьевая бутилированная вода



Источник: КС МНЭ РК

Заявление о необходимости питья 2-х литров воды в день вылилось в увеличение потребления бутилированной воды. А новость о большей пользе негазированной воды с домыслами о возможном вреде газированной сыграли решающую роль. Потребитель сделал свой выбор в пользу «полезной» негазированной воды. На ее долю приходится чуть менее 70%.

Изменение объема рынков за 2014-2019 гг.



Источник: КС МНЭ РК

Такой стремительный рост и доля негазированной воды говорит о реальном изменении потребительских предпочтений и все большей осведомленности о пользе и роли продуктов.

За 2014-2019 гг. происходит снижение популярности соков и нектаров, но растет доля легких напитков с содержанием соков. Это говорит как о некотором снижении покупательской способности, так и в определенной степени стремлением потребителей к здоровому питанию и растущим пониманием питательной ценности продуктов.

К началу уже можно задумываться о запуске на рынок столь популярных в Европе напитков на базе сока с добавлением воды, например, фруктовые воды, сок с газированной водой, домашние лимонады. В 2014 году рынок был не готов к таким разбавленным продуктам.

С января 2020 г. при построении ИПЦ (Индекс потребительских цен) доля продовольственных товаров составляет 39,0%, непродовольственных - 28,9%, платных услуг - 32,1%.

Рынок бутилированной воды направлен на удовлетворение одной из важнейших, жизненно необходимых потребностей человека - потребности в воде. Это означает, что при отсутствии или недостаточном качестве альтернативных источников этого важнейшего ресурса (воды) человек в любом случае будет вынужден приобретать бутилированную воду в значительных количествах.

Таким образом, при классификации мотивов потребителей на рынке бутилированной воды, их можно разделить на две основные группы - "вынужденные" и "добровольные".

Характерно коренное изменение потребительского поведения на описываемом рынке по сравнению со второй половиной 20 века, когда на территории Казахстана происходила активная урбанизация, которая сопровождалась созданием систем централизованного водоснабжения и водоотведения. В то время основные потребности в воде обеспечивались:

- для городского населения - относительно новыми централизованными водопроводными сетями, созданными с достаточно высоким качеством проектирования и строительства;

- для сельской местности, городских окраин и малозаселенных районов
- использовались различные схемы водоснабжения, в том числе - на базе поверхностных вод, колодцев, артезианских скважин, водоводов, подвоза воды цистернами.

При этом местности, в которых не удавалось наладить приемлемый уровень водоснабжения просто останавливались в развитии.

Использование бутилированной воды как одного из базовых источников питьевого водоснабжения не рассматривалось. Вода в стеклянной таре предназначалась для 2-х целей: - лечебные и лечебно-профилактические воды

- по своему прямому медицинскому назначению;
- газированная вода (различного происхождения и способа производства)
- как прохладительный напиток.

Основную конкуренцию газированной бутилированной воде в крупных городах составляли вендинговые аппараты, газифицирующие водопроводную воду, без какой-либо предварительной подготовки.

В 21-м веке ситуация с потреблением воды изменилась кардинально. Поверхностные и неглубокие подземные источники воды подвергаются загрязнению, построенные в прошлом веке водопроводы деградируют и становятся источниками вторичного загрязнения подающейся населению воды. Несмотря на принимаемые государством меры (завершившаяся в 2010 году программа "Питьевая вода", новая госпрограмма "Ак булак"), по ощущениям потребителей качество водопроводной воды продолжает ухудшаться. Причём это происходит не только в удалённых и малонаселённых районах, но и в крупнейших и наиболее развитых мегаполисах страны.

Низкое качество водопроводной воды в столице приводит к тому, что каждый житель Нур-Султана вынужден тратить до 5 000 тенге в месяц на приобретение воды. Бутилированная вода приобретается не только для питья, но и для приготовления пищи, поскольку водопроводная, даже при применении фильтров и после кипячения, по мнению многих покупателей остаётся опасной и не вкусной. На столичном рынке активно развивается специфический бизнес розлива фильтрованной водопроводной воды. В магазинах, на рынках, в организациях устанавливаются вендинговые аппараты, оборудованные мощными фильтрами. В жилых районах к некоторым таким аппаратам в вечернее время выстраиваются очереди.

Данный вид бизнеса слабо поддаётся санитарному контролю, поскольку юридически в таких аппаратах разливается вода из централизованного водопровода, уже прошедшая все проверки госорганами (по крайней мере - формально). Однако существуют, как минимум, два вида рисков при употреблении воды такого происхождения. Использование мощных фильтров может приводить к обеднению воды полезными минералами, в этом случае постоянное использование такой воды приведёт к нарушению водно-солевого баланса человеческого организма. Возможна и противоположная ситуация - если оператор аппарата пренебрегает своевременной заменой фильтров, то они могут стать источником вторичного заражения воды опасными веществами и микроорганизмами.

Несмотря на эти угрозы, вода из вендинговых аппаратов пользуется высокой популярностью в г. Нур-Султан, поскольку стоимость 10-15 тенге за литр позволяет ей выигрывать конкуренцию у бутилированной воды, особенно при покупке большого объёма (5 литров и более).

В других регионах этот, относительно новый, вид бизнеса пока не получил массового распространения.

Алматы является лидером среди регионов по потреблению бутилированной воды. В Алматы ситуация с водоснабжением значительно лучше, южная столица лучше других крупных городов Казахстана обеспечена качественной водой. Но это, в основном, относится к старой (верхней) части

города, а ситуация в новых районах и пригородах очень сильно различается. Да и в центре качество воды постепенно падает, так как сказывается износ водопроводных труб и истощение используемых для снабжения города водоносных горизонтов.

Таким образом, можно констатировать, что система централизованная система водоснабжения не обеспечивает достаточного качества воды и жители большинства регионов Казахстана вынуждены самостоятельно искать решение этой проблемы. Потребление бутилированной питьевой воды является наиболее очевидным вариантом практически для всех типов населенных пунктов.

Поскольку вода потребляется постоянно и в довольно больших количествах, расходы на бутилированную воду могут стать существенной суммой бюджета многих домохозяйств. Соответственно, цена будет ими рассматриваться как основной критерий выбора.

Потребительские предпочтения сильно отличаются по регионам и даже отдельным населенным пунктам (в зависимости от наличия местных производителей или активности определенных дистрибьюторов). В целом по стране в число наиболее популярных марок входят:

- Тибетская - 65%
- Хрустальная - 54 %
- Серебряная - 46%
- Тассай - 46%.

Отдельный сегмент рынка составляют службы доставки воды в бутылках, ёмкостью 19л. По цене за литр такой вариант покупки воды значительно выгоднее покупки воды в торговых точках. Так, в городах в пересчёте на литр вода в бутылках обойдётся от 18 (при самовывозе) - 22 (с доставкой) до 38 тенге.

Постепенно этот сегмент может потеснить все остальные, поскольку соответствует основным потребительским предпочтениям - при приемлемой цене обеспечивается достаточное качество.

К недостаткам данного способа обеспечения своей семьи или сотрудников предприятия водой относится недостаточная осведомленность потребителей о происхождении и качественных характеристиках поставляемой воды. Если этикетки продукции, распространяемой через торговые сети, оформляются в соответствии с ГОСТами и техническими условиями, с указанием минерального состава, скважины - источника, то 19-литровые бутылки зачастую приходят без этикеток, сведения о качестве и свойствах поставляемой воды не содержатся в договорах.

На начало 2020 года только в Алматы насчитывается свыше 40 служб доставки воды. По данным опроса, при выборе службы потребители ориентируются на:

- цену воды;
- оперативность доставки;
- условия предоставления оборудования (кулера).

Качественные характеристики даже не упоминаются. Часть потребителей считают, что качество такой воды "по умолчанию" является высоким, другие просто понимают, что у них нет информации для объективной его проверки.

Потребление минеральной и газированной воды имеет особенности некоторые, из которых можно отнести к потребительским мифам. Так, менее половины потребителей (42% опрошенных) различают понятия минеральной, газированной, лечебной, лечебно-столовой воды.

Ограниченный круг "профессиональных" потребителей, составляющий не более четверти всех потребителей, знает, какую воду им надо употреблять в соответствии с их здоровьем, возрастными и физиологическими особенностями. Как правило, это люди, страдающие хроническими заболеваниями, которым по медицинским показаниям рекомендовано использование вод с определенным минеральным составом или лица, имеющие опыт посещения курортов с лечением минеральными водами и их родственники.

Для таких потребителей качественные показатели воды, которые в данном случае определяются химическим составом минерализации и/или местом происхождения из конкретного месторождения или скважины, являются абсолютным приоритетом. Цена, тип и размер упаковки, бренд - имеют значение только во вторую очередь.

Основная масса потребителей минеральной воды воспринимает "минералку" как вообще полезный продукт, потребление которого полезно в любом случае. Некоторые производители используют такие взгляды активно пропагандируя "природные", "целебные" свойства своей продукции, подчёркивая наличие в ней различных минеральных веществ. При этом те же самые химические элементы могут упоминаться в аналитических отчётах учёных как опасные и делающие подземные источники воды непригодными для ежедневного потребления.

Можно сказать, что значительная часть потребителей воспринимает употребление "минералки" как оздоровительную процедуру. При наложении этих взглядов на формирующуюся моду на здоровый образ жизни у молодёжи и нарастающее беспокойство о здоровье у людей старшего возраста, определяется основная маркетинговая стратегия продвижения минеральной воды. Нужно обещать потребителю чистую, целебную, обогащённую полезными минералами, ионами, серебром, происходящую из горной, лесной местности из знаменитого источника. Именно такую стратегию использует

большинство казахстанских производителей, успешно оттесняющих "во второй ряд" глобальных производителей.

Дело в том, что мировые марки глобальных производителей производятся во всем мире по единым стандартам и никак не привязаны к каким-либо природным источникам. Такая вода производится путём глубокой очистки водопроводной воды с последующей минерализацией добавлением необходимых солей. Эти производители не могут предложить красивой легенды о особенной целебности своей воды и ограничиваются стандартными методами продвижения - качественная упаковка, дистрибуция.

Лидирующие в Казахстане (или в отдельных регионах) марки Асем Ай - Сарыагаш", Алекс - Сарыагаш, Тассай, Vita, Павлодарская, Челкарская, совокупная доля рынка которых превышает 95%, используют именно стратегию продвижения воды с уникальными природными целебными свойствами.

Зарубежные бренды, которые сохраняют заметное присутствие на казахском рынке воздействуют на те же эмоции потребителей. Это относится и к Боржоми, и к Нарзану, и к Эвиану.

Существует устойчивое, но верное лишь отчасти, восприятие рынка минеральной воды как сезонного. Действительно, в летний период потребление всех видов бутилированной воды возрастает. В последние годы рост продаж в летний сезон выше "обычного" уровня на 25-30%. Но с каждым годом эта разница уменьшается.

Объясняется это просто, постепенно бутилированная вода из "прохладительного напитка" превращается в сознании потребителей в один из основных жизненно важных вне зависимости от сезона продуктов.

Казахстанский рынок соков – один из стремительно развивающихся секторов экономики. Казахстанцы стали пить больше соков, что не может не радовать, так как говорит о росте покупательной способности и о том, что отечественный потребитель поворачивается в сторону продуктов натуральных и полезных. На рынке соков существует определенная сезонность: весной и осенью спрос на соки повышается, а летом наступает некоторый спад. Спектр соков достаточно широк – к ним относят соки, нектары, сокосодержащие напитки. В Казахстане принят ГОСТ, в котором четко расписано, какой напиток может называться 100-процентным соком, какой нектаром, а какой относится к сокосодержащим напиткам.

Согласно расчетных данных потребление фруктовых и овощных соков на одного жителя Казахстана составляет в среднем 8,4 литра в год. С учетом тропических соков – 11-12 литров. Однако среднестатистическое потребление сока в Казахстане значительно отстает от средних показателей развитых стран:

- США – до 70 литров;

- Германия – 43-45 литров;
- Финляндия – 18 литров (только апельсинового сока);
- Россия – 16-18 литров.

Потребление соков в Казахстане характеризуется умеренным уровнем потребления - 8,4 литра на человека. Проведенный анализ выявил, что типичными потребителями соков являются казахстанцы в возрасте до 25 лет (41,1%), имеющие средний и высокий уровни доходов. Покупку соков в семье преимущественно осуществляют женщины (75,8%), однако активными потребителями соков являются все члены семьи. Наиболее активно покупают соки в семьях, имеющих детей, поскольку соки и нектары любого ценового сегмента содержат витамины и микроэлементы, так необходимые детскому организму.

Потребность Республики Казахстан в натуральных соках почти на 75% обеспечивается собственным производством. Рынок Казахстана имеет производственный потенциал развития в виде крупных и средних предприятий. Однако, в виду сложившейся макроэкономической ситуацией в период с 2016 до 2019 года снижение объемов производства в целом по Республике составило около 6%.

В 2019 году в январе проведен анализ исследования компанией «AlvinMarket» по потреблению безалкогольных напитков в Казахстане, в частности соков, холодного чая, минеральной воды и сладких газированных напитков.

Исследование проводилось в городах с населением свыше 70 тыс. человек, и в нем приняли участие 1600 человек. Как и во всем мире, минеральная вода в бутылках является наиболее популярным источником утоления жажды среди жителей Казахстана. Так, на вопрос «Какие из перечисленных напитков Вы пили за последние 2 месяца?» порядка 75% респондентов указали минеральную воду. На втором месте по популярности в Казахстане расположились всевозможные сокосодержащие напитки. Это неудивительно, на фоне мирового тренда заботы о здоровье и выбора полезных продуктов. Естественно, что в данный список не могли не попасть безалкогольные газированные напитки, типа Cola или Fanta, которые стали уже «классикой жанра» среди населения определенного возраста. Как и во всем мире, в Казахстане наблюдается рост популярности холодного чая, именно его употребляли порядка 40% опрошенных. И так согласно статистики сокосодержащие напитки находятся на втором месте по объемам потребления. Производимый нами продукт является конкурентоспособным и основан на вполне реальном опыте производства. Объем производимой продукции реализуется на 85% из-за слабой маркетинговой политики нашей

компании и финансирования всех свободных капиталов в наращивание оборотной части. Узнаваемость бренда 5%.

11. Описание сложившейся конъюнктуры рынка по продукту/услуге проекта

В Казахстане имеются значительные запасы естественной минеральной воды, а именно на территории 3 миллиона гектаров - с ежегодным объемом добычи приблизительно 11 миллионов кубических метров. Кроме того, ввиду больших залежей полезных ископаемых, извлекаемая и бутилированная минеральная вода обладает множеством различных составов и уровней минерализации. Отличительной особенностью минеральной воды из Казахстана является ее пригодность для ежедневного использования и минеральный состав, приближенный к составу столовой воды, что объясняет отсутствие ограничений в ее употреблении с несомненной пользой для здоровья.

Казахстанская минеральная вода содержит уникальные и важные элементы, такие как: йод и другие редкие элементы, подобные ванадию, имеющему показания для профилактики диабета. Есть также интересные виды минеральных вод, основанных на лекарственных травах и корнях.

Кроме того, казахстанская минеральная вода содержит много элементов, полезных для организма, например: бром, фтор, калий, кальций, натрий.

Рынок питьевой воды в 2020 году является одним из самых динамично развивающихся в мире. Причины: плохая экология и все усиливающаяся популяризация здорового образа жизни, что побуждает людей покупать напитки в магазинах, отказываясь от водопроводной воды и природных источников. В условиях кризиса этот сегмент несет минимальные потери, так как вода является товаром первой необходимости.

На долю рынка питьевой воды в стране по разным оценкам приходится от 40 до 60% всего рынка безалкогольных напитков по объему. Ежегодный прирост продаж воды в год по различным данным составляет от 10 до 25%. Такая ситуация вполне объяснима: на фоне улучшения благосостояния населения и пропаганды здорового образа жизни потребительские предпочтения смещаются в сторону более "натуральных" альтернатив напитков - к воде и сокам.

За первый квартал 2019 рост потребления воды и безалкогольных напитков превысил 22%, за месяц минеральная и столовая бутилированная питьевая вода подорожала в городах РК на 1,6%, до 94,3 тг за литр. Годовой рост цен составил почти 10%. Дороже всего за возможность утолить жажду в жаркую погоду приходится платить жителям Атырау (116 тг за литр воды, продаваемой в ёмкостях), Семей (109 тг) и Петропавловска (104 тг).

Производство минеральной и газированной воды в период пандемии COVID-19 сократилось: за январь–апрель было выпущено 185 млн литров — минус 3,4% за год. Ранее два года подряд объёмы производства в секторе стабильно росли. В то же время выпуск прочих безалкогольных напитков, напротив, вырос: на 4,2%, до 488,9 млн литров.

Производство воды, минеральные напитки. 2010- январь-апрель 2020 | млн литров



Источник: КС МНЭ РК

По итогам первого квартала года казахстанские компании практически полностью обеспечили спрос на безалкогольные напитки: 92% всех внутренних и внешних продаж перекрыты местным производством. Заметим, пить казахстанцы стали больше: потребление воды и прочих напитков на внутреннем рынке страны за январь–март выросло в сравнении с прошлым годом сразу на 22,2%.

Баланс ресурсов и использования. Воды минеральные и напитки безалкогольные Январь-март 2020 | млн литров

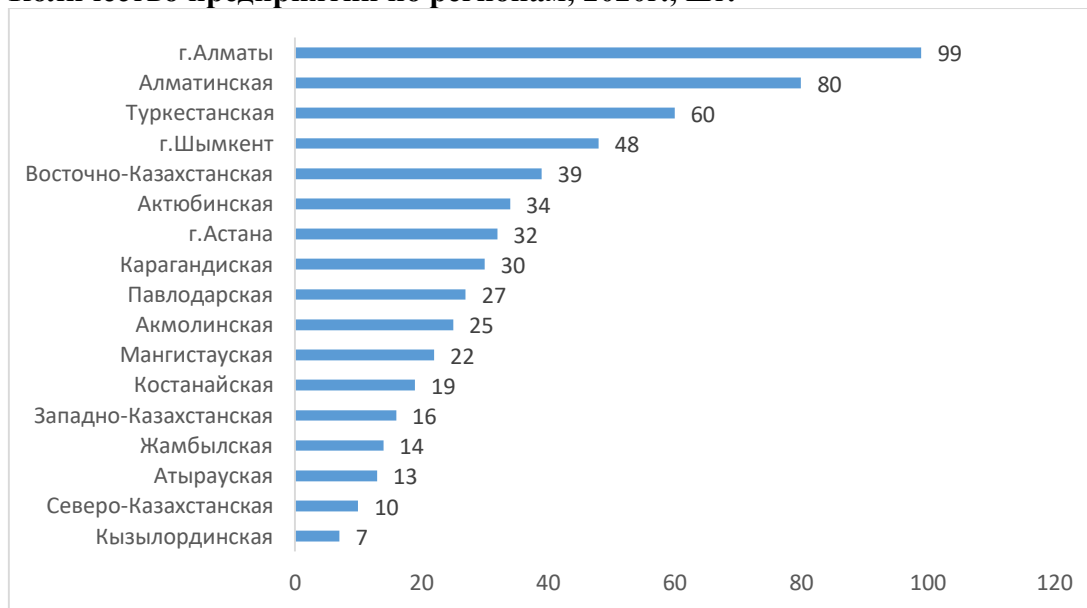
	2020/03	2019/03	Рост за год	2020/03	2019/03
Ресурсы	569,2	471,5	20,7%	Доля от ресурсов	
Производство	523,6	436,9	19,9%	92,0%	92,7%
Импорт	45,5	34,6	31,5%	8,0%	7,3%
Использование	569,2	471,5	20,7%	Доля от использования	
Экспорт	20,0	22,2	-9,7%	3,5%	4,7%
Реализация на внутреннем рынке	549,2	449,3	22,2%	96,5%	95,3%

Источник: КС МНЭ РК

Производители напитков в Казахстане по регионам

Наибольшее количество производителей напитков в Казахстане находится в Алматы 99. На втором месте по количеству — Алматинская область: 80. На третьем — недавно образованная Туркестанская область: 60 предприятий.

Количество предприятий по регионам, 2020г., шт.

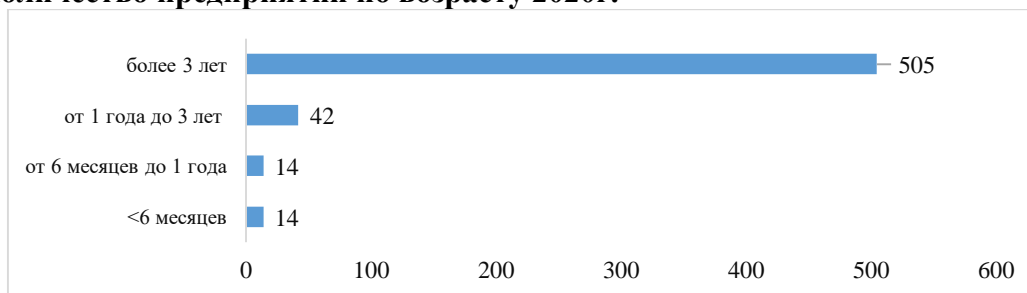


Источник: КС МНЭ РК

Наименьшее количество производителей напитков находятся в Атырауской, Северо-Казахстанской и Кызылординской областях: 13, 10 и 7 соответственно.

Основную часть производителей напитков (93%) составляют малые компании, с численностью работников до 50 человек - 533. Средних предприятий, с численностью от 51 до 250 человек - 25. Крупных производителей напитков, с численностью от 251 и больше - 17.

Количество предприятий по возрасту 2020г.

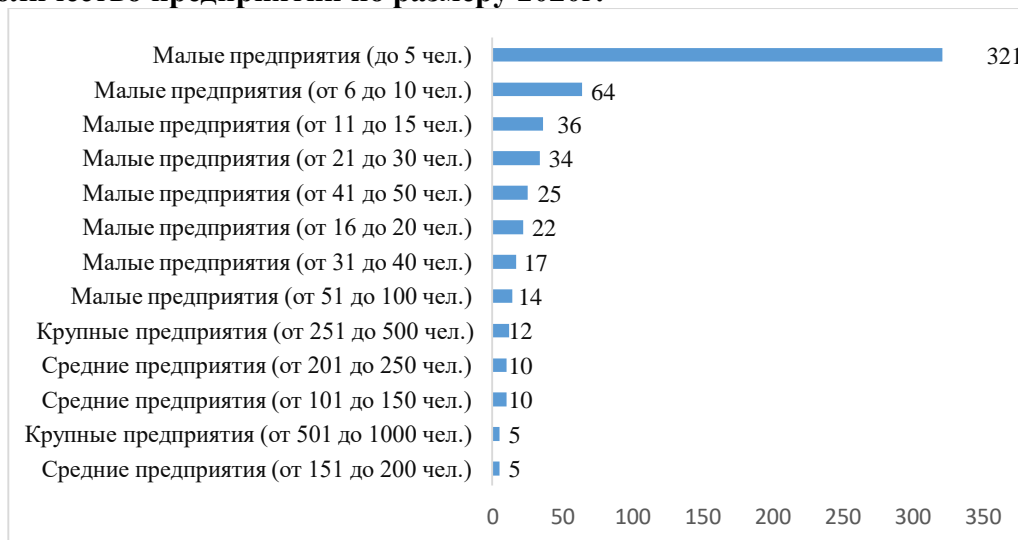


Источник: КС МНЭ РК

Новые производства напитков в Казахстане появляются регулярно.

За последний год в Казахстане было открыто 28 предприятий по производству напитков. Возрастом от 1 года до 3-х — 42 производителя. 86% от всех производителей — компании, старше 3-х лет (505).

Количество предприятий по размеру 2020г.



Источник: КС МНЭ РК

За 11 месяцев 2019 года 185,4 млн. литров импортных напитков и воды. Объем экспортированной продукции составил 110,8 млн. литров. Импорт минеральной и газированной воды и напитков, за исключением фруктовых и овощных соков, составил 153,5 млн. литров или 80,7 млн. Дошел до доллара США. При этом цены на безалкогольные напитки выросли на 7,3% по сравнению с прошлым годом. Цены на прямую минеральную и питьевую воду выросли на 8,6%, безалкогольные напитки - на 12,6%.

По состоянию на декабрь 2019 года литр бутилированной питьевой воды в городах Казахстана подорожал на 90,3 тенге или 9,3%. Самые высокие цены зафиксированы в Семей, Алматы и Усть-Каменогорске. Производство безалкогольных напитков стремительно развивается в Кокшетауской, Алматинской, Алматинской, Акмолинской областях страны, а также в солнечном регионе. Например, на Шымкентском заводе безалкогольных напитков «Визит» производятся легендарные напитки «Байкал», «Мохито», «Буратино», минеральная вода «Арасан Целебный», питьевая вода «Визофф». ТОО «Алекс» в Туркестанской области известно производством минеральной воды «Алекс Сарыагаш». Кроме того, ТОО «Юникс» в Туркестанской области

реализует питьевую воду TASSAY, холодный чай Tastea, праздничные напитки, Kazakhstan Cola и другие. в продукции производится.

12. Анализ существующей и прогнозируемой конъюнктуры спроса на образующуюся в результате реализации проекта продукцию (товары/услуги) - проблемы, решения, статус реализуемых проектов

Вопрос о дефиците водных ресурсов является актуальным и одним из основных во всем мире наряду с вопросами, касающимися изменения климата и других глобальных вызовов.

Согласно специальному Докладу Организации Объединенных Наций о состоянии водных ресурсов мира от 2019 года, потребление воды во всем мире стабильно увеличивается примерно на один процент ежегодно с 1980-х годов. Причиной роста являются сочетание роста мирового населения, социально-экономического развития и изменения моделей потребления водных ресурсов. Экспертами прогнозируется, что мировой спрос на воду будет продолжать расти такими же темпами до 2050 года, что приведет к увеличению на несколько десятков процентов по сравнению с текущим уровнем водопользования. Нужно отметить факт того, что более двух миллиардов человек на планете живут, испытывая острую нехватку водных ресурсов, и около 4 миллиардов человек во всём мире испытывают острый дефицит воды в течение как минимум одного месяца в году. Уровень водного стресса и дефицита будет продолжать увеличиваться по мере роста спроса на воду и усиления последствий изменения климата.

Проблема нехватки водных ресурсов является также касается и Казахстана. В целом, ситуация с обеспеченностью водой в республике существенно различается по регионам. Согласно Национальному докладу о состоянии окружающей среды и об использовании природных ресурсов Республики Казахстан за 2019 год, «есть достаточно водообеспеченные регионы, например, бассейн реки Ертис (Восточно-Казахстанская область), в то же время есть и регионы, где вода является дефицитом (Мангистауская область). На территории Казахстана выделены восемь речных бассейнов, крупнейшими из которых являются Иртышский, Балкаш-Алакольский, Арало-Сырдарьинский и Жайык-Каспийский (суммарно более 90% водных ресурсов)».

Причина дефицита питьевой воды в Казахстане заключается в первую очередь в изношенности инфраструктуры и в отсутствии инновационных подходов при строительстве систем водоснабжения.

В отдаленные населенные пункты Казахстана вода до сих пор поставляется в ограниченных количествах в цистернах или в фурах, но при этом Казахстан проводит широкомасштабные проекты по инновационным

технологиям в области использования природных ресурсов. Одним из амбициозных программ является переход Казахстана к зеленой экономике. В 2017 году Казахстан впервые провёл глобальную инновационную выставку по переходу к возобновляемым источникам энергии и природных ресурсов Ехро-2017.

Общепринято, что питьевая вода должна быть обеспечена соответствующей инфраструктурой. Как известно, системы инфраструктур водоснабжения состоят из трубопроводов, каналов, гидротехнических сооружений, очистительных станций и т.д. Но при этом не предусмотрено строительства новых гидротехнических сооружений, тогда как это является одним из основных элементов при строительстве систем водоснабжения. Отсутствие таких условий повлияет на основные итоги реализуемой программы.

Необходимость строительства гидротехнических сооружений исходит также из географических особенностей Казахстана. Казахстан расположен на равнине, где нет естественных условий углубления для водонакопления, как например, в соседнем Кыргызстане, поэтому для рационального накопления воды Казахстану рекомендуется и необходимо строить специальные гидротехнические сооружения. Их строительство решает не только проблему с водообеспечением воды, но и вопрос паводков в городах и селах Казахстана в весенний период.

Одним из главных причин сокращения водных ресурсов является отсутствие в Казахстане профильного министерства, которое бы занималось вопросами, касающиеся водных ресурсов и водной политики.

В Казахстане нет полноценной водной политики, которая занималась бы комплексным анализом перед проектированием и реализацией государственных программ по водообеспечению. Например, отсутствие специальных гидротехнических сооружений в программе “Ак-Булак” приводит также к тому, что Казахстан страдает от паводков и потопов. Даже столица Республики Казахстан – город Нур-Султан затапливается, как и десятки других городов и населенных пунктов Казахстана из-за отсутствия принципиального нового подхода по функционированию гидросооружений.

Водные ресурсы сокращаются не только из-за халатного отношения, но и из-за трансграничных вопросов по отводу воды соседними государствами. Так, например, на реке Или на границе с Китаем возникает вопрос острой нехватки водных ресурсов. В начале 2020 года водозабор из Китая в Синьцзян-Уйгурский автономный район составляет около 3.5 км³/год, в ближайшие годы он возрастет до 5 км³/год, что приведет к обмелению и засолению самого большого озера в Казахстане – Балхаш.

Сток реки Или уменьшился с 17.8 до 12.7 км³/год. По экспертным оценкам, реализация этих проектов приведет к тому, что к 2050 г. сток реки Или в Казахстане уменьшится на 40 %, а вследствие ввода в строй промышленных (в основном – нефтедобывающих и нефтеперерабатывающих) предприятий в бассейне реки на территории Китая, увеличится загрязнение речной воды. Это усугубит экологические проблемы в казахстанской части реки, которая и без этого считается неблагоприятной, так как притоки Или в Казахстане загрязняются бытовыми, сельскохозяйственными и промышленными стоками. В целом, забор воды с соседними странами отрицательно влияет на водообеспеченность Казахстана. По мере увеличения населения соседних стран, забор воды будет увеличиваться, что негативно отразится на ситуации в Казахстане.

Подытоживая, можно выделить следующие выводы и рекомендации:

1. неравномерное распределение источников пресной воды по территории страны;
2. устаревшая инфраструктура водоснабжения, географические особенности, нерациональное управление водными ресурсами;
3. недостаточный уровень приоритетности в формировании водной политики.

Необходимо комплексно подходить в формировании водной политики, которая включает создание профилирующих институциональных основ для решений вопросов, касающихся водных ресурсов в виде профильных ведомств. Данная рекомендация касается и других Центрально-Азиатских стран. В регионе вопросами водных ресурсов занимаются непрофильные ведомства, как министерство сельского хозяйства или министерство энергетики, но необходимо понимать, что для комплексного водообеспечения необходимо иметь отдельный институциональный орган, занимающийся водной политикой;

Перед принятием и проектированием государственных программ по водоснабжению, необходимо проводить исследования и вовлекать научных специалистов, готовить технические обоснования и проводить общественные мониторинги при планировании и реализации программ.

Участие граждан в оценке качества предоставляемых услуг населению необходимо со стадии планирования/разработки государственных программ по водоснабжению.

Отдельным и очень болезненным вопросом остается проблема обеспечения казахстанцев качественной питьевой водой. По данным статистики, обеспеченность водопроводной водой в целом по Казахстану оценивается на уровне 75%. В некоторых регионах доступ к централизованному водоснабжению в сельских населенных пунктах

составляет 19,5%; около 17% жителей Казахстана используют для питья воду из открытых водоемов, а 3% пользуются привозной водой негарантированного качества, и даже в городах уровень изношенности водопроводных сетей достигает 60%.

При разработке Целевых показателей к Протоколу по проблемам воды и здоровья в качестве методической основы использовался совместный документ ЕЭК (Европейская экономическая комиссия) ООН и ВОЗ-Евро «Руководящие принципы по установлению целевых показателей, оценке прогресса и отчетности».

На основании анализа текущей ситуации, рассмотрения и широкого обсуждения проблем, связанных с водным фактором и здоровьем населения, были выработаны следующие целевые показатели к Протоколу по проблемам воды и здоровья.

Целевые показатели Республики Казахстан к Протоколу по проблемам воды и здоровья на период 2017 – 2020 годы

№	Целевые области	Целевые показатели
I.	«Качество снабжаемой питьевой воды», в соответствии с подпунктом а) пункта 2 статьи 6 Протокола	1) Снижение удельного числа проб питьевой воды, не соответствующих нормативам по микробиологическим показателям безопасности 2) Снижение удельного числа проб питьевой воды, не соответствующих нормативам по санитарно-химическим показателям безопасности 3) Расширение потенциала безопасного водоснабжения населенных пунктов 4) Улучшение санитарно-технического состояния объектов и сооружений водоснабжения
II.	«Сокращение масштабов вспышек и случаев заболеваний, связанных с водой», в соответствии с подпунктом б) пункта 2 статьи 6 Протокола	Снижение уровня заболеваемости 5) холерой, брюшным тифом 6) острым вирусным гепатитом 7) дизентерией 8) ОКИ (энтерогеморрагическая кишечная палочка (ЭГКП)) 9) Сокращение масштаба вспышек и случаев заболеваний, связанных с водой

III.	«Доступ к питьевой воде», «Площадь территории или численность, или доли групп населения, которые должны обслуживаться коллективными системами снабжения питьевой водой или для которых необходимо улучшить снабжение питьевой водой другими средствами», в соответствии с подпунктом с) пункта 2 статьи 6 Протокола	10) Увеличение обеспеченности населения централизованным водоснабжением 11) Обеспеченность питьевой водой гарантированного качества детских дошкольных учреждений, школ, лечебно-профилактических учреждений 12) Обеспеченность населения сельских населенных пунктов водой гарантированного качества 13) Использование существующего потенциала источников подземных вод
IV.	«Доступ к санитарии», «Площадь территории или численность, или доли групп населения, которые должны обслуживаться коллективными системами санитарно-профилактических мероприятий или для которых необходимо улучшить систему санитарно-профилактических мероприятий с помощью других средств» - в соответствии с подпунктом d) пункта 2 статьи 6 Протокола	14) Увеличение доступа населения к централизованными системами водоотведения
V.	«Уровни эффективности коллективных и других систем водоснабжения», «Уровни эффективности, которые должны достигаться такими коллективными системами и соответственно другими такими средствами водоснабжения в соответствии с подпунктом e) пункта 2 статьи 6 Протокола	15) Совершенствование учета водопотребления, снижение уровня потерь воды
VII.	«Применение признанной надлежащей практики в области управления водоснабжением», в соответствии с подпунктом f) пункта 2 статьи 6 Протокола	16) Повышение инвестиционной привлекательности сектора водоснабжения и водоотведения для вовлечения частного капитала в его финансирование.
VIII.	«Применение признанной надлежащей практики в области управления санитарно-профилактическими мероприятиями» (статья 6, пункт 2 f) (продолжение))	17) Совершенствование правовых норм в отношении санитарно-профилактических мероприятий
IX.	«Случаи выброса необработанных сточных вод (статья 6, пункт 2 g) i)) «частотность сбросов: i) необработанных сточных вод из коллекторных систем для сточных вод»	18) Недопущение отведения неочищенных сточных вод в водные объекты от населенных пунктов и производственных объектов

X.	«Случаи сброса необработанных потоков ливневых сточных вод из коллекторных систем в воды», подпадающие под действие Протокола (статья 6, пункт 2 g) ii) «частотность сбросов: ii) необработанных потоков ливневых сточных вод из коллекторных систем сточных вод»	19) Совершенствование систем управления ливневыми сточными водами
XI.	«Качество сбросов сточных вод из установок по очистке сточных вод в воды», подпадающие под действие настоящего Протокола (статья 6, пункт 2 h))	20) снижение поступления в водоемы загрязняющих веществ 21) совершенствование правовых норм в области сбросов сточных вод
XII.	«Удаление или повторное использование осадка сточных вод из коллективных систем или других санитарных установок» (статья 6, пункт 2 i), первая часть))	22) совершенствование национальных стандартов по утилизации осадков сточных вод
XV.	«Качество вод, используемых для купания» (статья 6, пункт 2 j), вторая часть)	23) достижение соответствия качества вод, используемых для купания, стандартам по микробиологическим показателям 24) достижение соответствия качества вод, используемых для купания, стандартам по санитарно-химическим показателям совершенствование нормативных требований для всех вод, предназначенных для купания
XVI.	«Качество вод, используемых для аквакультуры или разведения или сбора моллюсков и ракообразных» (статья 6, пункт 2 j), третья часть)	26) достижение нормативно-допустимого качества вод, используемых для аквакультуры и разведения или сбора моллюсков и ракообразных
XVII.	«Применение признанной надлежащей практики в области управления замкнутыми водами, общедоступными для купания» (статья 6, пункт 2 k)	27) повышение эффективности и надежности управления замкнутыми водами, общедоступными для купания (бассейны, спа)
XVIII.	«Выявление и приведение в порядок особо загрязненных мест» (статья 6, пункт 2 l))	28) снижение доли загрязненной территории вблизи водных объектов
XX.	«Периодичность публикации информации о качестве снабжаемой питьевой воды и других вод, имеющих отношение к протоколу» (статья 6, пункт 2 n))	29) повышение осведомленности о качестве питьевой воды и санитарно-эпидемиологической обстановке в республике Казахстан 30) участие общественности в достижении целевых показателей

Источник: ЕЭК ООН и ВОЗ-Евро

Таким образом, из 20 целевых областей были выбраны 16, по которым намечено достижение 30 Целевых показателей.

Данные Целевые показатели соответствуют потребностям и возможностям Республики Казахстан в области здравоохранения, охраны окружающей среды, социально-экономического развития и разработаны с учетом анализа местных условий, основных проблем, связанных с водой и здоровьем, а также имеющихся финансовых возможностей. Целевые показатели и сроки их достижения установлены в соответствии с результатами анализа утвержденных государственных Программ РК по данным вопросам на 2017-2020 годы.

Причин этого много, главные из них следующие.

1. При проектировании не были в достаточной мере полно определены цели, задачи и возможности технологических схем очистных комплексов.

2. Качество строительства было крайне низким. Это выражается в несоблюдении (нарушения и отступления) проектных решений, в применении некачественных материалов и технологического оборудования, несоблюдении технологии строительно-монтажных работ. Ввод сооружений в эксплуатацию, в большинстве случаев, осуществлялся без их предварительной наладки специализированными организациями, пуск в работу отдельных блоков сооружений проводился при незавершенности строительства всего комплекса, что, как правило, нарушает технологическую последовательность процессов и снижает эффективность очистки всего комплекса.

3. Отсутствие в службах предприятий, осуществляющих эксплуатацию водопроводных и канализационных очистных сооружений специалистов-технологов, способных оценивать технологические процессы и принимать адекватные решения по управлению ими. Одной из причин неэффективной работы очистных сооружений следует считать отсутствие у эксплуатационных служб регламентов работы очистных сооружений. Нарушения технологических режимов работы отдельных сооружений, носящие накопительный характер, в конечном случае, приводят к потере эффективности работы очистных комплексов в целом.

В современных научных и производственно-технических разработках выдвигаются новые технологические схемы и технологические решения в области очистки природных и сточных вод и обработки осадков в 2020 году.

Не снимая с повестки дня актуальность вопросов проектирования, строительства, наладки и ввода очистных сооружений систем водоснабжения и водоотведения в эксплуатацию, особую значимость в их последующей эффективной работе следует посвятить проблемам организации эксплуатации

и управлению технологическими процессами, которые осуществляются на этих сооружениях.

Комплексы очистных сооружений имеют особую и очень ответственную роль в системах водоснабжения и водоотведения. На них возлагается задача *производства* качественной питьевой воды, очистки сточных вод в соответствии с современными стандартами; обработки, использования и утилизации осадков сточных вод в условиях возрастающих требований экологического законодательства.

Вода является одним из основных факторов распространения инфекционных заболеваний. Водный путь передачи характерен для холеры, брюшного тифа, дизентерии, лептоспирозы, туляремии, инфекционного гепатита, аденовирусной инфекции, туберкулеза и гельминтозов. Питьевая вода является также причиной возникновения среди населения некоторых неинфекционных болезней.

Качество воды в водных объектах, питьевой воды в централизованных системах водоснабжения регламентируется требованиями, изложенным в санитарных правилах

«Санитарно-эпидемиологические требования к водоемким объектам, местам водозабора для хозяйственно-питьевых целей, хозяйственно-питьевому водоснабжению и местам культурно-бытового водопользования и безопасности водных объектов».

В реальных условиях отбор проб воды обычно ограничен объектами водоподготовки. Систематический и регулярный отбор воды для определения ее качества в домах или в сети водоснабжения регулярно не производится. О случаях несоответствия качества водопроводной воды установленным нормам свидетельствуют экспертные оценки. Так, например, по оценке Международного института «Зеленого роста», только 1% питьевой воды в Казахстане соответствует принятым нормам. Главным образом это вызвано неудовлетворительным состоянием инфраструктуры сети водоснабжения и избыточным хлорированием. При этом общедоступные источники не предоставляют данных о качестве питьевой воды для широкой общественности.

По санитарно-химическим показателям превышение среднего республиканского показателя оказались показатели в Акмолинской (16,1%), Кызылординской (8,2%), Атырауской (28,6%), Актюбинской (5,8%), Северо-Казахстанской (5,5%), Мангистауской (5,2%) и Западно-Казахстанской (4,1%) областях.

Стандарты качества Европейского Союза и США могут быть использованы как основа при приведении казахстанских стандартов качества

питьевой воды в соответствие с мировыми нормативами по качеству питьевой воды (в основном, в области норм частоты мониторинга качества).

В США стандарты требуют осуществления контроля за 87 параметрами, при этом для каждого из них установлен максимально допустимый уровень концентрации; эти уровни пересматриваются как минимум раз в 6 лет. Кроме того, регулярно контролируются еще 15 дополнительных параметров.

Нормативы ЕС устанавливают верхние пределы для 44 параметров, и при этом требуется обеспечить их соблюдение до пункта доставки (например, прибора учета). В ЕС и США определены строгие стандарты в отношении метода и частоты проведения мониторинга качества питьевой воды. В США станции очистки питьевой воды регулярно проверяются лабораториями, сертифицированными Агентством по охране окружающей среды, и за несоблюдение стандартов накладываются штрафы. В ЕС стандарты качества питьевой воды и частота проведения мониторинга зависят от мощности установок подготовки питьевой воды (не менее 4 проб в год и еще 3 пробы за каждые 1000 м³ в день поставленной воды), и их соблюдение контролируется национальными или региональными органами обеспечения качества воды.

Обеспечение качества питьевой воды и его контроль непосредственно в трубопроводных системах водоснабжения в Казахстане является важнейшей задачей.

Количество регламентируемых показателей в РК качества питьевой воды составляет 54 показателя согласно Санитарным правилам «Санитарно-эпидемиологические требования к водоемким объектам, местам водозабора для хозяйственно-питьевых целей, хозяйственно-питьевому водоснабжению и местам культурно-бытового водопользования и безопасности водных объектов», утвержденных Приказом министра национальной экономики РК от 16 марта 2015 года №209.

К негативным моментам следует отнести недостаточную оснащенность и обновляемость лабораторно-исследовательского оборудования на предприятиях, эксплуатирующих системы водоснабжения и водоотведения, недостаточный санитарно-эпидемиологический контроль качества питьевой воды, особенно в сельской местности.

Данные управления санитарно-гигиенического надзора Комитета по защите прав потребителей МНЭ РК относительно качества питьевой воды, взятой из централизованных систем водоснабжения (2015 год):

- лабораториями центров экспертизы республики на микробиологические показатели исследовано 31267 проб водопроводной воды, из которых 614 или 2,0% - не соответствуют требованиям санитарных норм (в 2014 году - 2,5%).

Выше среднего республиканского показателя оказались показатели в Атырауской (30,4%), Акмолинской (19,6%), Актюбинской (6,5%),

Костанайской (4,4%), Кызылординской (4,9%), Павлодарской (5,6%) и Туркестанской (2,8%) областях.

На санитарно-химические показатели было исследовано 28502 пробы воды, из них не соответствовали нормам 715 или 2,5% (в 2014 году - 2,8%).

В РК осуществляется эпидемиологический надзор за холерой, острые кишечные инфекции (ОКИ), в том числе бактериальной дизентерией, *Escherichiacoli*, брюшным тифом, вирусным гепатитом А (ВГА), с обеспечением систематического сбора информации о предполагаемых (первичные) случаях заболевания с первичного звена – ПМСП (первичная медико-санитарная помощь).

Для обеспечения «чувствительности системы эпидемиологического надзора» осуществляется еженедельный эпидемиологический мониторинг за первичной заболеваемостью с сопоставлением данных санитарного фона – результатов лабораторных исследований образцов воды, молока, пищевых продуктов и др.

Информационный поток построен на принципах «снизу-вверх». Предоставляются, как индивидуальные данные о заболеваемости, результаты лабораторных исследований, факторы риска по определенной территории, так и агрегированные данные со сравнительной характеристикой по отдельным территориям, социально-возрастным группам, другим эпидемиологическим характеристикам и результаты изучения активности циркуляции возбудителей.

Анализ данных предоставляется заинтересованным ведомствам и министерствам. Кроме того, информация об эпидемиологической ситуации по заболеваемости размещается на официальные веб-сайты.

Показатели инфекционной заболеваемости населения Республики Казахстан за 2018 – 2019 годы

Наименование инфекционных заболеваний	Показатель инфекционной заболеваемости на 100 тыс. населения	
	2018 год	2019 год
Холера	0,01	0,00
Брюшной тиф	0,00	0,01
ОКИ	77,31	75,86
Бактериальная дизентерия	4,93	6,83
Вирусный гепатит А	4,87	2,07

Источник: КС МНЭ РК

За указанный период 2012-2019 в Республике Казахстан вспышек инфекционных заболеваний, связанных с водой, тем не менее, не зарегистрировано.

Сведения о вспышках заболеваний, имеющих водный фактор передачи за период 2012 – 2019 годы

Год	Заболелаемость	Число пострадавших	В т.ч. дети до 14 лет	Наименование областей
2012	ВГА	666	73	Карагандинская обл, г.Абай
2013	ОКИ	305	89	Актюбинская обл, Темирский район, п. Кенкияк
2014	ОКИ	85	4	г.Кокшетау
2016	ОКИ	21	6	Акмолинская область, Шортандинский район, ст.Тонкерис
2017	ВГА	50	-	Алматинская обл, Талгарский район, с.Бескайнар
2018	ОКИ (О.дизент.)	14	-	Атырауская обл, Макатский р-н
2019	ОКИ	123	8	Алматинская область, Енбекшиказахский р-н, с.Кайназар
Всего	7	1264	50	

Источник: КС МНЭ РК

Качество питьевой воды объектов децентрализованного водоснабжения

Удельный вес проб воды, не соответствующих нормативам, %	2014	2015	2016	2017	2018	2019
<i>По санитарно-химическим показателям</i>						
Республика Казахстан	6,1	5,9	5,4	4,5	5,1	7,7
Акмолинская	7,5	7,8	3,8	6,2	6,4	25,8
Актюбинская	5,0	4,6	5,9	3,3	3,6	18,4
Алматинская	-	0,1	2,7	1,3	5,5	0,5
Атырауская	-	-	-	-	-	0
Жамбылская	6,0	4,2	4,3	4,8	5,7	3,3
Карагандинская	4,5	4,4	7,6	4,8	8,1	5,7
Костанайская	1,6	13,3	7,6	3,4	6,3	8,8
Кызылординская	29,6	16,2	23,9	33,8	49,0	19,6
Мангистауская	0,8	3,5	9,2	0,5	2,3	8,9
Павлодарская	5,9	5,0	2,4	3,3	4,3	4,6
<i>По микробиологическим показателям</i>						
Республика Казахстан	3,8	2,9	3,5	3,3	3,1	4,9
Акмолинская	7,8	3,3	3,2	3,8	4,0	7,0
Актюбинская	4,0	2,5	4,8	4,6	6,4	16,8

Алматинская	-	1,2	2,5	1,0	0,9	4,4
Атырауская	2,8	-	-	-	-	0
Жамбылская	1,6	1,7	0,8	0,5	0,8	1,5
Карагандинская	1,4	1,1	0,6	0,5	-	2,6
Костанайская	4,4	5,4	7,2	4,8	5,8	6,9
Кызылординская	6,2	3,5	-	0,8	4,6	5,1
Мангистауская	0,2	0,9	-	-	1,9	0
Павлодарская	4,9	1,5	1,3	2,1	1,1	0,8

Источник: КС МНЭ РК

Качество питьевой воды объектов децентрализованного водоснабжения, 2019 год

Наименование областей	санитарно-химические показатели			микробиологические показатели		
	Исследовано проб	не соответствующих санитарным нормам	%	Исследовано проб	не соответствующих санитарным нормам	%
Республика Казахстан	2649	173	6,5	2607	104	4,0
Акмолинская	24	6	25,0	9	1	11,1
Актюбинская	30	2	6,7	38	3	7,9
Алматинская	80	0	0,0	101	0	0,0
Атырауская	0	0	0,0	0	0	0,0
ВКО	389	16	4,1	392	11	2,8
Жамбылская	12	0	0,0	12	0	0,0
ЗКО	418	46	11,0	411	24	5,8
Карагандинская	131	10	7,6	115	17	14,8
Костанайская	289	16	5,5	314	20	6,4
Кызылординская	56	14	25,0	57	4	7,0
Мангистауская	54	11	20,4	42	0	0,0
Павлодарская	21	4	19,0	21	2	9,5
СКО	583	30	5,1	705	9	1,3
Туркестанская	544	15	2,8	382	11	2,9
г. Нур-Султан	0	0	0,0	0	0	0,0
г. Алматы	0	0	0,0	0	0	0,0
Департамент Защиты прав Потребителей	18	3	16,7	8	2	25,0

на транспорте							
----------------------	--	--	--	--	--	--	--

Источник: КС МНЭ РК

Показатели инфекционной заболеваемости населения Республики Казахстан за период 2013-2019 годы

№	Наименование заболевания	Показатель инфекционной заболеваемости на 100 тыс. населения						
		2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
1.	Холера	0,01	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2.	Брюшной тиф	0,00	0,01	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
3.	ОКИ	77,31	75,86	72,2	63,6	55,0	46,4	37,8
4.	Бактериальная дизентерия	4,93	6,83	9,4	7,2	5,9	5,1	4,4
5.	Вирусный гепатит А	4,87	2,07	1,5	1,3	1,1	1,0	1,0

Источник: КС МНЭ РК

При этом среднедушевое потребление воды в РК все еще остается невысоким - около 24 литров на душу населения, тогда как в Европе этот показатель в несколько раз выше.

К началу 2020 года рынок питьевой воды подошел к стадии структурных изменений. Вероятнее всего, как показывают маркетинговые исследования, они будут связаны с увеличением доли премиальной продукции и ростом популярности воды в оригинальной упаковке и крупной таре, а также с ростом популярности "спортивной" воды. Кроме того, перспективным рынком для отечественных производителей может стать Китай, где ощущается особенно сильная нехватка воды - там проживает около 1/5 от всего мирового населения, на которое приходится лишь 7% всех мировых запасов воды.

В 1 квартале 2020 года объем возвратных вод по республике составляет около 9,0 км³. При этом ресурсная их часть, т.е. возвращаемая в водоисточники, не превышает 2,0 км³. Основное количество возвратных вод поступает в реки бассейнов Сырдарьи (47%) и Иртыша (34%), остальной объем приходится на реки Или (8%) и Нура (1%).

В республике разведано 1282 месторождения подземных вод, находящихся на государственном балансе. Разведанные эксплуатационные запасы питьевых вод более чем в 2 раза превышают суммарную потребность республики и составляют 1,12 м³ в сутки на человека. Вместе с тем, освоение разведанных запасов подземных вод осуществляется низкими темпами, а в последние годы в ряде регионов республики почти полностью приостановлено. Многие месторождения подземных вод не используются на

протяжении 10 – 15 лет, а в отдельных случаях задержка с вводом их в эксплуатацию достигает 25 – 30 лет. Кроме того, в 2020 году из общего количества разведанных месторождений (1282) эксплуатируется всего 402 месторождения (объем извлекаемой воды 2,0 млн. км³ в сутки), что составляет 56 % в общем балансе питьевого водопотребления населения.

Республика Казахстан богата минеральными водами. На ее территории страны разведано 45 месторождений, которые по химическому составу, бальнеологическим свойствам и лечебному значению условно объединены в пять бальнеологических групп: йодобромные (5 месторождений), кремнистые (4), радоновые (7), железистые (2) и без специфических компонентов (27). Кроме того, выявлено еще 251 перспективное проявление минеральных вод, из них: железистых - 7, радоновых - 27, кремнистых - 15, йодобромных - 68, радоновокремнистых - 1, сероводородных - 1, мышьяковистых - 1, без специфических компонентов и свойств - 132.

13. Описание уже реализованных проектов (функционал объекта, преимущества и недостатки)

Среди регионов-производителей безалкогольных напитков по итогам 2019 года лидировали Алматинская область (62,3% от РК), Алматы (11,9% от РК) и Туркестанская область (8,9% от РК). Именно Туркестанская область являлась также абсолютным лидером по производству минеральных и газированных вод - 46,5% от РК, кроме того, в ТОП-3 вошла Акмолинская область - 13,5% и еще 9,2% обеспечили производители Алматы.

В Туркестанской области работают такие значимые предприятия, как завод безалкогольных напитков:

1. «Визит» (напитки «Легендарный Байкал», «Мохито», «Буратино», минеральная вода «Арасан Целебный», питьевая вода «Wizoff» и т.д.),
2. ТОО «Алекс» (минеральная вода «Алекс Сарыагаш»),
3. ТОО «Рауан» (напитки «Aloe Sun», «Oran Jus», «Bizon», «Fruit Life», питьевая вода «Aquatica» и прочие),
4. ТОО «Юникс» (питьевая вода «Tassay», холодный чай «Tastea», напитки «Holiday», «Kazakhstan Cola» и т.д.).

Среди крупных компаний Алматинской области:

1. АО «Galanz Bottlers» (напитки «Maxi Чай», «Laimon Fresh», энергетический напиток «Torpeda», питьевая вода «Sevens»),
2. филиал «Аксенгир» ТОО «RG Brands Kazakhstan» (напитки «Lipton Ice Tea», «7UP», «Mirinda», энергетический напиток «Yeti», вода «A'SU» и прочие),
3. Алматинский филиал «Coca-Cola Алматы Боттлерс».

В Алматы ключевые производители сектора:

1. Компания «Raimbek Bottlers» (напитки «Лимоначчо», «Palma Fruits» и т.д.),
2. «Лиabella Боттлерс» (напитки «Натура», «Libella», «Extreme Кола», энергетический напиток «Red & Black Energy», квас «Купеческий», газированная вода «Veroni» и т.д.),
3. компания «Обис» (напитки «Ups», «Фрутик», «Алачай», вода «Серебряная» и т.д.),
4. ТОО «Комета» (вода «Calipso», детская питьевая вода «Calips'ик»),
5. ТОО «Рикс Лтд» (энергетический напиток «Dizzy»),
6. «Vita Bottlers» (вода «Vita») и т.д.

Больше всего предприятий зарегистрировано в Туркестанской области (13 предприятий или 42%).

В Казахстане КРП (Классификатор размерности предприятий) предусматривает 3 класса предприятий по их размерности от среднесписочной численности занятых: малые (до 50), средние (51-250), крупные (свыше 250 человек). Каждый класс включает подклассы. В классе крупных предприятий - 3 подкласса: 305, 310, 311.

Общее количество организаций и предприятий в Казахстане на 17.11.2016 - 411 378 юридических лиц, классифицированные на крупные, средние, малые предприятия; а также по видам хозяйственной деятельности: АО, ТОО, филиалы, государственные учреждения, за исключением ИП.

Количество компаний, производящих напитки в Казахстане: крупные, средние и малые предприятия

Всего в Казахстане зарегистрировано 730 компаний-производителей напитков, из них активные 196. Из общего числа организаций, занимающихся производством напитков:

Крупные предприятия (с количеством сотрудников более 250 человек) – 19;

Средние организации (от 101 до 250 чел.) – 26;

Малые предприятия (от 5 до 100 чел.) – 685.

География компаний, производящих напитки

На первом месте находится г. Алматы – 169 компаний-производителей напитков.

Далее следует Туркестанская область – 157 зарегистрированных организаций в сфере производства напитков.

На третьем месте расположились предприятия Алматинской области – 87 компаний-производителей исследуемой сферы.

Наименьшее количество производителей располагаются в Кызылординской области (8), СКО (10) и в Атырауской области (13).

Все компании, производящие напитки в Казахстане, можно разделить по видам деятельности. В базе данных каталога присутствуют не только активные, но и неактивные предприятия, которые зарегистрированы, но находятся в процессе ликвидации, заморозки, либо новые (еще не начали деятельность).

Производством напитков в Казахстане занимаются компании, зарегистрированные под 8-ми кодами ОКЭДа (в скобках указаны количества предприятий):

- 11010 – дистилляция, ректификация и смешивание спиртных напитков (138);
- 1102 - 11021 – производство вина из винограда собственного производства (4);
- 11022 – производство вина из винограда не собственного производства (48);
- 11040 – производство прочих не дистиллированных напитков из сброженного материала (5);
- 11030 – производство сидра и прочих фруктовых вин (4);
- 11040 – производство прочих не дистиллированных напитков из сброженного материала (5);
- 11050 – производство пива (87);
- 11060 – производство солода (5);
- 1170 – производство минеральных вод и других безалкогольных напитков (439).

Крупнейшие предприятия: производство минеральных вод и других безалкогольных напитков (439 шт)

Ниже представлены фирмы со среднесписочным числом работников более 250 человек.

Самые крупные компании Казахстана, производящие минеральную воду и других безалкогольные напитки, по состоянию на 1 квартал 2020 года

БИН	Наименование	ОКЭД	Вид деятельности предприятия	КАТО	Населённый пункт	КР П	Размер предприятия

950440 001653	ТОО "КОМПАНИА ОБИС"	11070	Производство минеральных вод и других безалкогольных напитков	7515100 00	г.Алматы Жетысуский район	310	Крупные предприятия (от 501 до 1000 чел.)
060740 001737	АО "GALANZ BOTTLERS"	11070	Производство минеральных вод и других безалкогольных напитков	1968471 00	Алматинская область С.БАЙСЕРКЕ	310	Крупные предприятия (от 501 до 1000 чел.)
050340 002253	ТОО "РИКС ЛТД"	11070	Производство минеральных вод и других безалкогольных напитков	7515100 00	г.Алматы Жетысуский район	305	Крупные предприятия (от 251 до 500 чел.)
090541 008649	ФИЛИАЛ "АКСЕНГИ Р" ТОО «RG BRANDS KAZAKHSTAN"	11070	Производство минеральных вод и других безалкогольных напитков	1952332 00	Алматинская область С.ЕЛЬТАЙ	305	Крупные предприятия (от 251 до 500 чел.)
100641 018674	ТОО "ДАЛЬПРОДУКТ"	11070	Производство минеральных вод и других безалкогольных напитков	7515100 00	г.Алматы Жетысуский район	305	Крупные предприятия (от 251 до 500 чел.)
100641	АЛМАТИН	11070	Производство	1952335	Алматинс	305	Крупные

018674	СКИЙ ОБЛАСТНО Й ФИЛИАЛ ТОО СП "КОКА- КОЛА АЛМАТЫ БОТТЛЕРС"		ство минераль ных вод и других безалкого льных напитков	00	кая область С.КОКОЗ ЕК		предприя тия (от 251 до 500 чел.)
930340 000589	ТОО "АЛЕКС"	11070	Производ ство минераль ных вод и других безалкого льных напитков	5154657 00	Туркеста нская область с. Нурлы Жол	305	Крупные предприя тия (от 251 до 500 чел.)

Источник: КС МНЭ РК

«RG Brands» Казахстан

RG Brands - лидирующая компания в сфере напитков и продуктов питания в Казахстане. Основанная в 1994 году, компания RG Brands на начало 2020 года имеет 4 производственные площадки на севере и юге Казахстана с общей мощностью 750 миллионов литров в год.

RG Brands производит плеяду сильных брендов и занимает лидирующие рыночные позиции во всех бизнес-сегментах. Наличие собственной обширной общенациональной платформы по продажам и дистрибуции с высокой долей прямых продаж позволяет компании крепко удерживать передовые позиции.

Гордостью компании является производственно-логистический центр «Аксенгир» – один из самых передовых и современных заводов в Центральной Азии с занимаемой площадью 21 га.

История создания и развития компании:

1994 - Создание компании. Эксклюзивный дистрибьютор глобальных международных брендов в Казахстане и Кыргызстане.

1999 - Запуск собственного сокового производства с соком DaDa. Запуск Pepsi.

2000 - Запуск первого собственного чайного бренда Пиала.

2002 - Создание холдинговой компании АО «RG Brands».

2004 - Расширение производства пакетированного чая на заводе «Tealand».

2004 - Запуск собственного молочного бренда МОЕ.

2005 - Начало производства брендов Pepsi, Mirinda, 7Up, DaDa, Нектар Солнечный.

2006 - Расширение и усиление мощностей на текущих производственных площадках по газированным напиткам, снекам и молоку.

2006 - Запуск холодного чая Lipton согласно франчайзингового соглашения.

2007 - Запуск собственных картофельных чипсов Гризли.

2009 - Запуск крупнейшего в Центральной Азии и Казахстане завода «Аксенгир». 2010 - Запуск воды ASU.

2011 – Запуск новых продуктов: Yeti, Aport shorle.

2012 - Запуск холодного чая Citi.

2015 - Запуск нового продукта Пиала Ice tea.

В начале октября 2018 года Европейский банк реконструкции и развития (ЕБРР) выделил кредит казахстанскому производителю напитков и продуктов RG Brands на сумму 7 млн долл. Полученные средства пойдут на приобретение более чем 8 тыс. холодильных установок и охлаждаемых витрин, что позволит снизить потребление электроэнергии и использовать экологически чистый хладагент. Общий доход RG Brands от реализации продукции за девять месяцев достиг 41,8 млрд тенге — на 8,4% больше, чем в аналогичном периоде годом ранее. Доход от реализации соков и сокосодержащих напитков составил 28,6 млрд тенге (доля — 68,4% от суммы производства) — на 13,9% больше, чем за аналогичный период годом ранее (25,1 млрд тенге).

АО «ГОЛД ПРОДУКТ» - компания, работающая на казахстанском рынке с 1998 года, и знакома потребителю, в первую очередь, как крупнейший производитель виноградных вин, известных каждому казахстанцу под торговой маркой «Тургень», а также плодоовощной консервированной продукции под марками «Тургеньская Марка», «Goldy».

С 2004 года компания активно развивает безалкогольное направление производства. Жанашарский плодоконсервный комбинат был реконструирован и оснащен новейшими производственными линиями. Завод получил новую жизнь и новое имя – Завод Здоровых Продуктов «Ташкенсаз». На начало 2020 г. компания выпускает более 20 наименований безалкогольных напитков под ТМ.

«Goldy» - соки и нектары, ТМ «Goldy актив» - витаминизированные нектары, ТМ

«Добрыня» - нектары и сокосодержащие напитки. Розлив соковой продукции осуществляется на австрийской линии розлива нового поколения SIG Combibloc. Производительность линии 9 тыс. литров в час.

ТОО "Юникс". Предприятие находится в Сайрамском районе Туркестанской области: именно здесь, в живописном и экологически чистом урочище Тассай, добывается натуральная питьевая вода. Инновационные технологии, соответствие международным стандартам качества и современные формы управления и организации производства позволяют компании удерживать лидирующие позиции на рынке Казахстана. В производстве контролируется весь процесс, используется самое высокотехнологичное оборудование от ведущих мировых производителей и уделяется внимание качеству выпускаемой продукции. Предприятие оснащено современным оборудованием от компаний Krones, Krupp, Siemens. В 2020 году в линейке продуктов, выпускаемых ТОО "Юникс": натуральная питьевая вода "Tassay", холодный чай "Tastea", лимонады "Holiday", энергетический напиток, а также напиток "Kazakhstan Cola". Компания "Юникс" по результатам 2014 года является компанией номер два на рынке безалкогольных прохладительных напитков. Бренд Тассай является абсолютным лидером рынка бутилированной питьевой воды в РК с долей более 25%. Лимонад Holiday - самый популярный в сегменте сладких газированных напитков местного происхождения. В 2015 году компания запустила новую линейку газированных напитков под брендом "Казахстан Кола".

“Galanz Bottlers” история Компании началась в 1997 году, с первого дня добыча воды осуществляется из собственной артезианской скважины №0644 Алматинского месторождения подземных вод. Компания была одной из самых первых, кто начал комплексно решать вопросы "водного бизнеса": розлив и доставка питьевой воды высшего качества. Когда молодое предприятие начало производство питьевой очищенной воды, в штате было всего 5 сотрудников, а продажи воды составляли порядка 3-х бутылей в неделю. Постепенно компания начала развивать собственные мощности по складированию, логистике и дистрибуции, создав отдельные подразделения по этим направлениям с единым централизованным управлением. Таким образом, питьевая столовая вода Sevens water выпускается компанией Adal Su, а ее реализацией, доставкой в офисы и дома, а также сервисным обслуживанием диспенсеров занимается ТОО "Напитки на дом". Обе компании входят в

группу компаний Galanz Bottlers, которая является одним из крупнейших и лидирующих производителей безалкогольных напитков в Казахстане.

ТОО "Golden Rill Trade". Торговая марка "ВОДА ХРУСТАЛЬНАЯ" начала свою деятельность в 1999 году. В начале 2020 года компания является крупнейшим казахстанским производителем питьевой воды. Представительства компании организованы в 6 городах Казахстана. Каждое представительство имеет собственную производственную базу и систему логистики, состоящую из транспорта, складов, налаженных потоков, компьютерной системы управления и контроля за качеством воды. Основной деятельностью компании является производство и дистрибуция всей линейки питьевой бутилированной воды емкостью от 18,9 л., до 0,5 л., а также производство поликарбонатных бутылей, укупорочных крышек и упаковочных пакетов. Питьевая вода "Хрустальная" существует на рынке Казахстана 17 лет. Среди производителей бутилированной питьевой воды, данная компания является единственным производителем, использующим воду из закрытого источника артезианских скважин. Технология очистки основана на принципе обратного осмоса.

ТОО Vita Bottlers. Казахстан Производство природной питьевой воды "VITA" осуществляется ТОО Vita Bottlers Казахстан с февраля 2001 года. Добывается вода из подземных источников, подпитываемых ледниками Заилийского Алатау, с глубины более 280 метров (скважина № 7/2 Алматинского месторождения подземных вод). Разлив воды "VITA" осуществляется по закрытому технологическому процессу, т.е. отсутствует открытый доступ к воде и прежде, чем попасть в бутылку, вода проходит несколько уровней очистки и обеззараживание на уникальном немецком оборудовании KRONES. Оборудование по очистке воды на заводе - единственное в странах СНГ. Подобная технология используется на космических орбитальных станциях для получения питьевой воды. VITA" производится без добавления химических веществ, ароматизаторов и консервантов, поэтому по своему составу и вкусу она близка к родниковой. Уникальность технологии очистки в том, что вода обрабатывается электромагнитными полями, а затем проходит под высоким давлением через установку, основанную на принципе обратного осмоса, где очищается от микроорганизмов, радиоактивных частиц, бактерий и вирусов. Вода "VITA" по солевому составу относится к ультрапресным водам с минерализацией <0,2 г/л. Научно доказано положительное физиологическое воздействие ультрапресной воды на организм человека.

ТОО "Алекс" - первый производитель минеральной воды в пластиковых бутылках в Казахстане и входит в число пяти самых крупных производителей минеральной воды в стране. С 1993 г. ТОО "Алекс" наращивает темпы розлива в ПЭТ уникальной, высококачественной природно - минеральной воды. ТОО "Алекс" современное, высокотехнологичное предприятие использующее оборудование известных производителей.

Продукция компании проходит самый тщательный контроль качества, с 2005 г. внедрена система качества Международной организацией по стандартизации ISO 9100-2000, выполнена сертификация АС "Русский Регистр" и IQNet на соответствие международным стандартам. Данная продукция - природная, лечебно-столовая, мягкая минеральная вода, которую можно пить ежедневно. Уникальные лечебные свойства Сарыагашской воды, большая популярность минеральной воды, известной под брендом: "Алекс - Сарыагаш". Вода добывается из скважин глубиной почти 2000 метров, дополнительная обработка воды уникальной системой фильтров гарантирует её экологическую чистоту. ТОО "АЛЕКС" имеет разрешение на использование на этикетке знака "Экологически чистый продукт". Минеральная вода данных скважин имеет широкий набор микроэлементов, необходимых организму человека.

Asia Waters - казахстанская международная компания, выпускающая уникальную легкую природно-минеральную воду заповедного края Казахстана – курорт Боровое, а также напитки на ее основе.

Официальная регистрация Компании – начало 2016 года. В основе компании – группа казахстанских бизнесменов и менеджеров, уже достигших успеха на деловом поприще и мечтающих об особом проекте, полезном для общества и достойном гордости народа и страны.

Изучая тему потребности людей в чистой природной минеральной воде, команда Asia Waters сформировала свое видение развития этого уникального природного ресурса страны. В 2020 году реализуется план на уровне крупного производственно-торгового проекта.

В структуре Asia Waters: три месторождения природной минеральной воды (Кулагер, Букпа, Кенетколь), служба гидрогеологической разведки, научно-исследовательская база и производственные мощности. Сбыт организован собственной дистрибьюторской компанией, с 11-ю филиалами в центре, на юге, востоке и севере страны. Поставки в западный Казахстан осуществляются с помощью дистрибьюторов.

В недрах кокшетауской возвышенности пролегает валдайский ледник, возраст которого насчитывает более 15 тысяч лет. Здесь, еще в середине XX века группой гидрогеологов открыто водное месторождение Кусколь, один из участков которого – Букпа – оказался уникальным по составу и структуре

воды. Источник Букпа расположен южнее города Кокшетау. Его окружает прекрасный ландшафт из смешанных лесов и сосен, проросших на склоне сопки. В 2020 году из этих богатых недр земли с глубины более 100 метров добывается природная минеральная вода Туран. Источник Букпа имеет санитарную зону с круглосуточной охраной, видеонаблюдением, автоматизированным операторским контролем, ежесекундно передающим данные на центральный пульт.

Сама скважина оборудована согласно мировым стандартам и требованиям к природным источникам питья для промышленного розлива. На источнике ведется постоянный учет и анализ температуры, давления и качества воды. Обычно вода, идущая из глубины, имеет стабильную температуру +6 градусов по Цельсию. Добытая из недр земли вода отправляется на завод. Из источника насосами она подается в специальные 30-кубовые автоцистерны из нержавеющей пищевой нержавеющей стали, которые после направляются на производственную площадку «Кокшетауминводы» (Asia Waters). Автоцистерны каждый месяц проходят полную санитарную обработку в специальном ангаре дезинфекции. Мембранные фильтры автоматически подают воду в огромные водные накопители. Затем вода проходит через второй инновационный фильтр PALL тонкой очистки, после которого она становится кристально чистой, сияющей, как бриллиант. Этот инновационный нано-фильтр удаляет мелкие примеси и очищает микрофлору воды, при этом сохраняя основную часть полезных бактерий.

После водоподготовки, прежде чем оказаться в бутылках, вода проходит процесс озонирования, иными словами, обработку кислородом. Как природный окислитель кислород обеззараживает воду и обеспечивает ей дополнительную чистоту и возможность безопасного длительного хранения в бутылке. Если вы были в лесу после дождя, то наверняка чувствовали характерный свежий запах. Дождевая вода, богатая кислородом, пропитывает зеленые насаждения. Так и вода после озонатора становится обогащенной дополнительной порцией кислорода. Озон подается в воду в виде разряда, который через 12 минут превращается в кислород. Когда вода готова к употреблению, ее разливают по бутылкам. Для воды Туран используется автоматизированная линия розлива известной немецкой марки KHS. По сути, это «хаб», где встречаются вода с тарой и объединяются в один готовый продукт. Нужно отметить, что никакого человеческого фактора на разливе нет, так как сотрудники не участвуют на этом этапе производства, как и во всех предыдущих, - все автоматизировано. Человек в процессе лишь осуществляет контрольную функцию.

В Asia Waters по всему Казахстану трудится 1135 человек. Производственная база находится в г. Кокшетау, флагман отечественной

индустрии напитков – «Кокшетауминводы». Головной офис холдинга расположен в г. Алматы.

Кока-Кола Алматы Боттлерс (JV Coca-Cola Almaty Bottlers LLP) — дочерняя транснациональная компания турецкой *Coca-Cola İçecek*, производящая газированные и негазированные безалкогольные напитки под маркой Coca-Cola Company в Казахстане. Входит в тройку крупнейших FMCG-компаний страны.

ТОО «Кока-Кола Алматы Боттлерс» была основана в 1994 году в городе Алма-Ата. Компания возникла на месте действующих производственных цехов бывшего государственного «Производственного объединения пивобезалкогольной промышленности», производящего натуральные безалкогольные напитки и соки из местных фруктов (яблоко, слива, персик и другие). В начале 1990-х годов в рамках проведения приватизации государственного имущества и предприятий, рекомендуемого иностранными консультантами из США, Правительство РК продало отечественное предприятие «Алматинское производственное объединение пивобезалкогольной промышленности» американской компании «The Coca-Cola Company». После чего «The Coca-Cola Company» перепрофилировало производственные мощности цехов на производство своих напитков: Coca-Cola, Sprite и Fanta.

В апреле 2003 года компания «Кока-Кола Алматы Боттлерс» выкупила у компании «ФудМастер» известный казахстанский бренд Piko.

В 2005 году компания построила дополнительную разливочную фабрику (10 производственных линий) в поселке Береке Алматинской области, а в 2016 году запустила второй казахстанский завод в городе Астана.

На 2019 год компания «Кока-Кола Алматы Боттлерс» владеет тремя заводами в Казахстане (в г. Алма-Ата, в пос. Береке Алматинской области, в г. Нур-Султан).

Благодаря мощному потребительскому маркетингу, задействованному компанией, наблюдается рост продаж и прибыли. Оборот компании по состоянию на 2018 год составил свыше 18 млрд. тенге, а налоговые отчисления свыше 15 млрд. тенге.

С 1 января 2019 были установлены новые требования к производству, хранению, перевозке, реализации и утилизации упакованной питьевой воды. Ужесточены правила по соблюдению норм химической, микробиологической и радиационной безопасности. Под строгий контроль возьмут содержание в минеральной воде количества опасных веществ.

«У компании Coca-Cola очень высокие стандарты качества. Если в процессе производства вода не соответствует требованиям, её отправляют на доработку. Вода добывается из четырех скважин на территории завода в

Алматинской области и проходит несколько этапов фильтрации и очистки, затем насыщается солями и минералами. Готовая продукция полностью соответствует требованиям регламента и внутренним стандартам компании. Вонаqua проходит химический анализ более чем по десяти показателям и после отправляется на пробу профессиональным дегустаторам, которые постоянно проходят обучение и повышают квалификацию в «The Coca-Cola Company».

В соответствии с техрегламентом «О безопасности упакованной питьевой воды, включая природную минеральную воду», вода для детского питания будет иметь соответствующую надпись. Упакованная столовая вода должна быть задекларирована. Вода для детского питания, лечебно-столовая и лечебная природная минеральная вода должна проходить государственную регистрацию. Обязательное условие для источников и скважин – защита от антропогенного воздействия.

В ЕЭК (Евразийская экономическая комиссия) в 2019 году была утверждена Программа по разработке (внесению изменений, пересмотру) межгосударственных стандартов, содержащих правила и методы исследований (испытаний) и измерений, необходимые для применения и исполнения требований техрегламента ЕАЭС «О безопасности упакованной питьевой воды, включая природную минеральную воду», и осуществления оценки соответствия объектов технического регулирования.

Программа содержит 68 проектов межгосударственных стандартов со сроками их разработки и странами-разработчиками. В том числе стандарт на пищевые продукты и продовольственное сырье, включающий методы отбора проб для определения показателей безопасности; на питьевую воду с отбором проб; стандарты по качеству воды, включая методы разложения для определения в воде некоторых элементов, и т.д. Ряд стандартов связан с определением в воде массовой концентрации ртути, свинца, кадмия, олова, кобальта и ряда других элементов.

Ответственным разработчиком 27 межгосударственных стандартов определена Россия, 25 – Беларусь, восьми – Казахстан и семи – Кыргызстан. Один стандарт – «Качество воды. Определение некоторых элементов методом атомно-эмиссионной спектроскопии с индуктивно связанной плазмой» – Россия и Беларусь будут разрабатывать совместно.

По данным Статистики Комитета РК по статистике, по состоянию на начало августа 2019 года в Казахстане зарегистрировано 31 предприятие по производству фруктовых и овощных соков, одно предприятие из которых зарегистрировано как крупное с численностью работников свыше 250 человек и расположено в г. Алматы.

Перечень предприятий по производству фруктовых и овощных соков, зарегистрированных по состоянию на начало августа 2019 года.

Наименование предприятия	Размерность	Область
ТОО "РАИМБЕК BOTTLERS"	крупное	г. Алматы
ТОО "JM GROUP"	среднее	Акмолинская
ТОО "ВИТАГРАСС"	среднее	Актюбинская
ПОЛНОЕ ТОВАРИЩЕСТВО "АГАДАДИЕВ И К"	среднее	Алматинская
ТОО "ЗАИЛИЙСКИЙ ПРОДУКТ"	среднее	Алматинская
ТОО "TUAR INVEST"	среднее	Алматинская
ТОО "ЦЕХ "ШАХАН"	среднее	Жамбылская
ТОО "АЛМА-ДЭМІ"	среднее	Жамбылская
ТОО "ВИТАМИН ПРЕМИУМ"	среднее	Жамбылская
ТОО "ВОТА СО."	среднее	Жамбылская
ТОО "КОМПАНИЯ БАУАН"	среднее	Карагандинская
ТОО "АЛМА-ЭКСПОРТ"	среднее	Туркестанская
СЕЛЬСКИЙ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ КООПЕРАТИВ "АЗАМАТ"	среднее	Туркестанская
ТОО "АРСЕН-АС"	среднее	Туркестанская
ТОО "ИНФРАСТРОЙ"	среднее	Туркестанская
СЕЛЬСКИЙ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ КООПЕРАТИВ "НУР БАРАКАТ-7"	среднее	Туркестанская
ТОО "ЮГ ЭКОПРОДУКТ"	среднее	Туркестанская
ТОО "ДАРЫ САЙРАМА"	среднее	Туркестанская
ТОО "КӨКӨНІСПРОМ"	среднее	Туркестанская

ТОО "ESTRELLA LTD"	среднее	Туркестанская
ТОО "KEMRAN GROUP"	среднее	Туркестанская
ТОО «NEWDAY»	среднее	Туркестанская
ТОО "КАЗАХСТАНСКО-УЗБЕКСКОЕ СОВМЕСТНОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ "ВИНОГРАД САМАРКАНДА"	среднее	Туркестанская
ТОО "GFS-KZ"	среднее	Туркестанская
ФИЛИАЛ ТОО "СОРРА ИТАЛИА" (КОППА ИТАЛИЯ) В ГОРОДЕ ПЕТРОПАВЛОВСК	среднее	Северо- Казахстанская
ТОО "НУР-СУЛТАН-БОТТЛЕРС"	среднее	г. Нур-Султан
ТОО "РУСКАЗ ТРЕЙДИНГ"	среднее	г. Нур-Султан
ТОО "РЕИНВЕСТ"	среднее	г. Нур-Султан
ТОО "ФАРИ БИ"	среднее	г. Нур-Султан
ТОО "СП «R.T.A. GROUP»	среднее	г. Алматы
ТОО "ДЕТОКС ПРО АЛМАТЫ"	среднее	г. Алматы

Источник: КС МНЭ РК

14. SWOT-анализ

В Казахстане насчитывается 285 источников с подземными водами и 11 источников с лечебно-минеральной водой, расположенных в Акмолинской и Северо-Казахстанской областях. По неофициальным данным, подземных минеральных источников больше.

Анализ текущего состояния

1. Водное законодательство РК достаточно полно охватывает все объекты и субъекты, задействованные в решении проблем, затрагивающих сферу производственной и социальной ответственности, попадающих в сферу действия Протокола по проблемам воды и здоровья. В качестве

положительной тенденции следует отметить, что законодательство постоянно совершенствуется с учетом лучших мировых практик и с учетом местных условий и возможностей.

Республика Казахстан является активным участником международного сотрудничества в области совершенствования принципов управления водными ресурсами, развития и модернизации практики водоснабжения и санитарии (водоотведения) по линии ОЭСР, ВЕКЦА, ПРООН, Глобальное Водное Партнерство и др. Основные приемлемые для текущей ситуации результаты этого сотрудничества также становятся предметом их практической реализации.

Вместе с тем следует отметить, что всегда есть возможность совершенствования законодательно-нормативной базы и механизмов ее исполнения, в том числе, в сферах управления водными ресурсами (использование, регулирование, экологическое состояние), развития и модернизации водоснабжения и водоотведения, улучшения уровня оказания услуг населению в этих важных вопросах жизнеобеспечения. Прежде всего, это касается создания правовых норм по обеспечению расширения доступа населения к качественной (здоровой) питьевой воде.

2. В области управления водными ресурсами главными задачами являются вопросы комплексного рационального использования водных ресурсов субъектами экономической деятельности и приоритетности для населения; снижение потерь водных ресурсов на всех этапах получения и потребления; обеспечение экологической безопасности водных объектов. Анализ исходного состояния показывает, что в этих направлениях предстоит большая работа, на которую мотивированы мероприятия по реализации Государственной программы управления водными ресурсами и Программы «Развитие регионов». Практическую помощь в их реализации может оказать и разрабатываемый проект целевых показателей в рамках Протокола. Одной из важных проблем в этой части является снижение уровня загрязнения водных объектов, которые являются источником для производства питьевых вод. Это можно сделать только за счет:

- контроля безусловного соблюдения нормативных требований качества очистки сточных вод, поступающих в водные объекты от производственных систем водоотведения, и снижения объема их поступления за счет внедрения оборотных и замкнутых циклов,

- сокращения (предотвращения) неочищенных поверхностных (ливневых, талых) вод с территорий промышленных предприятий и населенных пунктов (городов),

- повышения эффективности работы очистных сооружений предприятий водоотведения, обслуживающих системы водоотведения

населенных пунктов (городов и сельских населенных пунктов), в том числе и в части выполнения условий приема производственных сточных вод.

То есть, следует строго выполнять (субъектами) и контролировать (всеми органами, уполномоченными это делать) выполнение положений имеющегося водного законодательства. Важным аспектом в решении имеющихся в этом вопросе проблем является широкое привлечение общественности к их решению. Формы такого участия могут быть рассмотрены в рамках Протокола.

3. В Казахстане приняты и реализуются государственные программы по модернизации и развитию сектора водоснабжения и водоотведения, направленные на улучшение жизнеобеспечения населения и всей социальной сферы в целом. На их основании разработаны региональные (областные) программы конкретных мероприятий. Определены целевые показатели реализации этих программных документов. Эти показатели характеризуют достаточно высокий уровень развития сектора водоснабжения и водоотведения в стране.

Вместе с тем, возникает необходимость конкретизации (уточнения) этих показателей, исходя из конкретных условий и финансово-экономических возможностей и государства, и каждого региона в отдельности.

В этой связи в рамках Протокола появляется возможность, ориентируясь на конкретные возможности регионов и целевые показатели программных документов, определить и контролировать свои (на основе современных требований) целевые показатели доступа к питьевой воде и услугам водоотведения (для городских или сельских населенных пунктов в отдельных регионах).

4. Уровень состояния водоснабжения и водоотведения в сельских населенных пунктах (техническое состояние и оснащенность, формы управления, наличие квалифицированных специалистов и т.д.) и объема оказываемых услуг населению, несмотря на предпринимаемые усилия, все еще значительно отстают от современного уровня их развития в городах. В этой связи предпочтительно использовать возможности Протокола, в первую очередь для сельских населенных пунктов и их жителей.

5. Существенного улучшения проблемы воды и здоровья населения невозможно решить без модернизации и развития лабораторно-исследовательской базы и программно-методического обеспечения контроля качества воды на всех этапах ее движения от источника до конкретного потребителя. Этот вопрос также заслуживает своего рассмотрения при выборе целевых показателей Проекта.

6. Заслуживает внимания вопрос повышения требований к процедуре контроля качества воды в водопроводной распределительной сети и у

конечного потребителя. Следует рассмотреть вопрос соответствия существующей процедуры лучшим практикам стран ЕС и, при целесообразности, разработать соответствующие целевые показатели.

7. Анализ исходного положения показывает, что в условиях современного состояния водоснабжения и водоотведения в стране, следует обеспечить качественными услугами наиболее уязвимые слои населения, каковыми являются дети. Сфера действия Протокола позволяет сосредоточить усилия именно на этой категории жителей страны. В этой связи следует сосредоточить внимание на качестве услуг по водоснабжению и водоотведению на детских учреждениях как в городских, так и, в первую очередь, в сельских населенных пунктах. Речь идет о детских учреждениях (детских садах, яслях, оздоровительных комплексах), школах, больницах и др.

8. Текущая ситуация не дает оснований утверждать, что качество воды в поверхностных водных объектах, несмотря на проводимые мероприятия, имеет тенденцию к улучшению. В этой связи, следует в рамках Протокола разработать комплекс показателей, которые обращены к водным объектам II-категории (для культурно-бытового назначения купание, отдых на воде, любительский отдых и т.д.).

Проведенный национальными экспертами анализ о положении дел с водой и здоровьем свидетельствует о наличии проблем, которые более детально были рассмотрены с участием широкого круга специалистов различной профессиональной ориентированности, представляющих различные министерства и ведомства, связанные с этой проблематикой, представителями общественности. Этот круг вопросов был также детально рассмотрен и обсужден на двух специальных форумах (г. Алматы, к. Боровое) с привлечением национальных и международных экспертов.

SWOT-анализ

Для определения возможностей и рисков активного продвижения продукции на потребительском рынке проведем SWOT-анализ, результаты которого представлены в таблице.

Сильные стороны	Слабые стороны
выработана стратегия конкурентной борьбы	несбалансированные производственные мощности
Наличие собственного производства товаров и соответствующей инфраструктуры	текучесть квалифицированного персонала
наличие современной технологии производства воды	слабая кадровая политика
высокая квалификация управленческого персонала	Не развита система складскими запасами управления

Угрозы	Возможности
слабое стратегическое планирование деятельности предприятия и его развития	Эффективное использование прогрессивных производственных и маркетинговых технологий
существенная зависимость финансового состояния от внешних факторов	Совершенствование производимого качества товара
вход на рынок более крупных компаний	Увеличение номенклатуры и объема товарной продукции, услуг
	расширение деятельности.

15. Основные выводы и рекомендации

Казахстанская природная минеральная вода равноценна самым именитым мировым брендам природной воды и не уступает некоторым из них по физиологической полноценности и полезности для человека. Для казахстанских производителей есть возможность на экспорт воды и напитков стран СНГ, Юго-Восточной Азии, Китая и стран Персидского залива.

В целом данный проект является рентабельным, так как спрос на чистую питьевую воду в Казахстане увеличился. Так в период с 2016 по 2019 год спрос на питьевую бутилированную воду увеличился на 14,1%.

В следствии этого, казахстанцы давно перестали пить необработанную проточную воду, ощутив разницу. Заказ воды стал обычным делом практически для всех офисов и предприятий, а многие семьи заказывают воду на дом. Ведь от качества воды зависит здоровье человека, а на здоровье не экономят. Стоимость литровой бутилированной воды приемлемая и в среднем составляет 90,3 тг по данным КС МНЭ РК за 2019 год, и данный продукт пользуется большим спросом. По итогам 2018 года казахстанские производители на 92% обеспечили спрос на безалкогольные минеральные и газированные напитки Исходя из вышесказанного бизнес на воде является актуальным и прибыльным проектом.

По статистике за 2019 год, сладкую газировку время от времени пьют более 75% потребителей. Но также многие потребители переключаются на более полезные напитки – минеральную воду и соки. В результате рынок безалкогольных газированных напитков практически не растет. По данным статистики и маркетинговых исследований, его объем ежегодно увеличивается на 1-5%.

Рост среднего чека на питьевую бутилированную воду увеличился на 14% за период с 2017 по 2019 год. Что говорит о повышении доходов населения и высокого спроса на продукцию из-за качества проточной воды.

Рентабельность этого бизнес проекта составляет 10-20%. Успешно работать в таких условиях могут только крупные заводы, которым удастся реализовывать большие объемы продукции.

Приличным уровнем местного производства считается выпуск не менее 18-20 тыс. 1,5-литровых бутылок воды в сутки. По сравнению с мировыми гигантами отрасли – The Coca-Cola Company и PepsiCo Ink, это немного. На заводах мировых лидеров индустрии работают линии производительностью 20 тыс. бутылок в час. В совокупности все отечественные производители занимают 43,8% рынка. В то время как 56,2% приходится на долю Coca-Cola и PepsiCo.

Несмотря на то, что их продукция в три раза дороже напитков наших производителей, новое поколение под влиянием массовой рекламы выбирает пепси и колу. Рекламные бюджеты мировых монстров в 2001 году превысили \$100 млн. Естественно, что позволить себе потратить даже десятую часть этих средств на рекламу не может ни один наш производитель. Ведь оборот средней казахстанской компании, работающей в этой отрасли, составляет \$1-2,5 млн. в год.

Стоимость технологичного завода на примере «Аксенгир», расположенного в Алматинской области, составила 33 млрд тенге, с производственной мощностью в 550 млн литров соков, газированной и негазированной воды. Производство напитков требует высоких инвестиционных вложений, так как большие затраты обусловлены приобретением высокотехнологичного оборудования

Основной проблемой для многих казахстанских компаний является сбыт продукции. Сетевые торговые структуры, как правило, работают с Coca-Cola и PepsiCo, игнорируя продукцию наших производителей.

Поэтому главным конкурентным преимуществом местного производства стала доступная цена. Большинство из производителей работают в нижнем ценовом сегменте, продавая свои лимонады по 79-81 тенге за 1,5 л.

Приличным уровнем местного производства считается выпуск не менее 18-20 тыс. 1,5-литровых бутылок воды в сутки. По сравнению с мировыми гигантами отрасли – The Coca-Cola Company и PepsiCo Ink, это немного. На заводах мировых лидеров индустрии работают линии производительностью 20 тыс. бутылок в час. В совокупности все отечественные производители занимают 43,8% рынка. В то время как 56,2% приходится на долю Coca-Cola и PepsiCo.

Несмотря на то, что их продукция в три раза дороже напитков наших производителей, новое поколение под влиянием массовой рекламы выбирает пепси и колу. Рекламные бюджеты мировых монстров в 2001 году превысили \$100 млн. Естественно, что позволить себе потратить даже десятую часть этих средств на рекламу не может ни один наш производитель. Ведь оборот средней казахстанской компании, работающей в этой отрасли, составляет \$1-2,5 млн. в год.

В итоге, для реализации данного проекта необходимо учесть следующие риски:

- Высокие вложения в производство
- Большие затраты на рекламу
- Конкурентное преимущество со стороны импорта крупных мировых производителей таких как PepsiCo, Coca-Cola и т.д.

Исполнитель

Керембаев А.Т.

ОТЧЕТ
по результатам маркетингового исследования
ПРОИЗВОДСТВО ОДЕЖДЫ

Подготовлен в рамках проведения маркетинговых исследований в приоритетных секторах Государственной программы поддержки и развития бизнеса «Дорожная карта бизнеса – 2025»

Отрасль: Производство одежды, кроме одежды из меха (код ОКЭД - 14.1)

Заказчик: Национальная палата предпринимателей «Атамекен»

Исполнитель: Абишев У.С.

г. Нур-Султан, 2020

СОДЕРЖАНИЕ

1. Описание отрасли, существующие проблемы и тенденции	3
2. Оказываемая поддержка отрасли	17
3. Перспективы отрасли в рамках реализации проектов (объем рынка, планируемые проекты, обоснование спроса в будущем)	20
4. Определение возможности и целесообразности реализации проекта	22
5. Внутреннее производство	36
6. Производственные мощности	43
7. Внешняя торговля	46
8. Размер рынка.....	50
9. Обзор цен.....	51
10. Потребительское поведение	56
11. Описание сложившейся конъюнктуры рынка по продукту/услуге проекта	59
12. Анализ существующей и прогнозируемой конъюнктуры спроса на образующуюся в результате реализации проекта продукцию (товары/услуги) - проблемы, решения, статус реализуемых проектов. ..	62
13. Описание уже реализованных проектов (функционал объекта, преимущества и недостатки).....	64
14. SWOT-анализ - определение и оценка потенциальных сильных и слабых сторон, возможностей и угроз товаров, работ, услуг, предполагаемых в рамках реализации проекта (обязательно указываются используемые источники информации проведения маркетинговых исследований с приложением отчетов).....	73
15. Основные выводы и рекомендации	79

1. Описание отрасли, существующие проблемы и тенденции

Краткий анализ текущей ситуации

Легкая промышленность — это важнейший многопрофильный и привлекательный сектор экономики любой страны, поскольку, при условии выпуска конкурентоспособной продукции, этот сектор экономики автоматически получает устойчивый рынок сбыта, обеспечивая эффективность вложенных ресурсов и широкую межрегиональную и межотраслевую кооперацию.

По уровню потребления продукции легкой промышленности, удовлетворяя самые главные и насущные потребности людей, стоит на втором месте после продовольственных товаров, что в большей степени и определяет ее значимость.

Легкая промышленность входит в состав ведущих отраслей мирового промышленного комплекса. Легкая промышленность во все времена обеспечивает работой миллионы людей во всем мире, причем, обладая мультипликационным эффектом, она задействует и множество других отраслей - сельское хозяйство, машиностроение, химическую промышленность и торговлю.

Именно поэтому, по данным международной организации Экономического сотрудничества и развития легкая промышленность входит в число ведущих отраслей индустрии во всем мире.

Легкая промышленность – это комплексная отрасль, включающая в себя большое количество подотраслей, которые могут быть объединены в три основные группы:

- производство текстильных изделий;
- производство одежды;
- производство кожаной и относящейся к ней продукции.

Легкая промышленность в мире имеет небольшой удельный вес в обрабатывающей промышленности – не более 1,2 %.

Отрасль осуществляет как первичную обработку сырья, так и выпуск готовой продукции. Это комплексная отрасль, включающая более чем 20 подотраслей, которые могут быть объединены в три основные группы: текстильная; швейная; кожаная, меховая, обувная. Наибольший удельный вес в структуре легкой промышленности занимает продукция швейной и текстильной подотраслей.

Производство одежды, является значимой отраслью легкой индустрии и отличается более свободным характером размещения и теснее связана с потребителями.

Производство одежды относится к материалоемким отраслям. В структуре затрат на долю сырья и материалов приходится до 80%.

Традиционно легкую промышленность делят на текстильное производство, хлопчатобумажное, обувное, кожаное, дубильное и так далее. Но существует всего две сферы – та, что работает для корпоративных

заказчиков (то есть предприятий и организаций), и та, что ориентирована на потребительский рынок (то есть население).

Производство простейших товаров со стабильной внешней формой (рабочая одежда) распространено повсеместно, выпуск более сложного и менее стабильного ассортимента ориентируется на городские центры, а выпуск более сложных изделий, находящихся под влиянием моды, осуществляется в крупнейших городах, имеющих дома моделей. В 2020 году эта отрасль ориентирована в основном на корпоративный спрос, поставляя одежду для работников промышленных предприятий, сотрудников правоохранительных, военных и других государственных органов, т.к. в этом направлении государство имеет рычаги в виде госзаказа и норм по импортозамещению.

Политика в области импортозамещения, проводимая в Республике Казахстан, предполагает использование потенциала внутреннего рынка страны преимущественно на основе развития национального производства. Основным ограничением для развития импортозамещающих производств, как правило, является внутренний платежеспособный спрос. В случае небольшой емкости внутреннего рынка создавать полноценное импортозамещающее производство экономически нецелесообразно. Поскольку трудно рассчитывать на окупаемость инвестиций и высокую эффективность такого производства. Если пренебрегать малой емкостью внутреннего рынка политика импортозамещения может негативно влиять на конкурентоспособность импортозамещающих производств, в частности, и страны в целом. По этой причине создаваемые в республике импортозамещающие производства должны быть ориентированы на Общий рынок ЕАЭС, что обеспечит эффект масштаба.

А вот для развития производства одежды на потребительский рынок нужен иной подход к ведению бизнеса, и помощь государства здесь может выражаться в обеспечении нормальной инфраструктуры, содействии в удешевлении кредитных ресурсов и контролю безопасности импортной продукции.

Ситуация в отечественной легкой промышленности характеризуется сокращением объемов производства, увеличением импорта готовых изделий, экспортом традиционного сырья преимущественно кожи в необработанном виде, поэтому перед отраслью ставятся новые задачи, решение которых требует иных подходов не только на краткосрочную, но и на долгосрочную перспективу.

Производство одежды, кроме одежды из меха (код ОКЭД - 14.1) включает в себя:

14.1 ОКЭД ГК РК 03-2007 Производство одежды, кроме одежды из меха

Код	Наименование	Описание группировки
14.11	Производство одежды из кожи	<p>Данный класс включает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - производство одежды из кожи или одежды с частичными кожаными вставками, включая рабочую кожаную одежду, аксессуары, например, кожаный фартук сварщика <p>Данный класс не включает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - производство меховой одежды, - производство спортивных кожаных перчаток и спортивных головных уборов, - производство огнестойкой и защитной одежды,
14.12	Производство спецодежды	<p>Данный класс не включает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - производство обуви, - производство огнестойкой и защитной одежды, - ремонт одежды,
14.13	Производство верхней одежды	<p>Данный класс включает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - производство прочих видов верхней одежды, изготовленной из тканых, вязаных или трикотажных тканей, не тканых и т.д. тканей для мужчин, женщин и детей: пальто, костюмы, жакеты, брюки, юбки и т.д. <p>Данный класс также включает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - индивидуальный пошив - пошив отдельных частей вышеназванной продукции <p>Данный класс не включает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - производство одежды из меха (за исключением головных уборов), - производство одежды не сшивной, а закрепляемой одежды из резины или пластика

		<ul style="list-style-type: none"> - производство огнестойкой и защитной одежды, - ремонт одежды,
14.14	Производство нижнего белья	<p>Данный класс включает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - производство нижнего белья и ночного белья из тканых, вязаных или трикотажных тканей, кружев и т.д. для мужчин, женщин и детей: рубашки, футболки, кальсоны, шорты, пижамы, ночные сорочки, платья, блузы, нижние юбки, комбинации, бюстгальтеры, корсеты и т.д. <p>Данный класс не включает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ремонт одежды,
14.15	Производство прочих видов одежды и аксессуаров	<p>Данный класс включает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - производство одежды для детей младшего возраста, спортивные костюмы, лыжные костюмы, купальники и т.д. - производство шляп и шапок - производство прочих аксессуаров: перчатки, ремни, платки, галстуки, шарфы, сетки для волос и т.д. <p>Данный класс также включает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - производство головных уборов из кожи - производство обуви из текстильных материалов без наложения подошвы - пошив отдельных частей вышеназванной продукции <p>Данный класс не включает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - производство спортивных головных уборов, - производство защитных головных уборов (за исключением спортивных головных уборов), - производство огнестойкой и защитной одежды, - ремонт одежды,

Данная группа включает производство одежды. Материалами, используемыми в данной промышленности, могут быть любые виды тканей, в т.ч. обработанные, пропитанные или прорезиненные.

Легкая промышленность Казахстана насчитывает 1044 предприятий. В ней занято 12,7 тыс. человек.

За 2019 год объем производства легкой промышленности вырос на 18,9% и составил 87,5 млрд тенге. Рост наблюдается в производстве текстильных изделий на 23,7% и одежды на 7,5%. В производстве продукции легкой промышленности за январь-октябрь 2019 года основная доля приходится на текстильное производство — 53% (46,1 млрд тенге), далее следует производство одежды с долей 37% (32,8 млрд тенге) и производство кожаной и относящейся к ней продукции с долей 10% (8,6 млрд тенге). Товарооборот легкой промышленности Казахстана составил \$1,3 млрд, увеличившись на 14,5% по сравнению с аналогичным периодом 2018 года.

Для Казахстана легкая промышленность – отрасль традиционная. Во времена Казахской ССР она включала в себя 14 отраслей и 69 промышленных объединений и предприятий.

В легкой промышленности в 1985 году работали 202,8 тыс. человек, выпускалось более 2 000 наименований продукции, доля продукции отрасли в общем объеме производства республики составляла 15,2%, а в легкой промышленности СССР – 4%.

В 1985 году предприятия отрасли выпустили 130 млн кв. м хлопчатобумажных тканей (в 2019 году – 14 млн кв. м); 22,6 млн единиц трикотажных изделий, 68 млн единиц трикотажного белья (почти в 90 раз больше того, что мы выпускаем в начале 2020 г.); 30,6 млн пар обуви (1 млн 270 тыс. – в 2019 году); 74,7 млн пар носков – в 1 квартале 2020 г. 15–16 млн.

В 90-е годы Казахстан практически утерял национальную легкую промышленность. Разорвались экономические связи республик СССР, была подорвана сырьевая база отрасли, через открытые границы хлынула дешевая импортная продукция, которая добила отрасль окончательно.

В 2020г. в Казахстане действует 1044 предприятие легкой промышленности, из которых всего 40 относятся к категории крупных и средних (12 крупных и 28 средних).

То есть типичное предприятие этой отрасли – это не швейная или обувная фабрика, а ателье или артель.

Некоторые подотрасли легпрома вообще представлены только одним крупным или средним предприятием.

При этом средняя загруженность мощностей всех этих предприятий составляет чуть более 26%.

Списочная численность работников отрасли составляет 12 700 человек, реальная – 9 300 (против 200 000 в советское время).

Импорт в 17 раз больше продукции легкой промышленности, чем продаем на экспорт.

Легкая промышленность многих стран оказалась в тяжелом положении после распада СССР, каждая из них решала проблему по-своему.

Основные направления развития отрасли

В предстоящий период основные направления развития отрасли связаны с созданием стимулов для модернизации и диверсификации производств по переработке местного сырья (хлопок, шерсть, кожа) в текстильной, швейной, кожевенной и обувной промышленности.

В целях создания продуктов с высокой добавленной стоимостью предусмотрены меры поддержки:

–подотрасли по производству шерстяных изделий, для модернизации предприятий по первичной обработке шерсти в Актюбинской, Жамбылской, Алматинской и Восточно-Казахстанской областях, а в Алматинской области - создания шерстяного кластера для организации полного технологического цикла по переработке шерсти;

–производства изделий из хлопка на территории СЭЗ «Оңтүстік», для организации полного технологического цикла производства кардной и гребенной хлопчатобумажной пряжи, тканей и готовых текстильных изделий, крашения и отделки пряжи и тканей, а также готовых швейных изделий, в том числе за счет расширения видов деятельности СЭЗ «Оңтүстік» (производство шелковых тканей, производство нетканых текстильных материалов, ковровых изделий и гобеленов, хлопковой целлюлозы и ее производных, высококачественной бумаги из хлопкового сырья и изделий из кожи);

–кожевенной и обувной подотрасли, для организации глубокой переработки шкур сельскохозяйственных животных и выпуска конкурентоспособной товарной кожи, шубно-меховых изделий и обуви на базе кожевенно-меховых производств в городах Тараз и Семей;

–швейной подотрасли, для осуществления модернизации предприятий по организации контрактного производства на примере выпуска брендовой продукции (изделия для велоспорта).

Предусматривается реализация следующих инвестиционных проектов: Восточно-Казахстанская область - «Реконструкция и модернизация кожевенного производства»;

Туркестанская область - «Организация современного текстильного производства в СЭЗ «Оңтүстік»;

Туркестанская область - «Выпуск гигроскопичной ваты и целлюлозы»;

Туркестанская область - «Организация современного производства по выпуску гребенной и кардной хлопчатобумажной пряжи».

Производство одежды в мире имеет огромное социальное значение, так как производит различные виды продукции для личного пользования и тем самым формирует один из важнейших компонентов материального благосостояния людей.

Можно выделить характерные особенности промышленности:

–тесная связь с потребителем, зависимость от историко-географического и социально-экономического уровня развития населения той или иной территории; динамичность отрасли, выражающаяся в быстрой смене ассортимента выпускаемой продукции из-за смены моды, вкусов и т.п.;

–изменчивость требований к сырью, полуфабрикатам, фурнитуре и ее оформлению, а также к технологиям и организации производства;

–особые требования к профессиональному уровню рабочей силы (наличие художественного образования, вкуса и т.п.).

–эпоху научно-технической революции, как одна из старейших и наиболее крупных отраслей легкой промышленности, существенно изменила свою структуру. В 2020 году в зависимости от используемого сырья выделяют хлопчатобумажную, шерстяную, шелковую, льняную подотрасли и производство нетканых материалов (искусственных волокон).

В процессе производства продукции или предоставления услуг, предприятия и организации сталкиваются с рядом внутренних и внешних проблем, имеющих непосредственное влияние на эффективность их деятельности.

К основным проблемам, развития отрасли, можно отнести:

–отрасль представлена предприятиями, построенными в советское время, как следствие - низкий уровень их технической оснащенности;

–низкая производительность труда, слабые от мировых аналогов технологии; отсутствие стандартов качества;

–некачественный маркетинг;

–износ основных фондов, необходимость модернизации предприятий данной отрасли;

–недостаточность собственного сырья, его высокая стоимость,

–рост потребительского рынка и удовлетворение потребностей населения происходит по большей части благодаря импорту;

–незначительная доля потребления отечественной продукции на рынке;

–недостаток квалифицированных кадров;

–низкий уровень заработной платы специалистов, занятых в отрасли,

–финансово-экономические трудности предприятий — высокие таможенные пошлины на сырье, отсутствие льготного финансирования, высокие кредитные ставки.

После распада СССР казахстанская легкая промышленность начала активно сокращаться. Основные причины спада –мощный приток в страну дешевых импортных товаров вследствие открытия национального рынка, а также исчезновение налаженных каналов поставок сырья из стран бывшего СССР. Отсутствие на тот момент в стране плеяды дизайнеров мирового уровня, способных работать с современными тенденциями и создавать их самим, также сыграло свою негативную роль в росте импортозависимости. Экономические кризисы 1998 и 2008 гг. негативно повлияли на состояние

отрасли, но ей достаточно быстро удавалось восстанавливаться до докризисных уровней благодаря, в том числе, различным поддерживающим мерам.

Производство одежды является значимой отраслью легкой промышленности и отличается более свободным характером размещения и теснее связана с потребителями.

Производство одежды имеет свои особенности развития:

Наличие высокого спроса на продукцию данной отрасли и низкого отечественного предложения;

Высокая потребность в специалистах отрасли, обладающих профессиональными навыками изготовления данной продукции;

Зависимость развития отрасли от сельского хозяйства, как главного источника сырья;

Высокая концентрация предприятий данной отрасли в отдельных регионах страны.

Для развития производства на потребительский рынок нужен особый подход к ведению бизнеса, и помощь государства здесь может выражаться в обеспечении нормальной инфраструктуры, содействии в удешевлении кредитных ресурсов и контролю безопасности импортной продукции.

Наряду с этим, это одна из отраслей, позволяющая обеспечивать население рабочими местами, что является единственным выходом снижения безработицы в регионах с избыточным населением.

Практика успешных стран развития легкой промышленности показывает, что только государственная поддержка в виде субсидий, налоговых льгот, институциональная поддержка кредитами позволяют выпускать конкурентоспособную продукцию и выходить на внешние рынки.

Появление на рынке большого количества иностранных товаров высокого качества стимулирует внутренних производителей к совершенствованию производства, внедрению новых технологий и разработке новых стратегий бизнеса, продвижению своей продукции на рынке совершенной конкуренции при высоких показателях эластичности товара.

Производители заинтересованы в выпуске конкурентоспособной качественной продукции, отличной от других по разным показателям, что может определить приоритеты при принятии потребителем решения о покупке. Эстетические преимущества товара в сочетании с оригинальной формой объекта, гармоничностью и целостностью конструкции, соответствие формы объекта стилю и среде, цветовое и декоративное решение объекта, художественное решение упаковки товара позволяют на стадии предварительного контроля оценить реакцию рынка на товар.

Развитию легкой промышленности во многих странах мира уделяется значительное внимание, так как эта отрасль обладает немалой социально-экономической значимостью, обеспечивая высокую занятость трудоспособного населения, в частности женского. Важность отрасли состоит

в том, что по уровню потребления она занимает вторую позицию, уступая лишь потреблению продовольственных продуктов.

Основными мировыми производителями продукции легкой промышленности являются такие страны, как Китай и Индия. На долю Китая приходится 40% мирового производства хлопка, 64% мирового производства нитей, 41% мирового производства тканей и 50% мирового производства одежды.

В советское время легкая промышленность давала пятую часть всей продукции.

В Казахской ССР были хорошо развиты текстильная, швейная, трикотажная, кожевенно- меховая и обувная отрасли. Ведь раньше в стране действовали десятки предприятий, выпускавших ткани, одежду, обувь, трикотаж, на них трудились десятки тысяч людей.

Качество и дизайн изделий порой вызывали нарекания, однако они подкупали потребителей прочностью и невысокой ценой. Созданная в советское время система предприятий развалилась, но остались главные ресурсы, которые в свое время дали толчок развитию казахстанской легкой промышленности, – хлопок, шерсть и кожа.

За прошедшее десятилетие произошли разительные перемены - закрылись многие предприятия, значительно сократился объем выпускаемой продукции.

Необходимо отметить, что наибольшим потенциалом для развития в Казахстане обладает технологическая цепочка синтетических материалов (производство химических волокон и нитей, синтетического текстиля). Существует необходимость выстраивания технологической цепочки синтетических материалов от производства полиэфирных, вискозных и полиамидных волокон до производства технического текстиля и других синтетических тканей. Синтетическая цепочка представляет существенный по объему сегмент отрасли, обладает высоким потенциалом импортозамещения. Развитие синтетической цепочки возможно на базе существующих или планируемых к запуску нефтехимических комплексов.

Россия использовала преимущество большого внутреннего рынка и политику протекционизма. Наличие большого госзаказа стимулировало иностранных инвесторов к переносу производств и частично позволило сохранить советские производственные мощности.

В Кыргызстане отрасль выжила за счет возможности много лет работать в теневом поле – без налогов и таможенных пошлин.

Беспрецедентная государственная поддержка и наличие своего сырья, а также закрытый внутренний рынок помогли выжить отрасли в Беларуси и Узбекистане.

При этом легкая промышленность в мире – одна из самых активно развивающихся отраслей.

Мировой объем только рынка одежды и обуви составляет 1,7 трлн долларов – столько же, сколько ВВП Канады. Ежегодное перепроизводство этих товаров составляет 210 млрд долларов.

В 2019 году объем мирового текстильного рынка оценивался в 961,5 млрд долларов.

В год в мире производится 150 млрд предметов одежды, то есть по 20 предметов одежды на человека. При этом 30% одежды никогда не продается.

460 млрд долларов – это объем той одежды, которую люди выбрасывают, хотя могли бы ее носить и дальше.

«Философия потребления» и система «быстрой моды» продолжают стимулировать развитие отрасли. Добавьте к этому стремительные темпы развития технологий, развитие цифровой коммерции, чтобы оценить уровень конкуренции.

К основным проблемам развития отрасли в нашей стране относятся прежде всего:

- Дороговизна производства.
- Отечественные предприятия вынуждены конкурировать с азиатскими производителями, использующими более современное оборудование и более дешевый труд. Поэтому продукция дорогая и ее значительно меньше, чем необходимо.

- Отсутствие необходимого оборудования. Все оборудование, кроме советского, импортное и зачастую устаревшее. Коэффициент обновления оборудования на отечественных предприятиях составляет 3–4% в год и осуществляется за счет кредитных и собственных средств, на зарубежных фирмах этот показатель составляет 15–17%, что в значительной степени связано с инвестиционной поддержкой со стороны государства.

- Дефицит сырья. При том что практически не производится в стране синтетические материалы, ощущается дефицит в натуральном отечественном сырье.

- Низкая эффективность мер государственной поддержки. Предприятия легкой промышленности больше всего страдают от недостаточного уровня инвестиций для модернизации и реструктуризации производства и из-за нехватки оборотных средств. Зачастую предприятия не могут получить кредитование в банках. Банки второго уровня при рассмотрении заявок от бизнеса оценивают залоговое имущество по очень низким ставкам, не рассматривают в качестве залогового имущества будущие контракты. После получения кредита предприятия вынуждены начинать оплату еще до того, как построят помещение и завезут оборудование.

- Наличие теневого импорта сводит на нет все усилия предпринимателей. Контрафакт дешевле за счет низкого качества, из-за отсутствия налогов и пошлин.

В 2020 году деятельность легкой промышленности в Казахстане во многом поддерживается ведомственными государственными заказами, за счет

которых предприятия сохраняются на плаву. Но в силу разных причин это не дает возможности предприятиям преуспеть в технологическом развитии, расширении ассортимента и т. д.

В государственных закупках участвует большое количество поставщиков (перекупщиков). Ориентируясь на низкую цену, заказчик получает некачественный импортный товар. Следовательно, бюджетные средства выводятся из страны, спонсируя развитие экономики других стран.

Основная масса предприятий Казахстана легкой промышленности на 2020 год не готова к выполнению больших заказов и не может быстро перейти к производству широкого спектра товаров, не способна несколько раз в год менять линейки продуктов в зависимости от сезона.

Предприятия не могут покупать в больших количествах сырье (ткани, фурнитуру и т. п.), поскольку у них нет больших заказов. Отсюда высокая цена, потому что объемы небольшие, а скидки маленькие.

Проблемы со сбытом. По объему продаж преобладают малые предприятия, которые занимают 72,7% розничной торговли. Продукция легкой промышленности реализуется в монобрендовых сетевых магазинах или в небольших магазинах, которые не образуют сети. Производителю приходится договариваться со множеством мелких реализаторов, а это означает большие затраты на управление, маркетинг и рекламу.

Ритейлеры предпочитают известные зарубежные бренды, которые несут затраты на рекламу и гарантируют определенное качество. Также они получают иностранную государственную поддержку на аренду торговых площадей.

Необходима долгосрочная государственная программа развития отрасли, принятая на основании детального анализа ситуации и макроэкономических расчетов и тесно скоординирована с программами развития сельского хозяйства и химической промышленности, а также быть обеспечена законами, стабильными правилами и финансами. Этот стратегический документ должен предусматривать следующие меры:

1. Развитие сырьевой базы.

Для первичного развития необходимо организовать производство хлопка, очищенной и обработанной шерсти и выделанных шкур, чтобы уже производства следующего технологического передела могли их использовать и не закупать иностранное сырье. Особое внимание нужно уделить кожевенной отрасли.

Для этого необходимо субсидировать или обеспечить длинными дешевыми кредитами систему сбора и скупки кожи и шерсти от фермеров до предприятий в целях загрузки перерабатывающих мощностей легкой промышленности. Получение ими отечественного сырья приведет к снижению себестоимости продукции. В свою очередь это стимулирует рост животноводства (там должны быть отдельные субсидии, особенно по выращиванию мериносов).

Стимулировать объединение предприятий, образование кластеров, консорциумов, которые имеют доступ к получению государственного заказа. Поддержать создание эффективных межотраслевых связей, создание региональных торговых палат с привлечением к работе местных банков и финансовых структур. Обеспечить условия для консолидации производства и моды, для перехода на товарную концепцию, ориентацию на нужды индивидуальных потребителей. Принять меры по снижению затрат на логистику. Создать благоприятные условия для появления совместных предприятий. Поддерживать продвижение национальных брендов в стране и за ее пределами.

2. Подготовка кадров.

Субсидирование на создание новых рабочих мест. Помощь в повышении уровня профессиональной квалификации, в целевом переобучении. Необходимо предусматривать квоты для подготовки специалистов для легкой промышленности. Нужно нормативно закрепить систему отработки в течение 3 лет для выпускников институтов и колледжей, учившихся на государственные гранты и получивших профессии в аграрном секторе и легкой промышленности.

Отрасль нуждается в современных профессиональных стандартах, новой учебной литературе и методике преподавания. Необходимо стимулировать кооперацию НИИ, вузов, колледжей, предприятий, создание их современного материально-технического обеспечения. При учебных заведениях должны быть свои предприятия для эффективного обучения практическим навыкам.

3. Маркетинг и научные исследования.

Поддержка регулярных маркетинговых и научных исследований, внедрение маркетинговых инструментов для продвижения и продажи товаров. Инвестирование в научные разработки, направленные на развитие информационных технологий, и их внедрение в производство. Поощрение инновационной деятельности предприятий. Субсидирование внедрения новых технологий очистки и утилизации отходов, создание энергосберегающих технологий, использование возобновляемых источников энергии.

4. Контроль качества.

Высокий удельный вес импорта образуется в том числе за счет поступления на внутренний рынок по демпинговой цене товаров низкого качества, не декларированных и не сертифицированных.

Необходимо усилить контрольные функции за качеством товаров, ужесточить ответственность за реализацию продукции, не соответствующей санитарно-гигиеническим нормативам, техническим регламентам и стандартам.

Необходимо ввести обязательную маркировку отечественного и импортируемого товара, осуществлять отбор продукции для проведения лабораторных испытаний как до выпуска товаров (в зонах таможенного

контроля), так и после выпуска товаров. Товары, не соответствующие техническим регламентам, изымать и уничтожать.

С целью обеспечения безопасности продукции легкой промышленности, ограничения ввоза нелегальной и опасной для здоровья человека импортируемой продукции необходимо увеличить количество аккредитованных испытательных лабораторий для определения соответствия продукции с полным спектром испытаний.

Требует особого внимания вопрос повышения качества отечественной продукции. Необходимо в кратчайшие сроки принять международные отраслевые стандарты качества и установить контроль за соблюдением правил. Государственная помощь предприятиям безболезненно перейти на современные стандарты качества. Это, в свою очередь, значительно облегчит доступ для продажи товаров на внешние рынки. Нарекания и жалобы со стороны предприятий говорят о том, что функция по выдаче сертификатов качества должна быть возвращена государству. Проблемы технического регулирования и технических регламентов заслуживают особого внимания государства.

Необходимо содействовать созданию национальной сети аккредитованных лабораторий. Лаборатории должны размещаться также на таможенных постах.

5. Государственная поддержка. Государственный заказ.

Необходимо совершенствовать налоговую, денежно-кредитную, таможенную политику. Поддержать более эффективно экспорт, освоение новых рынков сбыта.

Льготными кредитами и налогами поддерживать модернизацию предприятий, образование кластеров для оказания поддержки надомникам и ремесленникам. Поощрять создание инновационных предприятий, приобретение новых технологий. Упростить процедуры администрирования, сократить сроки внедрения в производство новых технологий и товаров. Разработать политику защиты инвестиций.

Денежная политика в отношении поставщиков сырья направлена на загрузку перерабатывающих предприятий, их стимулирование к работе на отечественном сырье, ужесточение требований к качеству изделий.

Предприятия нуждаются в долгосрочном государственном заказе и стабильных правилах работы. Необходимо отменить принцип минимальной цены и другие критерии при конкурсе. Перейти к системе консолидированного государственного заказа всех силовых структур, обозначив для этого единый уполномоченный орган. Необходимо усовершенствовать требования к качеству продукции и инвестиционным обязательствам предприятий, получающих доступ к государственным закупкам.

Требуют пересмотра также календарные сроки проведения конкурса и размещения заказа. Следует запретить практику бесконечного пересмотра

правил и требований к изделиям государственными ведомствами. Стабильность правил и фискально-кредитной политики – ключевой фактор роста всех отраслей экономики.

Необходимо создать Государственную комиссию для изучения и анализа простоя или банкротства предприятий, построенных в рамках ГПИИР. Точная диагностика позволит избежать ошибок в будущем.

6. Сбыт и противодействие контрабанде.

Большое значение имеют развитие внутренней и внешней торговли, защита рынка, всеобъемлющая поддержка экспорта, реальная, а не мнимая борьба с контрабандой.

Эффективным инструментом поддержки сбыта является субсидирование аренды торговых площадей и в стране, и за рубежом. Опыт показывает, что нельзя целиком полагаться на стихию рынка. Развитые государства ОЭСР вынуждены активно вмешиваться и создавать регулирующие механизмы в целях защиты внутреннего рынка и поддержки конкурентоспособности своей продукции. Нам следует вводить регулирование торговой наценки на товары отечественного производства. На начало 2020 года она доходит до уровня 30%.

Контрабанда и контрафакт бьют в первую очередь по малому и среднему бизнесу, делая их продукцию неконкурентоспособной. От подделок и некачественной продукции страдают наши потребители. Особенно тревожит, что через контрабанду в страну попадают некачественные, а порой и просто опасные для здоровья товары для детей.

Без порядка на таможне и четких, прозрачных, отлаженных таможенных процедур мы нашу национальную легкую промышленность не поднимем. У меня тут нет никаких сомнений.

7. Перезагрузка государственной политики в отношении развития малого и среднего бизнеса, особенно в перерабатывающих отраслях.

Активное содействие конкуренции, устранение монополий и административных барьеров, улучшение доступа к финансам, фискальная политика, содействие развитию саморегулируемых организаций – важные инструменты поддержки МСБ.

Регулярный мониторинг состояния дел, постоянный диалог Правительства с отраслевыми объединениями предпринимателей позволят своевременно и быстро определить проблемы и оперативно реагировать на них.

Не менее 30% годового бюджета государственных закупок должно быть предоставлено малым и средним предприятиям.

Необходимо разработать четкие критерии к предприятиям, которые имеют право на доступ к мерам государственной поддержки, такие как срок создания предприятия (не менее 5 лет, например), безупречная деловая репутация как предприятия, так и его учредителей, уровень квалификации

кадров, внедрение современных технологий, цифровизация, требования к составу учредителей.

Малые и средние предприятия необходимо освободить от ряда административных сборов на постоянной или временной основе.

Наличие мобилизационных резервов во всех секторах экономики становится ключевым вопросом безопасности и выживания страны в кризисных ситуациях.

Падение спроса на энергоресурсы, связанное с пандемией и нефтяными войнами, создало ситуацию беспрецедентных вызовов для экономики Казахстана. Теперь все институты будут проверены на прочность.

В условиях сложившегося мирового кризиса нашей стране необходимо переориентировать свою экономику путем импортозамещения.

Импортозамещение — прекрасный способ усилить экономику, создать новые производства, рабочие места и улучшить качество жизни жителей страны. Поэтому, в Казахстане, как и в других странах Мира, стимулируется развитие местного производства.

2. Оказываемая поддержка отрасли

Поддержка предприятий легкой промышленности оказывается в рамках системных мер, направленных на обрабатывающую промышленность, таких как продвижение экспорта продукции, стимулирование повышения производительности труда, продвижение товаров на внутреннем рынке, реализация Единой программы поддержки и развитие бизнеса «Дорожная карта бизнеса-2025» и др.

2020 год объявлен годом поддержки отечественных товаропроизводителей, и это хороший принцип поддержки малого и среднего бизнеса. Статья 17 Предпринимательского кодекса и специальный порядок государственных закупок, утвержденный Постановлением Правительства от 10 апреля 2020 года, дает отечественным товаропроизводителям преимущественное право заключения договоров с заказчиками на поставку товаров, работ и услуг, что в свою очередь существенно облегчает участие в конкурсных процедурах и смягчает конкурентную среду. В условиях закрытия границ, снижения поставок, роста цен, как ни странно, есть и определенные преимущества для отечественных производителей, вышеуказанные меры со стороны государства дают дополнительный импульс к развитию местного производства.

Специальная экономическая зона «Оңтүстік» создана Указом Первого Президента Республики Казахстан от 6 июля 2005 года № 1605, основной целью которого является создание условий для развития текстильной и швейной промышленности и создание предпосылок для перехода к производству конкурентоспособных товаров с высокой добавленной стоимостью. Инвесторы освобождаются от уплаты корпоративного

подоходного налога, налога на имущество и землю, таможенных пошлин сроком до 2030 года.

В Дорожной карте по развитию легкой промышленности на 2019-2021 годы предусмотрен раздел по мерам в области государственных закупок и повышения доли казахстанского содержания. Так, для местных исполнительных органов установлены целевые индикаторы по увеличению доли местного содержания в государственных закупках товаров легкой, мебельной промышленности и строительных материалов. Для национальных холдингов, нацкомпаний и аффилированных с ними юридических лиц установлены индикаторы по достижению к 2021 году доли закупок легкой промышленности у отечественных товаропроизводителей на уровне не менее 90%. Товары легкой и мебельной промышленности включены в перечень товаров, работ и услуг, по которым государственные закупки с 1 июля 2019 года проводятся способом конкурса с предварительным квалификационным отбором. Предусмотрено требование по предоставлению Индустриального сертификата при прохождении предварительного квалификационного отбора в государственных закупках, по установлению изъятий из национального режима при осуществлении государственных закупок сроком на 2 года.

В целях реализации Послания народу Казахстана в рамках развития «экономики простых вещей» от 5 октября 2018 года принято постановление Правительства РК для решения задачи доступного кредитования. Целевым назначением кредита являются инвестирование и пополнение оборотных средств с 6 процентной ставкой для бизнеса. В рамках Программы банками 2-го уровня одобрены 21 проектов легкой промышленности на сумму 4,3 млрд. тенге. Также Министерством разработана Дорожная карта по развитию легкой промышленности на 2019 – 2021 годы, которая одобрена Правительством. Дорожная карта предусматривает 52 мероприятия по обеспечению сырьем предприятий, борьбе с нелегальным оборотом товаров, повышению доли казахстанского содержания, мерам экономического стимулирования, а также системным мерам поддержки.

В 2020 году подготовку кадров с высшим и послевузовским образованием для отрасли легкой промышленности осуществляют 8 высших учебных заведений в рамках специальностей «технология и конструирование изделий легкой промышленности», «технология и проектирование текстильных материалов»:

- Государственный университет им. М. Ауэзова
- М. Х. Таразский государственный университет им. Дулати
- Семипалатинский государственный университет им. Шакарима
- Рудненский индустриальный институт
- Алматинский технологический университет
- Казахский университет технологии и бизнеса
- университет «Алматы»

- университет «Болашак»

В 2018-2019 учебном году прием составил 501 человек. Объем выделенного гранта на подготовку кадров для данной сферы — 467.

Кроме того, по специальности «Технология и конструирование изделий легкой промышленности» количество выпускников 2018-2019 учебного года в бакалавриате – 386, магистратуре – 14 (из них 10 человек по госзаказу), докторантуре PhD – 1 человек.

По специальности «Технология и проектирование текстильных материалов» количество выпускников 2018-2019 учебного года в бакалавриате – 82 (из них 79 по госзаказу), магистратуре – 10 (из них 10 по госзаказу), докторантуре PhD – 2 человека.

Вышеназванными высшими учебными заведениями определены базы для прохождения профессиональной практики и стажировки обучающихся по соответствующим специальностям:

- трикотажная фабрика АО «Алтекс»
- ТОО «AZALA Textile»
- ТОО «Кашемир», ТОО «Mimioriki»
- ТОО «Семипалатинский кожевенно-меховой комбинат»
- ТОО «Мурагер» (г. Семей)
- швейная фабрика «Учебно-производственное предприятие Казахского общества глухих» (г. Костанай)
- ТОО «Производственно-инновационная компания» ASTANAANA ltd» (г. Нур-Султан)
- ТОО «Таразбылгарыетік»
- ТОО «Завод стеклопластиковых труб»
- чулочная фабрика «Бота»

Подготовка кадров в сфере легкой промышленности ведется в 89 учебных заведениях технического и профессионального образования по 6 специальностям и 11 квалификациям.

Контингент обучающихся в сфере легкой промышленности в учебных заведениях ТиПО — 9614 человек, в том числе по государственному заказу — 9189 человек. В разрезе специальностей:

- Технология обработки волокнистых материалов — 90 человек, по государственному заказу — 90 человек;
- Технология производства продуктов кожи и овцематок — 16 человек;
- Швейная промышленность и моделирование одежды — 9222 человека, по государственному заказу — 8928 человек;
- Производство одежды — 171 человек, по государственному заказу — 171 человек;
- Технология трикотажных, текстильных, галантерейных изделий — 25 человек.

Создан отраслевой совет по развитию технического и профессионального образования и подготовке кадров по легкой промышленности. С учетом проектов государственной программы индустриально-инновационного развития страны разработаны профессиональные стандарты по приоритетным специальностям легкой промышленности. Создан независимый специализированный центр по оценке и присвоению квалификации выпускников технического и профессионального образования по легкой промышленности.

В государственном общеобязательном стандарте технического и профессионального образования предусмотрено увеличение практики, что позволит учебным заведениям самостоятельно изменить содержание 50% образовательных программ.

3. Перспективы отрасли в рамках реализации проектов (объем рынка, планируемые проекты, обоснование спроса в будущем)

Легкая промышленность формирует долгосрочный и хорошо прогнозируемый спрос на трудовые ресурсы. К тому же с точки зрения повышения занятости ее развитие дает дополнительный мультипликативный эффект еще и в целом ряде связанных отраслей. Особенно это касается женской и молодежной занятости.

В Казахстане есть условия для опережающего развития отечественной сырьевой базы с опорой на аграрный комплекс, особенно на животноводство. Только по размерам пастбищ мы занимаем 5-е место в мире.

Экономическое положение любой страны во многом зависит от уровня развития ее промышленности. Именно состояние и динамика развития промышленного комплекса определяют возможности успешного решения стратегических и тактических задач по укреплению экономической независимости, обеспечению достойного уровня жизни населения. Значение и роль промышленного комплекса в экономической жизни нации определяется следующими факторами:

- Промышленное производство объективно является основным источником создания ВВП, всей товарной массы для внутреннего потребления и экспорта.

- Ведущая роль промышленности как важнейшей отрасли экономики определяется еще и тем, что именно она выступает решающим фактором индустриализации всех остальных отраслей и сфер общественного производства, определяет их технико-технологический уровень.

- Многоотраслевой промышленный комплекс выступает основным потребителем продукции и услуг всех других отраслей и сфер общественного производства, тем самым, генерируя платежеспособный спрос в обществе и стимулируя рост ВВП за счет их ускоренного развития.

Исходя из этой важной и многогранной роли промышленности в экономической жизни даже развитые страны определяют прогрессирующее

развитие своего промышленного производственного комплекса приоритетом номер один, так как в конечном итоге именно она определяет уровень экономического развития всей страны.

Перспективы технологического развития отрасли связаны с наличием натурального сырья, производственных мощностей и человеческих ресурсов.

Для успешного развития легкой промышленности в Казахстане имеются благоприятные факторы и предпосылки - в Туркестанской области ежегодно собирают 400 - 450 тыс. тонн хлопка-сырца, производство в стране натурального сырья - хлопкового волокна (130-170 тыс. тн/год), шерсти (15-20 тыс. тн/год) и более 7,5 млн. штук кожевенного сырья, возможность экспорта тканей и пряжи, одежды на мировые товарные рынки, где есть спрос на указанную продукцию из натурального сырья.

Легкая промышленность не только обеспечивает граждан страны товарами первой необходимости – это также социально значимая отрасль. Она обеспечивает высокую занятость населения, в основном среди женщин. На 2020 год 44% всех активных субъектов МСБ страны возглавляют женщины. Они же занимают 31% всех рабочих мест в секторе МСБ. Именно женщинам принадлежит основная доля стартапов в легкой промышленности, именно их активности мы обязаны тем, что отрасль начинает возрождаться.

Актуальность проблемы разработки и реализации промышленной политики в Республике Казахстан определяется не только той большой и многогранной ролью промышленности в экономике страны, но и тем, что за время экономического кризиса особенно пострадала именно этот комплекс. К тому же происходит усиление сырьевой направленности промышленности.

В производственно-техническом аппарате всех отраслей промышленности преобладают устаревшие основные фонды, средний возраст техники и оборудования составляет 20 и более лет, степень износа 45-55%.

Наблюдаются перекосы и в развитии промышленности по регионам, в некоторых из них углубляющаяся специализация превратила их в многоотраслевые регионы в ущерб развитию остальных, работающих на внутренний рынок отраслей и тем самым, обострила ряд социально-экономических противоречий и усилила их отставание в сравнении со средне республиканскими показателями в уровне и качестве жизни населения.

Эти и другие негативные тенденции требуют активных действий со стороны государства и обуславливают необходимость формирования целенаправленной государственной промышленной политики, в которой учитывались бы и сложившиеся экономические отношения в промышленности, и перспективные интересы страны, и участие в международном разделении труда.

4. Определение возможности и целесообразности реализации проекта

Легкая промышленность Казахстана имеет большой шанс быть экономически эффективной в рамках Евразийского экономического союза, который расширил доступ к рынкам России и Белоруссии, Кыргызстана и Армении для продукции казахстанских производителей.

Среди возможностей эффективного развития в Казахстане производства одежды конкурентоспособных выхода ее на мировой рынок, можно отметить ряд основополагающих:

- Стремительное развитие малого и среднего бизнеса, особенностями которого являются: быстрая отдача вложенных средств, сравнительно низкие затраты на производство, а также высокая мобильность, позволяющая предприятиям осуществлять быструю смену ассортимента продукции при любых конъюнктурных изменениях рынка, связанных с сезонными изменениями спроса и моды.

- Казахстан располагает богатой отечественной сырьевой базой (хлопок, шерсть, ресурсы для изготовления синтетических волокон и т.д.), чего нет ни в Японии, ни в Корее, Турции. Но на фоне этих неограниченных возможностей, большая часть сырьевого материала экспортируется пока в не переработанном виде по достаточно низким ценам.

- Компактное расположение сырьевого материала и перерабатывающих фабрик на территории Туркестанской области, что позволяет применить кластерную модель развития отрасли. Кластерный подход позволяет мобилизовать все экономические факторы в определенном направлении. Развитие кластеров является широко признанным инструментом, сопутствующим экономическому развитию и повышению конкурентоспособности.

- Близость расположения потенциальных хлопковых производителей - Узбекистана, Таджикистана и Туркменистана.

- Казахстан находится в центре емких рынков сбыта стран СНГ и Восточной Европы, а также располагает достаточно развитой транспортной инфраструктурой.

Общая тенденция развития производства одежды в Казахстане, так же, как и всей легкой промышленности характеризуется снижением ее потенциала.

Производство одежды – это не та сфера, в которой условия диктуются производителями. Из-за большого роста конкуренции, правила определяются только потребителями. Наряду с этим, это одна из отраслей, позволяющая обеспечивать население рабочими местами, что является единственным выходом снижения безработицы в регионах с избыточным населением, где нет возможности развивать добычу природных ресурсов, а также для так называемых моногородов, завязанных на одно производство.

В 2020 году многие регионы Казахстана практически полностью зависимы от ввоза продукции одежды из других регионов и стран.

По состоянию на 2014 год только четыре региона Казахстана имеют долю производства одежды более 10%.

Региональное распределение производства одежды в натуральном выражении за 2014-2019гг., тыс. шт.

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	
						тыс. штук	доля региона, %
Республика Казахстан	527,3	311,5	339,7	319,6	506,3	588,7	100,0
Алматинская	45,7	33,3	73,1	55,0	117,2	214,1	36,4
г.Алматы	67,3	57,4	36,1	69,9	81,4	121,3	20,6
Туркестанская область	14,6	16,9	47,9	23,7	15,8	76,5	13,0
Западно-Казахстанская	89,7	67,9	52,8	59,7	69,4	33,2	5,6
Карагандинская	28,8	28,9	20,7	25,4	28,8	27,1	4,6
Павлодарская	8,7	8,0	18,2	7,7	15,9	23,7	4,0
Костанайская	38,1	27,7	28,9	32,5	35,9	21,1	3,6
Кызылординская	8,6	13,7	13,0	9,3	15,8	16,1	2,7
Восточно-Казахстанская	16,8	7,5	3,9	4,9	14,1	15,4	2,6
г.Нур-Султан	10,1	9,4	8,1	7,8	56,4	12,1	2,1
Северо-Казахстанская	9,1	4,4	7,1	7,9	12,1	10,7	1,8
Актюбинская	5,1	6,3	8,9	3,0	17,8	7,4	1,3
Жамбылская	20,7	13,0	4,2	5,7	11,0	5,6	1,0
Акмолинская	162,4	14,7	7,7	0,1	0,2	1,7	0,3
Мангистауская	0,0	1,4	7,8	5,8	13,9	1,4	0,2
Атырауская	1,7	1,1	1,2	1,1	0,6	1,2	0,2

Источник: КС МНЭ РК

Анализ таблицы показывает, что наряду с регионами, которые увеличивают с каждым годом объемы производства одежды или, по крайней мере, удерживают их на том же уровне, в отдельных областях произошло значительное сокращение выпускаемой продукции, относящейся к одежде. Так в Акмолинской области отрасль по производству одежды, являясь лидером в 2014 году (162,4 тыс. штук изделий), практически прекратила свое существование в 2019 году (0,2 тыс. штук).

Жамбылская область сократила производство одежды в 4 раза за рассматриваемый период, Западно-Казахстанская – в 3 раза, а Костанайская – в 2 раза.

Туркестанская область увеличила производство одежды в 2014 году по сравнению с 2019 годом в 5,2 раза, Алматинская – в 4,7 раза, Павлодарская – в 2,7 раза.

Региональное распределение производства одежды в натуральном выражении за 2019 год

Регионы	Производство одежды, 2019г.
ЗКО	5,6%
Карагандинская	4,6%
Павлодарская	4,0%
Костанайская	1,2%
Кызылординская	2,7%
ВКО	2,6%
г.Нур-Султан	2,1%
СКО	1,8%
Актюбинская	1,3%
Жамбылская	1,0%
Акмолинская	0,3%
Мангистауская	0,2%
Атырауская	0,2%
Алматинская	36,4%
Туркестанская	13,0%

Источник: КС МНЭ РК

На долю Алматинской области, г. Алматы и Туркестанской области в 2019 году приходится 70% всего объема произведенной продукции одежды, из которых 36,4% приходится на Алматинскую область, 20,6% на г. Алматы и 13% Туркестанскую область.

Менее 1% доли производства одежды от республиканского объема производства составляют в Акмолинской (0,3%), Мангистауской (0,2%) и Атырауской (0,2%) областях. При этом если Мангистауская и Атырауская области никогда не выделялись в производстве одежды своими показателями объемов, являясь нефтяными регионами, то для Акмолинской области — это значительное снижение своих показателей в этой отрасли.

В процессе производства продукции или предоставления услуг предприятия и организации сталкиваются с рядом внутренних и внешних проблем, имеющих непосредственное влияние на эффективность их деятельности. Для каждой отрасли экономики страны существует свой ряд характерных проблем, но наряду с этим остро стоят проблемы общего характера для всей экономики, без своевременного и грамотного решения которых, дальнейшее развитие будет весьма затруднительным.

К общим проблемам экономики можно отнести следующие:

- Большинство предприятий и организаций страны испытывают острую потребность в квалифицированном управленческом и инженерно-техническом персонале, и особенно в высококвалифицированных рабочих кадрах. Данная проблема стала актуальной из-за снижения качества подготовки молодых специалистов ВУЗами и ПТУ, полным отсутствием или недостаточным количеством необходимых специальностей в учебных заведениях, снижением заинтересованности молодежи к получению

актуальных на 2020 год профессий, особенно рабочих специальностей, а также высокой платой за обучение. Данная проблема наиболее остро стоит в сельских регионах страны.

- На развитие экономики имеет влияние увеличение текучести кадров на предприятиях, вследствие которой заметно снижается ответственность за качество выполняемой работы. Данная проблема проявляется в первую очередь из-за низкого уровня заработной платы в отдельных секторах экономики, отсутствия необходимого социального пакета и других стимулирующих факторов.

- Предприятия уделяют недостаточное внимание мероприятиям по повышению квалификации работников на местах, что снижает эффективность производственных процессов, а главное конкурентоспособность выпускаемой продукции и услуг, отвечающим мировым стандартам.

- Даже получившее широкое распространение сети Интернет, возможность доступа к любым источникам информации, не смогли решить проблему отсутствия деловой информации, обеспечивающей всестороннее представление о развитии внутреннего и внешнего рынка, занимаемой ими ниши бизнеса, о современных технологических, производственных и маркетинговых направлениях и возможностях ведения бизнеса. А главное, как показывает практика, руководство предприятий практически не владеет информацией о мероприятиях, оказываемых со стороны государства по поддержке деятельности их сектора экономики. В связи с этим ведение бизнеса порой осуществляется на интуитивном уровне.

- Высокая стоимость маркетинговых исследований в специализированных исследовательских центрах, отсутствие кадров и опыта для проведения таких исследований силами самого предприятия, приводит к отсутствию четкого видения развития бизнеса и эффективного маркетингового плана, что значительно снижает возможность получения поддержки финансирования со стороны институтов развития и государства.

Основными проблемами, характерными для отрасли являются износ основных фондов, низкая доля экспорта, незначительная доля потребления отечественной продукции и недостаток кадров.

Главным барьером для развития предприятий по производству одежды в Казахстане являются неравные условия конкуренции с другими странами, особенно с Китаем и Турцией.

В 2020 году значительная часть отечественных товаров, значительно уступает по качеству продукции развитых стран, сравнительно низка производительность труда, а затраты на производство продукции по сравнению с мировым уровнем значительно выше.

Рост цен на ввозимые в страну ткани и фурнитуру, приводит к резкому повышению цен на готовую продукцию, делая товары отечественного производства менее конкурентоспособными по сравнению с импортными,

особенно относительно дешевыми киргизского, китайского и турецкого производства.

В сложившихся условиях отечественные производители вынуждены идти на узкую специализацию, в основном ориентируя производство на госзаказы для силовых структур, национальных холдингов и социальных объектов, а также иностранных компаний по изготовлению специальной одежды.

В сложном положении вся легкая промышленность оказалась вследствие низкого уровня технической оснащенности предприятий, в основном построенных еще в советское время. Так, на фабриках по производству одежды, доля такого оборудования составляет более половины

Проблемами отрасли также являются низкая производительность труда, отсталые от мировых аналогов технологии, отсутствие стандартов качества, а также плохой маркетинг.

Почти потеряны рынки сбыта за рубежом – и прежде всего в странах – бывших союзных республиках, куда вывозилась основная часть производимых изделий.

Проявился острый дефицит в профессиональных кадрах таких, как модельер-конструктор, швея, портной, специалистов технического профиля среднего и высшего звена, а также отсутствие целевой направленности подготовки кадров. Более того, за те два десятка лет, что отрасль пребывала в бедственном положении, практически на нет сошел престиж профессии, и даже перспектива обучения на гранты не привлекает молодых людей осваивать профессии, необходимые на производстве. Дефицит специалистов ощущается на всех уровнях – от швей и наладчиков до портных, модельеров-конструкторов, дизайнеров, маркетологов.

Ограниченное число предприятий имеют зарегистрированные торговые марки, а также практически не инвестируются средства на разработку и продвижение брендов отечественной одежды.

Легкая промышленность характеризуется глубокими связями со всеми отраслями экономики и прежде всего с сельским хозяйством (поставщиком первичного сырья), химической промышленностью (поставщиком синтетического волокна, искусственной кожи, красителей), машиностроением (обеспечивающим отрасль оборудованием), топливно-энергетическим сектором (обеспечивающим нормальное функционирование предприятий). Проблемы, возникающие в деятельности каждого из этих секторов экономики, оказывают непосредственное влияние на эффективность функционирования предприятий легкой промышленности.

Во всех странах для предприятий легкой промышленности предусмотрены льготы. Например, в Кыргызстане предприятия отрасли вообще освобождены от всех видов налогов, в Китае ставка кредитования составляет 2%, а в Турции такие предприятия не платят НДС, такие льготы зарубежных конкурентов ставят наших производителей в неравные условия. Китайские и турецкие производители поставляют свои товары по всему миру,

в том числе и в Казахстане. Они занимают уверенно лидирующие позиции импорта одежды, так как в 2020 году отечественный рынок товаров легкой промышленности находится в чрезвычайно высокой зависимости от поставок из-за рубежа.

Одна из самых серьезных проблем – засилье так называемого «серого» импорта, когда большая часть товаров легкой промышленности заходит в Казахстан по весу, без декларирования, поэтому реальные масштабы импорта оценить достаточно сложно. Вместе с тем товарам отечественных предприятий, оказалось, очень непросто конкурировать с недорогой, хотя и зачастую низкокачественной продукцией. В результате чего, за последние годы некоторые сегменты индустрии легкой промышленности оказались практически потеряны для наших игроков.

Легкая промышленность Казахстана имеет большой шанс быть экономически эффективной в рамках Таможенного союза и Единого экономического пространства, который расширил доступ к рынкам России и Белоруссии для продукции казахстанских производителей.

Казахстан находится в центре емких рынков сбыта стран СНГ и Восточной Европы. Казахстан располагает достаточно развитой транспортной инфраструктурой.

Создание единого таможенного пространства со всех точек зрения оказалось достаточно привлекательным. Во-первых, таможенные процедуры между тремя странами упростились, а ведь именно из России и Беларуси наши предприятия получают значительную часть исходных материалов для швейного производства. Во-вторых, увеличился потенциальный рынок сбыта; наконец, усиление таможенного контроля на внешних границах Таможенного союза способствовало ужесточению политики в отношении поставщиков «серого» импорта, что позволит защитить внутренний рынок и увеличить долю отечественного производства.

По Данным КС МНЭ РК по статистике в сентябре 2019 года в Республике Казахстан было зарегистрировано 373 предприятия с видом экономической деятельности

«Производство одежды». Основную долю всех предприятий составляют малые предприятия с численностью работников до 50 человек – 361 предприятие (96,8%).

Распределение количества зарегистрированных предприятий по «Производству одежды» в разрезе регионов в 2019 году

	Всего, единиц	в том числе по размерности			Удельный вес региона, %
		малые	средние	крупные	
Республика Казахстан	373	361	10	2	100,0
г.Алматы	146	142	4		39,1
Карагандинская	31	30		1	8,3

г.Нур-Султан	30	30			8,0
Жамбылская	29	29			7,8
Туркестанская	24	20	3	1	6,4
Костанайская	21	21			5,6
Восточно- Казахстанская	20	20			5,4
Павлодарская	15	15			4,0
Алматинская	13	11	2		3,5
Кызылординская	9	9			2,4
Северо- Казахстанская	9	9			2,4
Актюбинская	8	8			2,1
Западно- Казахстанская	8	7	1		2,1
Мангистауская	6	6			1,6
Атырауская	3	3			0,8
Акмолинская	1	1			0,3

Источник: КС МНЭ РК

Наибольшее число предприятий с видом экономической деятельности «Производство одежды» зарегистрировано в г. Алматы – 146 предприятий (39,1%) из которых 142 малой размерности и 4 крупных предприятия с численностью работников более 250 человек.

Наиболее крупные игроки (крупные и средние предприятия) в секторе производства одежды зарегистрированы в 5 регионах страны: г. Алматы (4 предприятия), Туркестанской (4 предприятия), Алматинской (2 предприятия) и по одному предприятию расположено на территории Карагандинской и Западно-Казахстанской областей.

Наименее всего развито производство одежды в Атырауской и Акмолинской областях, в которых зарегистрировано 3 и 1 предприятие соответственно.

Перечень крупных и средних предприятий, зарегистрированных с видом деятельности «Производство одежды»

Наименование предприятия	Регион
ТОО "TEMIRTAU ASSOCIATES AND ANCILLARIES" (ТЕМИРТАУ АССОСИЭТС ЭНД ЭНСИЛЛАРЕС)"	КАРАГАНДИНСКАЯ ОБЛАСТЬ, Г.ТЕМИРТАУ
ТОО "ШВЕЙНАЯ ФАБРИКА "ГАУХАР"	ТУРКЕСТАНСКАЯ ОБЛАСТЬ, Г.ШЫМКЕНТ
ТОО "ЕРКЕ-НУР"	Г. АЛМАТЫ
ТОО "АКАДЕМИЯ МОДЫ "СЫМБАТ"	Г. АЛМАТЫ
ТОО "ШВЕЙНАЯ ФИРМА "СЕМИРАМИДА"	Г. АЛМАТЫ

ТОО "ФИРМА "ВОСХОД"	ТУРКЕСТАНСКАЯ ОБЛАСТЬ, Г.ШЫМКЕНТ
ТОО "ШВЕЙНО-ТРИКОТАЖНАЯ ФАБРИКА "САУЛЕ"	ТУРКЕСТАНСКАЯ ОБЛАСТЬ, Г.ШЫМКЕНТ
ТОО "АРАЙЛЫ"	ТУРКЕСТАНСКАЯ ОБЛАСТЬ, Г.ШЫМКЕНТ
ТОО "ТФ АЖАР"	АЛМАТИНСКАЯ ОБЛАСТЬ, Г.ТАЛДЫКОРГАН
ТОО "GLASMAN"	АЛМАТИНСКАЯ ОБЛАСТЬ, Г.ТАЛГАР
ТОО "ИАНА-ПЛЮС"	ЗАПАДНО-КАЗАХСТАНСКАЯ ОБЛАСТЬ, Г.УРАЛЬСК

Источник: КС МНЭ РК

Количество действующих предприятий по производству одежды

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Республика Казахстан	116	111	115	112	95	84
Акмолинская	2	3	4	4	4	4
Актюбинская	4	4	5	5	4	5
Алматинская	9	7	10	8	10	8
Атырауская	2	2	1	2	2	3
Западно-Казахстанская	5	4	5	5	7	5
Жамбылская	5	4	4	4	1	5
Карагандинская	18	16	18	17	12	8
Костанайская	8	10	8	7	7	5
Кызылординская	2	4	4	4	4	2
Мангистауская	1	2	2	2	1	1
Туркестанская	7	6	5	5	4	6
Павлодарская	8	7	10	6	7	8
Северо-Казахстанская	5	5	4	4	4	1
Восточно-Казахстанская	9	7	6	7	7	6
г.Нур-Султан	10	8	8	7	4	2
г.Алматы	21	22	21	25	17	15

Источник: КС МНЭ РК

Если зарегистрированных предприятий насчитывается более 300 единиц, то по состоянию на 2019 год продукцию одежды производили только 84 предприятия.

Как показывает диаграмма, распределение действующих предприятий по их количеству, представлено во всех регионах достаточно равномерно. Но

анализ, сделанный в рамках этого обследования, показал, что неравноценные игроки представлены по регионам в плане объемов выпуска продукции.

Обзор существующих схем дистрибуции и каналов продаж

В зависимости от рода деятельности, в каждой компании существует своя особая система дистрибуции. Но все же есть общие критерии, которые организация всегда должна учитывать при построении каналов сбыта.

К основным критериям можно отнести:

- Поиск дистрибьюторов. Предполагает поиск оптовых или розничных продавцов, которые будут реализовать товар производителя, и заключение с ними договоренностей на поставку и реализацию товара;

- Построение системы логистики. Предполагает формирование места хранения товарных запасов, а также способа и сроков доставки товаров для дистрибуторов;

- Подбор персонала. Наем на работу экспедиторов, специалистов по логистике, торговых представителей и других сотрудников, без которых система дистрибуции не сможет работать;

- Построение системы маркетинга в розничных сетях. Для эффективного продвижения товаров в рознице необходимо создать рекламную продукцию, способствующую продвижению товара в розничных сетях, а также наладить систему мерчандайзинга.

Для того чтобы выстроить эффективную, работающую систему дистрибуции в любой отрасли рынка, в первую очередь нужно учитывать массу определяющих факторов, как-то: период жизненного цикла компании, бренда, продукта, существующее положение дел с дистрибуцией и т.д. Не следует забывать и о соизмеримости амбиций компании, производящей продукт, и этапа развития самого продукта. Кроме того, важно понимать, что нельзя применить действенную модель системы дистрибуции крупной, развитой компании к компании с «молодым» брендом.

Беря во внимание различие этапов развития компании и бренда, разнятся и факторы оптимизации отношений компании с дистрибьюторами. На начальной фазе развития в тандеме «компания-дистрибьютор» важно минимизировать отсрочку платежей, чтобы ускорить возврат и оборот денежных средств. Кроме того, для всех важно оптимизировать условия оплаты, взаиморасчетов и ценовые условия.

Каналы продвижения товара могут быть трех видов:

- прямые
- косвенные
- смешанные.

Прямые каналы связаны с перемещением товаров и услуг без участия посреднических организация, когда продвижение товаров создается на основе прямых хозяйственных взаимоотношений с потребителями по схеме: производитель - конечный потребитель. Конечный потребитель - тот, кто использует продукцию для удовлетворения своих потребностей. Этот вариант

используется в случае, когда производитель не желает отдавать часть прибыли посредникам, когда спрос на товар высокий, товар высокодоходный.

Однако данный вариант имеет ограниченные возможности во времени, пространстве и деньгах, что обусловлено тем, что производитель продукции заинтересован в поставке транзитных количеств товара, исходя из объема его загрузки в транспортное средство (вагон). Существует даже понятие «транзитная норма». Кроме того, производитель будет изготавливать продукцию и переналаживать оборудование только из экономической целесообразности, т.е. на основе формирования достаточно большой партии заказа - заказной нормы.

Косвенные каналы связаны с перемещением товаров и услуг сначала от изготовителя к незнакомому участнику - посреднику, а затем от него - к потребителю. Такие каналы обычно привлекают предприятия и фирмы, которые с целью увеличения своих рынков и объемов сбыта, согласны отказаться от многих сбытовых функций и расходов, и соответственно, от определенной доли контроля над сбытом, а также готовы несколько ослабить контакты с потребителями.

В этом случае производитель лишается части прибыли в пользу посредника. Здесь опять существует несколько вариантов. Несмотря на то, что при наличии посредников производитель теряет часть прибыли, их использование объясняется в основном непревзойденной эффективностью в обеспечении широкой доступности товара и доведения его до целевых рынков. Благодаря своим контактам, опыту, специализации и размаху деятельности посредники предлагают фирме больше того, что она обычно может сделать в одиночку. Так, например, работа нескольких производителей через одного дистрибьютора, который устанавливает контакты с несколькими производителями, способствует значительной экономии времени, денег, а также сокращает объем работы.

Смешанные каналы объединяют черты первых двух каналов продвижения товаров. Естественно, изготовитель заинтересован сбывать свою продукцию непосредственно потребителям при наличии собственных региональных складов и торговых точек. Но, прежде чем прибегнуть к прямому маркетингу (прямой сбыт), менеджеры изготовителя должны убедиться в том, что продукция предприятия может быть полностью реализована.

В случаях, когда содержание промежуточных складов обходится изготовителю достаточно дорого за счет эксплуатации дорогостоящего оборудования, это вызывает необходимость перехода к прямому маркетингу. Тем не менее, сбытовые промежуточные склады изготовителей играют важную роль в системе товародвижения. При этом изготовители с помощью прямых контактов с потребителями через свой сбытовой персонал могут проводить более концентрированные и своевременные мероприятия для продвижения своей продукции.

Для каждого канала продвижения товара существуют свои сильные и слабые стороны, которые необходимо учитывать в зависимости от финансового состояния компании.

Широкое распространение получили фирменные магазины производителей одежды. Можно отметить основные моменты, связанные с открытием таких магазинов для производителей одежды.

Какова бы ни была цель создания собственной розничной структуры, фирменные магазины в той или иной степени формируют положительный образ компании, следовательно, увеличивают косвенную прибыль.

Хотя содержание собственных магазинов не приносит владельцам прямой выгоды, и доля продаж составляет в среднем около 10% от всего объема реализации, тем не менее, такие торговые точки помогают продвижению бренда на рынке. Ориентация на продажу большей части продукции через фирменные магазины не только делает бренд известным, но и постепенно завоевывает доверие потребителя даже при первоначальной незначительной прибыли.

Создание сети собственных магазинов выгодно, прежде всего, производствам с достаточно широким ассортиментом выпускаемой продукции. Мелкой компании, которая производит только два-три вида товаров, и представлять-то почти нечего, а значит, и содержать фирменную сеть не имеет никакого смысла.

Наценка на продукцию в фирменном магазине достигает в среднем 10% (в обычном магазине – 20%) и позволяет покупателю сэкономить, что особенно заметно при больших объемах покупки.

К тому же контроль всех изменений потребительского спроса в фирменном магазине помогает решить вопрос о начале массового производства той или иной новинки, а в случае отсутствия интереса к новому товару – вовремя приостановить его производство.

Как отмечают практически все участники рынка, в фирменных магазинах абсолютно точно не будет продукции непосредственных конкурентов. На прилавках помимо фирменной продукции можно встретить разве что сопутствующие товары.

Компактность торговой площади (в среднем около 60 кв.м) без дополнительной траты времени со стороны покупателя на поиск необходимых товаров – другой положительный показатель функционирования этих магазинов.

Не менее важное преимущество – полная свобода в использовании всей торговой площади исходя из требований собственника, включая «фирменную» раскладку товара и «единство стиля» в оформлении интерьера с прекрасной возможностью размещения рекламы своей продукции. Подобное своеобразное медийное пространство, находящееся в собственности производителя, позволяет продвигать бренд и выгодно выделять свою продукцию на фоне конкурентов, что вполне отвечает кризисным реалиям.

К тому же сама по себе вывеска над магазином с фирменной маркой – мощная реклама для привлечения покупателей.

Однако, несмотря на определенные плюсы наличия собственных точек сбыта, есть здесь и «подводные камни». Например, с помощью фирменных сетей довольно сложно реализовывать большие партии продукции. Кроме того, серьезная подготовка специалистов в области производства для успешной работы в сфере торговли – обязательное условие создания собственной сети.

Следующим важным фактором дистрибуции одежды являются складские помещения.

Склад одежды сильно отличается от остальных складов — и прежде всего тем, что не использует паллеты. Специфика состоит в том, что работа здесь идет с каждой единицей продукции, склад требует таких логистических решений, которые могли бы обеспечить доступ к каждому костюму или пальто. Но в 2020 году, как и годы назад, складская обработка одежды в основном все еще ведется или вручную, или с применением различных видов механизации, а автоматизация практически отсутствует

Технология складирования зависит от одного из двух способов хранения одежды: она может быть либо сложена в стопку, либо — на вешалках. Обращение со сложенной одеждой достаточно простое. Поскольку в стопке она не мнется, достаточно взять и положить ее в нужное место. Подвешенная одежда - костюмы, плащи, дубленки, шубы, вообще весь зимний ассортимент - подразумевает более сложное и аккуратное обращение и подвергается дополнительной обработке. Делается это следующим образом. Одежда, поступившая в контейнерах, на складе располагается как угодно - главное, чтобы было куда ее положить, - а затем направляется в магазины. В магазине есть специальная комната, где ее отглаживают утюгами с отпаривателями, после чего выставляют в зал. Но если поток одежды ежедневный и большой, то магазину бывает трудно справиться с ним, поэтому на складе дополнительно проводится обработка каждой единицы.

В Европе всю эту работу выполняет дистрибуционный центр, откуда в магазины идет одежда, готовая к продаже. Поэтому на складе должно быть место, предназначенное для хранения определенного количества товара, и зоны, где принимается, хранится товар или, комплектуются заказы для магазинов, зоны упаковки и отправления. При этом на каждом этапе складирования одежды должна проводиться соответствующая работа: контроль ее качества, распределение, зависящее от того, на вешалках товар или сложен, срочная или долгосрочная отправка.

Также, традиционные каналы продаж одежды (моно-и мульти брендовые бутики, универмаги и т.д.) постепенно вытесняются онлайн-коммерцией. Это обусловлено, во-первых, активным ростом проникновения Интернета в мире, во-вторых, возможностью предложить более низкую цену в онлайн-формате. По экспертным оценкам, во всем мире, преимущественно на развитых рынках,

было закрыто более 5 тыс. крупных торговых центров, из которых примерно половина специализировалась на продажах одежды. В 2018 г. тенденция продолжилась.

В 2019 году производителями одежды стали широко использоваться для продвижения своего товара на рынке современные форматы торговли. Одним из таких форматов является Интернет-магазин.

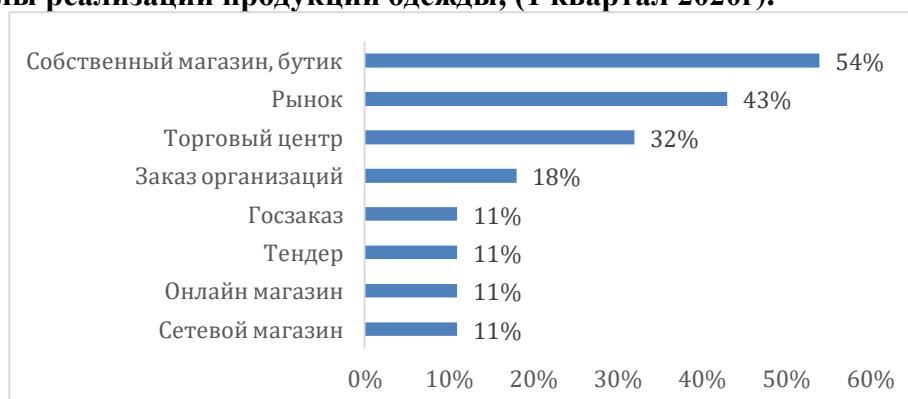
Интернет-магазин (англ. online shop или e-shop) -сайт, торгующий товарами в интернете. Позволяет пользователям сформировать заказ на покупку, выбрать способ оплаты и доставки заказа в сети Интернет.

На 2020 год рост торговли во вне стационарных магазинах, включающих интернет торговлю, обуславливается, в основном, активным развитием и повышением популярности и доступности интернета. С помощью интернета предприятия получают огромную возможность для рекламы своего предприятия и производимой ими продукции за счет многомиллионного доступа к информации пользователей интернета.

Интернет-торговля является одним из динамично развивающихся технологичных рынков в мире. Активный рост сектора обусловлен, прежде всего, быстрым глобальным распространением широкополосного (фиксированного и мобильного) доступа к сети Интернет и развитием системы безналичных платежей. Онлайн-продажи растут практически во всех розничных сегментах. Что касается индустрии моды, то люксовые и бюджетные ритейлеры уже достаточно давно активно используют Интернет как торговую площадку.

Тем не менее, интернет торговля не является в 2020 году самым активным каналом продаж. Незначительное проникновение широкополосного интернета, низкий уровень использования кредитных карт и недоверие населения этому каналу продаж, препятствуют более активному росту интернет торговли. Но в будущем, с повышением доверия к такому формату торговли, этот канал продаж будет широко использоваться как производителями, так и покупателями.

Каналы реализации продукции одежды, (1 квартал 2020г).



Источник: КС МНЭ РК

Для казахстанских производителей основным каналом реализации производимой продукции является собственный магазин или бутик, так ответило 54% опрошенных респондентов из числа экспертов-производителей.

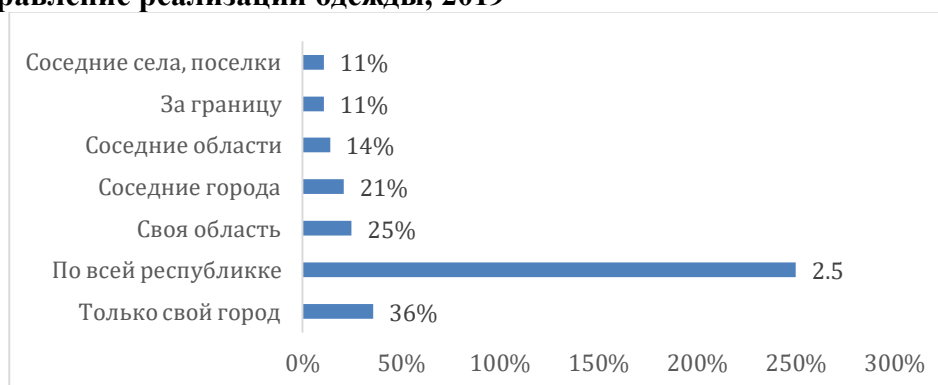
Также значимыми каналами продаж является реализация продукции на рынке (43%) и в торговом центре (32%).

Часть продукции на предприятиях производится по заказам сторонних организаций (18%), государственных органов (11%), а также участие в тендерах на производство конкретного вида изделий позволяет 11% предприятий реализовывать часть своей продукции.

У 11% предприятий существуют не только один собственный магазин, а целая сеть магазинов, расположенных порой в разных регионах страны и даже за пределами республики (например, «Казахстан Тексти Лайн», компания, которая экспортирует свою одежду в Россию и на Украину, имея там свои собственные торговые точки).

Посредством активно развивающегося способа торговли через интернет, реализуют свою продукцию 11% предприятий по производству одежды.

Направление реализации одежды, 2019



Источник: КС МНЭ РК

Основным направлением реализации продукции являются населенные пункты своей области (93%), из которых 36% приходится на реализацию продукции только в своем городе, 26% на другие районы области; а еще 21% на соседние города и 11% на соседние села и поселки своего района.

В соседние области направляют свою продукцию для продажи только 14% предприятий, а 29% рынки сбыта имеют на территории всей республики.

При этом 11% предприятий имеют возможность выхода своей продукции за пределы республики.

Если рассматривать целесообразность развитие отрасли, то в первую очередь необходимо решить кадровый вопрос страны и отсутствие качественного сырья одежды, а затем развивать другую составляющую. Таким образом, если в стране хорошо развито производства спецодежды и обуви, то наиболее продуктивно финансировать данное направление, так как

конкурировать с зарубежными странами по пошиву качественной одежды не рентабельно.

5. Внутреннее производство

По данным КС МНЭ РК, объем производства одежды за 1 квартал 2020 года составил 343,6 тыс. тонн, что на 4% больше показателя 2019 года. Производство хлопкового волокна за 1 квартал 2020 года составило 71 374 тонн, что на 5% больше показателя 2019 года. за 1 квартал 2020 года объем производства пряжи хлопчатобумажной из переработанного хлопкового волокна составил 4 710 тонн, что на 14,5% выше показателя 2019 года. Рост производства произошел в результате увеличения спроса со стороны потребителей.

По данным комитета по статистике РК, за первые шесть месяцев 2019 года объем производства продукции легкой промышленности вырос на 16,7%. При этом выпуск физического объема производства одежды увеличился на 20,5%, одежды — на 8,4%, продукции кожаной и относящейся к ней продукции — снизился на 2,8%. По данным министерства, рост обеспечен за счет увеличения производства хлопкового волокна, текстильных изделий и одежды. В производстве кожаной продукции наблюдается спад за счет снижения объемов производства обуви.

По данным КС МНЭ РК, в структуре выпускаемой продукции легкой промышленности Казахстана 51% приходится на производство текстильных изделий, 38% — на производство одежды и 11% занимает кожаная продукция. Общий рост легкой промышленности за прошлый год составил 4,4%. При этом экспорт продукции легпрома уменьшился за год на 15,7%, до 179 млн долларов. Импорт по-прежнему увеличивается — рост на 15,6%, до 1,28 млрд. При этом больше всего импортируется обуви (16,5%) и других готовых предметов одежды и текстиля (72%).

За январь-апрель 2020 выпуск одежды увеличился на 6,8%, до 8,5 млрд тг, против 7,9 млрд в аналогичном периоде годом ранее. Для сравнения, первые четыре месяца 2019 года показывали более высокие темпы годового роста относительно 2018 - на 12,5%.

По итогам 2019 года казахстанские производители обеспечили всего 2,6% спроса (потребление на внутреннем рынке + экспорт/реэкспорт) на одежду, 1% спроса на вязанные свитера и джемперы, 1,2% - в сегменте нижнего белья, и 4,5% - в чулочно-носочном сегменте. Прочее обеспечил импорт. Значительную доля спроса казахстанские компании занимают в сегменте спортивных костюмов, лыжной экипировки, купальников и т.д. (45,8%).

В натуральном выражении производство трикотажной одежды выросло сразу на 73,3%, до 14,9 тыс. штук.

Более чем в полтора раза увеличился выпуск мужской одежды (не трикотажной) - до 90,5 тысяч единиц, в сегменте женской одежды прирост составил 10,9%, до 75,1 тыс. штук.

В сегменте трикотажной детской одежды и аксессуаров для грудничков отмечен прирост на 20%, до 16,1 млн. тг.

Выпуск трикотажных носков увеличился на 76,5%, до 517 тыс. пар.

Сократился выпуск одежды и аксессуаров из натурального меха (минус 37%, до 31,4 млн тг), и вязанных трикотажных джемперов, пуловеров, свитеров и т.д. (минус 23,9%, до 13 тыс. штук).

Производство одежды 2019 г.

	2019	2018	Рост за год
<i>Одежда трикотажная</i>			
Одежда и аксессуары для грудных детей, тыс. тг	16077	13393	20,0%
Одежда, штук	14939	8622	73,3%
Носки, тыс. пар	517	293	76,5%
Свитеры, джемперы, пуловеры, жилеты и т.д, штук	13043	17150	-23,9%
<i>Одежда прочая</i>			
Одежда мужская или для мальчиков, штук	90500	59168	53,0%
Одежда женская или для девочек, штук	75106	65937	13,9%
Одежда и аксессуары из меха натурального, тыс.тг	31420	49850	-37,0%

Источник: КС МНЭ РК

В региональном разрезе в стоимостном выражении почти половина всего объема выпущенной продукции пришлась на три региона: Алматы, Карагандинская и Алматинская области.

Лидирует южная столица (за 2019 выпуск продукции на 1,6 млрд тг, рост к аналогичному периоду годом ранее - 6%). В мегаполисе работают такие по производству одежды «Ісмер Спец Эксклюзив» и т. д.

На втором месте - Карагандинская область (1,4 млрд тг, годовой рост - 23,8%). В регионе работают такие компании, как ТОО «Temirtau Associates and Ancillaries» по производству одежды; производственная инновационная компания «Ютария LTD», выпускающая спецодежду, и т. д.

Замыкает тройку лидеров Алматинская область (1,1 млрд тг, минус 9,6% за год). Среди компаний, работающих в области - например, производители одежды ТОО «ТФ Ажар», компания GLASMAN, ТОО «Медиатекс-Н»;

производитель вязаных и трикотажных изделий - отраслевой оптовый центр легкой промышленности Казахстана «Texti Market», и т. д.

За 1 квартал 2020 в легкой промышленности объем производства вырос на 13,9% (план – 98,8%) за счет увеличения производства текстильных изделий на 13,4%, одежды на 11,3% и кожаной и относящейся к ней продукции на 12,4%.

Рост отмечается во всех подотраслях за счет увеличения производства волокна хлопкового, готовых текстильных изделий, одежды, обуви, а также за счет запуска в 2019 году проектов ТОО «Бал текстиль».

В целом, казахстанские производители по-прежнему сохраняют за собой рынок оборонного заказа и спецодежды, которые обеспечивают производителям гарантированные продажи и минимальный риск невостребованной продукции.

За 2019 год казахстанские легкопромышленники произвели одежды на 4,54 млрд тенге. Это на 15,5% больше, чем годом ранее, в 2018 году, за тот же период.

По данным мониторингового агентства, легкая промышленность удовлетворяет спрос на одежду и нижнее белье лишь на 1-2%. Более оптимистична ситуация только для носочно-чулочных изделий - здесь казахстанские производители перекрыли почти 20% спроса.

Наибольший объем производства в секторе пришелся на Алматинскую область - 18,1% от РК, 819,7 млн тг - сразу на 51% больше, чем годом ранее. В регионе работают такие крупные компании, как ТОО «Glasman», ТОО «ТФ Ажар» (производство одежды), ТОО «Медиатекс-Н» (выпуск головных уборов), ТОО «Texti Market» (производство вязаных и трикотажных изделий) и т.д.

Еще 14,6% выпуска в отрасли пришлось на Алматы - 661,7 млн тг, сразу на 62,2% больше, чем в аналогичном периоде прошлого года. В Алматы работают крупные предприятия по производству спецодежды, такие как:

- филиал ТОО «Демеу-Арна-
- ТОО «Техноавиа-Казахстан»
- ТОО «Казлегпром-Алматы».

По остальным позициям зафиксирован небольшой спад (в пределах 5%), также более значительное сокращение производства отмечено в сегменте выпуска одежды для девочек - сразу на 19%.

Производство одежды. 2019

Свитеры, джемперы, пуловеры, жилеты и изделия аналогичные трикотажные, штук	20180	4072	395,6%
Одежда трикотажная машинного или ручного вязания, штук	9882	10219	-3,3%
Одежда прочая, мужская или для мальчиков, штук	29778	30283	-1,7%

Одежда аксессуары одежды для грудных детей, трикотажные, тыс.тг	38551	47611	-19,0%
Шляпы и уборы головные, тыс.тг	-	7402	-
Предметы одежды, аксессуары одежды и изделия прочие из меха натурального, кроме уборов головных, тыс.тг	30274	31880	-5,0%
Носки трикотажные машинного или ручного вязания, тыс. пар	20483	22396	- 8,5%

Источник: КС МНЭ РК

По итогам 2019 доля казахстанского производства в сегменте одежды хоть сколько-то значима лишь в сегментах носочно-чулочных изделий (19,3%) и спортивных костюмов (16,9%). Во всех прочих сегментах казахстанские производители перекрыли лишь порядка 1-2% спроса на одежду.

В натуральном выражении в заметном плюсе выпуск трикотажной одежды (более чем вдвое за год), шляп и прочих головных уборов (на 47,2%), носочно-чулочных изделий (на 42,9%), свитеров и джемперов (на 27,1%).

Производство одежды для мужчин и мальчиков практически не изменилось, для женщин и девочек — немного сократилось (минус 2,2%).

Производство одежды, статистика по регионам (2019 года)	Всего		Рост к итогу	
	2019	2018	2019	2018
Одежда трикотажная машинного или ручного вязания (млн. тг.)	118,8	57,9	105,2%	60,9
Одежда прочая, кроме трикотажной, мужская или для мальчиков (млн. тг.)	167,8	165,6	1,3%	2,2
Одежда прочая, кроме трикотажной, женская или для девочек (млн. тг.)	190,8	195,1	-2,2%	-4,3
Шляпы и уборы головные (млн. тг.)	536,2	364,2	47,2%	172
Носки трикотажные машинного или ручного вязания (млн. пар)	11	7,7	42,9%	3,3
Свитеры, джемперы, пуловеры, кардиганы, жилеты и изделия аналогичные трикотажные машинного или ручного вязания (шт.)	116,4	91,6	27,1%	24,8

Источник: КС МНЭ РК

Что касается одежды казахстанцы совсем не могут рассчитывать на местного производителя: отечественное производство обеспечивает лишь

незначительную долю спроса — всего на 1,7% по итогам января–августа 2019 года.

Немного лучше обстоят дела в сегменте носочно-чулочных изделий, но и здесь местные компании перекрывают лишь 8,9% спроса.

Баланс ресурсов и использования, 2019 год

	2019	2018	Рост за год	2019	2018
Одежда (млн. штук)					
Ресурсы	25	20,2	23,8%	Доля от ресурсов	
Производство	0,4	0,4	0,0%	1,6%	2,0%
Импорт	24,6	19,8	24,2%	98,4%	98,0%
Использование	25	20,2	23,8%	Доля от использования	
Экспорт	0,3	0,27	11,1%	1,2%	1,3%
Реализация на внутреннем рынке	24,8	19,9	24,6%	99,2%	98,5%
Колготы, рейтузы, чулки, носки и прочие изделия (млн. штук)					
Ресурсы	12,7	5,9	115,3%	Доля от ресурсов	
Производство	1,1	0,8	37,5%	8,7%	13,6%
Импорт	11,6	5	132,0%	91,3%	84,7%
Использование	12,7	5,9	115,3%	Доля от использования	
Экспорт	0,5	0,1	400,0%	3,9%	1,7%
Реализация на внутреннем рынке	12,2	5,7	114,0%	96,1%	96,6%

Источник: КС МНЭ РК

По итогам апреля 2019 цены на мужскую одежду в магазинах и торговых точках страны заметнее всего выросли в сегменте нижнего белья. Так, трусы подорожали сразу на 8,9% за год, майки — на 6,8%, носки — на 7,8% за год.

Женские платья в среднем по РК поднялись в цене на 6,1% за год, девичьи — на 5,9%. Заметно выросли в цене детские колготки — на 13% за год.

Наибольшим образом по сравнению с 2018 годом выросла доля поставок одежды в Республику Казахстан из Киргизии и Бангладеш (10 раз). Основные импортеры – Китай, РФ и Турция – лишь пропорционально сохраняли свои доли.

В то же время, в натуральном выражении значительный рост (почти в 5 раз год-к-году) отмечен только в производстве трикотажных свитеров, джемперов и прочей аналогичной одежды.

По остальным позициям зафиксирован небольшой спад (в пределах 5%), также более значительное сокращение производства отмечено в сегменте выпуска одежды из меха - на 8,5% за 2019 год, и одежды для девочек - сразу на 19%.

Отечественная легкая промышленность, по данным КС МНЭ РК, обеспечивает внутренний спрос не более чем на 10%, при этом порог

экономической безопасности составляет 30%. Большую часть товаров казахстанские производители реализуют за счет оборонзаказа и спецодежды. По словам предпринимателей, эта ситуация не меняется в течение многих лет. Наибольшая обеспеченность внутреннего рынка по хлопку, хлопковой пряже и швейным ниткам доля импорта составляет 0,33%, коврам — 47%; по всем остальным группам импортируется от 80 до 100% товаров (на апрель 2019 года). Возможно, оживления на рынке стоит ожидать от запрета на вывоз необработанных шкур. Его ввели всего на полгода, однако не исключается возможность продления.

Объем производства шерсти всех видов в целом по стране в 2019 году составил 39 165 тонн, что выше уровня предыдущего года всего на 0,5%. Наблюдается незначительный рост объема производства невыттой шерсти и шерсти выттой обезжиренной как в 2018 году, так и за 2019 год.

Около 2 млн необработанных шкур скота находится вне отчетности госорганов и вывозится из страны по серым схемам. По крайней мере, 50% поголовья скота находится в частном секторе, где практически не соблюдаются ветеринарные требования, не уделяется должное внимание селекционно-племенной работе, отсутствует механический сьем шкур. Теперь запрет позволит отечественным производителям обуви и кожгалантереи закупать шкуру у местных продавцов, что существенно сократит их затраты.

Отечественными предприятиями проводится первичная переработка шерсти (промывка и производство топса), а также осуществляется производство валяльно-войлочных изделий.

Из действующих 13 предприятий имеют возможность перерабатывать тонкорунную шерсть 4 предприятия: ТОО «Фабрика ПОШ-Тараз», ТОО «Caspıy Lana Atyrau», ТОО «Шымкент-Кашемир», ТОО «Куат ЛТД». Оставшиеся предприятия – это сохранившиеся с советских времен сапоговаляльные фабрики с оборудованием и технологиями, требующими модернизации, с основной продукцией как валенки, стельки, войлок: ТОО «Войлочная фабрика», ТОО «Аяз», ТОО «Роза валяльно-войлочный комбинат», ТОО «Костанайская фабрика валяльной обуви».

В Казахстан в основном импортируются продукты, изготовленные после глубокой переработки шерсти, это, в частности, готовые изделия, пряжа, ткани, ковровые изделия, с высокой добавленной стоимостью. Данный факт связан с недостаточностью на территории республики предприятий глубокой переработки шерсти.

В Казахстане налажено производство грубой шерсти, из которой можно произвести войлок, утеплители и другую продукцию. Для производства шерстяных тканей используемых при производстве костюмов, пальто и другой одежды необходима тонкорунная шерсть, которая производится в малых объемах.

Производство синтетических и искусственных материалов в стране отсутствуют. Весь объем синтетических и химических материалов импортируется.

Синтетические ткани получают путем химической переработки газа, нефти и химических соединений. Искусственные ткани, получаются из природных материалов органического происхождения (целлюлоза, белки, металл) – вискоза, ацетат, рэйон, ткани с люрексом.

Существуют предприятия, продукция которых изготавливается из синтетических и искусственных нитей и волокон (ткани, в основном технического назначения, нетканые материалы, ковры и прочие текстильные изделия).

Предприятие пробовало приобрести отечественное сырье в виде первичного гранулята для пропиленовых нитей, но продукция оказалась не соответствующей требуемым техническим характеристикам для производства ковровых изделий. ТОО «Фабрика нетканых материалов «S.M.F.-System» по производству геосинтетических материалов (геотекстиль), который в основном используется в строительстве. ТОО «Алматинская хлопчатобумажная фабрика АХБК-Каргалы» производит ткани из нитей синтетических и искусственных комплексных. Но сырье в виде пряжи полиэфирной импортируют из Беларуси.

В Казахстане производится все необходимое сырье для производства продукции легкой промышленности, кроме того, в стране ежегодно собирается около 250 тыс. тонн хлопка. Из данного объема около трети перерабатывается, оставшаяся часть идет как сырье на экспорт. Была открыта свободная экономическая зона «Оңтүстік», которая находится в приграничном регионе с Узбекистаном — крупнейшим производителем хлопка. Есть все условия для того, чтобы выпускать качественный и недорогой продукт как для местного рынка, так и на экспорт.

В условиях пандемии коронавируса многие предприятия перестроили свою работу, в том числе и фабрика «Большевичка». Здесь стали выпускать защитные маски, обеспечив потребности региона в защитной продукции.

Так, за период режима ЧП и карантина было произведено более 200 тыс. масок, в смену шили 10 тыс.

На фабрике разработано несколько вариантов защитных масок. Это пятислойные, восьмислойные и восьмислойные с ватой. Спрос на продукцию большой: это медицинские и государственные учреждения, полиция. Фабрика два раза принимала участие в акции по бесплатной раздаче масок жителям города Костаная под названием «Біз біргеміз». В первую очередь этой продукцией обеспечивались пенсионеры и люди пожилого возраста.

К примеру, 26 мая впервые состоится онлайн показ новых моделей школьной формы. Перевод в такой режим работы создаст интернет площадку для продвижения выпускаемой продукции. За время эпидемии мир стал еще более виртуальным, что создает новые технологии и новые возможности.

Стоит отметить, что марлевые и тканевые маски реализуются на договорной основе с местными исполнительными органами и коммерческими организациями.

В целях обеспечения швейных предприятий сырьем ТОО «Azala Textile» запущены 9 станков мощностью 10 тыс.п.м. (погонный метр) марли в сутки.

Производственный цикл налажен в соответствии с межгосударственным стандартом. Также предприятие выпускает отбеленную хлопчатобумажную ткань с низкой плотностью (бязь, миткаль).

6. Производственные мощности

Легкая промышленность Казахстана насчитывает 1044 предприятий. В ней занято 12,7 тыс. человек.

За январь - октябрь 2019 года объем производства легкой промышленности вырос на 18,9% и составил 87,5 млрд тенге. Рост наблюдается в производстве текстильных изделий на 23,7% и одежды на 7,5%.

Производство легкой промышленности 2019г.



Источник: КС МНЭ РК

В производстве продукции легкой промышленности за январь-октябрь 2019 года основная доля приходится на текстильное производство — 53% (46,1 млрд тенге), далее следует производство одежды с долей 37% (32,8 млрд тенге) и производство кожаной и относящейся к ней продукции с долей 10% (8,6 млрд тенге).

Товарооборот легкой промышленности Казахстана за 2019 год составил \$1,3 млрд, увеличившись на 14,5% по сравнению с аналогичным периодом 2018 года.

Рынок одежды ждет казахстанского производителя – в сегменте остро стоит вопрос импортозамещения. Так легпром РК удовлетворяет спрос на одежду и нижнее белье лишь на 1-2%. Более оптимистична ситуация только для носочно-чулочных изделий – здесь казахстанские производители перекрыли почти 20% спроса.

Компании по производству одежды выпустили за 2019 год на 20 млрд тг, плюс 11,4% за год. В Акмолинской области в I полугодии введены новые мощности по производству одежды стоимостью 37 млн тг.

В стране было выпущено одежды на 20 млрд тг в 2019 году, против 17,9 млрд в аналогичном периоде 2018 года (плюс 11,4%). Для сравнения, прирост в январе-августе 2019 к показателям 2018 составлял 7,2% - отмечается наращивание темпов роста в отрасли.

За 1 полугодие 2020 г. были введены в эксплуатацию производственные мощности по производству одежды из текстильных материалов (на 9 тыс. штук) в Акмолинской области.

Ранее, в 2018 году, также введены мощности по производству одежды в ВКО (на 5,5 тыс. штук), и мощности по производству трикотажных изделий в Туркестанской области (на 29,4 млн штук).

На 2020 год легкая промышленность является одной из важнейших отраслей обрабатывающей промышленности Алматы, в отрасли произведено товаров на сумму 10,8 млрд. тенге. В городе действуют 55 предприятий легкой промышленности, задействовано более 2 тысяч работников, средняя загруженность предприятий составляет около 60%

По данным статистики, легкая промышленность Казахстана – это 1044 предприятие (60% специализируются на выпуске одежды), из которых крупных насчитывается 13, средних – 25. Таким образом, 96% в отрасли представляют малые предприятия (ателье, цеха), в основном работающие на иностранном сырье. Средняя загруженность мощностей всех предприятий отрасли составляет чуть более 26%. Спасает ориентация свыше 80% предприятий на государственный заказ (выпуск обмундирования для силовых структур, спецодежды), что обеспечивает производителям гарантированные продажи и минимальный риск невостребованной продукции.

В Казахстане работают 1044 предприятий легкой промышленности, из них всего 40 крупных и средних. При этом средняя загруженность мощностей всех фабрик составляет чуть более 26 процентов. Списочная стоимость работников отрасли - 12 700 человек, реальная - 9 300. В советское время этот показатель составлял 200 000 человек.

На ежегодных выставках отечественных товаропроизводителей можно увидеть весьма неплохой ассортимент одежды и обуви, произведённой в Казахстане - детской, женской, мужской. В Министерстве индустрии и инфраструктурного развития отмечают, что за 2018 год рост произошел по всем направлениям лёгкой промышленности. В целом индекс физического объёма отрасли составил 104,4%, объём производства продукции отрасли - 93 698 млн тенге. По видам продукции данные таковы: объём производства текстильных изделий составил 48 217 млн тенге ИФО (Индекс физического объёма)– 105,0%; объём производства одежды - 35 337 млн тенге (ИФО – 101,6%); объём производства продукции кожаной и относящейся к ней продукции - 10 114 млн тенге (ИФО – 107,4%).

Вместе с тем общая доля лёгкой промышленности в структуре обрабатывающего сектора занимает лишь 0,9%. На 1 января 2019 года действует 992 предприятия: в производстве текстильных изделий 291 предприятий, в производстве одежды 600 предприятий, в производстве кожаной и относящейся к ней продукции 101 предприятий. При этом 96% — это малые предприятия, где трудятся более 12 тыс. человек.

Однако в потреблении доля отечественного производства минимальна - всего 5%. Остальное занимают импортные товары.

При этом доля импорта лишь растёт и расширяет географию. Например, если мужской одежды (в это понятие входят пальто, полупальто, накидки, плащи, куртки (включая лыжные), ветровки, штормовки и аналогичные изделия трикотажные машинного или ручного вязания, мужские или для мальчиков) в 2019 году было импортировано 131 тонна, или 190 805 штук, на сумму \$3,4 млн, то в 2018 году - 596,3 тонны (248 047 штук) на \$4,8 млн. В 2019 году чуть больше половины - 67 тонн было привезено из стран СНГ, а 64 тонны - из остальных стран. В 2018 году импорт из стран СНГ занял практически «монопольное» положение - 539,6 тонны, а на остальные страны пришлось лишь 56,7 тонны.

В товарной группе, объединяющей трикотажную одежду для мужчин и мальчиков, также фиксируется рост импорта: в 2019 году привезено 747,1 тонны (3,8 млн штук) на сумму \$9,9 млн, в 2018 уже 961,6 тонны (5,05 млн штук) на сумму \$14,68 млн. Больше половины импорта (463,2 тонны в 2019, 597,8 тонны - в 2018) приходится на страны СНГ. Безусловный лидер здесь Узбекистан, откуда привезено в 2019 - 380,9 тонны (2,5 млн штук), и 463,7 тонны (3,1 млн штук) в 2018 году. Второе место занимает Россия с ростом объёмов от 75,8 тонны (226 294 штук) в 2019 году до 126,7 тонны (411 783 штуки) в 2018-м.

Несмотря на небольшие объёмы производства, казахстанские компании свою продукцию экспортируют. По данным министерства индустрии и инфраструктурного развития, за 2019 год в целом было экспортировано продукции легкой промышленности на сумму \$203 млн. Экспорт, в основном, представлен сырьевыми товарами с низкой стоимостью. Это хлопковое волокно (на его долю в экспорте легпрома приходится 38,4%), текстильные материалы (15,8%), постельное белье (6,9%), пряжа (6%), хлопчатобумажные ткани (3,5%), дубленая кожа из КРС (3,5%). Отметим, что в 2019 году в числе основных экспортных позиций легкой промышленности 31% занимала обувь и 10% готовая одежда.

В натуральном выражении производство трикотажной одежды выросло сразу на 73,3%, до 14,9 тыс. штук.

Шымкентский завод по изготовлению чулочно-носочных изделий наращивает производственную мощность. В начале года на предприятии выпускали носки только двух цветов: черного и белого. В 2020 г. компания производит до 40 расцветок мужских, женских и детских носков с различными

рисунками. Также было анонсировано, что за счет запуска новых прядильных линий стоимость готовой продукции значительно снизилась. Ожидаемая цена - от 30 до 165 тенге за пару.

7. Внешняя торговля

За 2019 г. наблюдается увеличение импортных потоков во всех подотраслях: в производстве одежды на 34%, в текстильной продукции на 13% и в сегменте кожи, изделий из кожи на 35%. При этом основную долю импорта, как правило, составляют обувь, мужская и женская одежда, майки, фуфайки, саквояжи, чемоданы, дамские сумки-чемоданчики и чулочно-носочные изделия. Если мужская и женская одежда преимущественно поставляется из Китая, Турции, России, Италии, то обувь и верхняя одежда — из Китая и России.

Импорт. Одежда и принадлежности одежды трикотажные и текстильные. Январь - декабрь 2019

	2019		2018		Рост за год	
	тонн	тыс. долл. США	тонн	тыс. долл. США	тонн	тыс. долл. США
Всего	55 416,5	576 064,2	34 733,8	489 210,1	59,5%	17,8%
Страны СНГ	18 329,6	166 020,5	19043,7	183 813,4	-3,7%	-9,7%
Узбекистан	9 276,0	17 745,3	9473,0	17 292,8	-2,1%	2,6%
Россия	8 161,1	136 350,3	5 780,2	147 370,8	41,2%	-7,5%
Беларусь	702,7	9 051,9	228,3	8300,4	207,9%	9,1%
Кыргызстан	94,9	958,5	1259,6	6 890,9	-92,5%	-85,4%
Туркменистан	61,8	308,1	0,2	3,3	33351,7%	9365,4%
Украина	31,2	1325,9	27,3	1409,3	14,1%	-5,9%
Прочие	1,9	300,5	2275,1	2576,0	-99,9%	-88,3%
Остальные страны мира	37 086,9	410 043,6	15 690,1	305 366,7	135,2%	34,3%

Китай	28 283,0	166 019,4	7 797,2	78 632,1	262, 7%	111,1%
Турция	6 098,6	128 186,3	4 344,7	93 450,3	40,4%	37,2%
Бангладеш	1262,2	28 921,7	1772,9	747,8	-28,89	-29,09%
Пакистан	193,1	3485,2	152,6	3 270,0	26,5%	6,5%
Индия	181,5	5 730,8	215,0	6 661,2	-16,0%	-14,09%
Камбоджа	171,6	5 261,6	176,9	5 447,65	-3,0%	-3,4%
Вьетнам	142,6	5 746,2	117,2	4 814,1	21,7%	19,4%
Марокко	117,9	5 774,8	115,8	5 702,0	1,8%	1,3%
Мьянма	96,4	2789,4	76,0	2046,7	26,8%	36,3%
Италия	86,6	27 687,6	82,5	26 827,0	5,0%	3,2%
Египет	75,8	1866,7	219,8	3864,0	-65,59%	-51,7%
Португалия	62,9	4 739,4	58,3	4 412,2	7,9%	7,4%
Иран, Исламская Республика	44,1	79,3	228,7	133,9	-80,79%	-40,7%
Польша	24,8	1210,9	28,0	1212,7	-11,4%	-0,2%
Румыния	20,7	4 153,5	21,8	4 205,7	-5,0%	-1,2%
Шри-Ланка	18,7	1069,2	38,6	1 270,8	-51,5%	-15,9%
Тунис	18,6	1965,2	30,4	2258,3	-38,8%	-13,09%
Болгария	16,2	1462,1	29,4	2060,9	-45,0%	-29,1%
Республика Корея	16,2	280,6	11,1	281,9	45,99%	-0,5%

Индонезия	15,6	872,5	23,1	1051,2	-32,4%	-17,0%
Республика Латвия	11,8	878,0	14,6	834,1	-18,9%	5,3%
Испания	11,1	776,5	11,4	826,6	-2,19%	-6,1%
Германия	10,8	728,8	12,1	867,9	-10,6%	-16,0%
Прочие	105,9	10 357,8	111,0	14487,7	-4,6%	-28,5%

Источник: КС МНЭ РК

За январь–декабрь 2019-го в Казахстан импортировали одежды и принадлежностей одежды из трикотажа и текстиля на 576,1 млн долл. США (55,4 тыс. тонн) — сразу плюс 17,8% за год в деньгах, и плюс 59,5% — в весе.

Основные поставщики одежды в РК среди стран СНГ — Россия и Узбекистан, среди прочих стран мира — Китай, Турция и Бангладеш.

Доля Казахстанского производства. Январь 2019



Источник: КС МНЭ РК

Развитие секторе в РК активно пытается поддержать Европейский банк Реконструкции и Развития. Банк инвестировал 1,2 млн евро в сектор производства одежды и текстиля, а также поддерживает и помогает развитию казахстанского фэшн-рынка - работает с 70 компаниями, связанных с фэшн-индустрией Казахстана. В частности, при поддержке банка казахстанские фэшн-компании участвуют в выставке White Milano. С прошедшей в Милане конце февраля 2018 года выставки казахстанские дизайнеры вернулись с уже подписанными контрактами на поставку своих изделий в Россию и Европу. На Миланской неделе свои коллекции «осень-зима 2018/2019» презентовали казахстанские бренды Dani, Fariza, Sultan, Manera, Utari и Zibroo design.

Кроме того, ЕБРР выдает гранты казахстанским модельерам. Согласно условиям, банк оплачивает до 50%, но не больше 10 тысяч евро, от общей стоимости услуг местных консультантов и до 85% (не более 60 тысяч евро) стоимости работы иностранных консультантов.

Безусловно, причина высокого спроса на импортную продукцию — низкая цена. В этом аспекте отечественные производители не могут конкурировать с зарубежной продукцией. Ведь у отечественных предприятий существует потребность в сырье определенного качества и в сырье, которое не производится в Казахстане. Тем самым конечный продукт становится дороже.

В натуральном выражении значительный рост отмечен только в производстве трикотажных свитеров, джемперов и прочей аналогичной одежды.

По остальным позициям зафиксирован небольшой спад (в пределах 5%), также более значительное сокращение производства отмечено в сегменте выпуска одежды из меха - на 8,5% за год, и верхней одежды для девочек - сразу на 19%.

Импорт женской трикотажной одежды также вырос: с 1,4 тыс. тонн (6,4 млн штук) на \$23,9 млн в 2019 году до 2,07 тыс. тонн (10,2 млн штук) на \$32,5 млн в 2018 году. Большая часть приходится на долю стран СНГ: импортировано 1,3 тыс. тонн (6,9 млн штук), тогда как в 2019-м - 855,2 тонны (3,8 млн штук). Лидирующие позиции занимают Россия и Узбекистан. Импорт из стран, не входящих в СНГ, также растёт, но медленно: в 2016 году было привезено 628,8 тонны (2,5 млн штук), в 2018 - 742,6 тонны (3,2 млн штук). Основные страны-импортёры - Турция, Китай, Бангладеш, Марокко.

При этом снизился импорт трикотажных рубашек - мужских и женских. В мужском сегменте снижение не слишком большое: если в 2018 году импортировано 431,1 тонны (2,1 млн штук) на сумму \$5,3 млн, то в 2019 - 317,7 тонны (1,5 млн штук) на \$5,2 млн. В женском сегменте динамика более сильная: в 2018 году импорт составил 480,2 тонны (1,8 млн штук) на \$3,9 млн, но уже в 2019 он снизился до 122,6 тонны (650 609 штук) на \$3,1 млн.

Меньше стали привозить женских костюмов и платьев: в 2018 году импортировано 2,9 тыс. тонн (7,4 млн штук) на \$63,3 млн. В 2019 году количественный объём снизился - до 2,4 тыс. тонн (5,6 млн штук), но при этом вырос в цене - \$86,5 млн. А импорт мужских костюмов, наоборот, вырос: с 1,9 тыс. тонн (3,3 млн штук) в общей сумме на \$50,5 млн в 2018 году до 2,1 тыс. тонн (3,9 млн штук) на \$53,5 млн в 2019-м.

Рекордным можно назвать снижение импорта чулочно-носочной продукции: если в 2018 году импортировано 7,3 тыс. тонн на \$30,9 млн, то в 2019 году - 3,2 тыс. тонн на \$24,3 млн. Резко сократился и импорт детской одежды: с 440,2 тонны на сумму \$5,9 млн в 2016-м до 111,5 тонны на \$3,2 млн в 2019 году.

8. Размер рынка

Производство одежды по итогам трёх кварталов достигло в стоимостном выражении 29,1 млрд тг, против 25,5 млрд тг годом ранее. С учётом инфляции индекс промышленного производства составил 105,7%.

Половина всего выпуска в секторе сконцентрирована в трёх южных регионах: 24,8%, или 7,2 млрд тг, пришлось на Алматинскую область, 14,2%, или 4,1 млрд тг — на Алматы, 10,8%, или 3,1 млрд тг — на Шымкент.

Производство одежды, статистика по регионам (за 1 квартал 2019 года)

Регион	млн. тг.	Доля (в %)
г. Нур-Султан	1273,5	4,4%
г. Алматы	4122,4	14,2%
г. Шымкент	3149,3	10,8%
Атырауская область	1240,1	4,3%
Западно-Казахстанская область	572,1	2,0%
Мангистауская область	1473	5,1%
Актюбинская область	1171,4	4,0%
Акмолинская область	252,7	0,9%
Карагандинская область	3001,8	10,3%
Павлодарская область	764,2	2,6%
Северо-Казахстанская область	1051,2	3,6%
Костанайская область	648,7	2,2%
Алматинская область	7207,9	24,8%
Жамбылская область	667,9	2,3%
Кызылординская область	204,3	0,7%
Восточно-Казахстанская область	2061,7	7,1%
Туркестанская область	209,7	0,7%
Итого	29071,9	100,0%

Источник: КС МНЭ РК

В 2019 году объем производства одежды составил 52,6 млрд. тенге, что в номинальном выражении на 21% выше уровня 2018 года. Объем производства продукции текстильной промышленности в РК в январе-июле 2019 года составил 31,7 млрд. тенге, что в номинальном выражении на 25% выше показателя аналогичного периода 2018 года.

Объем производства продукции легкой промышленности за 10 месяцев 2019 года вырос на 18,9 % по сравнению с аналогичным периодом 2018 года и в денежном выражении составил 87,5 млрд. тенге.

Рост наблюдается в производстве текстильных изделий на 23,7% и в производстве одежды на 7,5%. Легкая промышленность является приоритетным направлением, которому уделяется большое внимание со стороны государства. Эта отрасль, включает в себя более чем 20 подотраслей, которые объединены в три основные группы: текстильная промышленность -

52%, производство одежды – 38% и производство кожаной и относящейся к ней продукции – 10%.

На 1 сентября 2019 года в легкой промышленности действует 1030 предприятий, из них 96% — это малые предприятия, списочная численность которых составляет порядка 11 тыс. человек. Предприятия легкой промышленности Казахстана производят рабочую одежду для национальных компаний, учреждений здравоохранения, спец. обмундирование для Вооруженных сил, полиции, КЧС и других органов, а также продукцию для населения. Это одежда – пальто, мужские костюмы, чулочно-носочные изделия, детская одежда, головные уборы, домашний текстиль и обувь. Кроме того, отечественными предприятиями производятся хлопчатобумажная пряжа и ткани, смесовые ткани, ковры, кожа.

В 2018 году введено в эксплуатацию 5 новых проектов, в том числе два на территории СЭЗ «Оңтүстік» на общую сумму инвестиций – 7,3 млрд. тенге, таким образом создано 423 рабочих мест. Это производства по переработке ПЭТ (полиэтилентерефталат) отходов и выпуску штапельного волокна (I-этап), вязаных женских колготок, полотенец, банных халатов, обуви, а также сеновязальной нити. В 2019 году введен в эксплуатацию проект ТОО «Бал текстиль» - третий цех по производству ковров и ковровых изделий, на сумму инвестиций – 1 млрд. тенге, с созданием 45 новых рабочих мест.

9. Обзор цен

Рост цен на одежду в 2019 г. вырос на 6%, мужское нижнее белье выросло в цене сразу на 10-10,5% год-к-году, сорочки - на 7,5%. Женские платья и костюмы поднялись в цене на 7,7% год-к-году по итогам августа.

Также к учебному году выросли в цене детские вещи: рубашки для мальчиков - на 9,2% за год, детские футболки - на 7,9%, колготки - на 7,8%, куртки - на 7,3%.

Кроме того, производство одежды сократилось на 2,3% год-к-году, до 18,9 млрд тг за 2019 г. Для сравнения, в аналогичном периоде 2018 года наблюдался рост к показателям 2017 года сразу на 20,8%, до 19,4 млрд тг.

Среди регионов РК самый большой объем производства одежды в стоимостном выражении за январь-июль 2019 года был в Алматинской области - 3,6 млрд тг, что сразу на 15,7% меньше, чем в 2018 году.

Следом идет Алматы - 2,6 млрд тг, рост за год на 5,7% и Карагандинская область - 2,2 млрд тг, регион также в минусе - на 4,5% меньше, чем годом ранее.

В натуральном выражении заметно сократился выпуск головных уборов (минус 23,9% год-к-году), женской одежды (минус 22%), мужской одежды (на 19,1%), трикотажных носков (на 18,2%) и одежды из трикотажа (на 15,7% за год).

В плюсе производство меховой одежды и аксессуаров (на 43,5%), свитеров и джемперов (сразу в 3,7 раза год-к-году).

Цены на одежду в Казахстане за 12 месяцев 2019 года выросли на 7,1%. При этом мужская одежда подорожала на 7,3%, женская — на 6,7%, а детская — сразу на 7,6%, на 7% — галантерейные товары.

Индекс потребительских цен| в % к 2019 г

Индекс потребительских цен в % к 2019 г.						
	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Одежда и обувь	106,3	112,8	127,9	107,8	108,1	107,6
Верхняя одежда	106,5	112,3	126,1	106,7	106,9	107,1
Мужская одежда	106,3	111,8	126,2	106	106,8	107,3
Женская одежда	106,1	111,3	124,6	106,7	106,7	106,7
Детская одежда	108,1	115,9	131,4	108,4	108	107,6
Галантерейные товары	105,3	111,1	122,5	106,7	107	107

Источник: КС МНЭ РК

Практически половина всего выпуска сконцентрирована в трёх южных регионах: Алматинской области (9,51 млрд тенге против 6,07 млрд тенге годом ранее, 22,5% от РК), Алматы (6,08 млрд тенге против 5,56 млрд тенге годом ранее, 14,4% от РК) и Шымкенте (4,76 млрд тенге против 3,73 млрд тенге годом ранее, 11,2% от РК).

Цены на одежду. 2018 год

	Всего		Рост к итогу	
	2019	2018	2018	
Мужская одежда				
Куртка мужская без утеплителя (ветровка)	22723	21525	105,6%	1198
Костюм - двойка мужской	41006	39038	105,0%	1968
Брюки мужские из шерстяной, полушерстяной тканей	12444	11673	106,6%	771
Сорочка мужская	8173	7562	108,1%	611
Трусы мужские	1004	922	108,9%	82
Майка мужская	1220	1142	106,8%	78
Носки мужские	500	464	107,8%	36
Женская одежда				

Платье - костюм из шёлковой, смесовой ткани	18612	17535	106,1%	1077
Платье девичье из всех видов тканей	7554	7134	105,9%	420
Колготки женские	1112	1038	107,1%	74
Детская одежда				
Куртка для детей школьного возраста демисезонная	14378	13092	109,8%	1286
Джемпер, свитер, пуловер детский	6236	5852	106,6%	384
Футболка детская	2428	2202	110,3%	226
Сорочка для мальчика	4106	3732	110,0%	374
Колготки детские	1349	1194	113,0%	155

Источник: КС МНЭ РК

Годовой рост потребительских цен на мужскую одежду варьировался от 24,8% (на костюмы-двойки) до 35,6% (на брюки).

По итогам апреля в среднем по РК стоимость костюма-двойки достигла 35,3 тыс. тг, на 24,8% выше, чем в 2018 году. Самые дорогие костюмы среди крупных городов и мегаполисов РК - в Алматы (70,8 тыс. тг, плюс 12,7% за год), самые дешевые - в Павлодаре (28,5 тыс. тг, плюс 13,6% за год).

Брюки стоили в среднем 10,5 тыс. тг за пару (плюс 35,6% за год). Дороже всего - в Нур-Султане (19,8 тыс. тг за пару, плюс 97,5% за год), дешевле всего - в Павлодаре (6,8 тыс. тг, плюс 9,3% за год).

Цены на мужские сорочки в среднем по РК выросли на 29,7%, до 6,7 тыс. тг. Носки подорожали на 33,3%, до 420 тг за пару.

По итогам марта, цены на мужскую одежду в магазинах и торговых точках страны заметнее всего выросли в сегменте нижнего белья. Так, белье подорожало сразу на 11,2% за год, майки - на 8%. Брюки выросли в цене на 6,6%, костюмы-двойки - на 5,9%, сорочки - на 7,6%.

Мужская одежда. Цены. Апрель 2019, тенге за единицу

	Костюм двойка	Брюки шерстяные/полушерстяные	Сорочка	Носки
Казахстан	35309	10451	6699	420

Нур-Султан	64267	19838	8898	484
Алматы	70778	16690	9013	473
Актау	37257	13508	7198	534
Актобе	37754	7914	5479	399
Атырау	37666	9805	5894	534
Жезказган	29391	6874	5672	421
Кокшетау	29810	11385	6401	474
Караганда	30269	6968	4341	318
Костанай	33072	9284	7987	385
Кызылорда	31219	9115	5642	384
Уральск	31346	10773	7103	415
Усть-Каменогорск	42215	15143	7890	512
Павлодар	28519	6778	7273	357
Петропавловск	29528	9335	7447	391
Семей	33213	10126	6620	461
Талдыкорган	29431	8346	6198	375
Тараз	29638	10666	5738	358
Шымкент	39364	14839	7805	367

Источник: КС МНЭ РК

Цены на женские платья-костюмы выросли по итогам 2019 к 2018 году на 28,3%, до 15,3 тыс. тг. Самые высокие цены отмечены в Алматы (25,3 тыс. тг, плюс 26,6% за год), самые низкие - в Атырау (9,2 тыс. тг, плюс 22,9% за год).

Колготки в среднем по РК подорожали на 26,4%, до 910 тг. Самые дорогие - в Актау (1,5 тыс. тг, плюс 38% за год), самые дешевые - в Талдыкоргане (598 тг за пару, плюс 15% за год).

Женские платья поднялись в цене на 7,2% за год в среднем по РК, девичьи - на 6%.

Женская одежда. Цены. Апрель 2019: тенге за единицу

	Платье костюма из шелковой, смесовой ткани	Колготки женские
Казахстан	15338	910
Нур-Султан	18083	958
Ақтау	25321	869
Ақтобе	16928	1528
Атырау	16764	853
Жезказган	10372	761
Кокшетау	20259	1036
Қарағанда	15607	629
Қостанай	13005	1141
Қызылорда	17708	930
Уральск	15541	1006
Усть-Каменогорск	20083	1110
Павлодар	10491	1175
Петропавловск	11080	715
Семей	16171	1048
Талдықорған	14833	598
Тараз	14533	708
Шымкент	19253	710

Источник: КС МНЭ РК

В сегменте детской одежды сильнее всего подорожали детские футболки (за год - на 61,7%, до 1,8 тыс. тг).

Демисезонные куртки для школьников выросли в стоимости за год на 37,7%, до 11,5 тыс. тг, джемперы и свитера - на 28,8%, до 5,2 тыс. тг, девичьи платья - на 42,2%, до 6,4 тыс. тг, сорочки для мальчиков - на 45,4%, до 3,1 тыс. тг, колготки - на 41%, до 974 тг за пару.

Заметно выросли в цене сорочки для мальчиков - на 9,3% за год и детские футболки - на 8%. Также сразу на 11,5% год-к-году подорожали детские колготки.

Детская одежда. Цены, 2019. Тенге за единицу

	Курта демисезонная	Джемпер, свитер, пуловер	Платье девичье	Сорочка для мальчика	Футболка детские	Колготки детские
Казахстан	11452	5187	6430	3108	1842	974
Нур-Султан	12567	6132	8856	3520	2048	1176
Алматы	12324	6838	7455	2947	2235	1514
Актау	14966	6300	6074	3556	1640	1154
Актобе	12199	4301	6024	3060	1588	917
Атырау	16338	4389	6016	3900	1725	1176
Жезказган	7252	4651	7715	3086	1266	840
Кокшетау	15196	5321	7586	3747	2167	806
Караганда	9591	4782	6585	2765	1575	894
Костанай	10780	5426	5886	2785	2400	1061
Кызылорда	10876	5310	5782	2741	1322	889
Уральск	14716	4974	5968	2677	1498	835
Усть-Каменогорск	12646	6334	6312	2811	2613	842
Павлодар	9592	5890	5450	3185	1941	985
Петропавловск	10025	4671	5606	2297	1233	870
Семей	12067	5058	5441	3388	3541	1061
Талдыкорган	10646	4655	4733	2402	1766	713
Тараз	10314	4004	6302	2753	1594	1118
Шымкент	8458	5312	9914	5538	2318	961

Источник: КС МНЭ РК

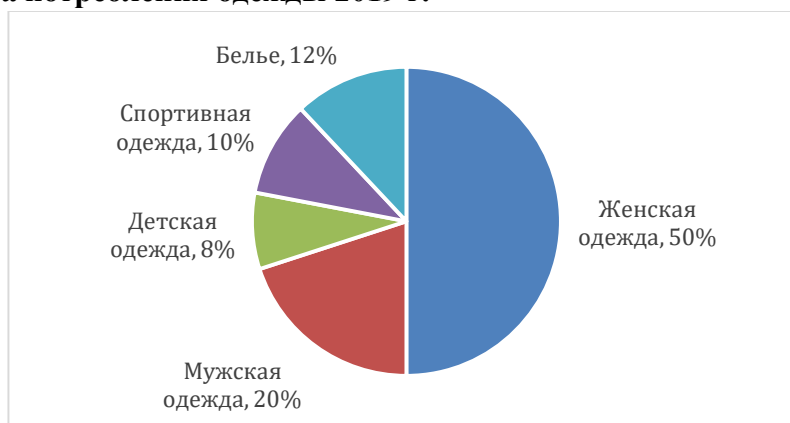
10. Потребительское поведение

Распределение потребителей в этой отрасли не меняется из года в год, разве что с некоторым смещением к той или иной категории. Превалирующей частью отрасли остаются покупательницы. Женщины традиционно забирают на себя минимум половину спроса. Ассортимент для слабой половины

человечества является самым насыщенным – это специализированные магазины одежды и обуви, салоны, бутики, рынки и, конечно же, ателье.

Мужчины менее восприимчивы к моде и новым вещам, продолжают проявлять практичность во время смены гардероба. На их долю приходится лишь 20-25 процентов всего потребления. Аксессуары для активного образа жизни – спортивные одежда и обувь продолжают оставаться в зоне внимания 8-15 процентов пользователей. На долю детской одежды приходится всего 8-10 процентов, хотя продукция для юных граждан находится в зоне особого внимания ритейла.

Структура потребления одежды 2019 г.



Источник: КС МНЭ РК

Что касается 2019 года, к этому времени структура потребления практически не изменится, разве что с некоторым смещением к более практичной и недорогой одежде.

Потребительское поведение — это процесс формирования спроса покупателей, осуществляющих выбор товаров с учетом цен и личного бюджета, т. е. собственных денежных доходов. Вместе с тем внутри одного интервала среднедушевых доходов могут присутствовать группы потребителей, однородные внутри, но обладающие отличным друг от друга стереотипом потребительского поведения. Это во многом объясняется тем, что потребление детерминировано кроме доходов еще целой системой объективно-субъективных факторов.

Объективные факторы, влияющие на личность (уровень образования, социальный статус, профессиональная принадлежность и др.), создают материальную основу, условия осуществления процесса потребления. Они устанавливают определенные границы удовлетворения потребностей и определяют уровень их удовлетворения. За последние три года мы наблюдаем изменение конъюнктуры рынка. Во всех сегментах происходит смена потребительской модели поведения и, в частности, структуры потребления.

У легкой промышленности Казахстана огромный потенциал роста, который определяется емкостью внутреннего рынка продукции легкой промышленности. Он состоит из рынка потребительских товаров (при среднем годовом расходе в 350 тыс. тенге в год на человека и численности населения в 18,3 млн человек емкость рынка составляет 6,4 трлн тенге). При этом существует огромный рынок продукции, приобретаемой на бюджетные средства.

По данным КС МНЭ РК, в среднем каждый мужчина тратит на одежду в два раза меньше, чем женщина, и в четыре раза меньше, чем подросток, независимо от пола. При этом покупателями мужской одежды являются как мужчины, так и женщины. Доля мужчин, покупающих одежду в общем объеме покупок мужской одежды, по данным на начало 2019 года, составила 52,9%. Ядром целевой аудитории среди покупателей-мужчин являются мужчины в возрасте от 25 до 34 лет. Мужчины чаще часто покупают одежду раз в полгода (преимущественно во время распродаж).

В натуральном выражении значительный рост отмечен в сегменте трикотажной одежды (сразу на 85%), чулочно-носочных изделий (на 43,6%), головных уборов (на 36,9%), изделий из меха (на 27,2%), а также свитеров, джемперов и прочей подобной продукции (на 21,2%).

Производство одежды. 2019

	2019/12	2018/12	Рост за год
Одежда трикотажная машинного или ручного вязания (тыс.штук)	158,1	85,5	85,0%
Одежда кроме трикотажной мужская или для мальчиков (тыс.штук)	230,1	207,5	10,9%
Одежда кроме трикотажной женская или для девочек(тыс.штук)	243,3	228,5	6,5%
Одежда и аксессуары одежды для грудных детей, трикотажные (млн.тг)	26,0	-	-
Шляпы и уборы	812,8	593,5	36,9%

головные (млн.тг)			
Предметы одежды, аксессуары одежды и изделия прочие из меха натурального, кроме уборов головных (млн.тг)	355,3	279,4	27,2%
Носки трикотажные машинного или ручного вязания (млн пар)	15,8	11,0	43,6%
Свитеры, джемперы, пуловеры, кардиганы, жилеты и изделия аналогичные трикотажные (тыс.штук)	177,4	146,4	21,2%

Источник: КС МНЭ РК

В то же время, несмотря на заметный рост, доля местного производства от потребностей (реализации на внутреннем рынке и экспорта) низкая. По итогам 2019 года в сегменте одежды отечественные компании перекрыли лишь 1,9% спроса, в сегменте нижнего белья — 1,1%, одежды и аксессуаров для грудничков — 0,4%, свитеров и джемперов — 2,1%. Чуть лучше обстоят дела в чулочно-носочном сегменте — 9% спроса.

11. Описание сложившейся конъюнктуры рынка по продукту/услуге проекта

Развитие легкой промышленности в Казахстане является одним из приоритетных направлений, поскольку отрасль имеет социальную значимость, обеспечивая высокую занятость населения. Правительство Казахстана реализует ряд мер поддержки отечественной легкой промышленности:

- свободные экономические зоны
- льготное налогообложение и кредитование
- квоты и гранты на обучение, государственные инвестиции.

По итогам 2019 года объемы производства в легкой промышленности выросли на 8%: текстильных изделий — на 8,4%, кожаной продукции — на 6,6%, одежды — на 2,1%. Рост отмечается во всех подотраслях за счет увеличения производства хлопкового волокна, готовых текстильных изделий, одежды, головных уборов, чулочно-носочных изделий и обуви.

Объём производства непосредственно одежды составляет 19 млрд тг, при этом доля от лёгкой промышленности за год сократилась с 37,3% до 33,9%. Почти половина объёма производства одежды приходилась на три региона: Алматинскую область (3,4 млрд тг), город Алматы (2,3 млрд тг) и Карагандинскую область (1,6 млрд тг).

В целом казахстанские производители по-прежнему сохраняют за собой рынок оборонного заказа и спецодежды, которые обеспечивают производителям гарантированные продажи и минимальный риск невостребованной продукции.

К тому же в 2019 году в целях обеспечения населения защитными профилактическими масками к производству привлечены более 70 швейных предприятий: ТОО «Dalatex» (г. Кызылорда), ТОО «Большевичка» (г. Костанай), ТОО «Эко-Фарм» (г. Шымкент), ТОО «Ас Фарм» (ВКО), АО «Тыныс» (г. Кокшетау), ТОО «КазЛегПром» (г. Алматы), ТОО «Жанарыс» (Мангистауская обл.) и др., которые выпускают до 700 тыс. масок из марли и бязи в сутки.

Производство одежды. 2019 г.

	2019	2018	Рост за год
Шляпы и уборы головные (млн тг)	406,2	296,8	36,8%
Предметы одежды, аксессуары и изделия прочие из меха натурального, кроме уборов головных (млн тг)	110,9	132,0	-16,0%
Одежда и аксессуар одежды для грудных детей, трикотажные (млн тг)	7,1	-	-
Одежда прочая, кроме трикотажной, женская или для девочек (тыс. штук)	97,7	113,2	-13,7%
Одежда прочая, кроме трикотажной, мужская для мальчиков (тыс. штук)	86,0	86,9	-0,9%
Свитеры,	53,2	84,9	-37,4%

джемперы, пуловеры, кардиганы, жилеты и изделия аналогичные трикотажные машинного или ручного вязания (тыс.штук)			
Одежда трикотажная машинного или ручного вязания (тыс.штук)	52,2	89,8	-41,9%
Носки трикотажные машинного или ручного вязания (млн пар)	5,7	7,1	-19,9%

Источник: КС МНЭ РК

В натуральном выражении в производстве одежды в первом полугодии 2020 года рост по сравнению с прошлым годом отмечен лишь в сегменте шляп и головных уборов: на 36,8%, до 406,2 млн тг.

Практически не изменилось производство не трикотажной одежды для мужчин и мальчиков: минус 0,9%, до 86 тыс. штук. Заметнее всего сократился выпуск трикотажной одежды машинного или ручного вязания: на 41,9%, до 52,2 тыс. штук. Производство трикотажной одежды и аксессуаров для грудных детей за январь–июнь 2020 года составило 7,1 млн тг.

Объем экспорта продукции легкой промышленности в 2019 году показывает рост. Увеличение экспортных поставок наблюдается в производстве текстильных изделий на 21,5% и в производстве одежды на 12%.

Основными статьями экспорта в 2019 году стали хлопковое волокно, текстильные материалы, пропитанные, с покрытием или дублированные пластмассами, постельное белье. Основной объем экспорта хлопкового волокна — в Китай, Молдову, Латвию, текстильных материалов осуществлялся в Китай и Россию, постельного белья — в Россию.

В Казахстане всего 30 предприятий легкой промышленности выходят на внешний рынок. В целом, около 10% объема легкой промышленности идет на экспорт.

По данным Министерства торговли и интеграции, в 1 квартале 2020 году основными экспортными рынками являются Китай (39,4%), Россия (37,4%), Кыргызстан (5,2%), Италия (4,8%), Литва (4,4%), Узбекистан (1,5%).

Наблюдается рост экспорта таких товаров, как: мешки и пакеты упаковочные из текстильных материалов — на 98%, белье постельное, столовое, туалетное и кухонное — на 21,8%; нетканые материалы — рост в 4,5 раза, прочая обувь на подошве и с верхом из резины или пластмассы — рост в 4,9 раза; чулочно-носочные изделия — на 44,5%.

Правительством ежегодно предусмотрены бюджетные средства на оказание сервисной поддержки. Так, по итогам 11 месяцев 2019 года такие меры оказаны 16 компаниям легкой промышленности (это возмещение затрат, связанных с участием в торговых миссиях, выставках, форумах). Возмещаются также затраты, понесенные предприятиями на рекламу, аренду помещений, складов, сертификацию. Вместе с тем, Министерством торговли и интеграции предусмотрено возмещение до 50% транспортных затрат казахстанским компаниям, поставляющим обработанные товары на экспорт. Данный механизм позволит казахстанским экспортерам снизить себестоимость продукции до 10%, а также расширить географию экспорта и номенклатуру товаров.

12. Анализ существующей и прогнозируемой конъюнктуры спроса на образующуюся в результате реализации проекта продукцию (товары/услуги) - проблемы, решения, статус реализуемых проектов.

Рост инфляции и безработицы, резкая девальвация привели к тому, что реальные доходы населения существенно сократились, а общий уровень жизни в стране заметно упал. При этом именно одежда и обувь, согласно различным социологическим опросам, оказались одной из ключевых статей сокращения расходов.

Доминирующее положение в поставках импортных товаров остается за Китаем. В общем объеме поставок по группе "одежда" на долю Китая приходится 44%, обуви - 60%, текстильных изделий - 50%. В основном это товары массового спроса, недорогие, невысокого качества. Основная масса их реализуется на вещевых рынках, в павильонах. Эти товары являются основными конкурентами для отечественных производителей в средне- и низкоценовом сегменте рынка. Наибольшая доля контрафактной и фальсифицированной продукции выявляется контролирующими органами среди товаров, поступающих из Китая и других стран Юго-Восточного и Азиатского регионов.

Анализ статистических данных, полученных из вторичных источников, показал, что основными потребителями на рынке одежды являются женщины и мужчины трудоспособного возраста (18–55/60 лет). В возрасте 50+ интерес к покупке одежды снижается. Среди всех покупателей можно выделить сегмент 18–24 года, отличающийся стремлением к интенсивности покупок одежды и увлечением модными тенденциями. Наиболее массовыми потребителями на рынке одежды являются женщины. При этом женщины тратят деньги на одежду, исходя из своих индивидуальных понятий ценности

и приоритетов. Каждая женщина индивидуальна в своем выборе, многое зависит от ее характера, семейного положения, вида занятости, материальных возможностей.

Большинство присутствующих на рынке одежды сетевых ритейлеров ориентируют свой ассортимент на женщин в возрасте 18–35 лет как наиболее активных покупателей на рынке. Поведение мужчин как потребителей на рынке одежды имеет значимые отличия.

Данные исследований потребительского поведения свидетельствуют о том, что раз в год и реже одежду и обувь покупают 7% мужчин, среди них преобладают представители низкодоходной группы населения. В условиях снижения уровня располагаемых доходов 34,2% мужчин собираются реже, чем раньше, покупать мужскую одежду, 21% мужчин намерены переходить на более дешевые бренды. На рынке мужской и женской одежды проявляются тенденции, характерные только для данного сегмента рынка. Как уже было отмечено выше, рынок женской одежды является высококонкурентным и высокодоходным. Несмотря на то, самыми продаваемыми товарами являются майки, футболки, рубашки, трикотаж (преимущественно низкого ценового сегмента; суммарная доля продаж по всем ценовым сегментам около 30%), трикотаж (20%), постоянно увеличивается доля платьев в продажах на рынке женской одежды. На долю платьев приходится в среднем до 20% продаж (15% – в среднем ценовом сегменте, около 23% – в верхнем).

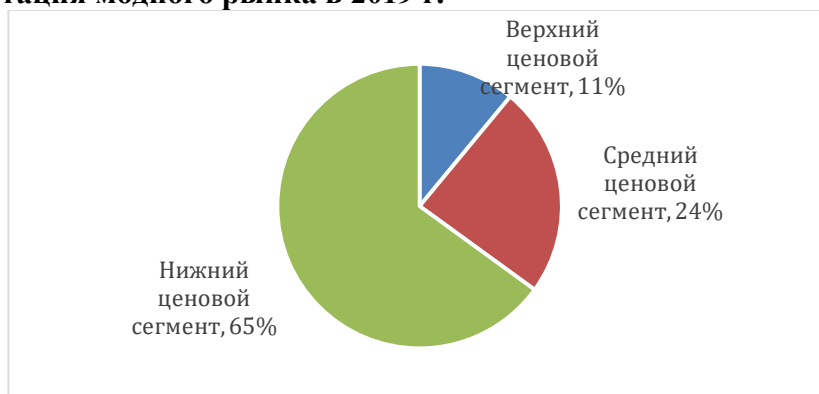
Покупка платья позволяет минимизировать издержки женщины по созданию цельного образа. Наибольшим спросом пользуется повседневная одежда (стиль «casual») – на нее приходится более половины продаж женской одежды (53%). При этом даже повседневную одежду в Казахстане отличает яркость и декоративность. В связи с демократизацией дресс-кода на рабочем месте стиль «smart casual» занимает второе место по объемам продаж. Стиль предусматривает возможность вместо строгих деловых костюмов носить на рабочем месте более женственные модели одежды и трикотаж. Рынок мужской одежды является более стабильным и консервативным. При этом на значительную долю рынка также занимает низкий ценовой сегмент, ориентированный на молодых мужчин, которые хотят одеваться модно, однако не располагают значительными доходами для покупки одежды высокого качества.

Изготовление одежды происходит на небольших фабриках, но обязательно с применением ручного труда. Особенности потребительского поведения мужчин и женщин на рынке одежды Потребительское поведение мужчин и женщин обладает значительными различиями. Покупки для женщин – своеобразный вид досуга: 46% ходят по магазинам, просто чтобы поднять себе настроение. В процессе покупок женщины больше руководствуются эмоциональными факторами: 61% женщин отдадут предпочтение товару в более красивой упаковке, 67% женщин любят перед покупкой пощупать товар, почувствовать его форму, запах и т.п. Осознание

потребности в покупке у мужчины возникает под влиянием конкретной потребности. Понимая, что им необходимо приобрести, мужчины стремятся совершить быструю и качественную покупку, что требует быстроты, четкости, высокопрофессиональной консультации продавца. Таким образом, основными потребителями на рынке одежды являются женщины, которые покупают для себя, а также совершают до 50% покупок мужской одежды и являются лицами, влияющими на принятие решения мужчиной в остальных случаях. Женщины совершают покупки одежды более интенсивно и тратят на нее больше средств, чем мужчины. Женщины более положительно реагируют на эмоционально привлекательные предложения, готовы провести в торговой точке больше времени.

Что касается положения вещей в ключевых ценовых сегментах рынка, то в 2019 г. в структуре рынка одежды 11% пришлось на верхний ценовой сегмент, 24% – на средний, самым крупным оказался нижний ценовой сегмент – 65%.

Сегментация модного рынка в 2019 г.



Источник: КС МНЭ РК

Производители одежды находятся в постоянных поисках новых точек роста. В этой связи пересматриваются не только торговые форматы, но и ассортиментная политика. Например, ряд игроков расширяет продуктовую линейку с целью привлечения новых категорий потребителей. Другие производители нацелены, наоборот, на сокращение ассортимента, чтобы сфокусироваться на целевой аудитории. Также можно увидеть на рынке и специфичные решения, например, предложение клиентам пошива одежды на заказ индивидуально.

13. Описание уже реализованных проектов (функционал объекта, преимущества и недостатки)

По состоянию на 2019 года в производстве одежды зарегистрировано 496 предприятий, из них действующие 307 предприятий, в том числе 7 крупных, 7 средних и 293 малых. Рост поставок дешевого импортного сырья из Китая, стран Юго-Восточной Азии, Турции – это одна из причин ухудшения

положения в Казахстане. Другие причины связаны с нарушением кооперационных связей. Все это отразилось на уровне внешней торговли. Недостаточность предприятий осуществляющих полный цикл производства тканей, используемых в производстве одежды конечного использования, приводит к снижению производства, высокой их себестоимости и росту объемов импорта.

Ранее, в 2018 году были введены в эксплуатацию 5 новых проектов, в том числе два на территории СЭЗ «Оңтүстік» на общую сумму инвестиций – 7,3 млрд тенге, таким образом создано 423 рабочих мест. Это производства по переработке ПЭТ (полиэтилентерефталат) отходов и выпуску штапельного волокна (I-этап), вязаных женских колготок, полотенец, банных халатов, обуви, а также сеновязальной нити. В 2019 году введен в эксплуатацию проект ТОО «Бал текстиль» - третий цех по производству ковров и ковровых изделий, на сумму инвестиций – 1 млрд тенге, с созданием 45 новых рабочих мест.

В целях обеспечения населения защитными профилактическими масками к производству привлечены более 70 швейных предприятий: ТОО «Dalatex» (г. Кызылорда), ТОО «Большевичка» (г. Костанай), ТОО «Эко-Фарм» (г. Шымкент), ТОО «Ас Фарм» (ВКО), АО «Тыныс» (г. Кокшетау), ТОО «КазЛегПром» (г. Алматы), ТОО «Жанарыс» (Мангистауская обл.) и др., которые выпускают до 700 тыс. масок из марли и бязи в сутки.

К примеру, ТОО «Казлегпром Алматы» во время карантина изготовила 250 тыс. многоразовых лицевых масок из них реализовано в Нур-Султан 35 000 масок, в Актобе — 15 000 масок, Актау, Атырау — 15 000 масок, Алматы — 35 000 масок. Остаток на складе составляет 140 000 масок. Также была оказана гуманитарная помощь в Мактааральский район в количестве 10 000 масок.

Текстильная фабрика **ТОО «ТПК «Alliance»** ежегодно перерабатывает 6 тыс. тонн хлопка-волокна и производит из него 2 400 тонн кардной пряжи и 2 400 тонн гребенной пряжи. На полную мощность предприятие намерено выйти уже к апрелю следующего года.

Запуск фабрики состоялся благодаря тому, что АО «Инвестиционный фонд Казахстана» нашел инвестора, инвестиции пришли с Узбекистана. Узбекская ассоциация предприятий легкой промышленности «Alliance Textile» создал СП. В соответствии с требованиями казахстанской стороны и, согласно бизнес-плану, необходимый объем инвестиций определен в \$12 млн. Часть из них уже вложена.

ТОО ПКФ «Казахстан Тексти Лайн» основана в 1997 г. ТОО ПКФ «Казахстан Тексти Лайн» является одним из наиболее быстро развивающихся предприятий по производству и торговле одеждой на рынке Казахстана. ТОО ПКФ «Казахстан Тексти Лайн» имеет в своем составе шесть производственных предприятий: головное - в Алматы и филиалы в г. Текели, г. Талгар, г. Караганда, г. Риддер, г. Зыряновск. В компании трудится более

900 человек. Компания оснащена современным оборудованием из Германии, Японии, Австрии, Чехии, России.

Компания Тексти Лайн является ведущей компанией легкой промышленности Казахстана, осуществляющей производство актуальной корпоративной, рабочей, спортивной и детской одежды. Тексти Лайн – первая и единственная швейная компания в Казахстане, которая экспортирует одежду в Европу.

С 2001 года Тексти Лайн является поставщиком спортивной одежды для компании "ASSOS", Швейцария. "ASSOS" - один из мировых лидеров в проектировке и производстве высокотехнологичной одежды для велоспорта. Дистрибьюторская сеть нашего партнера представлена в 75 странах мира.

«КазСпо-Н» (Казахстанская Современная Профессиональная одежда - New) производит одежду с 1996г. В 2020 году собственностью компании является производственное здание (площадью 2300кв.м) и земля (площадью 0,5 Га).

С 2016 г было принято решение об открытии дополнительно нового направления: производство горнолыжной и детской одежды под брендом “Zibroo”.

Компания постоянно совершенствует свои технические и технологические возможности, соответствующие высокими стандартами. Для производства одежды используются мембранные ткани, которые не промокают, но дышат; ткани Soft Shell, Polartec. Фурнитура - YKK. Утеплитель - Thinsulate и т.д.

Швейная фирма «Семирамида» была образована в 1997 году на базе крупнейшего в Казахстане производителя одежды — фабрики им. Гагарина, в 2020 году в которой работает 70 человек. «Семирамида» является одним из ведущих отечественных игроков на рынке текстильной продукции по выпуску одежды. За 15 лет работы компания «Семирамида» зарекомендовала себя, как надежный, деловой партнер на рынке Казахстана. В 2011 году компания вышла на рынок России и начала реализацию своей продукции в Новосибирске.

Коллекция одежды изготавливается из качественных экологически чистых шерстяных тканей, поставщиками которых являются «Сукно» Минск, «Чекстил» Украина, производители шерстяных тканей Италии, Кореи. Предприятие оснащено современным высокопроизводительным технологическим оборудованием, немецких фирм "Дюркопп" «Пффаф», "Римольди" (Италия), "Брозер" (Япония), утюжильное оборудование фирмы "Люмер" и "Кожем" (Франция).

В Алматы магазин и ателье женской одежды из натуральной шерсти, производимой отечественными предпринимателями, под брендом «SMD».

«Семирамида» под брендом «SMD» предлагает:

- женскую одежду (пальто, плащи, жакеты, куртки, пончо);
- детские пальто для девочек (от 3 лет до 12 лет);

- мужскую одежду (пальто, куртки).

Академия моды "Сымбат" была основана в 1947 году и является одним из крупнейших первых брендов в Казахстане по пошиву одежды.

Начиная с 1972 года "Сымбат" участвует в более 40 международных показах на фестивалях, конкурсах моды в более чем 30 странах мира. Академия моды "Сымбат" получила более 10-ти международных призов за технологию, качество и творческие достижения.

Формируется новый облик современного поколения, создаются сценические образы многих звезд казахстанской эстрады. «Сымбат» является основоположником fashion индустрии в Казахстане.

Первый в Казахстане журнал моды «Сымбат» выходил с 1958 года; Первый в Казахстане театр моды «Сымбат» основан в 1987 году;

Первый в Казахстане показ коллекции одежды на международном фестивале моды в Болгарии в 1972г, Лейпциге в 1974г., в Италии в 1975г;

Первый показ творческой коллекции моды по национальным мотивам на фестивале моды в Чехословакии (Брно) в 1988г., где был завоеван главный приз «Золотая лента»;

Именно «Сымбат» первым в истории Казахстана представил казахстанскую моду за рубежом в 1972 г., а впоследствии в 2003 году на профессиональном fashion - подиуме на Неделе моды в Москве (Moscow fashion week).

«Сымбат» – это холдинг, включающий Дом моды, VIP-салон швейно-трикотажного и обувного производства, Театр моды, Музей моды, Агентство моделей. Дважды в год Театр моды представляет на суд зрителей великолепные коллекции. На его подиумах было показано более 10 000 тыс. эксклюзивных моделей.

Швейная компания **ТОО «Ангельхер»** была основана в 2002 г. на базе принципиально новых для Казахстана экономических, технологических и социальных отношений, в основу которых были положены созидательные идеи. В результате активной и грамотной предпринимательской деятельности швейная компания «Ангельхер» выросла из маленького ателье до предприятия, представляющего собой сложный механизм взаимосвязанных основных и вспомогательных цехов. Развитие компании обеспечивается за счет собственных средств: полученная прибыль инвестируется в производство, что позволяет оснащать швейные цеха современным оборудованием ведущих фирм Германии и Японии.

Компания ANGELHER предлагает широкий спектр услуг по производству и продаже мужских, подростковых и детских костюмов, а также спецодежды и униформы. Она является одним из лидеров по производству качественной школьной формы города Алматы. Используемые для изготовления детской одежды ткани отвечают санитарно-эпидемиологическим и гигиеническим требованиям безопасности продукции.

Швейная фабрика "Гаухар" была основана в 1995 году в городе Сарыагаш, Туркестанской области на базе галантерейной фабрики и носила название «Частная фабрика «Сеним».

В середине 90-х годов на фабрику пришло много молодых специалистов, была проведена организационная и финансовая реструктуризация. Все усовершенствования были продиктованы новыми условиями складывающегося рынка, что позволило оптимизировать хозяйственную деятельность предприятия.

В 1996 году было запущено производство домашнего текстиля. Для технологического процесса было докуплено новое импортное оборудование.

Швейная фабрика "Гаухар" — это крупный производитель (на 250 посадочных мест), обладающий мощным технологическим и интеллектуальным потенциалом. Наша фабрика располагает новейшим оборудованием, квалифицированными специалистами и передовыми технологиями, что позволяет оставаться в числе лучших швейных фабрик Казахстана. Также в 2020 г. фабрика усиленно работает над внедрением международных стандартов ИСО 9001 (Международная организация по стандартизации).

Большую часть производимого ассортимента занимает производство корпоративной одежды, а именно: специальной, форменной (в том числе и для школьников), ведомственной одежды. Отдельным направлением является производство одеял из верблюжьей шерсти, постельных комплектов и других предметов текстиля для дома.

Также на фабрике функционируют ателье по пошиву индивидуальной женской и мужской одежды и фирменный магазин.

Среди преимуществ можно выделить следующие:

- Минуя посредников, напрямую закупает сырье у европейских, турецких производителей, а также производителей стран СНГ;
- Самостоятельно проводится таможенная очистка;
- Имеется гибкая система ценообразования;
- Чётко выполняются сроки заказа.

Более 12 лет опыта работы с крупными казахстанскими компаниями, такими как «Казахтелеком» и «Казахстан Темир Жолы», а также нашими постоянными клиентами являются организации госсектора РК: МВД, Министерство обороны, КНБ и многие другие.

Компания «**Ерке–Нұр**» создана в 1997 году. Основной вид деятельности – швейное производство. Компания производит эксклюзивную национальную одежду высокого качества, костюмы для выступлений творческих коллективов, современную стилизованную мужскую, женскую и детскую одежду самого разнообразного ассортимента, а также сувенирные изделия.

Производственно-швейная компания «Ерке- Нұр» - одно из крупнейших предприятий Казахстана, участник международных ярмарок и дефиле в таких странах, как Германия, Голландия, Бельгия, Турция, Сингапур, Китай, США,

Россия. Предприятие имеет десятилетний опыт работы на рынке малого и среднего бизнеса, заслужило мировую известность и уважение. Продукция компании участвовала в различных конкурсах и выставках, награждена многочисленными грамотами и дипломами, среди которых: Благодарственное письмо Первого Президента РК Н.А.Назарбаева, приуроченное к празднованию десятилетия Независимости Республики Казахстан, Благодарственное письмо Ассамблеи народов Казахстана за организацию Фэшн-Шоу (Fashion-Show) «Атамекен- Көңіл сазы», проводимое под эгидой Ассамблеи, Похвальная Грамота Акима города Алматы за развитие малого и среднего бизнеса в 2002 году, в 2005 году Диплом III степени Акима г.Алматы, Диплом II степени за высокое качество продукции в 2006 году, Диплом республиканского конкурса «Лучший товар Казахстана» за 2003 год. А также по результатам конкурса «Выбор года 2007» компания завоевало звание «Лучший Дом Моды года». С 2006 года.

«Ерке-Нұр» является одной из шести компаний, официально утвержденных Департаментом образования города Алматы, по пошиву школьной одежды для учащихся города и области.

Оснащение предприятия самым передовым в техническом плане оборудованием позволяет компании «Ерке-Нұр» свободно конкурировать как на отечественном рынке, так и за его пределами

В 2004 году при компании создан Театр моды «Ерке-Нұр», поставивший несколько театральных представлений по тематике казахской национальной культуры, а также представивший большую коллекцию одежды, выполненную в классическом, современном и авангардном стилях.

С 2007 года компания стала выпускать познавательный модный иллюстрированный журнал для женщин с аналогичным названием «Ерке-Нұр». Журнал издается с учетом республиканского масштаба и с перспективой зарубежного пользования.

ТОО «Диана-Плюс» предлагает Вашему вниманию более 100 наименований продукции собственного производства. Производственная мощность предприятия от 230 тысяч до 1,5 млн. штук швейных изделий в год - в зависимости от ассортимента выпускаемой продукции.

ТОО «Диана-плюс» неоднократно принимало участие и было победителем в региональных и республиканских конкурсах- выставках в номинациях лучшие товары народного потребления.

В 2007 году компания «Диана-плюс» завоевала международную награду «INTERNATIONAL AWARD FOR EXCELLENCE IN PRODUCTS & SERVICES» за безупречное качество, в городе Мадрид, Испания.

Швейная фабрика "Диана-плюс" более восьми лет занимается производством школьной формы для учащихся первых классов городских и районных школ Западно- Казахстанской области.

За период с 2010 – 2019 годы нами было поставлено более 40 000 комплектов школьной формы для учащихся школ Западно-Казахстанской

области. В 2020 году швейная фабрика «Диана-плюс» обеспечивает школьной формой большую часть Западно-Казахстанской области и готово к дальнейшему увеличению объемов производства.

MIMIORIKI — это первый национальный бренд детской одежды, предлагающий продукт европейского качества, с учетом потребностей, привычек и особенностей локального рынка.

Производственный цикл детской одежды MIMIORIKI происходит в Казахстане, на трех из шести фабрик компании Textiline – в г. Алматы, г.Талгар и г.Текели и численностью занятых более 150 человек.

MIMIORIKI — это одежда высокого качества по доступным ценам для деток от рождения до 9 лет. Первая коллекция детской одежды MIMIORIKI была выпущена в 2009 году, в 2020 г. в составе компании 10 франчайзинговых магазинов в 9 городах Казахстана, есть магазины в России (Новокузнецк) и на Украине (Киев и Донецк).

ZIBROO – новый Казахстанский бренд модной и стильной одежды для взрослых и детей. Это два направления горнолыжной одежды: класс PROFESSIONAL (одежда для профессионального и активного спорта) и класс PREMIUM (для мужчин и женщин с индивидуальным стилем и вкусом), спортивная одежда для занятия активным спортом на каждый день ACTIVE LIFE, а также одежда для Сноуборда.

Бренд ZIBROO выпускается компанией «КазСпо-Н», которая постоянно совершенствует свои технические и технологические возможности, соответствующие высокими стандартами. Для производства одежды используются мембранные ткани, которые не промокают, но дышат; ткани Soft Shell, Polartec. Фурнитура - YKK. Утеплитель - Thinsulate и т.д.

ZIBROO для детей – это стильная коллекционная одежда для мальчиков и девочек в возрасте от 3 до 15 лет. Компания представляет детскую линию в четырех направлениях -

SWEET GRAPE (для маленьких принцесс, которые любят выделяться яркими красками и волшебством), ADVENTURE (вещи для непоседливых мальчуганов), FRESH WIND (навеена веселым ветерком и наполнена свежестью и игривостью), LITTLE STAR (коллекция для настоящих маленьких звезд с индивидуальным стилем). Каждая коллекция имеет свое цветовое решение, стилистическую подачу, а также являются всесезонными, что удовлетворяет потребность ребенка в разнообразии гардероба на протяжении всего года.

Бренд «LaRiya» создан в 2008 году.

Лария представляет свои работы на модных показах, организованных международным агентством Photoart, международном конкурсе Top Model Asia, одевает участников реалити-шоу Model KZ и выставляет коллекции на KFW. Самое последнее и пока высшее достижение – участие в Aurora FashionWeek 2012 (AFW, Россия). Причем путевку на российскую Неделю высокой моды Лария получила только благодаря своему таланту, выиграв грант на

бесплатное участие – настолько высоко оценили ее способности в Санкт-Петербурге.

Современные модные стили одежды, простые линии силуэта, качество продукции и приемлемая ценовая политика, достигнутая путем использования недорогого сырья и низкими затратами по изготовлению продукции – вот то, что отличает бренд «LaRiya», который в 2020 г. представлен не только в Алматы, но и в Нур-Султане и Караганде.

Основные стили бренда «LaRiya»:

Одежда для дня:

1. Stile classico - 40%
2. Stile urbano (casual) - 40%

Вечерняя одежда:

3. Abiti per sera - 20%

SALTA™

ЯРКИЙ представитель отечественной fashion-индустрии, сокровищницу из свежих идей, творческих экспериментов, женственности и духа свободы.

Уникальное явление для отечественного рынка – эксклюзивные вещи и высокое качество по доступной цене.

Salta™ – это алхимия красоты и эклектики, волшебная смесь из строгих форм и буйства красок. Salta™ не останавливается на достигнутых высотах, постоянно стараясь удивить своих почитателей новыми моделями, которые подчеркнуть индивидуальность каждой покупательницы, которая навсегда стала частью бренда Salta™.

Главный принцип заключается в том, чтобы быть верным себе и своему видению мира, именно эта мысль красной нитью проходит через все коллекции.

История бренда Salta™ началась в марте 2008 года с первого показа коллекции в г. Париж, организованного агентством «Trend&Tendance». 2 сентября 2008 года состоялось долгожданное открытие магазина «Salta» в Алматы.

1 августа 2010 год произошло важное событие в становлении бренда – презентация нового направления – бизнес коллекции от Salta™. Этот сегмент представляет собой свежий взгляд на консервативный офисный дресс-код. Привычные силуэты в сочетании с роскошью тканей и изяществом моделей позволят вам выглядеть шикарно в любой ситуации. Безупречное качество и разнообразие моделей обещают постоянно радовать городских модниц.

«Fashion» – это маленький островок реализации самых смелых творческих идей модельера. Всегда яркие запоминающиеся модели, сложносочиненные формы, радикальный подход к исполнению каждой вещи – все это новом сегменте «Fashion». Любите быть в центре внимания на любом мероприятии, хотите стать звездой и трендсеттером – выбирайте пиджаки и блузоны, аксессуары и платья, и вы точно зададите тон!

KRAVETS

Торговая марка KRAVETS уже давно известна представительницам прекрасного пола Казахстана, следящим за трендами и знающими, что будет актуально в том или ином сезоне.

В 2009 году он ярко заявил о себе, представив свою дебютную коллекцию на Казахстанской неделе моды. В этом же году он был признан «Лучшим дизайнером года» по версии телеканала Hit-TV. Также, KRAVETS стал победителем на международном конкурсе дизайнеров в Праге. Профессиональный опыт приобрел, работая на известные международные бренды.

Одежда от KRAVETS – это одежда, создаваемая в соответствии с самыми последними модными тенденциями. Ее отличает высокое качество, выбор эксклюзивных тканей и фасонов. Также под маркой KRAVETS производятся эксклюзивные украшения и аксессуары.

Одежда KRAVETS создается для тех, кто тонко чувствуют моду, для тех, кто стремится выглядеть идеально и независимо. Одежду KRAVETS носят многие трендсеттеры и известные личности Казахстана. Среди них можно назвать:

Маргариту Кравцову (вице Мисс мира). На последнем конкурсе Мисс Казахстан 2011, где Маргарита была ведущей, она выбрала два наряда из последней коллекции бренда KRAVETS под названием "Реминисценция Чехова".

MECHANICAL PIANO

Бренд «Mechanical Piano» — это плод союза. Несмотря на распространенное мнение о том, что у Казахстана нет своей истории дизайна, казахстанские дизайнеры выходят на европейский рынок. Так марка «Mechanical Piano» продемонстрировала свою черно-белую коллекцию весна-лето 2008 в миланском шоу-руме Daniele Ghiselli, в 2009 году коллекцию под названием «Исчезающая красота», в 2011 году - "Хрупкие мечты".

В 1997 г. создана креативная мастерская по пошиву одежды. В 2020 году Лив Тайлер, покупает в Лондоне платья из коллекции. До этого момента произошло немало взлетов: 2004 г. – презентация 1-й коллекции в Алматы, через год в Милане, работа с шоу-румом Gild, открытие бутика Monocle 22 в комплексе «Ритц Палас» (Алматы), презентация коллекции в США, работа с Bridge Showroom.

В 2011 году – организация и проведение фотоперформансов «Подними глаза» в Алматы и Нур-Султане. В этом же году открытие бутика в отеле Rixos Almaty и шоу-рума в бизнес-центре «Нурлы Тау», организация и проведение казахстанского Design Weekend «Белая осень-2011».

Одежда их модного дома выставлена в московском Le Form рядом с Yohji Yamamoto, Comme des Garçons, про нее писали в журналах Elle, Vogue.

Свой бутик одежды они открыли для истинных ценителей модных платьев (по оценке самих дизайнеров это 0,02% от полутора миллионов населения), и создали нечто совсем необычное и яркое, чтобы покупатели при

посещении получали заряд положительных эмоций. Особенностью всех линий, создаваемых дуэтом, является то, что они подойдут женщине любого возраста - главное, чтобы она чувствовала себя особенной.

14. SWOT-анализ - определение и оценка потенциальных сильных и слабых сторон, возможностей и угроз товаров, работ, услуг, предполагаемых в рамках реализации проекта (обязательно указываются используемые источники информации проведения маркетинговых исследований с приложением отчетов)

Анализ динамики легкой промышленности показывает дальнейшее сокращение ее доли в объеме промышленности страны. Удельный вес отрасли, составлявший в 1990 году 15,8% от всех объемов промышленного производства, в 2007 году снизился до 2,3%, а в 2019-м – до 0,1%. Среди проблем отрасли – низкая производительность труда, отсталые технологии, низкое качество продукции, слабый маркетинг. Крайне остро стояла проблема квалифицированных кадров. По-прежнему не хватает рабочих (швей, портных и т.д.), а также специалистов технического профиля среднего и высшего звена.

Легкая промышленность – отрасль, имеющая социальную значимость, поскольку обеспечивает высокую занятость. Например, в Индии, Китае, Турции в ней занято почти 20% населения. Этому способствовали правительства этих стран, которые реализовали масштабные меры поддержки своей легкой промышленности: свободные экономические зоны, льготное налогообложение и кредитование, квоты и пошлины, государственные инвестиции. В частности, в Турции объем отрасли в ВВП составляет 10%, отрасль обеспечивает 40% поступлений в бюджет страны. В Казахстане легкая промышленность является единственным путем снижения безработицы в регионах с избыточным населением и завязанных на одно производство моногородах.

Демографический фактор

На начало 2019 года в Казахстане проживало 18,4 млн. человек — на 1,3% больше по сравнению с предыдущим годом (18,2 млн. человек). Средний рост численности населения в стране за 10 лет составил 1,5% в год. Такие показатели будут способствовать к увеличению потребности казахстанцев в одежде, т.е. за счет большого количества потенциальных клиентов, только начинающих интересоваться отечественным товаром.

Экономические факторы

Текущая экономическая ситуация на казахстанском рынке нестабильна, но достаточно предсказуема. В условиях сложившегося мирового кризиса нашей стране необходимо переориентировать экономику путем импортозамещения. Импортозамещение — способ усилить экономику, создать новые производства, рабочие места и улучшить качество жизни жителей страны. Поэтому, в Казахстане, как и других странах Мира, стимулируется развитие местного производства.

Основными направлениями в области импортозамещения являются следующие шаги:

- производство качественной продукции с максимальным сокращением затрат за счет внедрения новых технологий и технологического оборудования;
- организация и расширение отечественного производства комплектующих и дополнительных материалов для кожевенной и обувной промышленности;
- производство необходимых видов сырья для производства суконных тканей;
- увеличение выпуска ткани технического и специального назначения для внутренних нужд разных отраслей экономики и выпуска рабочей, форменной и специальной одежды;
- квотирование на ввоз товаров текстильной и легкой промышленности стран Юго-Восточной Азии и Турции, которые составляют основную конкуренцию отечественной;
- освобождение от ввозных таможенных пошлин сырья и технологического оборудования, не производимого в Казахстане.

Для этого необходима поддержка государства, создание комплексной государственной программы, в которой было бы отражено совмещение тарифного регулирования с инвестициями в отечественные отрасли промышленности. Важным для отечественных производителей представляется создание собственных брендов и собственной товаропроводящей сети, а также использование новейших технологий в торговле.

Как показывает мировой опыт, если вкладывать средства и усилия в перспективные производственные направления, то можно получить большую выгоду, с учетом интересов всех участвующих сторон.

Технологические факторы

По темпам развития технологий, наш рынок по пошиву современной одежды (за исключением спецодежды) можно считать отсталым по сравнению с западными странами. Это обусловлено тем, что инвестиции в развитие инфраструктуры рынка минимальны, поэтому у отечественных компаний возникают проблемы с использованием новых маркетинговых технологий и системы логистики. Но все же, хотя и медленно, но развивается инфраструктура экономики при малом содействии правительства, так, например, строятся новые торговые центры, в которых есть и отделы национальных брендов, что способствует увеличению объемов продаж. Но все же, ассортимента товаров остается скудным в сравнении с тем, предлагаемых на Западе, где происходит постоянное совершенствование существующих технологий создания одежды и обуви.

Рынок высокотехнологичной или функциональной одежды является одним из наиболее быстрорастущих секторов легкой промышленности. Он

включает в себя одежду, которая предлагает дополнительную производительность для конкретной функции, например, для спорта или работы. Примеры включают в себя антимикробные волокна и ткани для спортивных товаров, огнестойкие или высокопрочные волокна и ткани, отводящие влагу ткани, УФ защитные волокна и ткани и водонепроницаемые дышащие ткани. Также увеличивается использование интеллектуальных цифровых технологий в одежде и аксессуарах, например, для измерения функций организма.

Производители одежды должны инвестировать в технологии создания функциональных тканей, так как это рынок предлагает более высокую маржу, чем традиционная одежда.

Итак, оценив макросреду ведения бизнеса, нужно уделить внимание микросреде, в которой функционируют наши предприятия.

Влияние покупателей

На казахстанском рынке большую долю занимает одежда мировых брендов. Одним из факторов, является высокая цена на одежду казахстанских дизайнеров. К тому же, продавцы и потребители не всегда доверяют качеству казахстанской одежды. Какие действенные меры необходимы нам предпринять для возврата доверия потребителей отечественной одежды. Безусловно, это качество, ценовая доступность и широкий ассортимент.

Казахстанские потребители чувствительны к изменениям цен товаров, так как покупатель среднего (наиболее быстро растущего) класса не может позволить себе тратить больше той части дохода, которую он выделяет на покупку одежды. Субсидирование отечественных товаропроизводителей, регулирование цен на рынке и хорошая реклама придаст импульс к спросу нашей одежды и позволит заместить не дешевый импорт. Компании, обладающие широкими маркетинговыми возможностями, смогут повлиять на выбор потребителей, используя раскрученный национальный бренд. По примеру России (10 брендов) и Белоруссии (15 брендов) важно раскручивать свои качественные лейблы (Textiline Kazakhstan, Mimioriki, Altex, Glasman, «Тэгам», ZIBROO, Caramel — baby goods и другие).

Итак, в связи с данной характеристикой отрасли можно выделить некоторые общие тенденции ее развития:

- ориентация на средний ценовой сегмент потребителей (в большей степени);
- повышение уровня сервиса, рост числа монобрендовых магазинов;
- увеличение количества малых магазинов;
- диверсификация казахстанской продукции для различных возрастных групп и ценовых сегментов;

В целом внешнюю среду казахстанских предприятий как ТОО «Glasman», в Алматы - ТОО «КазЛегПром», в Карагандинской области — ТОО «Temirtau Associates and Ancillaries» (Темиртау Ассосиэтс энд Энсилларес) по пошиву одежды на рынке можно охарактеризовать как благоприятную для

дальнейшего развития (по сравнению с рынками других стран), но также отличающейся большой степенью неопределенности.

Первичный SWOT-анализ на производство казахстанской одежды

<i>Сильные стороны (S)</i>	<i>Слабые стороны (W)</i>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Субсидирование отрасли со стороны государства. 2. Гранты 3. Подготовка кадров для легкой промышленности. 4. Возможность устраивать выставки при поддержке местных исполнительных органов 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Низкий спрос и нежелание жителей страны покупать одежду, пошитую в Казахстане. 2. Казахские дизайнеры одежды в основном шьют одежду, ориентированную на обеспеченную часть населения (<i>бизнесмены, звезды шоу бизнеса и другие состоятельные люди</i>). Зачастую не доступны по цене. 3. Отсутствие высокопрофессиональных «рабочих» кадров на производствах (швеи и конструкторы). 4. Незрелая сырьевая база. Сырье и полуфабрикаты требуется импортировать в большинстве случаев. 5. Большая часть производственного парка – устаревшее морально и физически оборудование. Усугубляет ситуацию необходимость импорта.
<i>Возможности (O)</i>	<i>Угрозы (T)</i>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Популяризация отечественной одежды 2. Развитие интернет – торговли 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Высокая волатильность тенге и напряженная геополитическая обстановка. Сложности с экспортными поставками на перспективные рынки. 2. Гегемония импорта на национальном рынке 3. Рост ценовой чувствительности клиентов 4. Борьба с контрафактом

Сильные стороны

В Казахстане существуют свои текстильные предприятия, которые производят хлопчатобумажные и смешанные ткани, занимаются производством текстиля со 100%-ым содержанием; много предприятий занимаются производством трикотажных изделий, обрабатывают кожу.

Благодаря систематической поддержки со стороны государства, наблюдается тенденция по возрождению легкой текстильной промышленности, в частности, производством одежды в 2020 году

занимаются в разных регионах страны ряд крупных отечественных предприятий : в Алматинской области — к примеру, ТОО «Glasman», в Алматы — ТОО «КазЛегПром», в Карагандинской области — ТОО «Temirtau Associates and Ancillaries» (Темиртау Ассосиэте энд Энсилларес), и т. д. Только по результатам 1 квартала 2019 года производство одежды увеличилось сразу на 15,1% и в стоимостном выражении составило 8,9 млрд тг. Основные объемы производства приходятся на Алматинскую область (18,8%), Алматы (15,1%) и Карагандинскую область (12,7%).

Гранты

Гранты для реализации новых бизнес-идей в приоритетных секторах экономики по программе "Дорожная карта бизнеса – 2025". Выдают: субъектам малого бизнеса и начинающим предпринимателям, женщинам, инвалидам и лицам старше 50 лет.

Выставки

Экспозиции – это эффективный и востребованный канал раскрутки казахстанских компании и побуждение продаж ее продукции. Участвовать в выставке дает возможность получить большие перспективы всему производству.

Преимущества участия в выставках:

- 1) Презентация новых достижений и перспективных разработок отечественных компаний;
- 2) Предоставление подробных сведений о предприятии заинтересованным партнерам и поставщикам;
- 3) Привлечение внимания к экспонатам фирмы;
- 4) Получение данных о специфике развития рынка и основных соперников на нем;
- 5) Образование положительного имиджа компании;
- 6) Обозначение товаров и услуг;
- 7) Поиск полезных партнерских контактов;
- 8) Заключение сделок, подписание договоров;
- 9) Поиск целевой клиентской публики.

Слабые стороны

Низкий спрос

Пошив и качество нашей одежды ничем не уступают продукции турецкого производства. На одежду, сшитую в Казахстане низкий спрос не из-за ее качества, а из-за недостатка рекламы отмечают отечественные товаропроизводители.

Шить выгодно эксклюзив и на индивидуальный заказ

Швейная и текстильная промышленность Казахстана обеспечивает внутренний рынок одеждой только на 10%, а обувью – всего на 1,5%. В среднем швейный бизнес окупается от полугода до двух лет (при масштабном производстве). Стоимость швейных машин при большом заказе может окупиться за один раз. Этот объем можно выполнить как за полгода, так и за

два месяца. Всё зависит от самого заказа, его рентабельности и скорости швей. Дизайн одежды в Казахстане получил хорошее развитие. Однако в 2020 г. продукцию наших дизайнеров могут позволить обеспеченные люди (бизнесмены, артисты и люди искусства). Большинство модельеров получают заказы от известных людей и шьют для них. У них нет крупного ателье, чтобы можно было сшить целую коллекцию. Поэтому они шьют одежду в небольшом количестве и продают ее по высокой цене.

Отсутствие сырья

Безусловно, причина высокого спроса на импортную продукцию — низкая цена. В этом аспекте отечественные производители не могут конкурировать с зарубежной продукцией. Ведь у отечественных предприятий существует потребность в сырье определенного качества и в сырье, которое не производится в Казахстане. В стоимость одежды, ввозимой из-за границы, входят наши дорожные расходы и расходы на питание во время поездки. Кроме этого, есть и таможенные пошлины. Если прибавить все расходы, то стоимость товара увеличивается почти в два раза.

Возможности

Развитие интернет торговли

За 2010-2020 (1 квартал) гг. объем рынка электронной торговли в Казахстане вырос в 20 раз.

В 2010 году, объем Интернет-торговли в Казахстане составлял 35 млрд тенге. К 1 кварталу 2020 года показатели увеличились в 5 раз – до 194 млрд. (Отметим, что КС МНЭ РК изменил подсчет объемов реализации услуг через интернет и с 2015 года в расчет не берутся обороты интернет-банкинга.) При этом интернет продажи выросли только в 2 раза – до 71%.

В 2019 году объем рынка Интернет-торговли составил 226,44 млрд тенге. По итогам 2020-го доля пользователей сети интернет в Казахстане составила 78,2% против 76,8% годом ранее. А объем розничной, оптовой торговли и реализации услуг через интернет в 1 квартале 2020 года – 264,52 млрд тенге. Это на 16,8% больше показателей 2019-го. Число платежных карточек в обращении, по данным Нацбанка, достигло в 2020 году 19,4 млн тенге против 15,7 млн в 2018-м и 17,2 млн в 2019 году.

Для сравнения: в 2015 году только 7,5% всех розничных продаж было совершено в интернете, к 2019 году показатель вырос до 14,2%, что составило 3,5 трлн долларов; в 2014 году в Казахстане оставалось лишь 10% от всех карточных оплат казахстанцев в интернет-магазинах, в 2015-м эта цифра составила 35%.

В Казахстане количество пользователей интернета в 2019 году составило 81,3% от населения страны, а доля электронной торговли достигла показателя 2,9%. Рынок вырос в 1,5 раза, до 259,5 млрд тенге.

Главная задача нашего Правительства привлечь внимание наших интернет покупателей к нашим отечественным брендам.

Угрозы

Рост ценовой чувствительности клиентов

По итогам 1 квартала 2020 года годовой рост цен на товары и услуги в Казахстане составлял 5,6%. По статистике ЕАЭС, инфляция в стране является наибольшей в Союзе. Так, в Беларуси потребительские цены выросли за год на 4,7%, в Кыргызстане – на 3,2%, в России – на 2,4% и в Армении – на 0,2%. Инфляция во всем ЕАЭС составила 2,8% по итогам января 2020 года.

По росту цен на непродовольственные товары Казахстан занимает первую строчку в ЕАЭС – 5,2%. В Беларуси показатель составил 3,7%, в России – 2,5%, в Армении – 1,7% и в Кыргызстане – 0,5%.

Согласно данным Национального банка, снижение потребительской и инвестиционной активности оказывает давление на совокупный спрос. Введенные карантинные меры оказали негативное влияние на доходы населения, отразившись на снижении потребительской активности. Основным фактором послужило замедление роста реальной заработной платы наемных работников. Кроме того, закрытие и приостановка деятельности отдельных производств привела к ухудшению ситуации на рынке труда.

Борьба с контрафактом

Согласно данным Национальной палаты предпринимателей Республики Казахстан «Атамекен» контрафакт в Казахстане достигает 50%. По данным казахстанского отделения Transparency International, в страну под видом мировых брендов ежегодно ввозится товаров на сумму 1 млрд USD. «Объем импорта из Китая в Алматы составляет 4, 2 млрд. долларов США или 90% всего импорта из Китая в страну. Объем теневого оборота импорта из Китая в Алматы, оценочно, составляет почти 60% или 2,5 млрд. долларов США. Только расхождение в зеркальной таможенной статистике по Китаю составляет почти 7 млрд. долл. США. При этом, оценочные потери госбюджета составляют порядка 300 млрд. тенге в год. Доминирующая часть импортных торговых потоков в РК и КР концентрируются на базарах и крытых рынках, в первую очередь, города Алматы». ТОО «Бизнес Оптима», специализирующийся на борьбе с контрафактом, основные каналы, по которым подделки попадают в Казахстан – это Китай, Кыргызстан, Азербайджан и Россия. В нашей стране ежегодно на 7-10 % увеличивается количество контрафактной продукции. Подделывают все, что возможно – от одежды, бытовой химии, автозапчастей, до медикаментов. Чаще всего сбытовая цепочка контрафакта выглядит следующим образом: Китай-Кыргызстан-Казахстан. В нашу страну подделки попадают через посты Кордай, Достык и Коруарт.

15. Основные выводы и рекомендации

Рекомендации по выводу из кризиса и развитию легкой промышленности в Казахстане

Развитие легкой промышленности в Казахстане на 2020 год является одним из приоритетных направлений, поскольку отрасль имеет социальную

значимость, обеспечивая высокую занятость населения. В 2019 году Правительство Казахстана реализует ряд мер поддержки отечественной легкой промышленности: свободные экономические зоны, льготное налогообложение и кредитование, квоты и гранты на обучение, государственные инвестиции.

Развитие рынка товаров легкой промышленности в среднесрочной перспективе протекает в условиях доминирования дешевых импортных товаров при ограниченном поступлении отечественной продукции.

Следовательно, важным условием развития легкой промышленности обеспечение доступности кредитных ресурсов на основе изыскания наиболее эффективных, для современных условий, схем кредитования, способов размещения и привлечения кредитных ресурсов, а также формирования действенной системы управления эффективностью кредитных ресурсов как со стороны банков, так и самих предприятий легкой промышленности. Возможно, одним из путей решения может выступить создание системы специализированных региональных банков для льготного кредитования предприятий легкой промышленности с учетом отраслевых особенностей и потребностей

Для вывода отрасли из кризиса, необходимо предпринять следующие задачи: защитить внутренний рынок от экспансии импорта и контрафакта, финансово оздоровить предприятия легкой промышленности, ускорить их техническое перевооружение, а именно:

— *ввести специальные пошлины на дешевый импорт и квоты на ввоз товаров легкой промышленности из стран Юго-Восточной Азии;*

— *повысить пошлины на вывоз сырья;*

— *предоставить производителям комплектующих и конечной продукции долгосрочные кредиты с низким процентом, и освободить их на три-пять лет от уплаты части налогов (к примеру, от налога на прибыль – средства, реинвестируемые в производство);*

— *освободить от пошлин и НДС закупаемое за рубежом технологическое оборудование и создать лизинговую фирму с государственным участием для покупки этого оборудования на льготных условиях;*

— *решить проблему подготовки квалифицированных кадров.*

При реализации отраслевых программ, направленных на стимулирование легкой промышленности, в частности, пошива одежды, необходимо отметить следующие риски швейного производства:

- 1) невыполнение производственной программы;
- 2) повышение цен на сырье;
- 3) потеря ликвидности из-за неравномерности продаж.

Для увеличения объемов продукции в отрасли необходимо создание условий, обеспечивающих выпуск современных конкурентоспособных товаров, удовлетворяющих потребности населения. Для этого требуется

техническое переоснащение предприятий, освоение новых технологий, обеспечение отрасли сырьем и материалами, обеспечение защиты рынка от низкокачественной продукции как отечественной, так и импортной.

Проект в этой отрасли является инвестиционно привлекательным. На 2020 год в Республике Казахстан существует достаточно много ниш, которые еще не заняты в полной мере отечественными производителями, среди них отрасль по пошиву одежды.

Рост среднего чека на одежду в Казахстане за период с декабря 2018 до декабря 2019 года вырос на 7,1%. При этом мужская одежда подорожала на 7,3%, женская — на 6,7%, а детская — сразу на 7,6%, на 7% — галантерейные товары. В то же время, несмотря на заметный рост, доля местного производства от потребностей (реализации на внутреннем рынке и экспорта) низкая. По итогам 2019 года в сегменте одежды отечественные компании перекрыли лишь 1,9% спроса.

Стоимость завода по производству легкой промышленности (в частности одежды) на примере СЭЗ «Оңтүстік» составила 29,5 млрд тенге, с созданными более 1400 рабочих мест, с объемом произведенной продукции за 2010-2019 в 42,9 млрд тенге. До конца 2021 года планируется запуск 11 инвестпроектов на сумму более 90 млрд тенге.

Рынок одежды ждет казахстанского производителя – в сегменте остро стоит вопрос импортозамещения. Так легпром РК удовлетворяет спрос на одежду и нижнее белье лишь на 1-2%. Более оптимистична ситуация только для носочно-чулочных изделий – здесь казахстанские производители перекрыли почти 20% спроса.

Причина низкого спроса потребителей Казахстана на продукцию местных производителей является низкая цена на одежду импортных товаропроизводителей.

Также имеется проблема неразвитой сырьевой базы. Сырье и полуфабрикаты требуется импортировать в большинстве случаев. Большая часть производственного парка – устаревшее морально и физически оборудование.

В этом аспекте отечественные производители не могут конкурировать с зарубежной продукцией. Ведь у отечественных предприятий существует потребность в сырье определенного качества и в сырье, которое не производится в Казахстане. Тем самым конечный продукт становится дороже.

По итогам января 2020 года годовой рост цен на товары и услуги в Казахстане составлял 5,6%. По статистике ЕАЭС, инфляция в стране является наибольшей в Союзе. Так, в Беларуси потребительские цены выросли за год на 4,7%, в Кыргызстане – на 3,2%, в России – на 2,4% и в Армении – на 0,2%. Инфляция во всем ЕАЭС составила 2,8% по итогам января 2020 года.

По росту цен на непродовольственные товары Казахстан занимает первую строчку в ЕАЭС – 5,2%. В Беларуси показатель составил 3,7%, в России – 2,5%, в Армении – 1,7% и в Кыргызстане – 0,5%.

Следует отметить, что в Казахстане большая доля одежды и обуви поступает из Китая, Турции и Кыргызстана. Из общего количества швейных предприятий, а у нас их 1526 по Казахстану, около 150 работают на рынке спецодежды, школьной формы. Из оставшихся 90% фирм действует всего 40%, остальные заморожены". Имеется проблема нехватки квалифицированных кадров, таких как швей, портных, модельеров-конструкторов и дизайнеров.

Согласно данным Национального банка, снижение потребительской и инвестиционной активности оказывает давление на совокупный спрос. Введенные карантинные меры оказали негативное влияние на доходы населения, отразившись на снижении потребительской активности. Основным фактором послужило замедление роста реальной заработной платы наемных работников. Кроме того, закрытие и приостановка деятельности отдельных производств привела к ухудшению ситуации на рынке труда.

Немаловажную роль в 2020 году играет онлайн торговля, преимуществом которого является небольшой объем капитала, который необходимо будет затратить для входа и завоевания внимания совершенно иного слоя покупателей – пользователей Интернета. В условиях чрезвычайного положения в стране и связанного с ними карантинными и ограничительными мерами по передвижению граждан, онлайн продажи стали наиболее актуальными, так как преобладает сервис по доставке купленной продукции. Важно упомянуть, что новый способ дистрибуции позволяет производителям одежды избежать затрат на найм персонала и избежать проблемы недостаточного внимания к интересам потребителей.

Методом защиты является увеличение доли товаров средней и низкой ценовой категорий, развитие дисконтных центров, проведение специальных акций, введение системы скидок для разных категорий покупателей.

В целях расширения потребительского сегмента, необходимо открывать филиалы торговых павильонов в больших городах как Алматы, Нур-Султан и Шымкент, но и в областных центрах и моногородах, что позволит повысить узнаваемость отечественной продукции.

Подводя итог, вышеуказанные факторы о долгосрочном инвестировании и всех сопутствующих рисков, говорят о положительной рентабельности данного проекта.

Исполнитель

Абишев У.С.

ОТЧЕТ
по результатам маркетингового исследования
ПРОИЗВОДСТВО ПЕСТИЦИДОВ И ПРОЧЕЙ
АГРОХИМИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ В РЕСПУБЛИКЕ
КАЗАХСТАН

Подготовлен в рамках проведения маркетинговых исследований в приоритетных секторах Государственной программы поддержки и развития бизнеса «Дорожная карта бизнеса – 2025»

Отрасль: Производство пестицидов и прочей агрохимической продукции (код ОКЭД – 20.20)

Заказчик: Национальная палата предпринимателей «Атамекен»

Исполнитель: Керембаев А.Т.

Нур-Султан

2020
СОДЕРЖАНИЕ

СОДЕРЖАНИЕ	2
Описание отрасли, существующие проблемы и тенденции	3
Оказываемая поддержка отрасли.....	9
Перспективы отрасли в рамках реализации проектов (объем рынка, планируемые проекты, обоснование спроса в будущем)	29
Определение возможности и целесообразности реализации проекта	30
Внутреннее производство.....	40
Производственные мощности	41
Внешняя торговля.....	43
Размер рынка	54
Обзор цен	60
Потребительское поведение.....	62
Описание сложившейся конъюнктуры рынка по продукту/услуге проекта.....	65
Анализ существующей и прогнозируемой конъюнктуры спроса на образующуюся в результате реализации проекта продукцию (товары/услуги) - проблемы, решения, статус реализуемых проектов ...	66
Описание уже реализованных проектов (функционал объекта, преимущества и недостатки)	69
SWOT-анализ - определение и оценка потенциальных сильных и слабых сторон, возможностей и угроз товаров, работ, услуг, предполагаемых в рамках реализации проекта (обязательно указываются используемые источники информации проведения маркетинговых исследований с приложением отчетов).....	76
Основные выводы и рекомендации	77

Описание отрасли, существующие проблемы и тенденции

Развитие химической индустрии в Казахстане может стать одним из действенных механизмов диверсификации экономики, перехода её от сырьевой к перерабатывающей направленности. На сегодня доля производства химической продукции в ВВП страны составляет всего 0,4%, тогда как в странах с развитой химической промышленностью данный показатель составляет 5%.

Объем производства в химической промышленности в 2011 г идет со стабильным увеличением на 20-30% в год. Однако тяжело сказать, что данная тенденция продлится и в последующих годах, так как данный скачок возможен вследствие восстановления экономики страны после кризисного спада. К примеру, в 2008 году производство химической продукции составляло 110,6 млрд. тенге к 142,7 млрд. тенге в 2011 году.

Также если взглянуть на показатели индекса физического объема производства продуктов химической продукции, можно заметить торможение роста ИФО в 2012 году. К примеру, можно привести показатели 2007 году, где ИФО достигал 128,6% к предыдущему году. Это все свидетельствует о том, что на увеличение данного показателя в большей степени повлиял резкий кризисный спад в 2009 году.

Важным фактором роста производства является рост производительности труда в отрасли, которая каждый год увеличивается в среднем на 55%. Следуя данному тренду, можно сказать, что к концу 2012 года данный показатель может достигнуть 48,7 тыс. долларов США на человека.

Этому способствовали меры, реализуемые в рамках ГПФИИР по увеличению поддержки развития химической промышленности. Так, для осуществления поставленных перед отраслью задач в рамках ГПФИИР проводится целенаправленная работа по созданию новых экономически эффективных и экологически безопасных химических производств.

Инвестиции в основной капитал промышленных предприятий-инвесторов химической промышленности в январе-июле 2012 г. составили 18 029 млн. тенге, что на 121,5% выше соответствующего периода 2011 г., из них собственные средства составляют 6 968 млн. тенге (39%), заемные средства – 11 053,2 млн. тенге (61%) и иностранные инвестиции – 8 млн. тенге (0,04%). Введено в действие новых основных средств на сумму 3 070,5млн. тенге, 62,64% инвестиций приходится на производство химических продуктов.

Согласно классификатору Агентства по статистике Республики Казахстан (далее - АС РК) к химической отрасли относятся предприятия занимающиеся:

Таблица 1 Виды деятельности, относящиеся к химической отрасли промышленности в соответствии с ОКЭД по четвертому знаку

2011	Производство промышленных газов
2012	Производство красителей и пигментов
2013	Производство прочих основных неорганических химических веществ

2014	Производство прочих основных органических химических веществ
2015	Производство удобрений и азотосодержащих смесей
2016	Производство пластмасс в первичной форме
2017	Производство синтетического каучука в первичной форме
2020	Производство пестицидов и прочей агрохимической продукции
2030	Производство красок, лаков и аналогичных красящих веществ, типографской краски и мастики
2041	Производство мыла и моющих, чистящих и полирующих средств
2042	Производство парфюмерных и косметических средств
2051	Производство взрывчатых веществ
2052	Производство клея
2053	Производство эфирных масел
2059	Производство прочих химических продуктов, не включенных в другие категории
2060	Производство искусственных волокон

Источник: КС МНЭ РК

Согласно данным Комитета по Статистике РК, количество предприятий производящих химическую продукцию в Казахстане на 2011 год составляет 341 (таблица 2). В сравнении с 2000 годом количество предприятий снизилось на 32%. Однако данное снижение произошло за счет снижения количества малых предприятий в отрасли, тогда как количество крупных предприятий осталось практически неизменно а количество средних предприятий увеличилось на 16%. Общее количество предприятий в химической промышленности с 2000 года не сильно менялось за исключением резкого спада в 2010 году. Это потенциально возможно было связано кризисом в 2009 году что привело к закрытию многих малых предприятий.

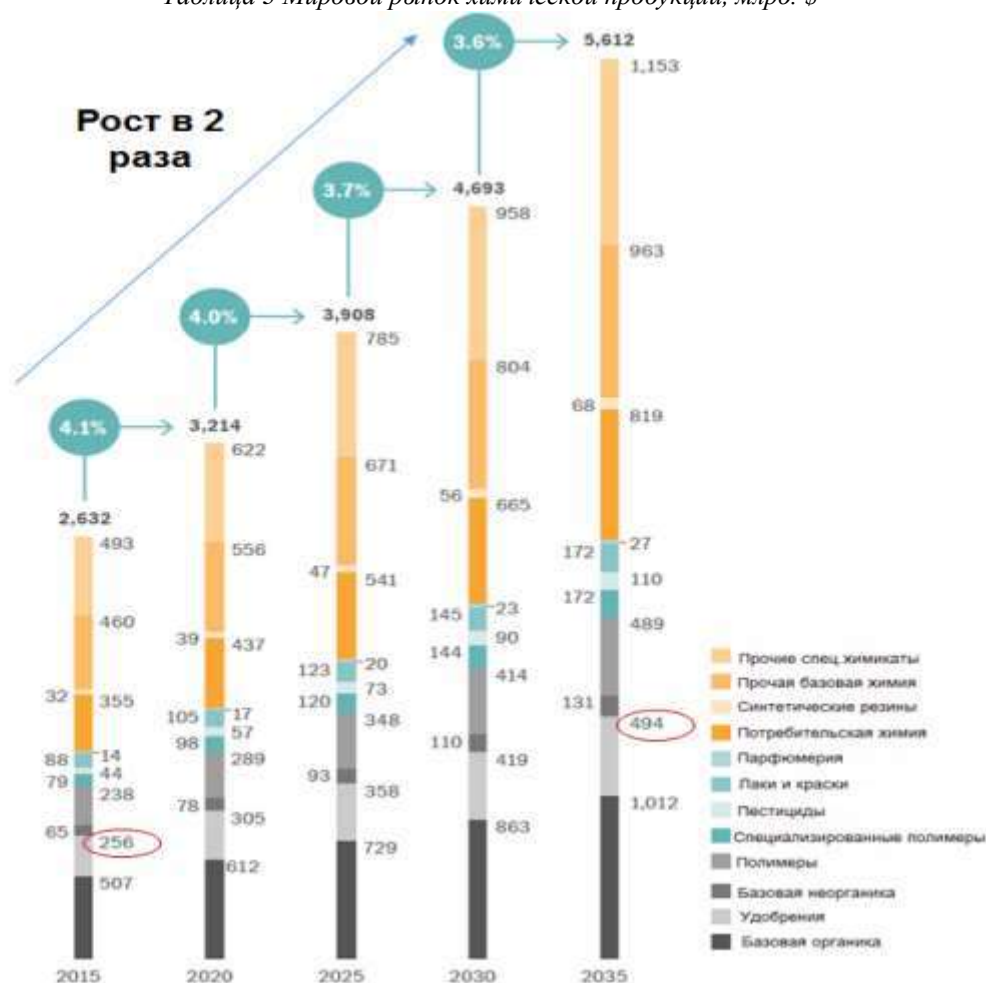
Таблица 2 Количество предприятий химической отрасли Казахстана

	000	001	002	003	004	005	006	007	008	009	010	011
Малые	63	57	54	59	62	62	21	77	81	93	33	02
Средние	5	3	5	2	3	3	8	9	0	1	1	9
Крупные	2	1	3	2					1		1	0
Всего	00	91	82	93	94	94	58	15	22	33	75	41

Источник: КС МНЭ РК

Мировой рынок химической продукции, по прогнозам экспертов, к 2025 году вырастет в 1,5 раза в основном за счет увеличения производства пестицидов и специализированных полимеров. Основными игроками на рынке химической продукции останутся развивающиеся страны. По итогам 2015 года в Европе рост объемов производства составил лишь 0,5%, в США производство увеличилось на 3,8%, в то время как в Индии рост объемов производства составил 7,4%, в Китае – 6,9%. С 2016 года начался значительный рост производства в Саудовской Аравии, где была введена в эксплуатацию первая очередь проекта Sadara – совместного проекта Saudi Aramco и Dow Chemical, объединяющего 26 технологических линий, общей мощностью 2,7 млн.тонн химической продукции.

Таблица 3 Мировой рынок химической продукции, млрд. \$



Источник: Roland Berger

В 2015 году химическая промышленность Казахстана показала рост как в денежном, так и в натуральном выражении. Объем производства за 2015 год по оперативным данным составил 244,1 млрд. тенге, в физическом объеме производство выросло на 2,6%, что связано с выходом на плановые мощности предприятий, запущенных в 2014 году, и запуском новых предприятий ТОО «Talas Investment Company» (производство цианида натрия), ТОО "СП СКЗ-Казатомпром" (серная кислота), ТОО "Color International Technologies"

(лакокрасочная продукция), ТОО «Хлопкопром Целлюлоза»
(карбоксиметилцеллюлоза)

Таблица 4 Производство продукции химической промышленности в РК в 2012-2015 гг. и 1 квартал 2016 г., млрд тг



Источник: КС МНЭ РК

В 2015 году рост производства минеральных удобрений продолжился: азотные удобрения – на 10,3%, фосфорные удобрения – 2,4%. Выросло производство триоксида хрома, хлора и каустической соды, которые в сумме с новыми производствами нивелировали падение производства желтого фосфора – основного экспортного продукта химической промышленности Казахстана.

Таблица 5-Динамика производства основных видов химической продукции в натуральном выражении в 2016-2019 гг. и период январь-март 2016 года

Наименование товара	2015	2016	2017	2018	2018 к 2017	Январь-март 2018	Январь-март 2019	Январь-март 2019 к январь-март 2018
Триоксид хрома, тонн	25163	23216	19784	22278	112,6%	5937	6025	101,5%
Окись хрома, тонн	29234	30914	32954	30153	91,5%	9373	8051	85,9%
Бихромат натрия, тонн	60653	61113	57086	53291	93,4%	17404	14512	119,9%
Хлор, тонн	15100	18800	19543	22269	113,9%	5563	5131	92,2%
Сода каустическая, тонн	17900	27300	29479	34198	103,0%	9151	8311	90,8%
Кислота соляная, тонн	3768	15953	39152	34352	87,7%	8599	9229	107,3%

Фосфор, тонн	86920	90164	100139	84534	84,4%	20076	18201	90,7%
Трифосфат натрия, тонн	57488	50153	40198	20317	50,5%	2350	4974	47,2%
Кислота серная, тыс. тонн	1719	2081	2278	2550	109,4%	614	573	93,2%
Кислота плавиковая, тонн	9028	8961	8577	4461	52,0%	1339	974	72,7%
Удобрения азотные, тыс. тонн	165	188	283	311	110,3%	98	88	111,7%
Удобрения фосфорные, тыс. тонн	70	72	82	90	102,4%	25	22	114,5%
Краски и лаки на основе полимеров, тыс. тонн	60,7	77,1	67,9	66,7	102,1%	5338	9779	54,6%
Средства моющие, тонн	3801	6020	6739	5361	42,2%	988	1115	88,6%

Источник: КС МНЭ РК

Причиной сокращения производства желтого фосфора стала переориентация европейских потребителей на менее качественный, но более дешевый вьетнамский аналог. Рост ценовой конкуренции со стороны вьетнамских производителей связан не только с объективными причинами в виде дешевой электроэнергии и гораздо более дешевой логистики, т.к. поставка продукции в Европу идет морским путем, а не сухопутно по ж/д, но и с применением мер государственной поддержки по осуществлению экспансии своей продукции на внешние рынки и вытеснению конкурентов. Кроме того, усиление экологических норм привело к ежегодному сокращению объемов производства триполифосфата натрия.

Тренд ужесточения экологических норм будет только усиливаться, т.к. стратегия устойчивого развития, которая включает в себя и решение глобальных экологических проблем, предполагает ежегодное снижение эмиссии, переход на альтернативную энергетику, экологически безопасное производство. Экологические нормы могут стать барьером для экспорта

отечественной продукции в будущем – возможен отказ от продукции, производимой без учета экологических норм.

Данный тренд может также негативно сказаться на наиболее перспективном секторе химической промышленности Казахстана – агрохимии. До 2035 года мировой рынок минеральных удобрений будет расти ежегодно на 3,3%, пестицидов – на 4,7%, в результате роста населения земли и увеличения потребления продуктов питания.

Сектор агрохимии является наиболее крупным и конкурентоспособным на внутреннем рынке и перспективным в плане экспортоориентированности и развития НИОКР. В Казахстане рынок минеральных удобрений является латентным, т.к. химизация агропроизводства практически в 10 раз ниже нормы. Решением могло бы стать стимулирование агропроизводителей путем увеличения объемов субсидирования удобрений и пестицидов или усиление контроля за состоянием почвенного плодородия.

Модернизация действующих производств и реализация таких крупных проектов как строительство завода по производству сложных минеральных удобрений ТОО «Еврохим-удобрения» и строительство завода по производству калийных удобрений ТОО «Батыс калий» позволит увеличить линейку производимой продукции и выйти на экспорт продукции в страны СНГ и Ближнего Востока, таким образом создав региональный «хаб» по производству минеральных удобрений.

Привлечение международных игроков сектора агрохимии, таких как МХК «Еврохим», позволит Казахстану развить собственную базу НИОКР, использовать имеющиеся каналы дистрибуции и развить рынок сервисных услуг (оказание консультативной и практической помощи по внесению удобрений).

Оказание сервисных услуг является одним из перспективных направлений развития отрасли. Так, крупные глобальные игроки оказывают сервисные услуги потребителям, ориентируясь на их нужды, т.е. становясь «кастомизированными». Например, международная компания Mosaic, которая занимает 2-ое место на рынке минеральных удобрений, обеспечивает собственных клиентов готовыми решениями по правильному внесению удобрений (видов, объемов для каждой отдельной культуры), проводит обучения для клиентов, компания Agrium с 2010 года ввела программу по обучению производителей сельскохозяйственной продукции методам внесения удобрений и получению наибольшего урожая.

Еще одним перспективным сектором химической промышленности Казахстана является сектор нефтегазохимии. Но если в секторе агрохимии Казахстан имеет и сырьевую базу, и компетенции, то нефтегазохимия новый для отечественной промышленности сектор единственным конкурентным преимуществом которого является наличие собственной сырьевой базы.

Тем не менее, \$1 вложенный в нефтехимию создает \$2,3 для экономики страны (Eurostat, OECD, World Bank), а 1 рабочее место в нефтехимии создает до 7,2 рабочих мест в смежных отраслях, вследствие чего развитие нефтегазохимии является приоритетом для страны.

В Казахстане существует производство полипропилена небольшой мощности, которое покрывает потребление нескольких областей, модернизация Атырауского нефтеперерабатывающего завода (АНПЗ) позволит производить базовую продукцию для производства пластиковых бутылок и искусственных волокон, строительство интегрированного газохимического комплекса (ИГХК) по производству полипропилена и полиэтилена даст сырьевую базу для производства пищевой упаковки, пластиковых труб, тем самым снизив себестоимость конечной продукции.

Риском реализации проекта ИГХК является растущая конкуренция со стороны ближайших соседей: России и с текущего года Узбекистана. В России действует 12 комплексов общей мощностью 1,7 млн.тонн полиэтилена и 1,8 млн.тонн полипропилена. Устюртский газохимический комплекс (Узбекистан) позволяет ежегодно перерабатывать до 4.5 миллиарда кубометров природного газа, производя за счет этого 3.7 миллиарда кубометров товарного газа, 83 тысячи тонн полипропилена, 387 тысяч тонн полиэтилена и 102 тысячи тонн пиролизного дистиллята, а также другие ценные виды продукции.

Создание более выгодных транспортно-логистических решений и продуманный маркетинг могут создать дополнительные конкурентные преимущества перед другими участниками рынка.

Таким образом, Казахстан, имея необходимые конкурентные преимущества в виде собственного сырья, находится на переходной стадии – переходя к развитию собственной научной базы на основе производства минеральных удобрений и созданию новых компетенций в секторе нефтегазохимии.

Оказываемая поддержка отрасли

Закон республики Казахстан «о Государственно-Частном партнерстве»

31 октября 2015 года был принят Закон Республики Казахстан «О государственно-частном партнерстве»¹, направленный: на развитие инфраструктуры в интересах общества путем объединения ресурсов и опыта государства и бизнеса, на реализацию общественно значимых объектов с наименьшими затратами и рисками при условии предоставления экономическим субъектам высококачественных услуг. Преимуществами такого партнерства для государства являются: экономия бюджетных средств, внедрение корпоративного управления объектами ГЧП и развитие инфраструктуры. Частный сектор в свою очередь получает государственную поддержку, прямые соглашения, защиту секвестра, покрытие валютного риска и международный арбитраж.

Основными задачами государственно-частного партнерства являются:

1) создание условий для эффективного взаимодействия государственного партнера и частного партнера в целях обеспечения устойчивого социально-экономического развития Республики Казахстан;

2) привлечение инвестиций в экономику государства путем объединения ресурсов государственного партнера и частного партнера для развития инфраструктуры и систем жизнеобеспечения населения;

3) повышение уровня доступности и качества товаров, работ и услуг с учетом интересов и потребностей населения, а также иных заинтересованных лиц;

4) повышение общей инновационной активности в Республике Казахстан, в том числе содействие развитию высокотехнологичных и наукоемких производств.

Принципами государственно-частного партнерства являются:

1) принцип последовательности – поэтапное построение взаимоотношений между субъектами государственно-частного партнерства;

2) принцип конкурсности – определение частного партнера на конкурсной основе, за исключением случаев, установленных настоящим Законом;

3) принцип сбалансированности – взаимовыгодное распределение обязанностей, гарантий, рисков и доходов между государственным партнером и частным партнером в процессе реализации проекта государственно-частного партнерства;

4) принцип результативности – установление критериев и показателей, позволяющих оценить достижение результатов государственно-частного партнерства.

Признаки государственно-частного партнерства

К исключительным признакам государственно-частного партнерства относятся:

1) построение отношений государственного партнера и частного партнера путем заключения договора государственно-частного партнерства;

2) среднесрочный или долгосрочный срок реализации проекта государственно-частного партнерства (от трех до тридцати лет в зависимости от особенностей проекта государственно-частного партнерства);

3) совместное участие государственного партнера и частного партнера в реализации проекта государственно-частного партнерства;

4) объединение ресурсов государственного партнера и частного партнера для реализации проекта государственно-частного партнерства.

Способы осуществления государственно-частного партнерства

Государственно-частное партнерство по способу осуществления подразделяется на институциональное и контрактное.

Институциональное государственно-частное партнерство реализуется компанией государственно-частного партнерства в соответствии с договором государственно-частного партнерства.

В иных случаях государственно-частное партнерство осуществляется по способу контрактного государственно-частного партнерства.

Контрактное государственно-частное партнерство реализуется посредством заключения договора государственно-частного партнерства, в том числе в следующих видах:

- 1) концессии;
- 2) доверительного управления государственным имуществом;
- 3) имущественного найма (аренды) государственного имущества;
- 4) лизинга;
- 5) договоров, заключаемых на разработку технологии, изготовление опытного образца, опытно-промышленное испытание и мелкосерийное производство;
- 6) контракта жизненного цикла;
- 7) сервисного контракта;
- 8) иных договоров, соответствующих признакам государственно-частного партнерства.

Источники финансирования проекта государственно-частного партнерства, возмещения затрат субъектов государственно-частного партнерства и получения доходов субъектами государственно-частного партнерства

1. Финансирование проекта государственно-частного партнерства может осуществляться за счет:

- 1) собственных средств частного партнера;
- 2) средств, заимствованных в порядке, установленном законодательством Республики Казахстан;
- 3) средств государственного бюджета;
- 4) средств субъектов квазигосударственного сектора;
- 5) иных средств, не запрещенных законодательством Республики Казахстан.

2. Источниками возмещения затрат субъектов государственно-частного партнерства и получения доходов субъектами государственно-частного партнерства являются:

- 1) реализация товаров, работ и услуг в процессе эксплуатации объекта государственно-частного партнерства;
- 2) субсидии от государства в случаях, установленных законодательством Республики Казахстан;
- 3) компенсация инвестиционных затрат по проекту государственно-частного партнерства;
- 4) компенсация операционных затрат по проекту государственно-частного партнерства;
- 5) вознаграждение за осуществление управления объектом

государственно-частного партнерства, находящимся в государственной собственности, а также арендная плата за пользование объектом государственно-частного партнерства;

б) плата за доступность.

3. Финансирование проекта государственно-частного партнерства с использованием проектного финансирования осуществляется в соответствии с законодательством Республики Казахстан о проектном финансировании и секьюритизации с учетом положений настоящего Закона.

4. Порядок возмещения затрат субъектам государственно-частного партнерства определяется бюджетным законодательством Республики Казахстан.

Основные положения и принципы эксплуатации объекта государственно-частного партнерства

Субъекты государственно-частного партнерства обязаны соблюдать следующие принципы эксплуатации объекта государственно-частного партнерства в объеме, не противоречащем проекту государственно-частного партнерства:

1) приспособление параметров предоставления товаров, выполнения работ и оказания услуг с целью удовлетворения спроса на данные товары, работы и услуги;

2) обеспечение непрерывности предоставления товаров, выполнения работ и оказания услуг.

Частный партнер по согласованию с государственным партнером устанавливает порядок эксплуатации объекта государственно-частного партнерства и обеспечивает его соблюдение.

Частный партнер не вправе оказывать предпочтение одному лицу перед другим в отношении оказания услуг, кроме случаев, предусмотренных законодательством Республики Казахстан.

Формы участия государственных органов в государственно-частном партнерстве

1. Государственные органы участвуют в государственно-частном партнерстве в следующих формах:

1) предоставления земельных участков в соответствии с земельным законодательством Республики Казахстан;

2) предоставления права пользования объектами государственной собственности;

3) участия в создании и деятельности компании государственно-частного партнерства;

4) обеспечения инженерными и транспортными коммуникациями объекта государственно-частного партнерства;

5) иных формах, не противоречащих законодательству Республики Казахстан.

2. Участие государственных органов в форме предоставления мер государственной поддержки в соответствии с законодательством Республики Казахстан осуществляется, в том числе посредством:

- 1) поручительства государства по инфраструктурным облигациям;
- 2) государственных гарантий по займам, привлекаемым для финансирования проектов государственно-частного партнерства;
- 3) передачи исключительных прав на объекты интеллектуальной собственности, принадлежащие государству;
- 4) предоставления натуральных грантов в соответствии с законодательством Республики Казахстан;
- 5) софинансирования проектов государственно-частного партнерства;
- 6) гарантии потребления государством определенного объема товаров, работ и услуг, производимых в ходе реализации проекта государственно-частного партнерства.

Совокупный объем мер государственной поддержки и выплат из государственного бюджета, направленных на финансирование (возмещение расходов), связанное с созданием и (или) реконструкцией объекта государственно-частного партнерства, не может превышать стоимость создания и (или) реконструкции объекта государственно-частного партнерства.

Государственная поддержка государственно-частного партнерства осуществляется в соответствии с требованиями законодательства Республики Казахстан и положениями договора государственно-частного партнерства.

Формы участия Национальной палаты предпринимателей в государственно-частном партнерстве

национальная палата предпринимателей осуществляет функции по:

- 1) подготовке экспертного заключения к концепции проекта государственно-частного партнерства;
- 2) формированию реестра потенциальных частных партнеров;
- 3) участию в конкурсной комиссии по определению частного партнера;
- 4) участию в мониторинге реализации проектов государственно-частного партнерства.

Формы участия субъектов предпринимательства в государственно-частном партнерстве

Субъекты предпринимательства участвуют в государственно-частном партнерстве в следующих формах:

- 1) финансирования проектов государственно-частного партнерства;
- 2) проектирования, строительства, создания, реконструкции, модернизации и (или) эксплуатации объектов государственно-частного партнерства;
- 3) управления проектами государственно-частного партнерства;

4) передачи имущества и имущественных прав для целей реализации проекта государственно-частного партнерства;

5) передачи исключительных прав на объекты интеллектуальной собственности;

6) участия в создании и деятельности компании государственно-частного партнерства;

7) иных формах, не противоречащих законодательству РК.

Формы участия субъектов квазигосударственного сектора в государственно-частном партнерстве

Субъекты квазигосударственного сектора участвуют в проектах государственно-частного партнерства в следующих формах:

1) участия в создании и (или) деятельности юридических лиц либо отчуждения (передачи) акций (долей участия в уставном капитале) юридических лиц, реализующих проекты государственно-частного партнерства;

2) участия в создании и (или) деятельности научно-производственных зон, венчурных фондов, исследовательских центров в целях реализации проекта государственно-частного партнерства;

3) передачи имущества и имущественных прав для целей реализации проекта государственно-частного партнерства;

4) передачи исключительных прав на объекты интеллектуальной собственности;

5) привлечения инвестиций в проекты государственно-частного партнерства;

6) сервисной поддержки, в том числе услуги по трансферу технологий, поддержке инноваций, консалтингу, инжинирингу, обучению и повышению квалификации кадров;

7) предоставления услуг технопарков, бизнес-инкубаторов, специальных экономических и индустриальных зон;

8) продвижения экспорта;

9) строительства, создания, реконструкции, модернизации и (или) эксплуатации объектов государственно-частного партнерства;

10) иных формах, не противоречащих законодательству РК.

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПРОГРАММА ПОДДЕРЖКИ И РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА «ДОРОЖНАЯ КАРТА БИЗНЕСА 2020»

Вид экономической деятельности, анализируемый в рамках данного исследования, включен в перечень приоритетных секторов экономики для потенциальных участников Программы «Дорожная карта бизнеса - 2020».

Государственная программа поддержки и развития бизнеса «Дорожная карта бизнеса 2020» направлена на улучшение бизнес климата в стране, а также объединяет некоторые ранее существовавшие отраслевые программы поддержки и развития предпринимательства в Казахстане.

Цель Программы: Обеспечение устойчивого и сбалансированного роста регионального предпринимательства, а также поддержание действующих и создание новых постоянных рабочих мест.

Задачи Программы:

Повышение доступности к финансированию предпринимателей сельских населенных пунктов, малых городов и моногородов;

Увеличение производственных мощностей предпринимателей сельских населенных пунктов, малых городов и моногородов;

Расширение бизнес инициативы предпринимателей в сельских населенных пунктах, малых городах и моногородах;

Увеличение объемов произведенной продукции обрабатывающей промышленности;

Создание новых конкурентоспособных производств;

Увеличение занятости населения в малом и среднем предпринимательстве;

Недопущение трансформации валютных рисков в кредитные в связи с колебаниями иностранных валют;

Информационно-аналитическое обеспечение предпринимательства;

Повышение компетенций предпринимателей; Повышение производительности предпринимателей; Расширение деловых связей.

К 2020 году, в ходе реализации Государственной программы поддержки и развития бизнеса, ожидается достигнуть следующего экономического эффекта:

Доведение доли обрабатывающей промышленности в структуре ВВП не менее 12,5%;

Увеличение объема выпуска продукции МСП в 1,5 раза от уровня 2014 года;

Увеличение активно действующих субъектов МСП на 50% от уровня 2014 года;

Увеличение количества занятых в МСП на 50% от уровня 2014 года.

Объемы финансирования в рамках Государственной программы поддержки и развития бизнеса «Дорожная карта бизнеса 2020»:

На реализацию Программы в 2015-2019 годах будут направлены средства бюджета в размере 145 819 065 тыс. тенге,

1) средства из республиканского бюджета:

2015 – 55 960 992 тыс. тенге; 2016 – 53 939 805 тыс. тенге; 2017 – 16 910 820 тыс. тенге;

2018 – 10 374 471 тыс. тенге; 2019 – 8 632 977 тыс. тенге;

2) средства из местного бюджета:

2017– 30 000 000 тыс. тенге; 2018 – 30 000 000 тыс. тенге; 2019– 30 000 000 тыс. тенге,

3) средства из Национального фонда Республики Казахстан:

2015 – 9 781 530 тыс. тенге; 2016 – 14 565 048 тыс. тенге; 2017 – 8 561 115 тыс. тенге.³

Для достижения цели и целевых индикаторов Программы будет проводиться работа по следующим четырем направлениям:

поддержка бизнес-инициатив предпринимателей моногородов, малых городов и сельских населенных пунктов;

отраслевая поддержка предпринимателей, осуществляющих деятельность в приоритетных секторах экономики и отраслях обрабатывающей промышленности;

снижение валютных рисков предпринимателей;

предоставление нефинансовых мер поддержки предпринимательства.

1-е направление - поддержка бизнес-инициатив предпринимателей моногородов, малых городов и сельских населенных пунктов

В рамках данного направления необходимо решить следующие задачи:

- 1) Повышение доступности к финансированию предпринимателей моногородов, малых городов и сельских населенных пунктов.

Для повышения доступности к финансированию предпринимателей моногородов, малых городов и сельских населенных пунктов будут осуществляться:

субсидирование ставки вознаграждения по кредитам/договорам финансового лизинга банков/банка развития/лизинговых компаний и микрокредитам микрофинансовых организаций;

частичное гарантирование кредитов банков/банка развития, выданных предпринимателям и микрофинансовым организациям; предоставление микрокредитов.

- 2) Увеличение производственных мощностей проектов предпринимателей моногородов, малых городов и сельских населенных пунктов.

Для увеличения производственных мощностей предпринимателей моногородов, малых городов и сельских населенных пунктов будет осуществляться:

подведение недостающей инфраструктуры к проектам предпринимателей сельских населенных пунктов, малых городов и моногородов.

- 3) Расширение бизнес-инициативы предпринимателей в моногородах, малых городах и сельских населенных пунктах.

Для расширения бизнес-инициативы предпринимателей в моногородах, малых городах и сельских населенных пунктах будет осуществляться:

выдача государственных грантов.

Участниками первого направления Программы являются предприниматели, реализующие и (или) планирующие реализовать собственные и эффективные проекты в сельских населенных пунктах, малых городах и моногородах без отраслевых ограничений и без учета места регистрации предпринимателя.

2-е направление - развитие предпринимательства в приоритетных секторах экономики и отраслях обрабатывающей промышленности

В рамках данного направления необходимо решить следующие задачи:

- 1) Увеличение объемов произведенной продукции обрабатывающей промышленности.

Для увеличения объемов произведенной продукции обрабатывающей промышленности будут осуществляться:

субсидирование ставки вознаграждения по кредитам/договорам финансового лизинга банков/банка развития/лизинговых компаний;

частичное гарантирование кредитов банков/банка развития, выданных предпринимателям.

2) Создание новых конкурентоспособных производств.

Для создания новых конкурентоспособных производств будет осуществляться:

обеспечение недостающей инфраструктуры проектов предпринимателей и индустриальных зон.

3) Увеличение занятости населения в малом и среднем предпринимательстве.

Для увеличения занятости населения в малом и среднем предпринимательстве будут осуществляться:

субсидирование ставки вознаграждения по кредитам/договорам финансового лизинга банков/банка развития/лизинговых компаний;

частичное гарантирование кредитов банков/банков развития, выданных предпринимателям;

- обеспечение недостающей инфраструктуры проектов предпринимателей и индустриальных зон.

в приоритетных секторах экономики

в приоритетных отраслях обрабатывающей промышленности, определенных ГПИИР

К приоритетным секторам обрабатывающей промышленности в соответствии с ГПИИР относятся:

1. Черная металлургия.
2. Цветная металлургия.
3. Нефтепереработка.
4. Нефтегазохимия.
5. Производство продуктов питания.
6. Агрохимия.
7. Производство химикатов для промышленности.
8. Производство автотранспортных средств, их частей, принадлежностей и двигателей.
9. Электрооборудование.
10. Производство сельскохозяйственной техники.
11. Производство железнодорожной техники.
12. Производство машин и оборудования для горнодобывающей промышленности.
13. Производство машин и оборудования для нефтеперерабатывающей и нефтедобывающей промышленности.
14. Производство строительных материалов.

Участниками второго направления Программы являются эффективные

предприниматели/субъекты индустриально-инновационной деятельности, реализующие и (или) планирующие реализовать собственные проекты.

3-е направление - снижение валютных рисков предпринимателей.

В рамках данного направления необходимо решить задачу:

- 1) **Недопущение трансформации валютных рисков в кредитные в связи с колебаниями иностранных валют.**

Для недопущения трансформации валютных рисков в кредитные в связи с колебаниями иностранных валют будут осуществляться:

субсидирование ставки вознаграждения по кредитам/договорам финансового лизинга банков/банка развития/лизинговых компаний в национальной и иностранной валютах.

Участниками третьего направления Программы могут быть предприниматели, осуществляющие деятельность в приоритетных секторах экономики, согласно приложению 2 к Программе, или приоритетных отраслях обрабатывающей промышленности и отдельных видах услуг, определенных ГПИИР, и имеющие валютную выручку в размере не менее 10 % от общего объема денежной выручки за предыдущие шесть месяцев до подачи заявления предпринимателем финансовому агентству.

4-е направление - предоставление нефинансовых мер поддержки предпринимательства

Ответственными органами за исполнением данного направления Программы являются: Министерство национальной экономики Республики Казахстан, Министерство по инвестициям и развитию Республики Казахстан, Национальная палата предпринимателей Республики Казахстан «Атамекен», АО «ФРП «Даму», АО «ФФПСХ».

В рамках данного направления необходимо будет решить следующие задачи:

- 1) **Информационно-аналитическое обеспечение предпринимательства.**

Для информационно-аналитического обеспечения предпринимательства будут осуществляться:

Разъяснение мер государственной поддержки по компонентам «Бизнес-насихат». Данная мера государственной поддержки заключается в:

- о проведении информационно-разъяснительной работы по Программе;
- о популяризации успешных примеров предпринимателей и успешных проектов в рамках Программы;
- о разъяснении законодательства и регулирования в сфере предпринимательства;
- о пропаганда идей предпринимательства.

Разъяснение об условиях ведения предпринимательской деятельности в государствах-членах Евразийского экономического союза. Данная мера государственной поддержки заключается в:

- о проведении информационно-разъяснительной работы об условиях ведения предпринимательской деятельности в государствах-членах Евразийского экономического союза;
- о популяризации успешных примеров казахстанских

предпринимателей, осуществляющих деятельность в государствах-членах Евразийского экономического союза;

о пропаганде идей казахстанского предпринимательства в государствах-членах Евразийского экономического союза.

Разъяснение мер государственной поддержки субъектов агропромышленного комплекса. Данная мера государственной поддержки заключается в:

о проведении информационно-разъяснительной работы о мерах государственной поддержки в сфере АПК;

о популяризации успешных примеров предпринимателей и успешных проектов в сфере АПК;

о пропаганде идей аграрного предпринимательства.

Таблица 6 Целевые показатели по информационно-аналитическому обеспечению предпринимательства.

№ п/п	Наименование показателя	Годы реализации					
		2020	2021	2022	2023	2024	Итого
1	Количество разработанных и распространенных информационно-аналитических справочников и учебно-методических пособий	4000	2600	2600	2600	2600	14400
2	Количество организованных серий телепередач в средствах массовой информации с участием экспертов, предпринимателей, общественных деятелей, специалистов и зарубежных представителей государственных органов	12	15	15	20	20	82
3	Количество организованных лекций, семинаров, мастер-классов	21	16	16	32	32	117

2) Повышение компетенции предпринимателей.

Для повышения компетенции предпринимателей будут осуществляться:

Обучение основам предпринимательской деятельности, которое предусматривает реализацию следующих компонентов:

- о Компонент «Школа молодого предпринимателя» (далее - проект «ШМП») направлен на содействие раскрытию инновационного и предпринимательского потенциала молодежи, активное вовлечение молодых людей в предпринимательскую деятельность, повышение уровня компетенций молодых предпринимателей. Слушателями проекта «ШМП» могут быть граждане Республики Казахстан в возрасте от 18 до 29 лет.

о Компонент «Бизнес - школа» направлен на предоставление

обучающих проектов субъектам малого и среднего предпринимательства и населению с предпринимательской инициативой в моногородах, малых городах и районных центрах.

Повышение квалификации специалистов, топ-менеджеров предприятий, которое предусматривает реализацию следующих компонентов:

о обучение топ-менеджмента малого и среднего предпринимательства;

о обучение сотрудников, занятых в сфере управления продвижением продукции, в том числе в сфере производства данной продукции, за рубежом, а также с приглашением иностранных экспертов-консультантов на предприятия субъектов индустриально-инновационной деятельности;

о повышение компетенции предприятия.

Предоставление сервисной поддержки ведения действующей предпринимательской деятельности, которое включает в себя предоставление следующих специализированных услуг по поддержке бизнес-процессов:

о услуги, связанные с ведением бухгалтерского и налогового учета,

а также составлением статистической отчетности;

услуги по таможенным процедурам;

консультирование и полное сопровождение всего процесса по внедрению систем менеджмента;

оказание юридических услуг; о услуги по вопросам маркетинга;

консультации в сфере обслуживания информационных технологий;

услуги, связанные с государственными закупками, закупками национальных компаний и недропользователей;

о услуги по вопросам менеджмента Повышение компетенции предприятий;

Предоставление консультаций по вопросам получения разрешительных документов и технических условий направлено на повышение грамотности субъектов малого и среднего предпринимательства, их осведомленности о законодательных процедурах и требованиях при получении разрешительных документов и технических условий.

Таблица 7 Целевые показатели по повышению компетенции предпринимателей

№ п/п	Наименование показателя	Годы реализации					
		2015	2016	2017	2018	2019	Итого
1	Количество предпринимателей, прошедших обучение, ед.	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	75 000
2	Количество предпринимателей, получивших сервисные услуги, ед.	35174	30 000	30 000	30 000	30 000	155174
3	Количество субъектов индустриально-						

	деятельности, инновационной которой возмещены затраты, понесенные при повышении компетенции предприятия	12	13	10	10	10	55
4	Количество предпринимателей, получивших консультации по вопросам получения разрешительных документов и технических условий, ед.		500	500	500	500	2000

3) Повышение производительности предпринимателей.

Для повышения производительности предпринимателей будут осуществляться:

Привлечение внешних консультантов по вопросам внедрения новых методов управления, технологий производства (старшие сеньоры), повышения производительности и энергосбережения предприятий

(Программа ЕБРР по поддержке малого и среднего предпринимательства Республики Казахстан). Данный инструмент предусматривает реализацию следующих компонентов:

о софинансирование консультационных проектов передовых предприятий путем привлечения внешних консультантов (Программа ЕБРР по поддержке малого и среднего предпринимательства Республики Казахстан);

привлечение высококвалифицированных иностранных специалистов по вопросам внедрения новых методов управления, технологий производства, оборудования и обучения персонала (Старшие Сеньоры).

Технологическое развитие предприятий. Данный инструмент предусматривает реализацию следующих компонентов:

о разработка и/или экспертиза комплексного плана инвестиционного проекта;

о совершенствование технологических процессов;

о повышение эффективности организации производства;

о сертификация продукции и систем менеджмента качества в соответствии с международными стандартами (ISO, API, ASTM, GMP, EN и др.).

Таблица 8 Целевые показатели по повышению производительности предпринимателей

№ п/п	Наименование показателя	Годы реализации					Итого
		2015	2016	2017	2018	2019	
1	Количество привлеченных внешних консультан-						

	тов по вопросам внедрения новых методов управления, технологий производства, - повышения производительности и энергосбережения предприятий, ед.	180	48	64	64	64	420
2	Количество субъектов индустриально-инновационной деятельности, возмещены затраты, понесенные при разработке и/или экспертизе комплексного плана индустриально-инновационного проекта	5	1	3	3	3	15
3	Количество субъектов индустриально-инновационной деятельности, возмещены затраты, понесенные при совершенствовании технологических процессов	8	11	10	10	10	49
4	Количество субъектов индустриально-инновационной деятельности, возмещены затраты, понесенные при повышении эффективности организации производства	1	4	3	3	3	14
5	Количество субъектов индустриально-инновационной деятельности, понесены затраты при сертификации продукции и систем менеджмента качества в соответствии с международными стандартами (ISO, API, ASTM, GMP, EN и др.)	25	23	23	23	23	117

4) Расширение деловых связей

Для расширения деловых связей будут осуществляться:

Установление деловых связей с иностранными партнерами (инструмент «Деловые связи»). Инструмент «Деловые связи» направлен на оказание

поддержки субъектам малого и среднего предпринимательства, осуществляющим свою деятельность в приоритетных секторах экономики в рамках Программы, за счет установления деловых связей с иностранными партнерами при поддержке международных и зарубежных организаций;

Продвижение отечественных обработанных товаров. Данный инструмент направлен на повышение предпринимательской активности казахстанских предпринимателей, установление деловых контактов с предприятиями иностранных государств, продвижение казахстанских товаров и услуг.

Таблица 9 Целевые показатели по расширению деловых связей

№ п/п	Наименование показателя	Годы реализации					
		2020	2021	2022	2023	2024	Итого
1	Количество предпринимателей, направленных в иностранные государства, ед.	37	30	30	30	30	157

ПРОГРАММА ПРОДУКТИВНОЙ ЗАНЯТОСТИ И МАССОВОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Программа продуктивной занятости и массового предпринимательства утверждена Постановлением Правительства Республики Казахстан от 29 декабря 2016 года № 919.

Цель программы:

Содействие продуктивной занятости населения и вовлечение граждан в предпринимательство.

Задачи программы:

Подготовка кадров с техническим и профессиональным образованием с учетом потребностей рынка труда

Краткосрочное профессиональное обучение рабочих кадров по востребованным на рынке труда профессиям и навыкам.

Обучение основам предпринимательства.

Расширение микрокредитования на селе и в городе.

Содействие в обеспечении занятости безработных и самостоятельно занятых.

Повышение мобильности трудовых ресурсов.

Создание единой цифровой площадки по трудоустройству.

Путем выполнения задач, поставленных в Программе, к 2021 году будут достигнуты следующие целевые индикаторы:

Уровень безработицы не будет превышать 4,8% (3 кв. 2016 – 4,9%);

Доля трудовых ресурсов с основным, средним, общим и начальным образованием в составе рабочей силы – не более 20% (3 кв. 2016 – 27%);

Доля непродуктивно занятых в составе самостоятельно занятого населения составит не более 10% (3 кв. 2016 – 16%);

Прирост активно действующих субъектов МСБ составит 10%. Источники и объемы финансирования:

средства из республиканского бюджета:

о 2017 – 40 295 647 тыс. тенге;

о 2018 – 67 392 995 тыс. тенге;

о 2019 – 41 540 291 тыс. тенге; средства за счет местного

бюджета:

о 2017 – 45 038 436 тыс. тенге;

о 2018 – 45 311 093 тыс. тенге;

о 2019 – 45 453 119 тыс. тенге.⁴

Для достижения цели и целевых индикаторов Программы работа будет проводиться по следующим трем направлениям:

Обеспечение участников Программы техническим и профессиональным образованием и краткосрочным профессиональным обучением;

Развитие массового предпринимательства;

Развитие рынка труда через содействие занятости населения и мобильность трудовых ресурсов.

1-е направление. Обеспечение участников Программы техническим и профессиональным образованием и краткосрочным профессиональным обучением

Оператором первого направления Программы является Министерство образования и науки Республики Казахстан.

В рамках данного направления будут решаться следующие задачи:

1) Подготовка кадров с техническим и профессиональным образованием

с учетом потребностей рынка труда.

Техническое и профессиональное образование предоставляется участникам Программы бесплатно в соответствии с перечнем специальностей по подготовке кадров с ТиПО и модульными программами двухуровневой модели обучения.

Участниками Программы подготовки кадров с ТиПО являются выпускники 9-11 классов, лица, не поступившие в учебные заведения, ищущие работу, из числа находящихся в трудной жизненной ситуации и члены малообеспеченных семей, а также иные категории граждан.

2) Краткосрочное профессиональное обучение рабочих кадров по востребованным на рынке труда профессиям и навыкам.

Краткосрочное профессиональное обучение участников

Программы проводится в организациях образования с элементами дуальной модели подготовки кадров, в том числе через мобильные учебные центры.

Краткосрочное профессиональное обучение также проводится по обучению навыкам цифровой грамотности, английского языка и основам предпринимательства.

Участниками Программы, проходящими краткосрочное профессиональное обучение, являются молодежь в возрасте до 29 лет и безработные, независимо от регистрации в центрах занятости населения, и самозанятые.

Участники Программы, проходящие краткосрочное профессиональное обучение, обеспечиваются государственной поддержкой по оплате обучения, стипендией, проездом. Для иногородних участников предусматривается возмещение расходов по найму (аренде) жилья.

2-е направление. Развитие массового предпринимательства
Операторами второго направления Программы являются Министерство национальной экономики Республики Казахстан - по вопросам реализации проекта "Бастау Бизнес" и микрокредитования в городах, Министерство сельского хозяйства Республики Казахстан - по вопросам реализации проекта "Бастау Бизнес" с 2018 года и микрокредитования на селе и в малых городах, Министерство труда и социальной защиты населения Республики Казахстан - по вопросам предоставления государственных грантов на реализацию новых бизнес-идей.

В рамках данного направления будут решаться следующие задачи:

1) Обучение участников Программы основам предпринимательства по проекту «Бастау Бизнес».

Проект «Бастау Бизнес» направлен на обучение участников Программы предпринимательским навыкам, в том числе принципам формирования сельскохозяйственных кооперативов, а также сопровождение их бизнес проектов.

Участниками обучения основам предпринимательства по проекту "Бастау Бизнес" являются безработные, независимо от регистрации в центрах занятости населения, и самозанятые, имеющие предпринимательский потенциал и проживающие в сельских населенных пунктах и районных центрах, с 2018 года проживающие в городах, в том числе моно и малых городах.

Участники Программы, проходящие обучение основам предпринимательства по проекту "Бастау Бизнес", обеспечиваются стипендией в размере, установленном законодательством Республики Казахстан для студентов, обучающихся по государственному образовательному заказу в организациях технического и профессионального послесреднего образования.

2) Поддержка предпринимательских инициатив.

Кредиты/микрокредиты предоставляются участникам Программы, реализующим или планирующим реализовать бизнес-проекты в сельских населенных пунктах, моногородах, малых городах и городах из средств республиканского бюджета и/или местных бюджетов.

Приоритетное право на получение кредитов/микрокредитов имеют участники Программы, получившие сертификат о завершении обучения (для допущенных к этапу защиты бизнес-планов) в проекте "Бастау Бизнес".

Участниками Программы являются безработные, независимо от регистрации в центрах занятости населения, самозанятые, начинающие предприниматели с предпринимательским потенциалом, сельскохозяйственные кооперативы и их члены, не достигшие пенсионного возраста, установленного пунктом 1 статьи 11 Закона Республики Казахстан "О пенсионном обеспечении в Республике Казахстан", крестьянские и фермерские хозяйства.

Обязательными условиями для получения кредита/микрокредита участником Программы являются его регистрация в налоговых органах в соответствии с налоговым законодательством Республики Казахстан и наличие направления Центра занятости населения в МФО/КТ/БВУ/АО

"ФФПСХ", за исключением проектов, целью финансирования которых является расширение деятельности начинающих предпринимателей и участников якорной кооперации.

Кредиты/микрокредиты для открытия микробизнеса выдаются после защиты бизнес-проектов в рамках прохождения курсов обучения основам предпринимательства в рамках проекта "Бастау Бизнес" или основ предпринимательства в рамках первого направления Программы либо при наличии сертификата о прохождении курсов обучения основам предпринимательства в рамках других программ в течение последних 24 месяцев с даты получения сертификата, предшествующих дате обращения за кредитом/микрокредитом.

Кредиты/микрокредиты для расширения деятельности начинающих предпринимателей и (или) развития деятельности участников якорной кооперации и сельскохозяйственных кооперативов предоставляются при условии создания не менее двух новых постоянных рабочих мест с обеспечением трудоустройства по направлению центра занятости населения.

3) *Гарантирование микрокредитов в городах и на селе.*

Гарантия предоставляется только по микрокредитам, выдаваемым МФО/КТ/БВУ с 1 января 2017 года на:

открытие микробизнеса, расширение существующего бизнеса, создание кооперативов в сельских населенных пунктах (вне зависимости от их административной подчиненности) и малых городах;

создание новых микропредприятий, расширение существующего бизнеса в городах.

Гарантирование микрокредитов, выдаваемых в сельских населенных пунктах и малых городах, осуществляется АО «КазАгроГарант», в городах – АО «ФРП «Даму».

Размер комиссий от местных исполнительных органов за гарантирование микрокредитов в сельских населенных пунктах и малых городах составляет 30% от размера гарантии, в городах – 20%.

Гарантия для участников Программы предоставляется на безвозмездной основе.

Размер гарантий для начинающего предпринимателя не может быть выше 85% от суммы микрокредита.

Сумма микрокредита, подлежащего гарантированию, не может превышать восемь тысяч МРП.

Номинальная ставка вознаграждения по кредитам/микрокредитам МФО/КТ/БВУ, по которым осуществляется гарантирование, не может быть выше 6 %.

4) *Субсидирование операционных затрат микрофинансовых организаций*

Субсидирование операционных затрат МФО осуществляется местными исполнительными органами по вопросам сельского хозяйства за счет средств местного бюджета.

Субсидированию подлежат операционные затраты на выдачу микрокредитов МФО, выданных в сельских населенных пунктах и малых городах.

Получателями субсидий являются МФО.

Субсидии предоставляются на следующих условиях:

размер субсидии составляет 10% от объема микрокредитов, выданных МФО в сельской местности и малых городах за счет средств фондирования, полученных от АО "Аграрная кредитная корпорация";

субсидия выплачивается МФО одновременно по подтвержденным оператором по субсидированию объемам полного освоения средств, предоставленных МФО АО "Аграрная кредитная корпорация" для микрокредитования в сельской местности и малых городах;

освоение средств, предоставленных МФО АО "Аграрная кредитная корпорация" для микрокредитования в сельской местности и малых городах, должно быть подтверждено оператором по субсидированию на основе документов, предоставляемых МФО, в соответствии с Правилами субсидирования операционных расходов микрофинансовых организаций, утверждаемыми уполномоченным органом в области развития агропромышленного комплекса;

для целей субсидирования учитываются только микрокредиты, выданные МФО на цели, предусмотренные Программой.

Субсидированию не подлежат операционные расходы МФО на выдачу микрокредитов, выданных МФО за счет возвратных средств от ранее выданных микрокредитов (платежи по погашению основного долга и

вознаграждения), по которым МФО уже были получены субсидии операционных затрат.

3- е направление. Развитие рынка труда через содействие занятости населения и мобильность трудовых ресурсов

Оператором третьего направления Программы является Министерство здравоохранения и социального развития Республики Казахстан.

В рамках данного направления будут решаться следующие задачи:

1) Содействие в обеспечении занятости безработных и самозанятых.

В целях обеспечения занятости участникам Программы предоставляются следующие меры государственной поддержки:

социальная профессиональная ориентация, помощь в выборе профессии, консультации по вопросам обучения и трудоустройства;

поиск подходящих вакансий и содействие в трудоустройстве; создание социальных рабочих мест; организация молодежной практики; организация общественных работ.

Участниками Программы, получающими поддержку в обеспечении занятости, являются лица, ищущие работу, безработные и иные лица, пользующиеся преимущественным правом в соответствии с Законом.

2) Повышение мобильности трудовых ресурсов.

С целью обеспечения трудодефицитных регионов рабочей силой, устранения региональных диспропорций и демографических дисбалансов, в рамках Программы стимулируется территориальная мобильность трудовых ресурсов за счет содействия в добровольном переселении.

Добровольное переселение участников Программы осуществляется по следующим направлениям:

межрегиональное переселение - из трудоизбыточных областей в трудодефицитные области.

внутриобластное переселение-из сел с низким экономическим потенциалом развития в города областного (районного) значения, в точки экономического роста при

наличии возможности обеспечения жильем из государственного жилищного фонда и/или за счет работодателей и трудоустройства на постоянное рабочее место.

Государственная поддержка участников Программы включает предоставление субсидий на переезд и возмещение расходов по найму (аренде) жилья и оплате коммунальных услуг.

Участниками добровольного межрегионального переселения являются лица и члены их семей, включенные в региональную квоту приема переселенцев и оралманов, утвержденную в соответствии с законодательством Республики Казахстан, а также работодатели, оказывающие содействие в переселении.

Участниками добровольного внутриобластного переселения являются безработные и непродуктивно самозанятые из числа граждан Республики Казахстан.

3) Создание единой цифровой площадки по трудоустройству.

Данное направление Программы предусматривает создание единой информационной базы рынка труда – «Биржи труда» для поиска работы и содействия в подборе персонала.

Перспективы отрасли в рамках реализации проектов (объем рынка, планируемые проекты, обоснование спроса в будущем)

В Казахстане разработали новую технологию производства сырья для дезинфицирующего средства. Хлорные таблетки, на сто процентов уничтожающие все известные микробы и вирусы, изготавливают в Павлодаре с 2015 года. Но до сих пор сырье для них приобретали в Китае. «Мы сами разработали технологию производства сырья для хлорных таблеток – дезостерилхлора. Инновационность данной технологии подтверждена китайским научным институтом», – сообщил Kursiv.kz технический директор павлодарской компании «Бо-На», химик Борис Шаров. Это значит, что теперь предприятие не будет закупать сырье в Поднебесной, а запустит в производство полностью отечественный дезинфицирующий продукт. Компания «Бо-На» производит около 30 видов дезинфицирующих средств, среди которых и популярные нынче антисептики для рук. Основным же видом продукции являются хлорные таблетки, которые активно используют, к примеру, в медицинских учреждениях. На всплеск спроса на дезинфицирующую продукцию повлияла нынешняя пандемия коронавируса. «Раньше мы производили около 300 килограммов хлорных таблеток в сутки. Сейчас после ажиотажа вокруг коронавируса производство выросло до 800 килограммов в сутки. При необходимости сможем увеличить мощность и до тонны», – говорит Б. Шаров. По его словам, в связи с чрезвычайным положением в стране правительство взяло распределение продукции в свои руки, компания не может отпускать товар по своему усмотрению. В основном это медицинские организации и крупные компании. Свои коррективы в ведение бизнеса вносят и закрытые границы. Сейчас для производства своей продукции компания использует трихлоризоциануровую кислоту китайского производства. Но в скором времени павлодарские химики обещают локализовать производство дезинфицирующих средств и сделать производство безотходным.

ТОО «Завод бытовой химии» в г. Кокшетау издавна привлекает потребителей экологичностью своей продукции. Предприятие выпускает широкий перечень моющих и дезинфицирующих средств для поверхностей, имеющих широкий покупательский спрос в северных регионах Казахстана. В связи с обострением в стране ситуации вокруг пандемии коронавируса для обеспечения жителей области антисептическими средствами местный завод приступил к производству данного вида продукции. «Наш завод в кратчайшие

сроки переориентировал и наладил новое производство антибактериальной и антисептической продукции. На сегодняшний день заключен договор с "СПК "Есиль" на изготовление 15 000 литров антисептической продукции. Производство работает на полную мощность, мы ожидаем нового поступления компонентов», – рассказал директор завода Фарук Курмаев. По информации руководителя предприятия, в состав антисептической продукции входит дезинфицирующий концентрат, этиловый спирт, производимый на местном Айдабульском спиртзаводе, глицерин, отдушка и специфические добавки. Производительная мощность предприятия позволяет выпускать около 60 тыс. литров средств в месяц. Продукция разливается в емкости объемом 1, 5 литров и 220 миллилитров, которые изготавливаются самим заводом. К слову, цена продукции одна из самых низкая в регионе. Так, 1 литр стоит 1500 тенге. Напомним, 12 марта т.г. в связи с объявлением ВОЗ о пандемии главный санитарный врач Казахстана Жандарбек Бекшин постановил усилить санитарнодезинфекционный режим. С 16 марта в стране объявлено чрезвычайное положение для обеспечения безопасности населения.

Правительство Узбекистана приняло постановление №120, касающееся деятельности двух предприятий, входящих в состав государственной компании «Узхимпром», согласно которому, 51% акций предприятия «Аммофос-Максам» передаются на пять лет в доверительное управление Алмалыкскому горно-металлургическому комбинату (АГМК). В уставной капитал АГМК вносится 100% уставного капитала Кызылкумского фосфоритного комплекса. Кызылкумский фосфоритный комплекс занимается добычей и обогащением фосфоритов, «Аммофос-Максам» — производством аммофоса, суперфосфата, моноаммонийфосфата. АГМК выпускает медь, цинк, медные трубы.

Правительство Украины приняло решение запретить до 1 июня экспорт этилового спирта на фоне ситуации с пандемией нового коронавируса, заявил премьер-министр Денис Шмыгаль в Telegram-канале премьера. «Правительство приняло решение до 1 июня запретить экспорт этилового спирта с территории Украины. Посты контроля на выездах из предприятий, производящих этиловый спирт, должны обеспечить контроль, куда и кому отгружается спирт», — сказал Шмыгаль. Ранее правительство Украины ввело карантин на территории страны с 12 марта по 3 апреля из-за коронавируса. Белорусские нефтехимические предприятия заключили в Турции соглашения на более чем 2 млн евро.

Определение возможности и целесообразности реализации проекта

Анализ возможности появления новых игроков в индустрии пестицидов

Фактор	Казахстан	ЕЭП	Глобальный
Эффект масштаба	Для примера рассмотрим мирового производителя пестицидов Syngenta. Более 26 000 сотрудников компании работают в 90 странах		

	<p>мира. В настоящее время компания сотрудничает с более чем 400 университетами, научно-исследовательскими институтами и коммерческими организациями в мире. Это говорит о том, что производственные мощности и система обслуживания данной отрасли велики.</p>
<p>Индивидуализация продукции</p>	<p>Не смотря на то, что пестициды не являются финальной продукцией, она все же сталкивается с брендовой конкуренцией. Ключевыми брендами компании Syngenta являются Actara, Amistar, Callisto, Cruiser, Dual Gold, Gramoxone, NK, Hilleshög, S&G, Rogers.</p>
<p>Объем начальных капиталовложений</p>	<p>ТОО «Astana-Nan Chemicals» в 2011 году запустила завод по производству гербицидов и пестицидов мощностью 12,6 тыс. тонн в год. Стоимость проекта составила 3,5 млн. долл. США.</p>
<p>Затраты не зависящие от размера</p>	<p>Швейцарская компания Syngenta лидирует среди разработчиков и производителей средств защиты растений, и занимает третье место на рынке высококачественных семян. Благодаря богатому ассортименту препаратов, мощной технологической базе и большому научно-исследовательскому потенциалу компания лидирует в мировом агробизнесе. Обширные инвестиции осуществляются как в традиционные, так и в новейшие технологии. Компания тратит только на маркетинг и продвижение продукции около 2,1 млрд. долл. США и на НИОКР около 1,1 млрд. долл. США.</p>
<p>Доступ к каналам распределения</p>	<p>Каналы распределения играют важную роль в индустрии пестицидов, так как производимая продукция в большинстве случаев диверсифицирована и потребляется в каждой стране мира имеющую агро промышленность. Это говорит о том, что для распределения большого объема продукции потребуются большая и отлаженная сеть каналов распределения. Как было приведено в предыдущем пункте, компанией Syngenta тратится более 2 млрд. долл. США на продвижение своей продукции, что свидетельствует о высоких затратах на распределение.</p>

Государственная политика	Введение экологических санкций со стороны государства может сильно отразиться на финальной цене продукции и тем самым сделать производство менее рентабельным.
Ожидаемые ответные действия «старых» участников.	Как можно увидеть из предыдущего раздела, крупными игроками в индустрии пестицидов являются крупнейшие компании по производству химикатов. В этой связи, при появлении нового игрока на рынке с уникальной продукцией возможно у старых игроков появиться заинтересованность в выкупе данного предприятия. К примеру, если новый игрок собирается производить пестицид который не производится в СНГ, тем самым забирая данный рынок себе, крупный производитель будет заинтересован в приобретении данного предприятия себе, с его дальнейшим развитием или замораживанием.

Анализ возможности появления новых игроков в индустрии азотосодержащих соединений

Фактор	Казахстан	ЕЭ П	Глобальны й
Эффект масштаба	85% произведенного аммиака используется в местах его производства. Поэтому объем произведенной продукции будет строго ограничиваться местным спросом и спросом граничащих стран. Для Казахстана спрос на азотную продукцию есть со стороны Киргизии, России и Белоруссии. Также внутренний скрытый спрос на азотные удобрения в стране велик. Эффект масштаба в производстве удобрений имеет большое значение, так как при большем производстве цена на продукцию падает. Для Казахстана крайне необходимо иметь низкую цену на выходе для того чтобы конкурировать с мировыми производителями, так как затраты на перевозку даже внутри страны сильно отражаются на цене финальной продукции. Технологией производства в мире обладают многие компании.		
Индивидуализация продукции	В сегменте производства азотной продукции бренд не имеет большой значимости.		

	Потребитель продукции (агросектор) в основном опирается на цену продукции.		
Объем начальных капиталовложений	Минимальный объем капиталовложений на производство, к примеру, 250 тыс. тонн (минимально возможный объем) карбамида в год потребуется 213 млн. евро. А производство 830 тыс. тонн карбамида в год обойдется уже в 527 млн. евро.	-	Компания Yara в 2011 году запустила в Голландии новый завод по производству 500 тыс. тонн азотных удобрений в год сумма которого составляет 400 млн. долл. США.
Затраты не зависящие от размера	Мировой производитель азотных удобрений Норвежская компания Yara в 2011 году потратила 123 млн. долл. США только на НИОКР.		
Доступ к каналам распределения	Компания Yara развила свое мировое участие при помощи развития глобальных каналов распределения и маркетинговых сетей, которые включают в себя более 200 терминалов, хранилищ, смешивающих и упаковывающих установок расположенных в более чем 50 странах и распределяющие готовую продукцию в более чем 130 стран мира.		
Государственная политика	Данный фактор не должен влиять в индустрии азотных удобрений, так как его производство осуществляется повсеместно и не является достоянием страны. В отношении аммиачной селитры могут быть наложены определенные санкции по экологии и безопасности, так как данная продукция является сырьем не только для удобрений, но и для производства взрывчатых веществ.		
Ожидаемые ответные действия «старых» участников.	Возможно преднамеренное снижение цен со стороны крупных игроков, для уничтожения потенциального конкурента.		

Анализ возможности появления новых игроков в индустрии фосфорной продукции

Фактор	Казахстан	ЕЭП	Глобальны й
<p>Эффект масштаба</p>	<p>Фосфорная продукция, производимая в Казахстане в основном вся экспортоориентирована. Следовательно, увеличение объемов производства в большинстве будет зависеть от мирового спроса. Казахстан обладает необходимыми технологиями производства фосфорной продукции а также, что немаловажно, Казахстан обладает 1/3 мировых запасов фосфора (выявлено до 50 месторождений фосфоритов с учтенными балансовыми запасами руды 5 млрд. тонн). В 2017 году ТОО «Chilisai Chemicals» планирует производить 1,7 млн. тонн МАФ/ДАФ в год проект, которого</p>	<p>Россия является крупным мировым производителем фосфорной продукции. Средний объем производственных мощностей крупных компаний составляет порядка 500 тыс. тонн в год. Это говорит о том, что для того чтобы быть конкурентоспособным на рынке фосфора в пределах ЕЭП, необходимо иметь объем производства не ниже 500 тыс. тонн. Россия, как и Белоруссия, обладают технологиями производства фосфорной продукции. Технологии производства фосфорной продукции известны и лишь незначительно варьируются в</p>	<p>В Марокко в конце 2012 года компаниями OSP SA, совместно с Bunge Fertilizantes планируется ввод в действие нового производства фосфорной кислоты мощностью 450 тыс. тонн/год. В 2011 году в Тунисе СП Tifert запустило новое производство фосфорной кислоты мощностью 360 тыс. тонн в год. В Иордании к 2013 году должен начать работу новый завод по производству фосфорной кислоты мощностью 500 тыс. тонн/год.(СП между местной Jordanian Phosphate Mines Company (JPMC) и индийской Indian Farmers Fertiliser</p>

<p>составляет свыше 600 млн. долл США. ТОО «Казфосфат» намерен до 2013 года инвестировать в развитие до 800 млн долларов, что позволит увеличить объем добычи фосфорсодержащей руды до 4,3 млн т/год, выпуск минеральных удобрений (аммофоса) — до 550 тыс. т/год, сложных удобрений — до 180 тыс. т/год, термической фосфорной кислоты — до 178,9 тыс. т/год, триполифосфата натрия — до 165,8 тыс. т/год.</p>	<p>зависимости от месторождения и сырья. Не маловажен фактор чистоты сырья, ведь обладая более чистым сырьем затраты на его очистку и переработку уменьшаются в разы. К примеру, сырье «Фосагро» обладает наиболее низкими показателями токсичности и радиоактивности и по сравнению с рудой других крупнейших мировых производителей фосфатного сырья. Это позволяет компании снизить издержки на переработку сырья и тем самым выпускать фосфорную продукцию с более выгодной ценой.</p>	<p>Cooperative Limited (IFFCO))</p> <p>В середине 2011 года Saudi Arabian Mining Company (Ma'aden) совместно с компанией SABIC запустила новый крупный комплекс по производству диаммонийфосфата в Ras Az Zawr суммарной мощностью 3 млн т/год. В комплекс входят заводы по производству фосфорной, серной кислоты и фосфатных удобрений. При этом суммарные мощности заводов по производству фосфорной кислоты, входящих в структуру комплекса составляют 1,5 млн т/год.</p> <p>В период с 2010 по 2015 год будет запущено около 40 новых производств по выпуску трех основных видов фосфатных</p>
---	--	---

		<p>удобрений в 11 странах. Строительство новых объектов запланировано в Африке (Марокко, Тунис и Египет), Западной Азии (Саудовская Аравия и Иордания), Азии (Китай, Бангладеш и Вьетнам), Латинской Америке (Бразилия), а также странах Восточной Европы и Центральной Азии (Казахстан). Исходя из запланированных вводов новых мощностей в мире, можно сделать вывод, что для конкурентоспособности нового производства на мировом рынке потребуется производство как минимум 500 тыс. тонн удобрений в год.</p>
<p>Индивидуализация продукции</p>	<p>Фосфорная продукция не подвергается брендовой конкуренции так как является предметом промышленного применения. Важность играет лишь качество и характеристики финальной продукции.</p>	

Объем начальных капиталовложений	ТОО «Chilisai Chemicals» планирует производить 1,7 млн. тонн МАФ/ДАФ в год проект, которого составляет свыше 600 млн. долл США.	-	В Саудовской Аравии компания Maaden Phosphate Company в 2012 году запустила производство 2 900 тыс. тонн ДАФ в год проект, которого составляет 5 600 млн. долл. США.
Затраты не зависящие от размера	-	Затраты «Фосагро» в 2011 году составили 4,3 млн. долл. США (640 млн. рублей)	-
Доступ к каналам распределения	Каналы распределения играют важную роль при производстве фосфорной продукции так как конечный потребитель и сырье обычно находятся на больших расстояниях друг от друга.		
Государственная политика	Государство, обладающее фосфорным сырьем, будет всячески хотеть монопольной власти на рынке, так как стран обладающими запасами фосфорной продукции не так много.		
Ожидаемые ответные действия «старых» участников.	Крупные производители фосфорной продукции будут заинтересованы в приобретении мощностей нового игрока для монополизации своего участия на рынке.		

Анализ возможности появления новых игроков в индустрии лакокрасочной продукции

Фактор	Казахстан	ЕЭП	Глобальный
Эффект масштаба	Учитывая удовлетворение спроса в лакокрасочной продукции на Казахстанском рынке на 50%, а также	Сравнивая объемы российских и мировых производителей ЛКМ можно сделать выводы,	Производство лаков и красок в мире может производиться в объеме как 200 литров, так и

	<p>увеличивающийся спрос на рынках соседних стран СНГ, есть возможность производства конкурентоспособного объема.</p>	<p>что минимальный конкурентоспособный объем производства лаков и красок должен быть в районе 70 000 тонн в год. В мировом рейтинге производителей компания Empils стоящая на 64 строчке мировых производителей производит в год около 74 тонны лаков и красок. Также один из крупнейших производителей ЛКМ в России Концерн «Эмпилс» производит 78,5 тыс. тонн лаков и красок в год. Следовательно для конкурентоспособности новых производителей ЛКМ на глобальном рынке и на рынке СНГ необходимо производить как минимум 70 тыс. тонн лакокрасочной продукции в год.</p>	<p>200 000 литров. В основном, так как производство лаков и красок зависит от требований потребителя, на одном производстве может производиться несколько видов лаков и красок, удовлетворяющие различный спрос на рынке. Это создает сложности технологического характера, так как необходимо иметь соответствующие технологии производства красок удовлетворяющие требованиям конкретного спроса.</p>
--	---	--	---

Индивидуализация продукции	<p>Лаки и краски, являясь финальной готовой продукцией, несомненно, сталкиваются с брендовой конкуренцией. Несмотря на то, что в мире существует огромное количество производителей ЛКМ, производителей высококачественной и недорогой продукции мало. В основном это крупные игроки, обладающие высококачественными технологиями производства.</p> <p>В связи с динамично меняющимся спросом на лакокрасочную продукцию, как старым, так и новым игрокам приходится постоянно адаптироваться под новые тенденции. Это приводит к большему вложению средств на развитие новых прогрессивных технологий и постоянной модернизации предприятий.</p>
Объем начальных капиталовложений	Для примера можно привести завод объемом 20 000 тонн ЛКМ в год, построенный компанией DuPont в Шанхае в 2008 году за 80 млн. долл. США.
Затраты не зависящие от размера	Затраты не зависящие от капитальных вложений в индустрии лаков и красок велики. В качестве примера, голландская компания AkzoNobel в 2010 году потратило более 300 млн. евро на НИОКР и около 45 млн. евро на рекламу своей продукции.
Доступ к каналам распределения	Каналы распределения играют очень важную роль в лакокрасочной промышленности. Распределение продукции происходит за счет дистрибьюторов или дилеров на мировом рынке. В связи с этим новому игроку придется договариваться с дилерами на рынке либо развивать собственную сеть распределения товаров.
Государственная политика	Введение экологических санкций со стороны государства может сильно отразиться на финальной цене продукции и тем самым сделать производство менее рентабельным. Иностранные производители красок будут заинтересованы во вхождении на рынок другой страны если появиться спрос на необходимый объем производства. Так, к примеру, финляндская компания Tikkurila держит в России первое место по объемам производства красок в стране.
Ожидаемые ответные действия «старых» участников.	Крупные игроки на рынке лакокрасочной продукции могут составить большую конкуренцию для новичков. Для примера рассмотрим в сравнении самого крупного производителя ЛКМ в мире (AkzoNobel) с самым крупным производителем ЛКМ в России (Tikkurila).

Показатель	AkzoNobel (Нидерланды)	
Количество стран, в которых компания осуществляет деятельность	Более чем в 80 странах	
Количество занятых работников	55 000 человек	
Продажи компании на 2010 год	14 600 млн. евро	
Количество брендов	Более 22	
<p>Данное сравнение показывает, что даже самый крупный производитель ЛКМ в России сталкивается с конкуренцией со стороны мирового производителя. Большое количество брендов Нидерландского производителя ЛКМ показывает, что компания старается охватить как можно большее количество потребителей из различных слоев населения, тем самым создавая другим производителям конкуренцию во всех нишах индустрии. Согласно исторической хронике компании AkzoNobel поглотила множество компаний, получив тем самым доступ к технологиям и каналам распределений таких компаний как Imperial Chemical Industries (с мировым брендом Dulux), Courtaulds (с мировым брендом International Paint) и многих других. Тем самым можно сделать вывод, что ответные действия «старых игроков» могут составить значительную конкуренцию а индустрии</p>		

Внутреннее производство

Рисунок 1-Динамика объемов производства



Источник: КС МНЭ РК

Согласно оперативным данным КС МНЭ РК за период январь-апрель 2020 г. наблюдается увеличение ИФО на 0,3% к аналогичному периоду 2019 г., в стоимостном выражении объем производства вырос на 8%. Наибольший рост объемов производства в натуральном выражении показывают товары: аммиак на 35,7%, азотные удобрения на 25,9%, фосфорные удобрения на 15,4%, полимеры стирола в первичных формах 19,5%, спирт этиловый на 15,4%, трифосфат натрия на 8,9%, полиуретаны в первичных формах на 6,8%,

средства моющие на 5,2%, триоксид хрома на 1,3%. Снижение объемов производства в натуральном выражении показывают: хлор на 3,3%, кислота серная на 6,6%, шпатлевки малярные на 9,6%, краски и лаки на основе полимеров на 16,3%, диоксид углерода – на 20,3%, сода каустическая - на 20,8%, дубитель хрома на 29,3%, фосфор на 23,1%, кислота соляная на 34%, добавки для цемента на 42,4%. В стоимостном выражении в числе лидеров остаются крупные промышленные центры, такие как Жамбылская, Атырауская и Карагандинская области, которые выпустили продукцию на 54,5 млрд тг, 25,5 млрд тг и 16,8 млрд тг, соответственно.

Производственные мощности

Согласно оперативным данным КС МНЭ РК за период январь-апрель 2020 г. наблюдается увеличение ИФО на 0,3% к аналогичному периоду 2019 г., в стоимостном выражении объем производства вырос на 8%.

Рис.2 – Динамика объемов производства химической промышленности за 5 лет в млрд. тенге и уровне индекса физического объема



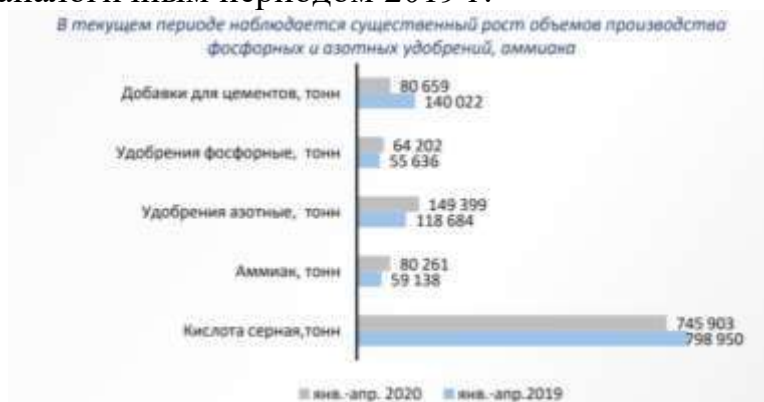
Наибольший рост объемов производства в натуральном выражении показывают товары: аммиак на 35,7%, азотные удобрения на 25,9%, фосфорные удобрения на 15,4%, полимеры стирола в первичных формах 19,5%, спирт этиловый на 15,4%, трифосфат натрия на 8,9%, полиуретаны в первичных формах на 6,8%, средства моющие на 5,2%, триоксид хрома на 1,3%. Снижение объемов производства в натуральном выражении показывают: хлор на 3,3%, кислота серная на 6,6%, шпатлевки малярные на 9,6%, краски и лаки на основе полимеров на 16,3%, диоксид углерода – на 20,3%, сода каустическая - на 20,8%, дубитель хрома на 29,3%, фосфор на 23,1%, кислота соляная на 34%, добавки для цемента на 42,4%. В стоимостном выражении в числе лидеров остаются крупные промышленные центры, такие как Жамбылская, Атырауская и Карагандинская области, которые выпустили продукцию на 54,5 млрд тг, 25,5 млрд тг и 16,8 млрд тг, соответственно.

Рис3. – Объем производства химической продукции в январе-мае 2020 года по регионам

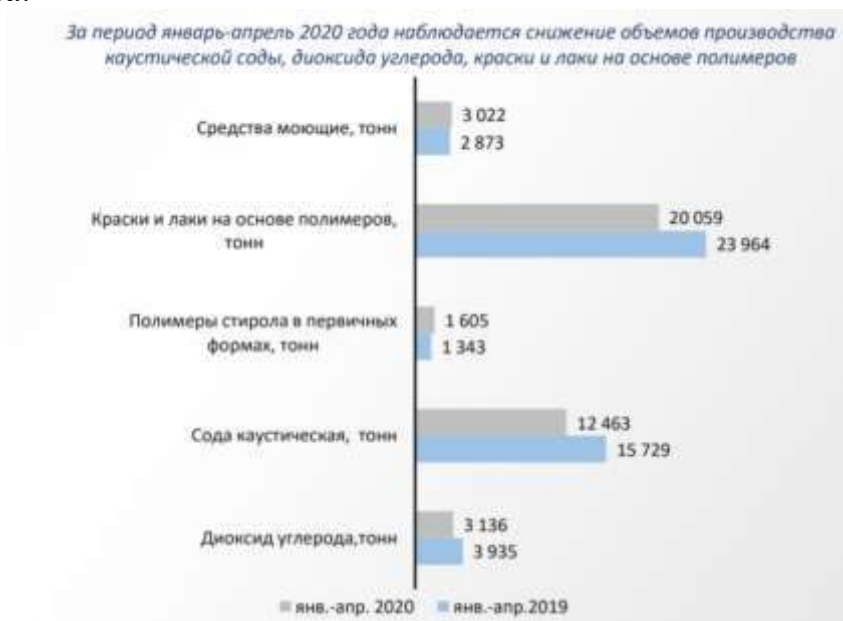


Источник: АО «КазИндастри» МИИР РК

Объем производства основных видов продукции за январь-апрель 2020 г. в сравнении с аналогичным периодом 2019 г.



Конъюнктурные изменения цены влияют на темпы прироста объемов производства, так снижение цены в 1 и 2 кв. 2020 года на основных мировых товарных биржах привело к снижению заказов и соответственно объемов производства.



Внешняя торговля

По оперативным данным КС МНЭ РК, КГД МФ РК за 3 мес. 2020 г. экспорт химической продукции в стоимостном выражении снизился на 8,6 % в сравнении с аналогичным периодом 2019 г. Заметно снижение в стоимостном выражении почти по всем товарам, кроме удобрений, цианида натрия и циклогексатриена.

Продукт	\$ млн.	2020/2019	тыс. тонн	2020/2019	Доля экспорта, %
Фосфор желтый ('белый')	56,4	-3,0%	22,2	-5,1%	23,1
Сера всех видов, кроме серы сублимированной, осажденной, коллоидной	52,8	-43,2%	1 124,3	+26,3%	21,6
Прочие NP-удобрения	25,5	+40,1%	87,3	+44,6%	10,4
N-кислород	17,5	100%	29,3	100%	7,1
Прочие оксиды и хлориды хрома	15,6	-4,9%	7,9	+1,3%	6,4
Триоксид хрома	7,5	-15,7%	4,2	-6,7%	3,1
Цианиды и оксид цианиды натрия	4,9	+ в 2,1 р	2,1	+ в 2,3 р	2,0
Полипропилен	4,8	-40%	5,0	-25,4%	2,0
Инсектициды	4,1	100%	41,3	100%	1,7
Циклогексатриен	3,8	+26,7%	7,0	+1,4%	1,5

Напротив, за аналогичные за три мес. 2020 г. по оперативным данным КС МНЭ РК, КГД МФ РК импорт химической продукции в стоимостном выражении увеличился на 2% в сравнении с аналогичным периодом 2019 г. В стоимостном выражении заметно снижение продукции, как полиэтилен, карбонат динатрия, нитрат аммония.

Продукт	\$ млн.	2020/2019	тыс. тонн	2020/2019	Доля импорта, %
Уран, обогащенный ураном-235, и его соединения...	60,7	+86,8%	0,09	+86,5%	9,6
Полиэтилен с уд. весом 0,94 или более	32,3	-8,2%	35,9	+33,9%	5,1
Поверхностно-активные средства, моющие, чистящие, расфасованные...	31,6	+16,6%	29,2	+20,2%	5,0
Готовые связующие вещества для производства литейных форм.. прочие:	24,1	+5,2%	6,4	+18,5%	3,8
Карбонат динатрия	20,4	-1%	82,9	+1,9%	3,2
Прочие косметические средства или средства для макияжа	20,3	+14,7%	2,2	+15,8%	3,2
Смеси душистых веществ для пищевой промышленности...	19,2	+29,7%	0,7	+40,0%	3,1
Нитрат аммония, в т.ч. в водном растворе	14,7	-1,3%	76,6	+10,7%	2,3
Инсектициды	13,4	+65,4%	0,6	+20,0%	2,1
Духи и туалетная вода	11,6	+3%	1,3	+44,4%	1,8

В начале ноября текущего года Министерство торговли и интеграции РК выразило обеспокоенность по возможному принятию Украиной защитных мер в отношении казахстанских предприятий, среди которых есть и производители минеральных удобрений. В ходе встречи с торговым представителем Тарасом Качкой вице-министр торговли и интеграции Казахстана Жанель Кушукова отметила, что установление барьеров в отношении поставок из РК может серьезно ухудшить экономическое положение производителей. В настоящее время украинской стороной проводятся специальные защитные расследования в отношении минеральных удобрений, происходящих из Казахстана.

Напомним, минеральные удобрения на украинский рынок (за год в среднем 113 тысяч тонн) поставляют оба завода — и ТОО «Казфосфат», и АО «КазАзот».

По импорту минеральных и химических удобрений из Казахстана за январь–сентябрь 2019 года среди всех стран лидирует именно Украина: более 85 тыс. тонн (+19,2%), на сумму более 22 млн долларов США (+12,7%). Доля экспорта в Украину среди всех стран, куда Казахстан поставляет удобрения, составляет 31,2% в количественном и 27,7% — в денежном выражении. Среди стран СНГ доля Украины составляет 36,6% в количественном и 32,2% — в денежном выражении.

Рис4. – Объем минеральных удобрений за 9 мес. 2019 года

Экспорт минеральных и химических удобрений. Январь–сентябрь 2019						
	2019/09		2018/09		Рост за год	
	тонн	тыс. долл. США	тонн	тыс. долл. США	тонн	тыс. долл. США
Всего	272 528,6	79 653,6	204 589,0	58 278,1	33,2%	36,7%
Страны СНГ	232 203,1	68 361,8	165 359,7	47 359,6	40,4%	44,3%
Украина	85 043,5	22 026,0	71 325,3	19 541,8	19,2%	12,7%
Узбекистан	67 864,0	24 241,3	7 066,2	2 722,0	860,4%	790,6%
Россия	40 945,3	11 340,7	66 765,6	19 491,6	-38,7%	-41,8%
Кыргызстан	24 705,2	7 833,8	12 830,4	3 545,1	92,6%	121,0%
Таджикистан	7 417,9	1 759,6	7 005,2	1 832,5	5,9%	-4,0%
Туркменистан	6 227,2	1 160,5	300,0	214,5	1975,7%	441,0%
Беларусь			67,0	12,1		
Остальные страны мира	40 325,5	11 291,8	39 229,4	10 918,5	2,8%	3,4%
Аргентина	14 995,7	4 318,7	6 504,8	1 574,2	130,5%	174,4%
Афганистан	14 823,8	4 207,6	12 378,0	3 663,9	19,8%	14,8%
Китай	9 480,0	2 454,4	1 500,0	398,8	532,0%	515,5%
Словакия	1 026,0	311,0				
Германия	0,05	0,04				
Грузия			2 125,0	499,4		
Иран			16 721,6	4 782,4		

Источник: КС МНЭ РК

В мире наблюдается глобальная перестройка структуры химической промышленности, затрагивающая вопросы правового регулирования, сырья, экологические аспекты, переориентацию основных производственных регионов и каналов сбыта. В статье представлен обзор европейского химического рынка, вызовы и перспективы развития химической промышленности в странах Евросоюза.

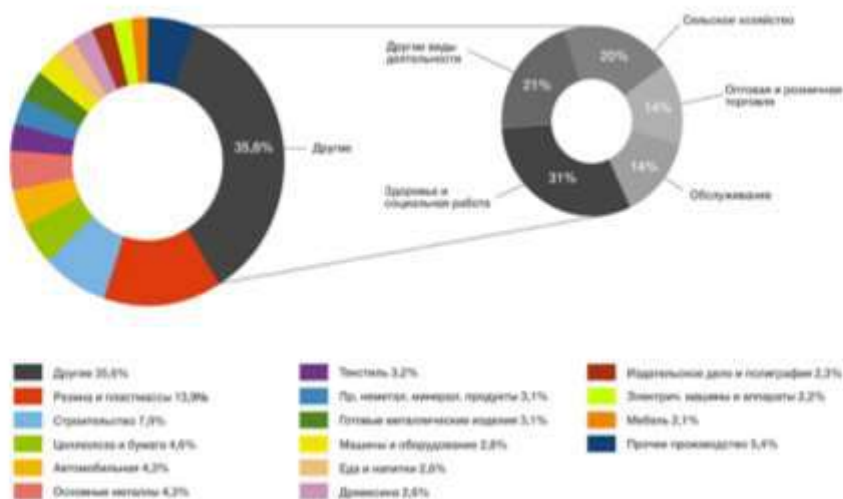
На сегодняшний день Европа является вторым по величине производителем химических веществ в мире. Объем их производства в Евросоюзе за 2018 год составил 542 млрд EUR в денежном выражении, при этом мировые продажи химических веществ равнялись 3 475 млрд EUR.

Рис.5 – Объемы производителей химической продукции на основных рынках мира



Европейская химическая промышленность — это богатый сектор экономики, который является ценной частью экономической инфраструктуры Европы. Развитие европейской химической индустрии направлено на достижение параметров конкурентоспособной, низкоэмиссионной и устойчивой экономики в Европе и за ее пределами. Ниже представлен вклад химической промышленности в экономику ЕС.

Рис.6 Объем подотраслей химической промышленности на ВВП ЕС в 2019 году



Согласно данным 2018 года, в Северной части Европы добывается около 5–6 % мировых запасов нефти и газа. Их добычей занимаются Великобритания, Дания, Норвегия и Нидерланды. Также в Европе существует несколько крупнейших угольных бассейнов. В Германии — Ахенский, Рурский, Крефельдский и Саарский. В Великобритании добывают уголь в Уэльском и Ньюкаслском бассейнах. Немало добывается каменного угля в Верхнесилезском бассейне в Польше. Залежи бурого угля имеются в Германии, Чехии, Болгарии и Венгрии.

В настоящее время угольная промышленность Европы переживает не лучшие времена из-за повышенных экологических требований и постепенного отказа от угольной энергетики. Потребители отдают предпочтение более чистому газу и альтернативным источникам. Например, в Германии уже обсуждается полный отказ от импорта энергетического угля в страну. Смягчение климата тоже вносит свои коррективы.

Химическая промышленность стран Европы развивается на базе как собственного, так и импортного сырья: угля, нефти, газа. Поэтому предприятия химической отрасли размещены как в районах его добычи, так и на побережье. Присутствует определенная географическая специализация:

Химия органического синтеза и полимеров, нефтехимия развиты во Франции, ФРГ, Италии, Нидерландах, Бельгии, Великобритании.

Минеральные удобрения производят на заводах Франции, Германии.

Фармацевтическая промышленность традиционно сильна в Швеции, Швейцарии, Германии, Болгарии.

Для экономики Европы сырье имеет решающее значение. Надежный и беспрепятственный доступ к определенному сырью является насущной проблемой в ЕС и во всем мире.

Россия является основным поставщиком нефтепродуктов и природного газа в ЕС, так как количество добываемых ресурсов на территории ЕС недостаточно.

Мировые лидеры в области производства химических веществ в Европе находят способы решения проблем, связанных с затратами на сырье и его ограниченностью. Корректирующие меры включают в себя ряд решений:

Закрытие заводов для производства дорогостоящих продуктов с низким уровнем маржи.

Определение оптимального сырья.

Реструктуризация бизнес-операций.

Перемещение в быстрорастущие регионы и рынки, внедрение инноваций.

Вот некоторые примеры стратегий, которые используют крупные химические компании для снижения затрат на сырье и сохранения конкурентоспособности:

➤ Крупнейший в мире производитель полипропилена и высших полиолефинов LyondellBasell (<https://www.lyondellbasell.com/>) расширяет возможности производства этилена на нескольких заводах, которые получают выгоду от добычи сланцевого газа. Объем инвестиций составляет 1,17 млрд EUR.

➤ SABIC (<https://www.sabic.com/>) объявила о планах импорта этана на свой завод в Тиссайде в Великобритании, чтобы обеспечить будущее своего крекера в Уилтоне и сохранить его конкурентоспособность.

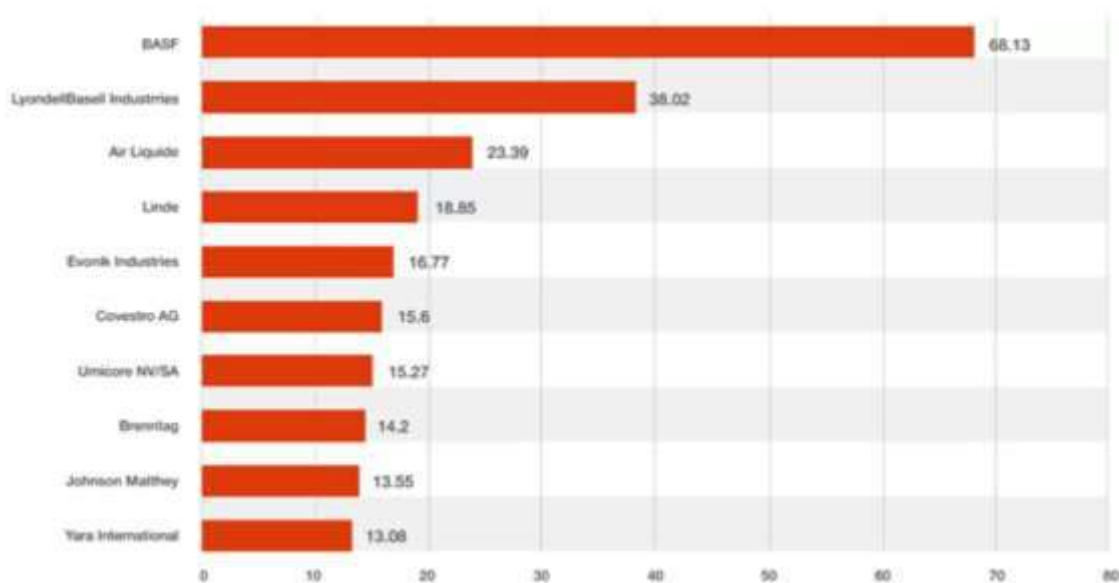
➤ INEOS Europe AG (<https://www.ineos.com/>) заключила соглашение о покупке этана с CONSOL Energy, Royal Dutch Shell и ExxonMobil для долгосрочного поиска дешевого американского этана для своих европейских крекеров.

➤ BASF (<https://www.basf.com/>) инвестировала 1,2 млрд EUR в сланцевый газ США. BASF стремится производить пропилен специального назначения, используя дешевый сланцевый газ США для удовлетворения внутреннего спроса на пропилен в Северной Америке.

Европейские компании разрабатывают технологии для использования устойчивого сырья или процессов для производства химикатов.

Согласно данным статистики за 2019 год, ведущей химической компанией в Европе по выручке является BASF. В прошлом году выручка немецкого концерна составила около 68 млрд USD. Ниже представлен рейтинг ведущих химических компаний Европы по выручке.

Рис.7 – Объем оборота крупнейших предприятий в мире на начало 2020 года



Источник: данные компании BASF

BASF работает в шести сегментах, включая химикаты, пластмассы, высокопроизводительные продукты, функциональные решения, сельскохозяйственные решения, а также нефть и газ. Компания предлагает продукцию для химической, автомобильной, строительной, сельскохозяйственной, нефтяной, пластмассовой, электротехнической, электронной, мебельной и бумажной промышленности, а также предоставляет широкий спектр системных решений и услуг.

На втором месте — нидерландская компания **LyondellBasell** с выручкой в 38 млрд USD. Компания является одной из крупнейших в мире по переработке пластмасс, химикатов и нефтепродуктов. LyondellBasell продает продукцию более чем в 100 странах и является крупнейшим в мире производителем полимерных соединений и крупнейшим лицензиаром полиолефиновых технологий.

Тройку лидеров замыкает французская компания **Air Liquide** с выручкой 23 млрд USD. Через свои дочерние компании она производит и продает промышленные и медицинские газы, включая жидкий азот, аргон, углекислый газ и кислород по всему миру. Компания также производит сварочное,

водолазное и технико-медицинское оборудование. Air Liquide продает свою продукцию по всей Европе, США, Канаде, Африке и Азии.

Выручка немецкой компании **Linde** в 2019 году составила 18 млрд USD. Компания производит и распространяет промышленные газы, а также предоставляет инжиниринговые услуги. Подразделение Linde Gas входит в международную промышленную группу The Linde Group. В России Linde Gas представлено компанией АО «Линде Газ Рус». В настоящее время компания осуществляет поставку всего спектра газовой продукции, начиная от технических газов в баллонах различного объема и заканчивая специальными газами и газовыми смесями.

Evonik Industries — одна из ведущих мировых компаний по производству специальных химикатов, выручка в 2019 г. составила 16 млрд USD. Компания предлагает различные продукты в области товаров народного потребления, питания животных и фармацевтических препаратов.

Covestro является мировым лидером в разработке, производстве и маркетинге полиуретанов, класса пластмасс. Выручка компании в 2019 году достигла 15 млрд USD. Основной бизнес Covestro состоит из трех сегментов, которые производят и непрерывно продвигают сырье для полиуретанов и их производных, высококачественный пластиковый поликарбонат, а также покрытия, клеи и другие специальные продукты.

Выручка **Umicore N.V.** в 2019 году составила 15 млрд USD. Это бельгийская глобальная группа по технологии материалов. В сферу ее деятельности входят: материаловедение, химия и металлургия. Компания ориентирована на катализ, энергетику и вторичную переработку. Umicore генерирует большую часть своих доходов от чистых технологий, таких как катализаторы контроля выбросов, материалы для перезаряжаемых батарей и фотоэлектрических элементов, топливные элементы и утилизация. Бизнес-группа Catalysis также производит соединения на основе драгоценных металлов для использования в тонкой химии, биологии и фармацевтической промышленности.

Brenntag — ведущий мировой дистрибьютор химической продукции и пищевых ингредиентов, выручка которого составила в 2019 году 14 млрд USD. Компания продает и распространяет промышленные и специальные химикаты. Она также разрабатывает и подготавливает конкретные химические соединения и предлагает аналитические услуги. Клиентами Brenntag являются нефтегазовые, косметические, фармацевтические и водоочистные компании.

Выручка английской компании **Johnson Matthey** в 2019 году равна 13,5 млрд USD. Производит катализаторы, фармацевтические материалы и системы контроля загрязнения. Johnson Matthey также перерабатывает платину, золото, серебро, производит пигментные и лакокрасочные материалы для стекольной, керамической, пластиковой, лакокрасочной, чернильной и строительной отраслей.

Выручка норвежской компании **Yara International** в 2019 году составила 13 млрд USD. Компания производит, распространяет и продает азотные минеральные удобрения и связанные с ними промышленные товары. Yara International продает ряд минеральных удобрений на основе фосфатов и калийных удобрений, а также комплексные и специальные минеральные удобрения.

Развитие химической промышленности смещается в Азию, на которую будет приходиться 66 % мировых продаж химических веществ в 2030 году, и к этому же периоду по меньшей мере половина из десяти крупнейших химических компаний будет с азиатской или ближневосточной «пропиской».

К 2030 году три основных фактора будут определять глобальную конкурентную среду: изменения в конкуренции, продвижение сетевых структур на Восток и рост экономической нестабильности. В действительности эти факторы уже оказывают влияние на отрасль.

Химические компании во всем мире не теряют времени на разработку своих региональных стратегий позиционирования на 2030 год. Текущая конкурентная среда предполагает, что европейские компании хорошо ощущают себя на своих внутренних рынках, но имеют слабые позиции на зарубежных.

Таб. 10- Описание начальных точек прогнозных сценариев химической промышленности в ЕС до 2050 года

Наименование	Продолжение фрагментации	Изолированная Европа	Дифференцированное глобальное действие	Ровное игровое поле
Целевой показатель сокращения выбросов ПГ в Европе к 2050 г. по сравнению с 1990 г.	Целевой показатель 40 % для всей экономики, 46 % для промышленности	Целевой показатель 80 % для всей экономики, аналогичный для промышленности	Целевой показатель 80 % для всей экономики, аналогичный для промышленности	Глобальные амбиции в соответствии с целевым показателем 2 °С (снижение на 50 %), единый сигнал глобальной цены на углерод определяет, где происходит снижение
Уровень гармонизации	Отсутствие глобального соглашения об изменении климата,	Отсутствие соглашения о глобальном изменении климата, продолжающаяся	Глобальное обязательство соответствует цели 2 °С. Уровни и политика	Соглашение о глобальном изменении климата соответствует цели 2 °С.

Наименование	Продолжение фрагментации	Изолированная Европа	Дифференцированное глобальное действие	Ровное игровое поле
	<p>продолжающаяся фрагментация мировой политики в области энергетики и климата с низкими глобальными и менее сильными амбициями ЕС</p>	<p>фрагментация мировой политики в области энергетики и климата. ЕС является единственным регионом с сильными климатическим и амбициями</p>	<p>страновых амбиций дифференцированы с ограниченной глобальной конвергенцией</p>	<p>Единый сигнал глобальной цены на углерод, например, через полностью связанные системы торговли выбросами</p>
<p>Основные особенности и энергетической и климатической политики в Европе</p>	<p>Нынешние политические инициативы ЕС реализуются. Действия вне текущих инициатив не предпринимаются</p>	<p>В дополнение к текущим политическим инициативам ЕС снижение выбросов в Европе обусловлено установлением цен на углерод для всех секторов экономики, где все источники энергии могут конкурировать на рыночной основе без каких-либо конкретных мер поддержки для энергоэффективности и возобновляемых источников энергии</p>	<p>В дополнение к текущим политическим инициативам ЕС снижение выбросов в Европе обусловлено установлением цен на углерод для всех секторов экономики, где все источники энергии могут конкурировать на рыночной основе без каких-либо конкретных мер поддержки для энергоэффективности и возобновляемых источников энергии</p>	<p>В дополнение к текущим политическим инициативам ЕС снижение выбросов в Европе обусловлено установлением цен на углерод для всех секторов экономики, где все источники энергии могут конкурировать на рыночной основе без каких-либо конкретных мер поддержки для энергоэффективности и возобновляемых источников энергии</p>
<p>Цены на ископаемое топливо</p>	<p>Сильный рост мирового потребления энергии приведет к увеличению</p>	<p>Сильный рост мирового потребления энергии приведет к увеличению цен на</p>	<p>В результате глобальных действий использование ископаемого топлива и повышение цен</p>	<p>В результате глобальных действий использование ископаемого топлива и повышение цен</p>

Наименование	Продолжение фрагментации	Изолированная Европа	Дифференцированное глобальное действие	Ровное игровое поле
	цен на ископаемое топливо. Нет сближения в ценах на ископаемое топливо	ископаемое топливо. Нет сближения в ценах на ископаемое топливо	будут ограничены. Нет сближения в ценах на ископаемое топливо	будут ограничены. Нет сближения в ценах на ископаемое топливо
Промышленные цены на электроэнергию	Цена на электроэнергию составит 107 EUR/МВт·ч в 2030 г., а затем стабилизируется, сохранятся расхождения в цене на электроэнергию с остальным миром. Промышленность платит ~65 % от средней розничной цены на электроэнергию	Цена на электроэнергию составит 132 EUR/МВт·ч в 2030 г., после чего стабилизируется, сохранится разница в цене на электроэнергию с остальным миром. Промышленность платит ~80 % от средней розничной цены на электроэнергию	Цена на электроэнергию составит 96 EUR/МВт·ч в 2030 г., затем стабилизируется, сохранятся расхождения в цене на электроэнергию с остальным миром. Промышленность платит ~60 % от средней розничной цены на электроэнергию	Цена на электроэнергию составит 128 EUR/МВт·ч в 2030 г., затем произойдет стабилизация: сближение цен на электроэнергию во всем мире. Промышленность платит ~80 % от средней розничной цены на электроэнергию
Цены на CO ₂ (в постоянных ценах 2010 EUR/т)	2030: 33 2050: 53 Существующая сфера ETS (единая тарифная сетка)	2030: 44 2050: 221 Секторы ETS и не-ETS имеют равные цены на CO ₂ начиная с 2020 г.	2030: 54 2050: 276 Секторы ETS и не-ETS имеют равные цены на CO ₂ с 2020 г.	2030: 37 2050: 194 Секторы ETS и не-ETS имеют равные цены на CO ₂ с 2020 г.
Объем цен на углерод, распределение и различия с остальным миром	Продолжение, но снижение бесплатного распределения прямых выбросов в	Бесплатного распределения после 2020 г. нет. В остальном мире нет эффективного	Продолжается, но сокращается, бесплатное распределение прямых выбросов, бесплатное	Бесплатного распределения после 2020 г. нет. Единый глобальный сигнал цены CO ₂

Наименование	Продолжение фрагментации	Изолированная Европа	Дифференцированное глобальное действие	Ровное игровое поле
	<p>период 2030–2050 гг., бесплатное распределение для энергетического сектора. В остальном мире нет эффективного сигнала о цене CO₂</p>	<p>сигнала о цене CO₂</p>	<p>распределение для энергетического сектора. Разница в цене CO₂ с учетом бесплатного распределения квот с остальным миром не более 30 EUR/т</p>	
<p>Уровень инноваций</p>	<p>Низкий. Преимущественно небольшие дополнительные инновации без серьезной разработки и внедрения прорывных технологий</p>	<p>Средний. Инновации в Европе несколько ускоряются из-за высоких цен на CO₂ в этом сценарии.</p>	<p>Высокий. Глобальные действия положительно влияют на разработку и внедрение революционных технологий, что приводит к значительному распространению технологий между регионами мира.</p>	<p>Высокий. Глобальные действия положительно влияют на разработку и внедрение революционных технологий, что приводит к значительному распространению технологий между регионами мира.</p>
<p>Основные особенности энергетической и климатической политики в Европе</p>	<p>Нынешние политические инициативы ЕС реализуются. Действия вне текущих инициатив не предпринимаются</p>	<p>В дополнение к текущим политическим инициативам ЕС снижение выбросов в Европе обусловлено установлением цен на углерод для всех секторов экономики, где все источники энергии могут конкурировать на рыночной</p>	<p>В дополнение к текущим политическим инициативам ЕС снижение выбросов в Европе обусловлено установлением цен на углерод для всех секторов экономики, где все источники энергии могут конкурировать на рыночной</p>	<p>В дополнение к текущим политическим инициативам ЕС снижение выбросов в Европе обусловлено установлением цен на углерод для всех секторов экономики, где все источники энергии могут конкурировать на рыночной</p>

		основе без каких-либо конкретных мер поддержки для энергоэффективности и возобновляемых источников энергии	основе без каких-либо конкретных мер поддержки для энергоэффективности и возобновляемых источников энергии	основе без каких-либо конкретных мер поддержки для энергоэффективности и возобновляемых источников энергии
Цены на ископаемое топливо	Сильный рост мирового потребления энергии приведет к увеличению цен на ископаемое топливо. Нет сближения в ценах на ископаемое топливо	Сильный рост мирового потребления энергии приведет к увеличению цен на ископаемое топливо. Нет сближения в ценах на ископаемое топливо	В результате глобальных действий использование ископаемого топлива и повышение цен будут ограничены. Нет сближения в ценах на ископаемое топливо	В результате глобальных действий использование ископаемого топлива и повышение цен будут ограничены. Нет сближения в ценах на ископаемое топливо
Промышленные цены на электроэнергию	Цена на электроэнергию составит 107 EUR/МВт·ч в 2030 г., а затем стабилизируется, сохранятся расхождения в цене на электроэнергию с остальным миром. Промышленность платит ~65 % от средней розничной цены на электроэнергию	Цена на электроэнергию составит 132 EUR/МВт·ч в 2030 г., после чего стабилизируется, сохранится разница в цене на электроэнергию с остальным миром. Промышленность платит ~80 % от средней розничной цены на электроэнергию	Цена на электроэнергию составит 96 EUR/МВт·ч в 2030 г., затем стабилизируется, сохранятся расхождения в цене на электроэнергию с остальным миром. Промышленность платит ~60 % от средней розничной цены на электроэнергию	Цена на электроэнергию составит 128 EUR/МВт·ч в 2030 г., затем произойдет стабилизация: сближение цен на электроэнергию во всем мире. Промышленность платит ~80 % от средней розничной цены на электроэнергию
Цены на CO ₂ (в постоянных ценах 2010 EUR/т)	2030: 33 2050: 53 Существующая сфера ETS (единая)	2030: 44 2050: 221 Секторы ETS и не-ETS имеют равные цены на CO ₂	2030: 54 2050: 276 Секторы ETS и не-ETS имеют равные	2030: 37 2050: 194 Секторы ETS и не-ETS имеют равные

	тарифная сетка)	начиная с 2020 г.	цены на CO2 с 2020 г.	цены на CO2 с 2020 г.
Объем цен на углерод, распределение и различия с остальным миром	Продолжение, но снижение бесплатного распределения прямых выбросов в период 2030–2050 гг., бесплатное распределение для энергетического сектора. В остальном мире нет эффективного сигнала о цене CO2	Бесплатного распределения после 2020 г. нет. В остальном мире нет эффективного сигнала о цене CO2	Продолжается, но сокращается, бесплатное распределение прямых выбросов, бесплатное распределение для энергетического сектора. Разница в цене CO2 с учетом бесплатного распределения квот с остальным миром не более 30 EUR/т	Бесплатного распределения после 2020 г. нет. Единый глобальный сигнал цены CO2
Уровень инноваций	Низкий. Преимущественно небольшие дополнительные инновации без серьезной разработки и внедрения прорывных технологий	Средний. Инновации в Европе несколько ускоряются из-за высоких цен на CO2 в этом сценарии.	Высокий. Глобальные действия положительно влияют на разработку и внедрение революционных технологий, что приводит к значительному распространению технологий между регионами мира.	Высокий. Глобальные действия положительно влияют на разработку и внедрение революционных технологий, что приводит к значительному распространению технологий между регионами мира.

Размер рынка

Анализ уровня конкурентной борьбы в индустрии пестицидов

Фактор	Казахстан	ЕЭП	Глобальный
--------	-----------	-----	------------

<p style="text-align: center;">Количество о участников</p>	<p style="text-align: center;"><u>На территории Казахстана существует 5 заводов по формуляции пестицидов: 2 – в Шымкенте, 2 – в Степногорске, 1 – в Алматы.</u></p> <p style="text-align: center;">1)ТОО "Пестицид", г. Шымкент, 2)ТОО «Гербициды» (входит в состав холдинга группы компаний Акцепт, генеральный партнер Дау АгроСаенсес) 3)ТОО «ПрогрессСельхозХим» (на базе бывшего АО «Прогресс» в Степногорске).</p> <p style="text-align: center;"><u>В 2008 году в отечественном сельском хозяйстве было применено 23 666,4 тонны ХСЗР, 89,5% из которых, или 21179,4 тонн, составила продукция импортного производства.</u></p>	<p style="text-align: center;"><u>Всего в России около 30 компаний. Около 50% рынка держат 4 компании.</u></p> <p style="text-align: center;">1)«Август» 2)«САХО Химпром» 3)«АФО Кемикалс» 4)«Щелково Агрохим»</p> <p style="text-align: center;"><u>Суммарный объем производства пестицидов белорусскими производителями обеспечивает лишь 4 % потребности республики по ассортименту и 32 % — по требуемому объему.</u></p> <p style="text-align: center;">1)ОАО «Гроднорайагрорвис» 2)ООО «Рубикон-Агро» 3)ОАО «Гомельский химический завод» 4)ООО «Франдеса»</p>	<p style="text-align: center;"><u>10 крупнейших агрохимических производителей контролируют 89% всего мирового производства пестицидов.(компания, страна, объем продаж)</u></p> <p style="text-align: center;">1)Bayer (Германия) - 7,458 млн. долл. США 2)Syngenta (Швейцария) - 7,285 млн. долл. США 3)BASF (Германия) - 4,297 млн. долл. США 4)Dow AgroSciences (США) - 3,779 млн. долл. США 5)Monsanto (США) - 3,599 млн. долл. США 6)DuPont (США) - 2,369 млн. долл. США 7)Makhteshim Agan (Израиль) - 1,895 млн. долл. США 8)Nufarm (Австрия) - 1,470 млн. долл. США 9)Sumitomo Chemical (Япония) - 1,209</p>
--	--	--	--

			млн. долл. США 10)Arysta Lifescience (Япония) - 1,035 млн. долл. США
Объем рынка	0,0062 млн. тонн/год	0,062 млн. то нн/год	4,6 млн. тон н/год
Насыщенн ость рынка	Данная продукция производится для общего применения, следовательно, является стандартизированным товаром.		
Барьеры входа в индустрию	-Технологии -Отсутствие сырьевой базы	-Сильная сырьевая увязка с иностранными производителями сырья -Технологии	- Экологические требования - Технологии
Барьеры выхода из индустрии	Барьеры выхода в данной индустрии являются высокими, так как потребление пестицидов агропромышленностью осуществляется круглогодично, а спрос на данную продукцию с каждым годом увеличивается.		
Рентабель ность в индустрии	12%		
Позиция индустрии на кривой «жизненного цикла»	Промышленность пестицидов находится на стадии зрелости		

Анализ уровня конкурентной борьбы в индустрии азотосодержащих соединений

Фактор	Казахста н	ЕЭП	Глобальный
--------	---------------	-----	------------

<p style="text-align: center;">Количество участников</p>	<p style="text-align: center;"><u>ТОО</u> <u>«КазАзот» на</u> <u>сегодня</u> <u>является</u> <u>крупнейшим</u> <u>производител</u> <u>ем аммиака и</u> <u>азотных</u> <u>удобрений в</u> <u>Казахстане.</u></p> <p>122 тыс. тонн жидкого аммиака и 206 тыс. тонн аммиачной селитры</p>	<p style="text-align: center;"><u>8 ведущих</u> <u>производителей</u></p> <p>1)Невинномыс кий Азот (Россия) – 450 млн. долл США</p> <p>2)Новомосков ский Азот (Россия) – 489 млн. долл США</p> <p>3)Акрон (Россия) – 814 млн. долл США</p> <p>4)Дорогобуж (Россия) – 207 млн. долл США</p> <p>5)Азот Кемерово (Россия) – 450 млн. долл США</p> <p>6)Череповецки й Азот (Россия) – 185 млн. долл США</p> <p>7)Азот Березники (Россия) – 185 млн. долл США</p> <p>8)Минудобрен ия Пермь (Россия) – 88 млн. долл США</p>	<p style="text-align: center;"><u>5 Крупных</u> <u>производителей</u> <u>азотных</u> <u>удобрений в мире.</u> <u>(компания, страна,</u> <u>объем продаж)</u></p> <p>1)Yara (Норвегия) – 6935 млн. долл США</p> <p>2)Terra Nitrogen Co (США) – 4550 млн. долл США</p> <p>3)Mosaic (США) – 4397 млн. долл США</p> <p>4)Potash Corp (Канада) – 3310 млн. долл США</p> <p>5)Agrium (Канада) – 2819 млн. долл США</p> <p>6)Rashtriya Chemicals (Индия) – 626 млн. долл США</p> <p>7)Fertilizers Travanc8ore (Индия) – 264 млн. долл США</p> <p>8)Gujarat State Fertilizers (Индия) – 583 млн. долл США</p> <p>9)Abou Kir Fertilizers (Египет) – 218 млн. долл США</p> <p>10)Gujarat Narmada (Индия) – 481 млн. долл США</p>
--	--	---	--

			11)Eid Parry (Индия) – 501 млн. долл США 12)Coromande l Fertilizers (Индия) – 342 млн. долл США 13)Stirol (Украина) – 369 млн. долл США
Объем рынка	0,12 млн. тонн/год	3,2 млн. тонн/г од	137 млн. тонн /год (с ежегодным увеличением на 2%)
Насыщенно сть рынка	Данная продукция производится для общего применения, следовательно, является стандартизированным товаром.		
Барьеры входа в индустрию	- Логистика и транспортиро вка продукции	- Транспортировка	-Повышение себестоимости за счет увеличения цены на газ
Барьеры выхода из индустрии	Вследствие того, что производство азотных удобрений связано с ежегодно возрастающими потребностями агро промышленности, для выхода из данной индустрии встанут множество барьеров, таких как социальные, экологические и политические.		
Рентабельн ость в индустрии	22%		12,5%
Позиция индустрии на кривой «жизненного цикла»	Промышленность азотных соединений находится на стадии зрелости.		

Анализ уровня конкурентной борьбы в индустрии фосфорной продукции

Фактор	Казахста н	ЕЭП	Глобальны й
Количество участников	<u>ТОО</u> <u>«Казфосфат»</u> (2 160 тыс.	<u>7 ведущих</u> <u>производителей</u>	<u>Ведущих 12</u> <u>мировых стран</u> <u>производителей</u>

	<p><u>тонн) на сегодня является единственным производителем фосфорной продукции в Казахстане.</u> В 2017 году планирует выйти на рынок фосфорных удобрений новый игрок ТОО «Chilisai Chemicals».</p>	<p>1)«Фосагро» (Россия) – 1 606 тыс. тонн 2) «Гомельский химический завод»(Белоруссия) – 700 тыс. тонн 3)«Еврохим» (Россия) – 634 тыс. тонн 4)«Уралхим» (Россия) – 353 тыс. тонн 5)«Акрон» (Россия) – 273 тыс. тонн 6)«Минудобрения» (Россия) – 173 тыс. тонн 7)«Дагфос» (Дагестан) – 120 тыс. тонн</p>	<p><u>фосфора держат более 93% мирового производства.</u> 1) Yuntianhua Group (Китай) – 65 000 тыс. тонн 2) Mosaic (США) – 26 100 тыс. тонн 3)Office Cherifien de Phosphate (ОСР) (Марокко и Западная Сахара) – 26 000 тыс. тонн 4) Компания «Фосагро» (Россия) – 10 000 тыс. тонн 5) Groupe Chimique Tunisien (GCT) (Тунис) – 7 600 тыс. тонн</p>
<p>Объем рынка</p>	<p>0,02 млн. тонн/год</p>	<p>0,95 млн. тонн/год</p>	<p>43 млн. тонн/год</p>
<p>Насыщенность рынка</p>	<p>Данная продукция производится для общего применения, следовательно, является стандартизированным товаром.</p>		
<p>Барьеры входа в индустрию</p>	<p>- Проблемы с распределением товара - Логистика и транспортировка продукции</p>	<p>-Конкуренция крупных мировых и региональных игроков</p>	<p>- Экологические требования - Технологические требования - Конкуренция со стороны крупных игроков</p>

Барьеры выхода из индустрии	Фосфор является необходимым элементом для производства удобрений и многой другой немаловажной продукции. И так как мировой спрос на данную продукцию растет из года в год, а месторождения и запасы фосфора в мире довольно ограничены, то выходные барьеры в данной индустрии очень высоки.	
Рентабельность в индустрии	35%	15%
Позиция индустрии на кривой «жизненного цикла»	Фосфорная промышленность находится на стадии зрелости.	

Обзор цен

В феврале 2019 года инфляция сложилась на уровне 0,3% (к предыдущему месяцу). Рост цен на продовольственные товары продолжил свое ускорение и по сравнению с предыдущим месяцем составил 1,5%.

Рис 8. – Индекс потребительских цен на товары, работы и услуги в базовых отраслях страны



Источник: НБ РК

Основной вклад пришелся на такие группы товаров, как фрукты и овощи, хлебобулочные изделия и крупы, мясо. Рост цен на плодоовощную и мясную продукцию был во многом связан с фактором сезонности, на хлебобулочные изделия – с ростом цен на пшеницу на фоне увеличившегося спроса. Цены на непродовольственные товары по сравнению с предыдущим месяцем повысились на 0,3%. Рост цен на одежду и медикаменты, связанный с ослаблением обменного курса тенге во второй половине 2018 года, оказывал

повышательное давление на непродовольственную инфляцию. Данный рост был нивелирован снижением цен на бензин, связанным с избытком предложения.

Рис.9 – Инфляционные ожидания предприятий реального сектора экономики РК, в %



Источник: НБ РК

В феврале 2019 года цены и тарифы на платные услуги снизились на 1,3%. Это было связано со снижением тарифов на регулируемые услуги, в первую очередь, на тепловую энергию (на 7,2%), водоснабжение (на 5,6%), канализацию (на 5%), электроэнергию (на 3,3%), сбор мусора (на 3,1%), газоснабжение (на 2,4%).

Годовая инфляция по итогам февраля 2019 года составила 4,8%. Продовольственные товары по сравнению с февралем 2018 года подорожали на 6,6%, непродовольственные товары – на 6,2%, платные услуги – на 1,3%. Инфляционные ожидания населения, квантифицирующие результаты ответов населения касательно ожидаемой на год вперед инфляции, в феврале 2019 года остались без изменений и составили 4,7%, что было вызвано замедлением текущей инфляции. По данным опроса предприятий реального сектора, незначительно снизилась доля предприятий – до 73,4%, считающих, что цены в первом квартале 2019 года будут расти текущими темпами. Следует отметить увеличение доли тех предприятий, которые считают, что цены будут расти быстрее. По прогнозам Национального Банка, в 2019 году годовая инфляция будет находиться в пределах целевого коридора 4-6%.

Производство продуктов химической промышленности в РК за январь–октябрь 2019 года достигло 386,4 млрд тг. Индекс промышленного производства к аналогичному периоду прошлого года составил 102,3%. Годом ранее объём выпуска был равен 311,3 млрд тг, ИПП — 108,5%.

В целом же за 2018 год производство в секторе достигало 401,1 млрд тг. Рост промышленного производства отмечается второй год подряд: ИПП в 2018 году составил 108,7%, в 2017-м — 109,3%.

Производство фосфорных и азотных минеральных удобрений за январь–октябрь 2019 года составило 158,9 тыс. и 294,4 тыс. тонн соответственно.

Выпуск фосфорных минеральных удобрений вырос за год на 31%, производство азотных — наоборот, сократилось на 1,8%.

По итогам первых трёх кварталов текущего года почти 94% минеральных и химических фосфорных удобрений производится в Жамбылской области, где работает завод ТОО «Казфосфат». 87% минеральных и химических азотных удобрений выпускают в Мангистауской области, где расположен завод АО «КазАзот».

Минеральные и химические фосфорные удобрения производят также в Северо-Казахстанской области и Шымкенте, азотные — в Жамбылской, Северо-Казахстанской, Алматинской и Карагандинской областях.

Рис.10 – Изменение ИФО за последние 5 лет в химической промышленности



Источник: КС МНЭ РК

Потребительское поведение

Анализ влияния потребителей в индустрии пестицидов

Фактор	Казахстан	ЕЭП	Глобальный
Концентрация в индустриях потребителей	Основным потребителем пестицидов является агросектор. Так как агросектор стран СНГ и дальнего зарубежья увеличивается с каждым годом, то и количество потребителей пестицидов тоже возрастает.		
Влияние стандартизации производимой в индустрии продукции	Потребитель пестицидов всегда может переключиться на другого производителя, если его не будет устраивать цена или качество потребляемого продукта. Затраты на переключение не будут велики.		
Доля в себестоимости продукции	Долю в себестоимости в данной индустрии подсчитать не представляется возможным.		

индустрий потребителей	
Общая доходность индустрий потребителей	Общая доходность потребителей данной продукции нельзя назвать высокой. Сельхоз производитель всегда заинтересован в закупке продукции подешевле.
Требования к качеству	Требования к качеству пестицидов велики, так как, к примеру, при их высокой токсичности, применение продукции на агрокультурах вредно для жизни человека.
Привлекательность индустрии для покупателей	Потребитель пестицидов не будет заинтересован в создании собственного производства, так как объем потребления им данной продукции не велик. При создании собственного производства потребитель рискует потратить большое количество средств с малой выгодой для собственного производства.

Анализ влияния потребителей в индустрии азотосодержащих соединений

Фактор	Казахстан	ЕЭП	Глобальный
Концентрация в индустриях потребителей	Потребителей азотных соединений в мире очень много, так как азотные удобрения, к примеру, являются одним из основных удобрений в агро промышленности.		
Влияние стандартизации производимой в индустрии продукции	Стандартизация продукции данной промышленности является высокой, вследствие чего издержки переключение на другого производителя не велики.		
Доля в себестоимости продукции индустрий потребителей	Долю в себестоимости в данной индустрии подсчитать не представляется возможным.		
Общая доходность индустрий потребителей	Общая доходность потребителей данной продукции нельзя назвать высокой. Основное принцип потребителя в данной индустрии это цена продукта. Чем она ниже, тем охотнее ее будут брать.		
Требования к качеству	Качество азотных удобрений не сильно варьируется от производителя к производителю. Возможно, незначительно меняется только процент содержания азота или других компонентов в зависимости от производителя. Для потребителя же не имеет большого значения разница в содержании удобрений.		

Привлекательность индустрии для покупателей	Покупатель не заинтересован в собственном производстве, так как для этого потребуются значительные финансовые издержки, которые малые и средние компании не потянут.
---	--

Анализ влияния потребителей в индустрии фосфорной продукции

Фактор	Казахстан	ЕЭП	Глобальный
Концентрация в индустриях потребителей	Потребителями фосфорной продукции также является агросектор. Фосфорные удобрения хоть и реже вводятся в почву, чем азотные, также пользуются большим спросом у сельхозников. Концентрация в данной индустрии не велика.		
Влияние стандартизации производимой в индустрии продукции	Стандартизация продукции данной промышленности является высокой, в следствии чего издержки переключение на другого производителя не велики.		
Доля в себестоимости продукции индустрий потребителей	Долю в себестоимости в данной индустрии подсчитать не представляется возможным.		
Общая доходность индустрий потребителей	Общая доходность потребителей данной продукции нельзя назвать высокой.		
Требования к качеству	Качество азотных удобрений не сильно варьируется от производителя к производителю. Следовательно, требования к качеству у потребителей не столь велики.		
Привлекательность индустрии для покупателей	Покупатель не заинтересован в собственном производстве, так как для этого потребуются значительные финансовые издержки, которые малые и средние компании не потянут.		

Анализ влияния потребителей в индустрии лаков и красок

Фактор	Казахстан	ЕЭП	Глобальный
Концентрация в индустриях потребителей	Среди потребителей лакокрасочной продукции нельзя отметить конкретного лидера, так как потребители данной продукции находятся в различных сферах промышленности. За частую производство лаков и красок может быть поставлено для конкретного потребителя. К примеру авто производителю необходимо произвести определенный объем и тип красок с необходимыми свойствами краски.		

Влияние стандартизации производимой в индустрии продукции	Требования к производимым лакам и краскам в мире возрастают. Увеличивается не только экологические требования, но и требования по качеству. Объем производства стандартизированной краски уменьшается за счет возрастающего спроса со стороны потребителей на лаки и краски со специфическими характеристиками.
Доля в себестоимости продукции индустрий потребителей	Цена на лаки и краски сильно варьируется от бренда, качества и предназначения продукции. Среднюю рыночную цену на лаки и краски составляет примерно 3 долл. США за килограмм. Следовательно, при производстве товара выше указанной стоимости, потребитель будет менее заинтересован в его покупке.
Общая доходность индустрий потребителей	Если взять основных потребителей лаков и красок, таких как автомобильная, авиационная, строительная промышленности, то можно сказать, что общая доходность каждого из них довольно велика. Спрос на лакокрасочную продукцию потребителей данных отраслей всегда будет увеличиваться.
Требования к качеству	Требования к качеству в лакокрасочной промышленности достаточно велико. Крупные потребители лаков и красок заинтересованы в приобретении красок с более высокими характеристиками. Также наложение экологических санкций к производителям ЛКМ ужесточает требования к произведенной продукции.
Привлекательность индустрии для покупателей	Покупатель будет заинтересован в производстве ЛКМ при условии, что произведенная им продукция будет дешевле рыночной цены. При высокой себестоимости конечного продукта производство теряет всякий смысл. Также некоторые потребители ЛКМ нуждаются в высокотехнологичной продукции, производство которой требует новые технологии и следовательно более крупные инвестиции. В этом случае потребителю ЛКМ нецелесообразно ставить свое производство. В целом интеграция «назад» возможна, однако необходимо быть уверенным, что данное производство будет выгодным.

Описание сложившейся конъюнктуры рынка по продукту/услуге проекта

ПЭСТ-анализ предназначен для выявления политических, экономических, социальных и технологических аспектов внешней среды влияющие на индустрию.

Политический аспект

Казахстан расширил возможности рынка после присоединении в Единое Экономическое Пространство (ЕЭП), вместе с такими странами как Россия и Белоруссия. Присоединение к Таможенному Союзу с одной стороны, расширяет потенциальный рынок сбыта, с другой стороны, Россия имеет собственную мощную химическую промышленность и также отличается сравнительно низким с мировым уровнем развития обрабатывающей промышленности, большую часть произведенной химической продукции экспортирует, то есть является потенциальным конкурентом.

Экономический аспект

Удаленность Казахстана от конечных потребителей создает высокую стоимость транспортировки, так как транспортное плечо составляет несколько тыс. километров по суше, со следующими осложняющими условиями:

постоянный рост железнодорожных тарифов. Так, в течение трех ближайших лет планируется рост тарифов на 15%-17% ежегодно

специальные условия перевозки химической продукции

дефицит специального ж-д транспорта.

Социальный аспект

Вследствие влияния экономического кризиса имеется дефицит финансовых средств внутри страны и сложилась сравнительно низкий текущий уровень инвестиционной привлекательности для внешних и локальных инвесторов, в том числе в химической отрасли.

Технологический аспект

Наблюдается моральное устаревание действующих производств, у работающих в настоящее время отрасли предприятий практически все технологии 70-80-х годов прошлого века. Ряд ранее действовавших производств остановлены (химволокно) либо загружены не полностью (производство удобрений – 15- 20% загрузки мощностей), часть мощностей загружены (хромиты – 60-80% загрузки).

Анализ существующей и прогнозируемой конъюнктуры спроса на образующуюся в результате реализации проекта продукцию (товары/услуги) - проблемы, решения, статус реализуемых проектов

В 2019 году численность персонала химических предприятий по сравнению с 2004 годом значительно выросло. В тоже время за аналогичный период прибавилось 11 предприятий. Рост численности на 2,1 тыс. человек обусловлено запуском ввод крупных предприятий, ростом рентабельности производства. Увеличение количества предприятий вызвано появлением множества мелких производств.

По состоянию на 2019 год в региональном разрезе размещение крупных и средних химических предприятий представлена следующим образом:

в Туркестанской и Жамбылской областях расположены предприятия по производству минеральных удобрений, средств бытовой химии, лаков и красок, а также предприятия по переработке техногенных отходов. На юге

республики расположено одно крупное предприятие - ТОО "Казфосфат" (Жамбылская область).

в Западном Казахстане расположены предприятия по производству продукции неорганической химии, взрывчатых веществ, минеральных удобрений. На западе Казахстана имеются два крупных предприятия - ТОО "КазАзот" (Мангистауская область) и АО "Актюбинский завод хромовых соединений" (Актюбинская область), а также одно простаивающее среднее предприятие - ТОО "Казахстанский Центр комплексной утилизации боеприпасов "Нитрохим" (Актюбинская область).

в Северном и Восточном Казахстане расположены предприятия по производству лаков и красок, полиэфирных смол, взрывчатых веществ, противогазов и респираторов, средств защиты растений, а также серной кислоты как побочного продукта металлургического производства. В данном регионе республики расположены средние предприятия - АО "Каустик" (Павлодарская область), АО "Орика-Казахстан", ТОО "Ульба-ФторКомплекс", ТОО "Серебрянский завод неорганических производств" (Восточно-Казахстанская область). Кроме того, в Восточно-Казахстанской области расположено АО "Казцинк" (крупное металлургическое предприятие, выпускающее серную кислоту).

в Центральном Казахстане расположены предприятия по производству лаков и красок, взрывчатых веществ, средств защиты растений и бытовой химии. В данном регионе республики размещено наибольшее количество химических предприятий, в том числе крупные предприятия металлургической отрасли, побочным продуктом производства которых является серная кислота (АО "Арселор Митал Темиртау", ТОО "Корпорация "Казахмыс", Карагандинская область), а также более десяти средних предприятий в Карагандинской области - ТОО "Максам Казахстан", ТОО "Вертекс-Инициатив", ТОО "Эгофом", ТОО "Alian Paint", ТОО "Гербициды", ТОО "Прогресс-Сельхозхим" и другие.

Текущая ситуация: потенциал для развития нефтехимической и химической промышленности в Казахстане 1. Экономика Казахстана сильно зависит от природных ресурсов, в том числе нефти и газа. За период с января по апрель 2020 года доля топливно-энергетического комплекса составила 77% всего экспорта страны (*КС МНЭ РК, 2020*). Отечественный нефтегазовый сектор стремительно развивался с 1997 года, нефтехимическая и химическая промышленность в стране только начинает зарождаться: так, к 2020 году она представляла уже 68% доли ВРП всего промышленного производства.

По состоянию на январь 2020 в Казахстане было зарегистрировано 409 крупных и средних предприятий под категорией «химическая промышленность». В 2020 году в производстве базовой нефтехимической продукции было занято 8 021 человек, а в производстве химикатов для промышленности - 13 702 человека.

Продукты нефтехимии и химии используются во множестве продуктов. Ожидается, что в будущем они будут пользоваться еще большим спросом на

внутреннем рынке Казахстана. Объем производства продуктов базовой нефтехимии в 2008 - 2018 годах имел совокупный годовой рост 17% в год. В то же время Казахстан импортирует большую долю нефтехимических и химических товаров, поэтому импортозамещение принесло бы стране ощутимую пользу. По прогнозам, до 2050 года мировая торговля продуктами химической промышленности будет расти примерно на 3% в год

Географическое положение Казахстана создает потенциал поставлять продукцию нефтехимии и химии и в Китай, Россию и Корею, а также в ряд других государств региона, таких как Азербайджан, Кыргызстан и Украина. К примеру, Китай является крупнейшим в мире потребителем химикатов (ISC and WPC, 2018), и ожидается, что за период с 2013 по 2020 год химическая промышленность Китая вырастет на 9-11% (KPMG, 2018). Ожидается, что нефтехимическое производство в России к 2019 году удвоится.

Для развития нефтехимической и химической промышленности важно иметь доступ к дешевому сырью: нефти, газу и каменному углю (ISC and WPC, 2018). Казахстан хорошо обеспечен всеми этими ресурсами. Так, в 2018 году страна обладала разведанными запасами нефти в размере 30 млрд баррелей и природного газа в объеме 85 т.кф, которые по большей части сосредоточены в районе месторождений жидких углеводородов.

Три основных проблемы, препятствующих развитию нефтехимической и химической промышленности Казахстана

Для того, чтобы Казахстану развить нефтехимическую и химическую промышленность, ему нужно устранить ряд проблем: 1) нехватка технологий глубокой переработки нефти и газа, недостаточный технологический уровень нефтехимических предприятий, а также износ существующей техники и оборудования; 2) транспортная инфраструктура, унаследованная Казахстаном со времен Советского Союза, не идеально подходит для перевозки сырья или готовой продукции; 3) недостаток у работников необходимых профессиональных навыков и существенные недостатки в профессиональной подготовке.

Профессионально-техническое образование имеет большое значение для роста нефтехимической и химической промышленности, где применяются сложные производственные технологии, оборудование и рабочие процессы, обуславливая потребность в высококвалифицированных технических специалистах. В системе ПТО профессиональные стандарты являются важным связующим звеном между требованиями работодателей и развитием человеческого капитала (т. е. образовательными программами), влияя, таким образом, на людей на протяжении всей трудовой жизни. Среднеквалифицированные и квалифицированные кадры (технические специалисты) составляют значительную часть рабочей силы в рассматриваемой отрасли: они работают операторами-технологами, специалистами по техническому обслуживанию, лаборантами и специалистами по проведению механических испытаний. Например, в Германии, обладающей самой развитой химической промышленностью в

Европе, 56% отраслевого персонала в 2011 году составляли квалифицированные специалисты с профессионально-техническим образованием. В США, на долю которых приходится 15% всей химической продукции в мире, производственные рабочие представляли около 42% кадрового состава отрасли в 2019 году, в то время как доля специалистов по монтажу, техническому обслуживанию и ремонту не превышала 10%. К 2020 году, технические роли, для которых необходимо профессиональное образование, составили 70% всех профессий в отрасли производства основных химических веществ. Мировая тенденция такова, что вследствие мировой конкуренции, рабочая сила постоянно повышает квалификации, получает новые и различные квалификации, вследствие чего рынок труда получает более подготовленных молодых специалистов. Повышение квалификации кадров может стимулировать развитие кластеров в отрасли и привлечь иностранные инвестиции.

Описание уже реализованных проектов (функционал объекта, преимущества и недостатки)

Основными предприятиями производящие химическую продукцию в Казахстане можно назвать следующие:

АО «Актюбинский завод хромовых соединений»

АО «Ульбинский металлургический завод»

АО «Каустик»

АО «Орика-Казахстан»

АО «Темиртауский электрометаллургический комбинат»

ТОО «Иртышская Редкоземельная Компания»

ТОО «КазАзот»

ТОО «Казфосфат»

ТОО «КазЦКУБ Нитрохим»

ТОО «Компания Нефтехим LTD»

Для выявления проблем на данных предприятиях были сделаны запросы в компании и акиматы.

АО «Актюбинский завод хромовых соединений»

АО «Актюбинский завод хромовых соединений» является одним из трех в СНГ производителей хромовых соединений, действует с 1957 года. Предприятие ориентировано на выпуск бихромата натрия, окиси хрома, хромового ангидрида, сульфата хрома (хромовый дубитель из хромитовых руд (порядка 10%)), добываемых в Актюбинской области. Близость к месту добычи хромовой руды является важным преимуществом перед конкурентами. Более 90% хромовых солей АО «Актюбинский завод хромовых соединений» экспортируется в страны ближнего и дальнего зарубежья. АО «АЗХС» в 2004 году получил международный сертификат соответствия качества стандарта ISO-9001.

В АО «АЗХС» существует такая проблема как затоваривание складов. Основная причина данной проблемы - летний период, в который традиционно

резко снижаются объемы реализации продукции и возрастает конкуренция со стороны российских производителей. Основной конкурент АО «АЗХС» Новотроицкий завод хромовых соединений а также Первоуральский завод этого же профиля.

До создания Таможенного союза у АО «АЗХС» постоянно были проблемы с растормаживанием соды. Несколько вагонов этого груза простаивали на таможне от 7 до 15 суток. Сейчас этой проблемы нет. Привезенный из России и Беларуси груз начинает перерабатывать сразу по доставке на завод без всякой таможенной «очистки».

Несмотря на устаревшее здание завода построенного в 50-60-х годах прошлого века, содержание завода очень изменилось. Выросло качество продукции, что безусловно повлияло на показатели производства предприятия: 95 процентов продукции идет на экспорт в дальнее зарубежье. Всего в этом году в развитие производства руководство АО намерено инвестировать около одного миллиарда тенге. Эти средства пойдут на возведение новых объектов, ремонт и строительство шламовых прудов, улучшение охраны окружающей среды и техники безопасности, оздоровление работников. Поэтому есть уверенность, что завод и впредь будет работать надежно и устойчиво. (2011 год)

Проблемы

Наблюдается снижение загрузки мощностей предприятия по производству хромовых солей на 50%, по причине низкого спроса на мировом рынке.

АО «Ульбинский металлургический завод»

Акционерное общество "Ульбинский металлургический завод" (АО "УМЗ") расположено в г.Усть-Каменогорске Восточно-Казахстанской области Республика Казахстан.

С 1997 года предприятие входит в состав Национальной Атомной компании "КАЗАТОМПРОМ", представляющей интересы Республики Казахстан в атомной промышленности.

Официальной датой рождения Ульбинского металлургического завода считается 29 октября 1949 года. В тот день на склад предприятия была поставлена первая продукция.

К началу 70-х годов УМЗ вошел в число крупнейших в мире производителей изделий из урана, бериллия и тантала.

Акционерное общество "Ульбинский металлургический завод" - это уникальное предприятие, имеющее почти 60-летний опыт производства и поставок продукции мирового уровня. Сегодня в составе предприятия:

- крупнейшее в СНГ производство ядерного топлива для атомной энергетики;
- единственное на Евразийском континенте производство, выпускающее все виды бериллийсодержащей продукции от черновых слитков до готовых изделий.

- единственное в СНГ производство тантала, оснащенное мощным современным оборудованием, способным перерабатывать любое тантал-ниобийсодержащее сырье;

- мощная научно-исследовательская база;
- крупный проектно-конструкторский институт;
- мощная инфраструктура вспомогательных производств.

Перед АО "УМЗ" и НАК "Казатомпром" в настоящий момент стоит задача, опираясь на огромный потенциал Казахстана, обладающего 25 процентами мировых запасов урана, вывести атомную отрасль на качественно новый уровень. Располагая значительными запасами бериллиевого сырья, коллектив ставит перед собой задачу по увеличению объемов сбыта бериллиевой продукции, изготавливаемой на базе качественно новых технологий и занять до 20 процентов доли мирового потребления.

АО «УМЗ» получило сертификат, подтверждающий соответствие действующей на предприятии системы менеджмента требованиям стандартов ISO 9001, ISO 14001 и BS OHSAS 18001.

В ноябре 2011 года АО «Ульбинский металлургический завод» и китайские компании China Guangdong Nuclear Power Corporation – Uranium Resources Company (CGNPC-URC), China Nuclear Fuel South Company (CNFSC), China Nuclear Energy Industry Corporation (CNEIC) подписали долгосрочный контракт на поставку топливных таблеток АО «УМЗ» в Китай. Данный контракт дает старт первому крупному коммерческому проекту по поставкам топливных таблеток АО «УМЗ» на азиатский рынок и предусматривает ежегодное увеличение объемов их реализации.

Проблемы

Сбыт:

Узкий ассортимент продукции компании;

Ограниченные производственные мощности ОФ (относительно потребности рынка);

По фторгипсу (новый продукт) – проблемы с проведением испытания нового продукта.

Транспортировка:

Отсутствие своего подвижного состава;

Острый дефицит подвижного состава на АО «НК «КТЖ».

АО «Каустик»

АО «Каустик» является единственным производителем каустической соды, хлора, соляной кислоты и гипохлорита натрия на территории Республики Казахстан.

В рамках Государственной программы ФИИР Республики Казахстан на 2010-2014 годы, АО «Каустик» произвело строительство нового химического завода по производству каустической соды и жидкого хлора мембранным методом.

Проблемы

Сбыт готовой продукции по хлору, соляной кислоте. Демпинг цен по соляной кислоте со стороны Российских производителей.

Высокая ставка банковского финансирования.

АО «Орика-Казахстан»

АО «Орика-Казахстан» производит и поставляет казахстанским горнорудным компаниям взрывчатые вещества и средства взрывания для разработки и добычи полезных ископаемых. Основным предметом производства являются эмульсионные взрывчатые вещества. Этот тип взрывчатых веществ является последним поколением взрывчатых веществ (ВВ) и считается наиболее безопасным при транспортировке и хранении. Также данный тип ВВ считается наиболее экологически чистым при сравнении с ВВ содержащих тротил, которые сейчас широко используются на горнорудных предприятиях РК. Также компания производит сборку неэлектрических систем взрывания (НСВ) которая также является последним поколением систем взрывания. Которые поставляются как на внутренний рынок так и за рубеж.

Завод по производству эмульсионной матрицы АО «Орика-Казахстан» открыт в Екибастузе, сообщила пресс-служба акимата Павлодарской области.

Завод в Екибастузе - второй в Казахстане по производству компонентов эмульсионных взрывчатых веществ австралийского концерна «ORICA», являющегося мировым лидером в производстве взрывчатых материалов. Концерн накопил огромный опыт производства взрывчатых материалов, выполняет взрывные работы на горнодобывающих предприятиях в 56 странах мира. Имеет 150 заводов по производству взрывчатки и ее компонентов.

При строительстве завода в городе Экибастузе АО «Орика-Казахстан» применены передовые технологии и ноу-хау концерна, завод и производимая им продукция будет соответствовать мировым стандартам качества и безопасности. Ожидаемые результаты реализации проекта, кроме удешевления стоимости взрывчатых материалов, использование продуктов «ORICA» позволит существенно повысить безопасность взрывных работ.

Общий объем инвестиций по проекту составляет 2,2 млрд тенге, проектная мощность производства по выпуску эмульсионной матрицы - 21 тыс т в год. Сырье для получения продукции завозится из Алматы, Актау, Усть-Каменогорска. Рынок сбыта выпускаемой продукции – ТОО «Богатырь-Комир», разрез «Восточный» и рудник «Керегетас» корпорации ENRC, ТОО «Майкубен Вест», Жайремский ГОК, в перспективе Бозшакольский ГОК, передает Новости-Казахстан.

В год экибастузский завод способен производить 21 тысячу тонн эмульсионной матрицы. В рамках проведения испытаний здесь уже выпустили 1200 тонн. Ещё на выпуск 15 тысяч тонн продукции заключены контракты. На полную проектную мощность экибастузцы планируют выйти с завершением строительства Бозшакольского горно-обогатительного комбината.

Основными конкурентами общества являются российские заводы по производству взрывчатых веществ: ЗАО «Знамя», ЗАО «Искра», ТОО

«Нитровзрыв» и их дилеры на рынке Казахстана ТОО «Жарылыс», ЗАО «Промвзрыв» и филиал испанской компании UEE в Республике

Проблемы

Проблем не выявлено

АО «Темиртауский электрометаллургический комбинат»

Акционерное общество «Темиртауский электрометаллургический комбинат» - единственный в Республике Казахстан производитель карбида кальция. Наряду с карбидом кальция комбинат производит ферросплавы, двуокись углерода, кислород, известняк флюсовый и марганцевый концентрат.

АО "Темиртауский электрометаллургический комбинат" - АО "ТЭМК" основан в 1994 году. АО «ТЭМК» - полностью интегрированная компания, деятельность которой охватывает все этапы, от добычи руды до производства товарного продукта. Основной деятельностью компании является добыча марганцевой руды и известняка, производство из них ферросплавов и карбида кальция, и их реализация. В состав АО "ТЭМК" входят предприятия химической, металлургической и горнодобывающей промышленности: - Южно-Топарское рудоуправление по добыче и переработке известняка; - Рудоуправление «Марганец» по добыче и переработке марганцевых и железомарганцевых руд; - Химико-металлургический завод по производству карбида кальция и ферросплавов; - Акмолинский филиал по производству строительных материалов. АО "ТЭМК", имея собственную сырьевую базу и производственные мощности, создал полный производственный цикл Сырье – производство – готовый продукт. Вся продукция АО "ТЭМК" имеет сертификаты соответствия Республики Казахстан. Контроль качества продукции выпускаемой комбинатом осуществляется аккредитованным испытательным центром. Контроль выброса вредных веществ в атмосферу осуществляет аттестованная санитарная лаборатория отдела охраны окружающей среды и экологии АО «ТЭМК». Акционерное общество «Темиртауский электрометаллургический комбинат» - единственный в Республике Казахстан производитель карбида кальция. Наряду с карбидом кальция комбинат производит ферросплавы, двуокись углерода, кислород, известняк флюсовый и марганцевый концентрат.

Проблемы

Проблем не выявлено

ТОО «Иртышская Редкоземельная Компания»

ТОО "Иртышская редкоземельная компания" (ИРЗК), созданная в 1999 г. на базе редкоземельного производства Иртышского химико-металлургического завода (пос. Первомайский, Шемонаихинский р-н, Восточно-Казахстанская область). Компания контролируется германской фирмой «Sparky». Основной продукцией ИРЗК являются соединения церия и лантана. Предприятие импортирует редкоземельное сырье из России и Китая.

Продукция производимая на предприятии (карбонаты церия, диоксид церия, азотнокислый раствор, карбонат дидима, карбонаты СЕГ)

экспортируется не только по Республике Казахстан, но и в Россию, Японию, Австрию.

Проблемы

Проблем не выявлено

ТОО «КазАзот»

Товарищество с ограниченной ответственностью «КазАзот», является единственным производителем аммиака и аммиачной селитры в Республике Казахстан. Предприятие образовано 16 ноября 2005 года на базе химического комплекса Прикаспийского Горно-Металлургического Комбината (ПГМК) бывшего союзного Министерства среднего машиностроения.

Все действующие производства аммиака, слабой азотной кислоты и аммиачной селитры размещены на площадке Азотно-тукового завода (АТЗ).

Проектные производственные мощности ТОО «КазАзот» характеризуются следующими показателями:

- производство аммиака – 600 тонн/сут.;
- производство слабой 46% азотной кислоты – 875 тонн/сут.;
- производство аммиачной селитры – 1 000 тонн/сут.

Основное сырье – природный газ, для ТОО «КазАзот», поставляется с Казахского газоперерабатывающего завода. Все энергоресурсы: электроэнергия, морская вода, техническая вода, питьевая вода, дистилляты глубокой очистки и общего потока поставляются с ТОО «МАЭК Казатомпром».

Учитывая эксклюзивность производств аммиака, слабой азотной кислоты и аммиачной селитры в химической отрасли Республики Казахстан, а также сложившуюся конъюнктуру рынка, ТОО «КазАзот» с первых дней своей деятельности и в перспективе развития выбрал основным приоритетным направлением производство азотных минеральных удобрений.

Проблемы

Основной проблемой предприятия является транспортировка готовой продукции на территории Казахстана.

ТОО «Казфосфат»

ТОО «Казфосфат» объединяет в себе Жамбылский филиал (Новоджамбулский фосфорный завод-НДФЗ), Таразский филиал ТОО «Казфосфат» «Минеральные удобрения», Филиал ТОО «Казфосфат» Горно-перерабатывающий комплекс «Каратау», Филиал ТОО «Казфосфат» «Железнодорожно-транспортный комплекс», Степногорский филиал ТОО «Казфосфат» «Химический завод», Шымкентский филиал (ЦСМС) ТОО «Казфосфат», «Казфосфат» Горно-перерабатывающий комплекс «Чулактау».

Сотрудничество ТОО «Казфосфат» с крупнейшей чешской компанией по переработке желтого фосфора «Fosfa akciová společnost» привело к созданию совместного казахстанско-чешского предприятия по производству гексаметафосфата натрия и других фосфорных солей. Кроме того, в планах сотрудничества жамбылского предприятия с чешской компанией есть и выпуск жидких синтетических моющих средств. Новое предприятие «Каз-

Фос» стоимостью порядка 500 млн. тенге финансируется на паритетных началах казахстанской и чешской стороной. На промышленную мощность – до пяти тысяч тонн продукции ежегодно – жамбылское предприятие планирует выйти к сентябрю 2012 года. Мощность предприятия 4 тысячи тонн гексаметафосфата натрия в год. Срок реализации проекта 2011- 2012 годы, стоимость – 500 млн тенге.

Проблемы

1.Одной из основных проблем предприятия является осложнения со сбытом и транспортировкой фосфорной продукции в Европу в связи с проведением антидемпингового расследования по желтому фосфору.

2. Ежегодное увеличение тарифов на электроэнергию (компания является энергоемким (35 % в себестоимости составляет электроэнергия) и ж\д перевозки, которые опережают рост цен на готовую продукцию на мировом рынке, что вынуждает предприятия снижать объемы производства в связи с неконкурентоспособностью по ценовым аспектам.

3.Постоянный рост тарифов АО «KEGOC».

4.Острый дефицит подвижного состава АО «КТЖ» (полувагоны, хоппер-вагоны, цементовозы).

5.Сложные, почти невозможные, процедуры получения скидок АО «КТЖ» на железнодорожные перевозки.

6.Сложная процедура получения преференций по налогам на вновь вводимые объекты.

ТОО «КазЦКУБ Нитрохим»

ТОО «Казахстанский центр комплексной утилизации боеприпасов «Нитрохим», предлагает более 50 видов промышленных взрывчатых веществ.

Проблемы

Проблем не выявлено

ТОО «Компания Нефтехим LTD»

ТОО «Компания Нефтехим LTD» (Павлодарская область Казахстана, на севере) по итогам 2011 года произвело 27 тыс. 975,765 тонны полипропилена против 20 тыс. 100,796 тонны в 2010 году, сообщили агентству «Интерфакс-Казахстан» на предприятии.

Объем производства метил-трет-бутилового эфира (МТБЭ) в прошлом году составил 15 тыс. 710,865 тонны против 12 тыс. 83,409 тонны в 2010 году.

Основными потребителями порошкового полипропилена за пределами Казахстана являются: Турция (Eastway Trading Limited);Украина (Petrochemical Systems & Technologies), Китай (XINJIANG SANBAO INDUSTRY GROUP CO., FAMOUS FORTUNE TRADING LIMITED, HARMONY TRADING DEVELOPMENT LIMITED). По итогам прошлого года Турция приобрела 6 тыс. тонн порошкового полипропилена, Украина — 1480 тонн, Китай — 17512 тонн.

Основными покупателями МТБЭ являются такие страны, как Украина (Petrochemical Systems & Technologies) и Россия (ЗАО «Нефтегазовая

Компания «Капитал Газ»). Так, Россия приобрела в прошлом году 10140 тонн МТБЭ, Украина — 2,5 тыс. тонн.

В 2012 году «Нефтехим LTD» планирует произвести 35952 тонн порошкового полипропилена, МТБЭ — 18618 тонн. Компания образована в марте 2005 года. Основным видом деятельности предприятия является переработка нефти и выработка сжиженного газа природного материала, богатого пропан-пропиленовой и бутан-бутиленовой фракциями.

Следующий шаг – расширение производства. На базе ТОО «Компания «Нефтехим LTD» будет построена собственная установка по переработке нефти мощностью три миллиона тонн в год. В перспективе компания планирует наладить выпуск гранулированного полипропилена, а затем и различных изделий из пластмасс.

Проблемы

Основной проблемой компании ТОО «Компания Нефтехим LTD» является доступ к сырью и наличие сырья и полуфабрикатов.

SWOT-анализ - определение и оценка потенциальных сильных и слабых сторон, возможностей и угроз товаров, работ, услуг, предполагаемых в рамках реализации проекта (обязательно указываются используемые источники информации проведения маркетинговых исследований с приложением отчетов)

Проведенный анализ позволил систематизировать основные проблемы для химической отрасли Казахстана. Эти проблемы можно условно разделить на объективные, где потребуются серьезные и нестандартные пути решения и проблемы, решение которых можно добиться организационными мерами. К системным проблемам отрасли можно отнести:

- Ограниченная емкость внутреннего рынка (слабая концентрация населения)
- Ограниченный экспортный потенциал (конкуренция в конечных сегментах).
- Проблемы с доступом к сырью.
- Физический и моральный износ основных фондов
- Логистические проблемы.

Емкость внутреннего рынка Казахстана в химической отрасли очень ограничена. Низкие потребительские качества, ограниченный ассортимент ряда отечественных химикатов, неразвитость инфраструктуры внутреннего рынка, неготовность потребляющих секторов экономики к переработке и использованию ряда материалов объективно создают условия для расширения импорта химической продукции. Емкость внутреннего рынка будет увеличиваться по мере реализации ГПФИИР и индустриализации страны. Однако уже сейчас можно говорить о наличии серьезных скрытых потенциалах спроса в АПК. Но, не смотря на это, существует невысокий спрос сельхозпроизводителей на минеральные удобрения, связанный с их низкой платежеспособностью.

Ограниченный экспортный потенциал связан с высокой конкуренцией на мировом рынке в продукции с высокой добавленной стоимостью. Если взглянуть на основные химические продукты, экспортируемые из страны, то в основном химическая продукция поставляется на экспорт в виде сырья. При этом импортируется продукция химической промышленности с высокой степенью переработки. Также влияет неразвитость инфраструктуры рынков, низкий уровень сервисных услуг, слабая реклама отечественных и, наоборот, тотально доминирующая реклама импортных товаров. Проблемы экспорта потребуют поиска нестандартных решений и во многом зависят от глубокого понимания соседних рынков.

Проблемы с доступом к сырью обосновываются тем, что устойчивое развитие химической и нефтехимической промышленности невозможно без решения проблемы обеспечения предприятий отрасли углеводородным сырьем, на базе которого производится до 80% химической продукции.

Физический и моральный износ основных фондов зависит от высокого уровня износа оборудования (43-80%) и низких темпах обновления производственных фондов (около 1% при минимально необходимых 12-15% в год). Проблемы физического износа оборудования в основном связаны с доступом к длинным деньгам, государство сделало все необходимые усилия и предприняло меры для обеспечения такой возможности, сейчас так же прорабатывается законодательство по проектному финансированию, которое так же позволит создать еще одну возможность долгосрочного финансирования.

Логистические проблемы в химической отрасли страны можно назвать одними из основных проблем. Мировая практика подтверждает, что наличие водных каналов в открытом море, является самым дешевым способом транспортировки грузов по миру. Так как Казахстан не имеет таких каналов и находится в значительном отдалении от них, транспортировка может производиться только железнодорожным и автомобильным транспортом, что значительно дороже водного транспорта. Транспортировка химических продуктов железнодорожным транспортом также затрудняется нехваткой специальных составов для транспортировки опасных химических веществ.

Основные выводы и рекомендации

Богатая минерально-сырьевая база Казахстана обладает богатыми запасами различных полезных ископаемых, в т.ч. металлов, углеводородов, сырья для промышленности и др. Страна занимает ведущее место в мире по запасам хромита, свинца, цинка, урана. Имеются также существенные запасы алюминия, меди, золота, железной руды, марганца, природного газа, нефти.

Наличие необходимой промышленной инфраструктуры. Имеются различные индустриальные зоны, технопарки и специальные экономические зоны с необходимой инфраструктурой для химического производства

Близость к обширным рынкам сбыта. В радиусе 2000 км от Казахстана находятся столицы 11 государств, более 40 крупных и наиболее

динамично растущих городов Центральной Азии, Ближнего Востока, Индии и Китая.

Для достижения компаниями химической индустрии оперативного совершенства их структура должна согласовать с их конкурентной сущностью. Выстраивание как организационных (управления, процесс, люди) так и структурных активов (инфраструктура, сеть) для оптимального поддержания конкурентной сущности часто необходимы программы трансформационного характера. Как организационная структура, так и структура основанная на активах спроектированы и разработаны на основе внешних и внутренних приоритетов — от регулирования тенденций и долгосрочных издержек цепей поставок до изменения набора квалификаций и возможности улучшенных технологий. Структурные аспекты должны ответить на четыре ключевых вопроса:

- Каковы отличительные возможности нашей организации и наших активов и мероприятий, в которых мы должны сосредоточить инвестиции?
- Где мы устанавливаем наши операции для обеспечения правильного сочетания глобального, регионального и местного присутствия?
- Кто должен быть в критической роли, необходимые для нашей структуры для достижения успеха, и с кем мы должны сотрудничать для аутсорсинга непрофильных возможности?
- Как будет выполняться данная модели, чтобы получить преимущество?

Рекомендации по развитию химической промышленности:

Необходимо обеспечить включение в план геологоразведочных поисковых работ по месторождениям сырья для химической промышленности. Содействие в получении доступа к углеводородному сырью и продуктам нефтепереработки на отечественных нефтеперерабатывающих заводах в целях их использования в химических переделах при производстве продуктов органической химии в Казахстане.

Реализация целевых прикладных научно-исследовательских программ по созданию новых химических продуктов, решению технологических проблем химических предприятий, применению химической продукции на предприятиях других отраслей. Также данные работы должны производиться казахстанскими и ведущими зарубежными исследователями на принципах совместного участия с целью обеспечения передового мирового уровня разработок. На таких же принципах необходимо выделить гранты на создание новых химических продуктов и применение химической продукции на предприятиях других отраслей.

Реализация потенциала внутреннего спроса должна производиться путем стимулирования внутреннего потребления минеральных удобрений и специальных химикатов отечественного производства. Данное мероприятие может быть реализовано посредством увеличения объемов субсидирования сельхозпроизводителей и расширения ассортимента субсидируемых минеральных удобрений и агрохимической продукции отечественного производства.

Содействие развитию и продвижению экспорта может быть осуществлено при помощи следующих мер:

Возмещение затрат химическим предприятиям – экспортерам продукции на реализацию мероприятий по созданию узнаваемого имиджа казахстанской химической продукции.

Создание организованной системы дистрибуции химической продукции, включающей системы снабжения предприятий химическим сырьем и реализации готовой продукции, транспортно-логистический сервис.

Применение мер таможенного регулирования в целях ограничения экспорта продукции начальных переделов химического сырья, стимулирования экспорта химической продукции с высокой добавленной стоимостью.

Для повышения эффективности инфраструктуры необходимо производить регулирование тарифов на услуги естественных монополистов (инфраструктура) в целях обеспечения конкурентоспособности химической продукции, необходимо установление пределов роста цен и тарифов на продукцию и услуги субъектов естественных монополий, планирование и строительство объектов инфраструктуры с учетом размещения и мощностей создаваемых производств.

Переупрофилирование системы подготовки производственного персонала на базе средних специальных учебных заведений на текущие и перспективные потребности предприятий химической промышленности.

Обеспечение продолжительной производственной практики студентов старших курсов химических специальностей на базе отечественных и зарубежных профильных предприятий.

Исполнитель

Керембаев А.Т.

ОТЧЕТ
по результатам маркетингового исследования
ПРОИЗВОДСТВО СТРОИТЕЛЬНЫХ МАТЕРИАЛОВ И
ПРОЧЕЙ НЕ МЕТАЛЛИЧЕСКОЙ МИНЕРАЛЬНОЙ
ПРОДУКЦИИ. ПРОИЗВОДСТВО ЦЕМЕНТА, ИЗВЕСТИ И
СТРОИТЕЛЬНОГО ГИПСА

Подготовлен в рамках проведения маркетинговых исследований в приоритетных секторах Государственной программы поддержки и развития бизнеса «Дорожная карта бизнеса – 2025»

Отрасль: Производство цемента, извести и строительного гипса (код ОКЭД - 23.52)

Заказчик: Национальная палата предпринимателей «Атамекен»

Исполнитель: Керембаев А.Т.

Нур-Султан
2020

СОДЕРЖАНИЕ

Описание отрасли, существующие проблемы и тенденции.....	3
Оказываемая поддержка отрасли.....	26
Перспективы отрасли в рамках реализации проектов (объем рынка, планируемые проекты, обоснование спроса в будущем)	29
Определение возможности и целесообразности реализации проекта.....	31
Внутреннее производство.....	32
Производственные мощности.....	33
Внешняя торговля.....	38
Размер рынка.....	46
Обзор цен.....	48
Потребительское поведение.....	50
Описание сложившейся конъюнктуры рынка по продукту/услуге проекта.....	52
Анализ существующей и прогнозируемой конъюнктуры спроса на образующуюся в результате реализации проекта продукцию (товары/услуги) - проблемы, решения, статус реализуемых проектов....	55
Описание уже реализованных проектов (функционал объекта, преимущества и недостатки)	57
SWOT-анализ - определение и оценка потенциальных сильных и слабых сторон, возможностей и угроз товаров, работ, услуг, предполагаемых в рамках реализации проекта (обязательно указываются используемые источники информации проведения маркетинговых исследований с приложением отчетов)	59
Основные выводы и рекомендации.....	64

ОПИСАНИЕ ОТРАСЛИ, СУЩЕСТВУЮЩИЕ ПРОБЛЕМЫ И ТЕНДЕНЦИИ

Промышленность строительных материалов является крупной составляющей экономики любой страны. Являясь основной материальной базой для строительства, она существенно влияет на темпы роста в других отраслях экономики и социальное состояние общества в целом. Промышленность строительных материалов - это комплексная отрасль, включающая порядка 20 самостоятельных подотраслей, многие из которых насчитывают в своем составе несколько производств, при этом каждая отрасль образует свой рынок, который функционирует самостоятельно, образуя в совокупности общий рынок строительных материалов. Ниже представлены основные классификационные виды строительных материалов, производящихся в Республике Казахстан (в соответствии с 5–значным ОКЭД).

Таб. 1 – Основные подклассы производства строительных материалов, производящихся в Республике Казахстан

ОКЭД	Основные сегменты (подклассы)
20301	<i>Производство красок, лаков и аналогичных красящих веществ, типографской краски и мастики</i>
20302	<i>Производство красок, лаков и аналогичных красящих веществ, типографской краски и мастики</i>
23111	<i>Стекло листовое</i> Этот подкласс включает: - стекло литое и прокатное, тянутое или выдувное, листовое или профилированное, но не обработанное другим способом - стекло-флоат и стекло со шлифованной или полированной поверхностью листовое, но не обработанное другим способом.
23201	<i>Изделия огнеупорные</i> Этот подкласс включает: - кирпичи, блоки, плитки и изделия керамические прочие из муки каменной кремнеземистой или земель диатомитовых - кирпичи керамические огнеупорные, блоки, плитки и материалы строительные керамические огнеупорные аналогичные, кроме материалов из каменной или земель диатомитовых.
22290	<i>Производство пластиковых труб</i>

23311	<i>Плитки и плиты керамические</i>
23521	<p>Цемент</p> <p>Этот подкласс включает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - клинкеры цемента - портландцемент, цемент глиноземистый, цемент шлаковый и цементы гидравлические аналогичные.
23611	<p><i>Изделия из бетона для строительных целей</i></p> <p>Этот подкласс включает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - плитки, плиты, кирпичи и изделия аналогичные из цемента, бетона или камня искусственного - элементы конструкций сборные для строительства, в том числе гражданского, из цемента, бетона или камня искусственного.
23631	<i>Бетон товарный</i>
23991	<p><i>Изделия минеральные неметаллические прочие, не включенные в другие группировки</i></p> <p>Этот подкласс включает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - изделия из асфальта или материалов аналогичных - смеси битумные, основанные на материалах каменных природных или искусственных, битуме нефтяном, асфальте природном или связанных с ними субстанциях.
23992	<i>Производство минеральных изоляционных материалов</i>
23993	<i>Производство мягких кровельных и гидроизоляционных материалов</i>
23994	<i>Производство искусственных и переработка естественных пористых заполнителей</i>
24106	<p><i>Стержни и прутки горячекатаные</i></p> <p>Этот подкласс включает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - изделия из асфальта или материалов аналогичных - смеси битумные, основанные на материалах каменных природных или искусственных, битуме нефтяном, асфальте природном или связанных с ними субстанциях.
	<i>Стержни и прутки горячекатаные</i>

24106	<p>Этот подкласс включает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - стержни и прутки горячекатаные в свободно смотанных бухтах из стали нелегированной - стержни и прутки прочие из стали штампованные, горячекатаные, горячепротянутые, горячепрессованные, но без дальнейшей обработки (включая скрученные после прокатки) - стержни и прутки, горячекатаные в свободно смотанных бухтах из стали нержавеющей - стержни и прутки, горячекатаные в свободно смотанных бухтах из стали легированной прочей
24201	<p><i>Трубы разных диаметров, профили полые бесшовные из стали</i></p> <p>Этот подкласс включает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - трубы и трубки прочие круглого сечения стальные - трубы и трубки некруглого сечения и профили пустотелые стальные.
24202	<p><i>Трубы и трубки сварные круглого сечения с наружным диаметром свыше 406,4 мм стальные</i></p> <p>Этот подкласс включает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - трубы и трубки прочие круглого сечения, сварные, с наружным диаметром свыше 406,4 мм стальные - трубы и трубки прочие со швом открытым или клепанные или соединенные аналогичным способом, круглого сечения с наружным диаметром свыше 406,4 мм стальные.
24203	<p><i>Трубы и трубки сварные с наружным диаметром не более 406,4 мм, стальные</i></p> <p>Этот подкласс включает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - трубы и трубки прочие, сварные, круглого сечения с наружным диаметром не более 406,4 мм, стальные - трубы и трубки некруглого сечения, сварные, с наружным диаметром не более 406,4 мм, стальные - трубы и трубки прочие со швом открытым или клепанные или соединенные аналогичным способом, с наружным диаметром не более 406,4 мм, стальные.

24333	<i>Сэндвич панели из покрытого стального листа</i>
24341	<p><i>Проволока, полученная путем холодного вытягивания</i></p> <p>Этот подкласс включает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - проволока, полученная путем холодного вытягивания, из стали нелегированной (углеродистой) - проволока, полученная путем холодного вытягивания, из стали нержавеющей - проволока, полученная путем холодного вытягивания, из стали легированной прочей.
25111	<i>Металлоконструкции строительные сборные</i>
25112	<p><i>Металлоконструкции и их части</i></p> <p>Этот подкласс включает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - мосты и секции мостов из металлов черных - башни и мачты решетчатые из металлов черных - конструкции прочие, части конструкций, плиты, прутки, уголки, профили и изделия аналогичные из металлов черных или алюминия.
25121	<i>Двери и пороги дверные, окна и их рамы металлические</i>
25211	<i>Радиаторы и котлы центрального отопления</i>
25991	<p><i>Металлоизделия для ванной и кухни</i></p> <p>Этот подкласс включает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - раковины, мойки, ванны, изделия санитарно-технические прочие и их части из металлов черных, меди или алюминия

По состоянию на 1 июля 2018 года (*годовые данные за 2019 год будут готовы 3 кв 2020 года источник: КС МНЭ РК*):

- по коду **ОКЭД 23** производства прочей неметаллической минеральной продукции, зарегистрировано 2 228 предприятий, из них крупных – 45, средних – 124, малых – 2 059. Из них действуют 1 221 предприятие, крупных – 30, средних – 100, малых – 1091 предприятие (*источник КазДата*).

- по коду **ОКЭД 20**, зарегистрировано 100 компаний из них крупные -3, остальные средние и малые предприятия. Предприятия в основном расположены в Южных и Восточных регионах страны.

- по коду ОКЭД 24, зарегистрировано 5 компаний, из них крупное – 2. География расположения следующая: одно предприятие в центральном регионе республики, одно в северном регионе, одно в восточном регионе, одно на западе и одно на юге.

Производители по остальному перечню основных строительных материалов, входящих по пятому знаку ОКЭД, относятся к малой или средней производственной мощности по выпуску готовой продукции.

Ниже представлен перечень основных производителей строительных материалов, в том числе, производителей цемента, извести и строительного гипса.

Таб. 2 – Основные предприятия производители строительных материалов, цемента (портландцемент М400/800, извести и строительного гипса) в Республике Казахстан

№	Наименование предприятия	ОКЭД	Место нахождения	Вид деятельности
1	ТОО Балкашинский кирпичный завод	23201	Акмолинская область	кирпичи, блоки, плитки и изделия керамические прочие из муки каменной кремнеземистой или земель диатомитовых
2	ТОО «ENKI»	23201	г. Кокшетау	кирпичи, блоки, плитки и изделия керамические прочие из муки каменной кремнеземистой или земель диатомитовых
3	ТОО «Кереге-Астана»	23201	Акмолинская область	кирпичи, блоки, плитки и изделия керамические прочие из муки каменной кремнеземистой или земель диатомитовых
4	АО «Айби Компани»	23201	Акмолинская область	кирпичи, блоки, плитки и изделия керамические прочие из муки каменной кремнеземистой или земель диатомитовых

5	АО «Казшпал»	23611	Акмолинская область	элементы конструкций сборные для строительства, в том числе гражданского, из цемента, бетона или камня искусственного
6	ТОО «Гефест»	23611	Акмолинская область	элементы конструкций сборные для строительства, в том числе гражданского, из цемента, бетона или камня искусственного
7	ТОО «ПСК Кокшетаустрой»	23611	Акмолинская область	элементы конструкций сборные для строительства, в том числе гражданского, из цемента, бетона или камня искусственного
8	ТОО «СП Достар»	23992	Акмолинская область	Производство минеральных изоляционных материалов
9	ТОО «Кулагер-Тас»	23994	Акмолинская область	Производство строительного щебня
10	ТОО Буландинский каменный карьер	23994	Акмолинская область	Производство строительного щебня
11	ТОО «Аркада Индастри»	23994	Акмолинская область	Производство строительного щебня
12	ТОО «СТЗ Арыстан»	22290	Акмолинская область	Производство пластиковых труб
13	АО «Лотос Актобе»	23201	Актюбинская область	кирпичи, блоки, плитки и изделия керамические прочие из муки каменной

				кремнеземистой или земель диатомитовых
14	АО «Коктас Актобе»	23201	Актюбинская область	кирпичи, блоки, плитки и изделия керамические прочие из муки каменной кремнеземистой или земель диатомитовых
15	ТОО «Силикат-А»	23201	Актюбинская область	кирпичи, блоки, плитки и изделия керамические прочие из муки каменной кремнеземистой или земель диатомитовых
16	ТОО «Актобе-СтройМонтаж»	23201	Актюбинская область	кирпичи керамические огнеупорные, блоки, плитки и материалы строительные керамические огнеупорные аналогичные, кроме материалов из каменной или земель диатомитовых
17	АО «Керамика»	23311	Актюбинская область	Производство керамических плиток
18	ТОО «Экотон-Батыс»	23611	Актюбинская область	элементы конструкций сборные для строительства, в том числе гражданского, из цемента, бетона или камня искусственного
19	ТОО «Завод ЖБИ-25»	23611	Актюбинская область	элементы конструкций сборные для строительства, в том числе гражданского, из цемента, бетона или камня искусственного

20	ТОО «Базальт-А»	23992	Актюбинская область	Производство минеральных изоляционных материалов
21	АО «Коктас-Актобе»	23994	Актюбинская область	Производство строительного щебня
22	АО «Тау Кен»	23994	Актюбинская область	Производство строительного щебня
23	Актобестройхиммонтаж	22290	Актюбинская область	Производство пластиковых труб
24	АО «АЗНТ»	22290	Актюбинская область	Производство пластиковых труб
25	ТОО «ISKER COMPANY»	23201	Алматинская область	кирпичи керамические огнеупорные, блоки, плитки и материалы строительные керамические огнеупорные аналогичные, кроме материалов из каменной или земель диатомитовых
26	ТОО «ТКСМ»	23201	Алматинская область	кирпичи керамические огнеупорные, блоки, плитки и материалы строительные керамические огнеупорные аналогичные, кроме материалов из каменной или земель диатомитовых
27	АО «БеНТ»	23611	Алматинская область	элементы конструкций сборные для строительства, в том числе гражданского, из цемента, бетона или камня искусственного

28	ТОО «ЖБЗ»	23611	Алматинская область	элементы конструкций сборные для строительства, в том числе гражданского, из цемента, бетона или камня искусственного
29	АО «Ремстройтехника»	23611	Алматинская область	элементы конструкций сборные для строительства, в том числе гражданского, из цемента, бетона или камня искусственного
30	ТОО Polpan KZ	23993	Алматинская область	Производство мягких кровельных и гидроизоляционных материалов
31	ТОО «Тас-2006»	23994	Кызылординская область	Производство строительного щебня
32	ТОО «Асфальтобетон»	23991	ЗКО	смеси битумные, основанные на материалах каменных природных или искусственных, битуме нефтяном, асфальте природном или связанных с ними субстанциях.
33	ТОО «Казтаспром»	23994	Атырауская область	Производство строительного щебня
34	ТОО Констракшн KZ	23611 23992	Атырауская область Атырауская область	элементы конструкций сборные для строительства, в том числе гражданского, из цемента, бетона или камня искусственного производство минеральных

				изоляционных материалов
35	ТОО «Силикат»	23201	Атырауская область	кирпичи керамические огнеупорные, блоки, плитки и материалы строительные керамические огнеупорные аналогичные, кроме материалов из каменной или земель диатомитовых
36	ТОО «УККП»	23201	Атырауская область	кирпичи керамические огнеупорные, блоки, плитки и материалы строительные керамические огнеупорные аналогичные, кроме материалов из каменной или земель диатомитовых
37	ТОО «КВАРТА»	23201	ВКО	кирпичи керамические огнеупорные, блоки, плитки и материалы строительные керамические огнеупорные аналогичные, кроме материалов из каменной или земель диатомитовых
38	ТОО «ГРК «Белогорстрой»	23201	ВКО ВКО	кирпичи керамические огнеупорные, блоки, плитки и материалы строительные керамические огнеупорные аналогичные, кроме материалов из каменной

				или земель диатомитовых
39	АО «Эскор»	23201	ВКО	кирпичи керамические огнеупорные, блоки, плитки и материалы строительные керамические огнеупорные аналогичные, кроме материалов из каменной или земель диатомитовых
40	Атырауский завод полиэтиленовых труб	22290	Атырауская область	Производство пластиковых труб
41	ТОО «Дорожник»	23994	СКО	Производство строительного щебня
42	ТОО «Гидромаш-МЖБК»	23611	ЗКО	элементы конструкций сборные для строительства, в том числе гражданского, из цемента, бетона или камня искусственного
43	ТОО «КЗМК-Имсталькон»	23611	Карагандинская область	элементы конструкций сборные для строительства, в том числе гражданского, из цемента, бетона или камня искусственного
44	ТОО «Казтрансметалл»	23611	Карагандинская область	элементы конструкций сборные для строительства, в том числе гражданского, из цемента, бетона или камня искусственного
45	АО «Карцемент»	23511	Карагандинская область	Производство цемента, включая клинкеры
46	ТОО «Казакцемент»	23511	ВКО	Производство цемента, включая клинкеры

47	АО «Бухтарминская цементная компания»	23511	ВКО	Производство цемента, включая клинкеры
48	ТОО «Цементный завод Семей»	23511	ВКО	Производство цемента, включая клинкеры
49	ТОО «Восток Универсал»	23992	ВКО	Производство минеральных изоляционных материалов
50	ТОО «Jambul Cement»	23511	Жамбылская область	Производство цемента, включая клинкеры
51	ТОО «Мынарал Тас Компани»	23511	Жамбылская область	Производство цемента, включая клинкеры
52	АО «Западно-Казахстанская корпорация строительных материалов»	23201	ЗКО	кирпичи керамические огнеупорные, блоки, плитки и материалы строительные керамические огнеупорные аналогичные, кроме материалов из каменной или земель диатомитовых
53	АО Central Asia Cement	23511	Карагандинская область	Производство цемента, включая клинкеры
54	ТОО СП «Карал пласт»	22290	Карагандинская область	Производство пластиковых труб
55	ТОО «Термо Мастер»	23992	Костанайская область	Производство минеральных изоляционных материалов
56	ТОО «Састобе Технолджис»	23511	Туркестанская область	Производство цемента, включая клинкеры
57	АО «Шымкентцемент»	23511	Туркестанская область	Производство цемента, включая клинкеры
	АО «КазБитумСервис»- завод «Руқан»	23993		Производство мягких кровельных и

58			Павлодарская область	гидроизоляционных материалов
59	АО «ПКРЗ»	23993	Павлодарская область	Производство мягких кровельных и гидроизоляционных материалов
60	АО «Arcelor Mittal Tubular Products Aktau»	24201	Мангыстауская область	трубы и трубки прочие круглого сечения стальные
61	ТОО «Асфальтобетон -1»	236991	г. Алматы	смеси битумные, основанные на материалах каменных природных или искусственных, битуме нефтяном, асфальте природном или связанных с ними субстанциях.
62	ТОО АЗМК	23611	г. Алматы	элементы конструкций сборные для строительства, в том числе гражданского, из цемента, бетона или камня искусственного
63	КСМК-5	23611	г. Алматы	элементы конструкций сборные для строительства, в том числе гражданского, из цемента, бетона или камня искусственного
63	ТОО «Казахстанский Трубный Завод»	22290	г. Нур-Султан	Производство полиэтиленовых труб
64	ТОО «Тобол-Керамик»	23201	Костанайская область	кирпичи керамические огнеупорные, блоки, плитки и материалы строительные керамические огнеупорные аналогичные, кроме

			Костанайская область	материалов из каменной или земель диатомитовых
65	ТОО «Торан»	23201	Костанайская область	кирпичи керамические огнеупорные, блоки, плитки и материалы строительные керамические огнеупорные аналогичные, кроме материалов из каменной или земель диатомитовых
66	ТОО «Стройпромгрупп-2030»	23201	Костанайская область	кирпичи керамические огнеупорные, блоки, плитки и материалы строительные керамические огнеупорные аналогичные, кроме материалов из каменной или земель диатомитовых
67	ТОО «Стройпром»	23201	Костанайская область	кирпичи керамические огнеупорные, блоки, плитки и материалы строительные керамические огнеупорные аналогичные, кроме материалов из каменной или земель диатомитовых
68	ТОО «Romana»	23611	Костанайская область	элементы конструкций сборные для строительства, в том числе гражданского, из цемента, бетона или камня искусственного

			Костанайская область	
69	ТОО «Гражданстрой-2006»	23611	Костанайская область	элементы конструкций сборные для строительства, в том числе гражданского, из цемента, бетона или камня искусственного
70	ТОО «Керемет-Центр»	23201	Туркестанская область	кирпичи керамические огнеупорные, блоки, плитки и материалы строительные керамические огнеупорные аналогичные, кроме материалов из каменной или земель диатомитовых
71	ТОО Курылыс Материалы	23201	Туркестанская область	кирпичи керамические огнеупорные, блоки, плитки и материалы строительные керамические огнеупорные аналогичные, кроме материалов из каменной или земель диатомитовых
72	ТОО «Стандарт Цемент»	23511	Туркестанская область	Производство цемента, включая клинкеры
73	ТОО «Битум»	23991	Туркестанская область	смеси битумные, основанные на материалах каменных природных или искусственных, битуме нефтяном, асфальте природном или связанных с ними субстанциях.

74	ТОО «Корпорация Береке А»	23991	Туркестанская область	смеси битумные, основанные на материалах каменных природных или искусственных, битуме нефтяном, асфальте природном или связанных с ними субстанциях.
75	ТОО «Термо Мастер»	23992	Костанайская область	Производство минеральных изоляционных материалов
76	АО «ССГПО»	23994	Костанайская область	Производство строительного щебня
78	АО «Курылыс»	23611	Кызылординская область	элементы конструкций сборные для строительства, в том числе гражданского, из цемента, бетона или камня искусственного
79	Кызылжарского кирпичного завода	23201	СКО	кирпичи керамические огнеупорные, блоки, плитки и материалы строительные керамические огнеупорные аналогичные, кроме материалов из каменной или земель диатомитовых
80	ТОО «Завод МВИ»	23992	Павлодарская область	Производство минеральных изоляционных материалов
81	ТОО «Стройдеталь»	23631		Производство товарного бетона
82	АО «Корпорация Айтумар»	23992		Производство минеральных

			г. Алматы	изоляционных материалов
83	ТОО ГК «Мотив НС»	23201	г. Нур-Султан	кирпичи керамические огнеупорные, блоки, плитки и материалы строительные керамические огнеупорные аналогичные, кроме материалов из каменной или земель диатомитовых
84	ТОО «Конкрит Продуктс Астана»	23201	г. Нур-Султан	кирпичи керамические огнеупорные, блоки, плитки и материалы строительные керамические огнеупорные аналогичные, кроме материалов из каменной или земель диатомитовых
85	АККЕНТ NTR	23201	г. Нур-Султан	кирпичи керамические огнеупорные, блоки, плитки и материалы строительные керамические огнеупорные аналогичные, кроме материалов из каменной или земель диатомитовых
86	ТОО «АБК Максат»	23611	г. Нур-Султан г. Нур-Султан	элементы конструкций сборные для строительства, в том числе гражданского, из цемента, бетона или камня искусственного

87	ТОО «Стройконструкция»	23611	г. Нур-Султан	элементы конструкций сборные для строительства, в том числе гражданского, из цемента, бетона или камня искусственного
88	ТОО «Фирма АТК»	23611	г. Нур-Султан	элементы конструкций сборные для строительства, в том числе гражданского, из цемента, бетона или камня искусственного

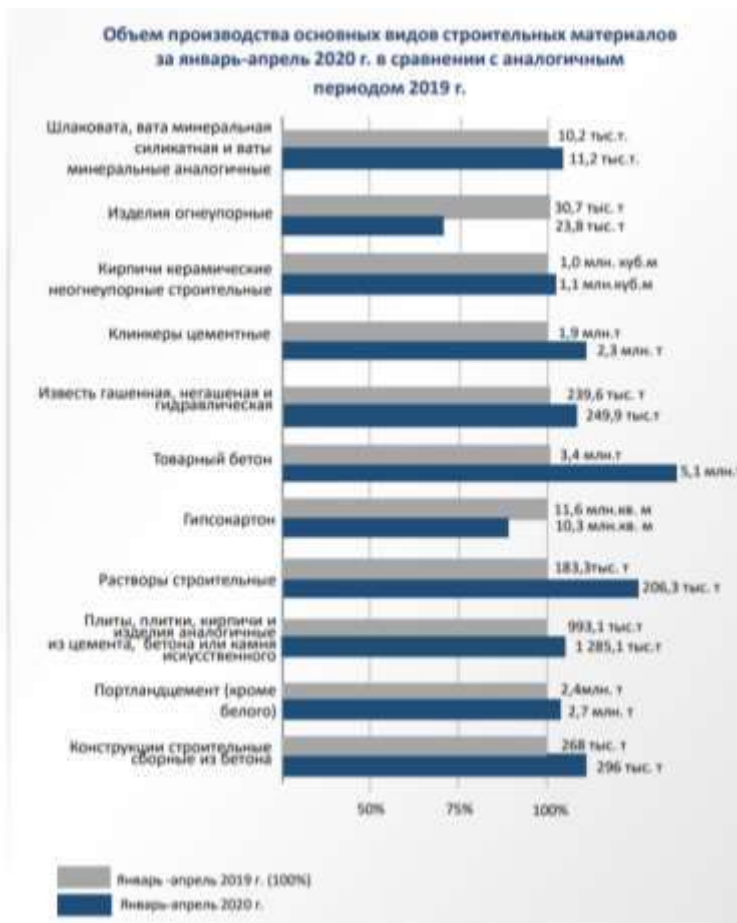
Основной предпосылкой формирования рынка строительных материалов являются высокие темпы строительства, только за январь-май было введено в эксплуатацию свыше 4 млн. кв.м. зданий и коммерческих сооружений (*более 20% в год с 2009 по 2015 годы, и по 11% с 2016 по 2018 годы*) и наличие ресурсов для производства строительных материалов.

Также немаловажное влияние на развитие отрасли оказывают потребности населения в строительных материалах для строительства жилья и других необходимых в быту домохозяйства построек для их периодического восстановления, ремонта, реконструкции, а также потребности народнохозяйственного комплекса в строительных материалах для строительства предприятий, офисов, производственных комплексов и ремонта жилых зданий государственного и общественного фонда, административных, культурно-бытовых зданий, промышленных и гидротехнических сооружений

По состоянию на 1 кв. 2020 года всего в стройиндустрии Казахстана занято 147 тыс. человек (5,5% от общего числа занятых), из них в отрасли производства строительных материалов (24,7 тыс.) человек или 94,5% по сравнению с аналогичным периодом 2019 года (<https://stat.gov.kz/official/industry/25/statistic/5>). Средняя номинальная заработная плата работников подотрасли составляет 152 139 тенге в месяц.

За январь-апрель 2020 года объем производства строительных материалов составил 171 млрд. тенге, рост ИФО составил 15,6%. Увеличение объемов производства за это время продемонстрировали почти все виды продукции, а именно портландцемент (+10,7%), бетон товарный (+48,8%), кирпичи керамические неогнеупорные (+9,4%), кирпичи силикатные (+39,1%), растворы строительные (+12,5%) шлаковата (+10,2%) и др.

В целом, с 2015 по 2019 годы объем производства строительных материалов, где доля «Производства цемента, извести и строительного гипса» в котором занимает **62%** неуклонно рос. Если в 2015 году, объем производства составлял 443 млрд. тенге, в 2019 году объем составил 587 млрд. тенге. Следует отметить, что средневзвешенный годовой курс тенге к доллару США в 2015 году составил 322 тенге упав на 56% со 183,7 тенге в январе 2015 года, а в 2019 году составил уже 384,2 тенге, что в ценах 2015 года дало 704 млрд. тенге производства строительных материалов в 2019 году.



Наибольшие объемы производства в стоимостном выражении приходятся на Карагандинскую (17,4 млрд. тенге) и Алматинскую области (14,9 млрд. тенге), а также города республиканского значения Нур-Султан (21,2 млрд. тенге) и Шымкент (19,7 млрд. тенге). Наименьший объем цемента, извести и строительного гипса производятся в СКО (1,6 млрд) и ЗКО (4,4 млрд. тенге).

Таб. 1 – Объем производства строительных материалов в том числе производства цемента, извести и строительного гипса в разрезе регионов за январь-апрель 2020 года

Распределение регионов	Объем производства в млрд. тенге	Из них производства цемента, извести и строительного гипса в млрд. тенге	Доля на рынке строительных материалов	из них доля производства цемента, извести и строительного гипса
Акмолинская	9,0	5,58	5,3%	3,3%
Актюбинская	12,4	7,69	7,3%	4,5%
Алматинская	12,4	7,69	7,3%	4,5%
Атырауская	7,2	4,46	4,3%	2,6%
ЗКО	4,4	2,73	2,6%	1,6%
Жамбылская	9,9	6,14	5,9%	3,6%
Карагандинская	17,4	10,79	10,3%	6,4%
Костанайская	6,7	4,15	4,0%	2,5%
Кызылординская	4,2	2,60	2,5%	1,5%
Мангыстауская	7,8	4,84	4,6%	2,9%
Павлодарская	4,6	2,85	2,7%	1,7%
СКО	1,6	0,99	0,9%	0,6%
Туркестанская	3,3	2,05	2,0%	1,2%
ВКО	14,9	9,24	8,8%	5,5%
г. Нур-Султан	21,2	13,14	12,5%	7,8%
г. Алматы	12,4	7,69	7,3%	4,5%
г. Шымкент	19,7	12,21	11,6%	7,2%
ИТОГО	169,1	104,84	100,0%	

Одной из специфических особенностей рынка строительных материалов является "единство" потребителя, для большинства подотраслей рынка - это строительные организации. В строительстве потребляется свыше 75-80% продукции строительных материалов, более 95% стеновых материалов, 90% изделий из строительного бетона, 85% асбестоцементных изделий, 95% сборного железобетона. В виду этого на развитие рынка основных видов строительных материалов влияют объемы строительства и развития строительной индустрии, а с учетом динамики изменения объемов строительства происходит его формирование.

Строительная отрасль в Казахстане демонстрирует в последние годы интенсивный рост - более 7-8% в год (2017-2019 годы). При этом активно развиваются практически все сектора строительства: промышленное, жилищное (свыше 4 млн. кв. м. гражданского ввода в эксплуатацию жилья), дорожное строительство (ежегодно свыше 2,2 тыс. км дорожного покрытия всех типов, строительства мостов, акведуков, дорожных развязок, линий электропередач).

	Январь-май 2020г.			На 1000 человек населения	
	общей площади, кв. м.	в процентах к янв арю-маю 2019г.	удельный вес в республиканском объеме ввода, в процентах	общей площади жилых зданий, кв. м.	в процентах к среднереспубликанскому уровню
Республика					
Казахстан	4 074 578	88,4	100,0	218,2	100,0
Акмолинская	239 325	96,6	5,9	324,8	148,9
Актюбинская	252 517	103,2	6,2	285,8	131,0
Алматинская	354 618	114,2	8,7	172,2	78,9
Атырауская	178 877	56,1	4,4	276,4	126,7
Западно-Казахстанская	202 250	96,6	5,0	307,5	140,9
Жамбылская	191 288	109,0	4,7	169,1	77,5
Карагандинская	171 521	107,2	4,2	124,5	57,1
Костанайская	135 948	112,2	3,3	156,5	71,7
Кызылординская	154 121	67,9	3,8	191,4	87,7
Мангистауская	412 422	72,4	10,1	587,3	269,2
Павлодарская	64 476	113,3	1,6	85,7	39,3
Северо-Казахстанская	42 220	114,7	1,0	77,0	35,3
Туркестанская	139 611	64,3	3,4	69,1	31,7
Восточно-Казахстанская	142 901	105,2	3,5	104,4	47,8
г. Нур-Султан	813 769	106,7	20,0	711,9	326,3
г. Алматы	505 390	78,7	12,4	262,5	120,3
г. Шымкент	73 324	41,9	1,8	70,3	32,2

Кроме капитального строительства, продукция рынка строительных материалов предназначена для удовлетворения потребностей практически всех отраслей народного хозяйства: горнодобывающая промышленность, сельское хозяйство, обрабатывающая промышленность, производство и распределение электроэнергии, газа и воды, транспорт и связь. Индивидуальное жилищное строительство домашних хозяйств также является одним из важных потребителей строительных материалов.

Тенденции в промышленности строительных материалов определяются, прежде всего, мерой инвестиционной активности в экономике республики, темпами реформирования отраслей и изменением структуры капитальных вложений. Развитие ипотечного кредитования (*средняя ставка 18% по итогам I кв. 2020 года*), а также принятие Государственной программы развития жилищного строительства «Нурлы Жер», будут способствовать притоку капитала в отрасль стройматериалов.

Следующим отличием данной отрасли является недостаточная развитость единого рынка и рыночного пространства, функционирование локальных рынков строительных материалов в регионах, а также неравномерное и несбалансированное территориальное распределение предприятий, вызванное привязкой к разрабатываемым источникам сырья.

При значительных капитальных вложениях на строительство объектов к 2019 году, наибольший объем импорта строительных материалов приходится на Западные регионы Казахстана, а также Акмолинскую и Северо-Казахстанскую области, где недостаточно развито производство некоторых видов строительных материалов, таких как цемент, кирпич строительный, керамические и огнеупорные изделия, асбестоцементные и минераловатные изделия, нерудные материалы и другие.

Следует отметить, что промышленность строительных материалов является одной из наиболее энергоемких, материалоемких, а также грузоемких отраслей: более 20% в структуре затрат отрасли составляют топливно-энергетические ресурсы; объем перевозок продукции и сырья разными видами транспорта составляет 30% от общегосударственных грузоперевозок; объем горных работ в отрасли превышает аналогичные объемы в черной и цветной металлургии; расход сырья составляет обычно 1-2 весовых единицы на единицу продукции.

Например, для производства 1 тонны цемента необходимо до 1,2-2,2 тонн известняка и 0,3-0,8 тонн добавок, для 1 тонны извести - 2 тонны известняка, для 1 тонны строительного гипса - 1,25 тонн гипсового камня и т.д. Основная масса строительных материалов отличается значительной транспортноемкостью, и их перевозка на значительные расстояния нерентабельна. Средний радиус рентабельности не превышает 350-500 км. В зависимости от объема и условий доставки (Инкотермс).

В настоящее время тарифное и ценовое давление предприятий-монополистов (увеличение цены на газ, топливо, бензин, электроэнергию и рост тарифов на перевозки) создает дополнительные трудности при прогнозировании экономической обстановки в отрасли. При этом рост цен на грузоперевозки, связанный в основном с ростом цен на нефтепродукты, снижает потребительский спрос на продукцию, повышает себестоимость и цену стройматериалов, снижает их конкурентоспособность и ведет к увеличению импорта.

Сезонность спроса на строительные материалы важна при рассмотрении данного рынка. Так как строительство зависит от атмосферных и климатических условий и действие этих факторов не позволяет осуществлять строительство объектов круглогодично, строительным периодом является лето, часть весны и осени. Для условий Казахстана этот период составляет 7-8 месяцев. Следовательно, спрос на строительные материалы характеризуется сезонностью.

Нулевой цикл выпадает на первые весенние месяцы. В это время большинство людей приступают к строительству нового жилья – закладывают фундамент, возводятся стены. Именно в этот период возрастают продажи

цемента, щебня, кирпича и материалов наружной отделки. Летний цикл совпадает с внутренней отделкой помещения, и строительные магазины активно продают левкас, эмульсию, напольные покрытия – ламинаты, линолеум, паркет, кафель, обои. Осенний сезон совпадает с продажами предметов интерьера, сантехники, кухонных принадлежностей. Рынок строительных материалов представлен в нескольких конкретных категориях – прежде всего это базовые материалы, такие как цемент, левкас, кирпич, бетонные смеси. Отечественное производство преобладает в тех отраслях, где строительные материалы изготавливаются из природного сырья - известь, асбест, гипс, глина. Здесь потребность местного рынка удовлетворена в пределах 75-100%. Наряду с этим отделочные материалы – лаки, краски, обои, напольные покрытия, а также инструменты поступают на казахстанские прилавки из Европы, Азии, стран СНГ. Как говорят специалисты – с созданием Таможенного Союза значительно расширился ассортимент товаров из России и Беларуси, в то время как производители Китая, Турции снизили поставки

Среди особенностей рынка можно также выделить неразвитость инфраструктуры, включая сырьевые биржи, многочисленные фирмы, занимающиеся посреднической деятельностью, маркетинговые, консалтинговые, аудиторские организации, а также денежно-кредитная система и банки, система страхования хозяйственных рисков и многое другое. Рыночная инфраструктура улавливает сигналы, идущие от потребителей, обеспечивает восприятие этих импульсов производителями и адекватную реакцию на них, связывает производителей и потребителей в единый хозяйственный процесс. Можно утверждать, что инфраструктура рынка строительных материалов в Казахстане еще не сформировалась, а для обеспечения высокой конкурентоспособности отечественных строительных материалов она крайне необходима.

Строительные материалы и изделия, являясь основой для строительства, обычно формируют до 65 % стоимости жилого здания в сметах строительных объектов.

Экономическая эффективность при строительстве объектов часто зависит от целесообразного применения и выбора строительных материалов. В общепринятых понятиях, использование строительных материалов основывается на рациональных знаниях о производстве, качестве и методах проверки их основных свойств. Развитие производства строительных материалов в РК является следствием растущего спроса на рынке недвижимости, обусловленного увеличением предложений первичного и вторичного жилья, реализуемыми государственными программами и увеличением благосостояния населения.

Оказываемая поддержка отрасли

Производство строительных материалов, в том числе производство цемента, извести и строительного гипса крайне зависит от динамики развития жилищного и инфраструктурного развития.

Так первой волной такого экономического роста строительной отрасли была принятая:

1) Государственная программа развития жилищного строительства в Республике Казахстан на 2005-2007 годы (объем ассигнований составил 50,3 млрд. тенге), которая в свою очередь придала импульс созданию кластерных центров создания строительных материалов в Карагандинской, Атырауской, Алматинской и пр. областях:

2) Программа развития промышленности строительных материалов, изделий и конструкций в Республике Казахстан на 2005-2014 годы (объем бюджетирования составил 206,1 млрд. тенге).

3) В целом, при реализации **ГПФИИР-1** были достигнуты следующие результаты:

- реальный прирост ВВП в 2013 г. к 2008 г. составил порядка 30% (с 16,1 до 34,1 трлн. тенге).

Сложилась тенденция опережающего роста производства в обрабатывающей промышленности – 22,5%, в горнодобывающем секторе – 20,1%;

Прирост ИФО производства по отраслям промышленности за 2009-2013гг., % к 2008г.: - реальный прирост ВДС обрабатывающей промышленности - 24,5% (с 1,8 до 3,7 трлн тенге).

- по отраслям: в фармацевтике – в 1,9 раза, машиностроении – 1,7 раза, **производстве строительных материалов – 1,5 раза**, химической промышленности – 1,3 раза, металлургии — 1,1 раз.

Произошёл рост производительности труда в обрабатывающем секторе в 2013г. к 2008г. – в 1,6 раза (с 37,3 до 57,5 тыс. долл. США/чел.). За 4 года введен 651 проект на сумму 16 млрд долл. США. Произведено продукции на сумму более 18 млрд долл. США. Предприятиями произведено 10,2% от всего объема обрабатывающей промышленности. Создано 67 тыс. постоянных рабочих мест. Объем несырьевого экспорта вырос в 1,6 раза (с 12 в 2008 году до 19,5 млрд долл. США).

Согласно материалам Счетного комитета по контролю за исполнением республиканского бюджета Республики Казахстан, по предварительным итогам реализации государственной программы инфраструктурного развития на 2015-2019 годы (**ГПИИР-2**) за период 2015-2017 гг. был обеспечен прирост ВВП в размере 3,3% с созданием более 360 тыс. постоянных и временных рабочих мест. А в подотрасли строительство материалов прирост составил

+145 млрд. тенге и 27 тыс. рабочих мест, что в целом свидетельствует о достаточно высокой эффективности инвестиций в развитие транспортной инфраструктуры. Общие траты на ГПИИР-1/2 составили свыше 9 трлн. тенге. А общие требуемые расходы из республиканского бюджета на реализацию программы в 2020-2025 годах составляют 780 797,1 млн, в том числе: 2020 год – 146 065,3 млн; 2021 год – 215 725,1 млн; 2022 год – 107 896,4 млн; 2023 год – 107 863,5 млн; 2024 год – 101 996,9 млн; 2025 год – 101 249,9 млн».

4) Следующей государственной поддержкой стала программа в рамках новой экономической политики Казахстана «Нұрлы Жол», объявленной Президентом РК, в 2015 году и продленной на 2020-2025 годы. Сумма индикативного финансирования составила 5,5 трлн. тенге, из которых РБ (68%) или 3,8 трлн. тенге, международные финансовые организации (13,7%) или 522 млрд. тенге, МБ (12,9%) или 715 млрд. тенге, ГЧП и частные инвестиции (12,9%) или 719 млрд. тенге, собственные средства государственных и национальных компаний (5,9%) или 329 млрд. тенге. Финансовые средства будут выделены на развитие транспортно-логистической, энергетической, индустриальной и социальной инфраструктуры, малого и среднего бизнеса. Реализация инфраструктурных проектов вызовет большой спрос на стройматериалы, продукцию и услуги для транспортнокоммуникационной, энергетической и жилищно-коммунальной сфер. Наряду с этим, дополнительное выделение 100 миллиардов тенге на льготное кредитование малого и среднего бизнеса, а также крупного предпринимательства имеет большие перспективы для реализации проектов в стройиндустрии, пищевой и химической промышленности, машиностроении, а также в сфере услуг.

5) Реализация масштабных проектов таких, например, как ЭКСПО-2017 стимулировало рост производства строительных материалов в 1,6 раза, в целом было потрачено 565,1 млрд. тенге или 2,1 млрд. долл. США в ценах 2017 года. Было произведено свыше 0,5 млн. тонн бетона или 5 млн. тонн цемента, 2 млн. тонн гипсовой смеси.

6) Программа развития регионов – 2025 и «Ауыл – ел бесігі» (общий объем свыше 2 трлн. тенге) направлен на развитие 6,6 тыс. населенных пунктов (развитие инфраструктуры, строительство и ремонт школ, больниц, дорог, водоснабжения и водоотведения), оценочное количество проектов 30 тыс., объем необходимого производства цемента извести и строительного гипса составит не менее 10 млн. тонн до 2025 года.

7) Экономика простых вещей – программа для развития отечественных компаний в том числе в рамках сферы производство строительных материалов

Участники	субъекты частного предпринимательства (малый, средний и крупный бизнес)
Ставка вознаграждения кредита	15% годовых
Размер субсидирования	до 9% от номинальной ставки вознаграждения
Целевое назначение проектов	инвестиции и пополнения оборотных средств. Допускается пополнение оборотных средств на возобновляемой основе
Максимальная сумма для одного заемщика	без ограничений*
Срок субсидирования	на инвестиции – 10 лет, без дальнейшей пролонгации срока субсидирования
	на ПОС – 3 года, без дальнейшей пролонгации срока субсидирования
Рефинансирование по кредиту	не предусмотрено
Действующие кредиты	допускаются кредиты, выданные банками после вступления в силу постановления Правительства РК от 11 декабря 2018 года № 820

Механизм предоставления субсидий:

Предприниматель обращается в Банк с заявкой на предоставление финансирования.

Банк проводит комплексную оценку/экспертизу финансово-экономической эффективности проекта. В случае принятия положительного решения Банк дает письменный ответ Предпринимателю о готовности кредитовать проект.

Предприниматель обращается в АО «Даму» с заявлением-анкетой Предпринимателя и с пакетом документов. АО «ДАМУ» ведет первичный отбор проектов по отраслевым направлениям: переработка в агропромышленном комплексе, производство в агропромышленном комплексе, обрабатывающая промышленность и услуги.

В случае соответствия проектов по переработке в агропромышленном комплексе, обрабатывающей промышленности и услуги, проекты выносятся на рассмотрение в УО АО «Даму».

В случае соответствия проектов по производству в агропромышленном комплексе, АО «Даму» направляет письмо-уведомление и документы в Рабочий орган* для рассмотрения проекта по программе МСХ.

По отраслевым направлениям в рамках ДКБ «2025» Банк, Предприниматель и Фонд «Даму» заключают трехсторонний договор субсидирования.

Кроме того, продолжается бум жилищного строительства, хотя финансовый кризис и вызвал замедление темпов роста, но с точки зрения долгосрочной перспективы ожидается поступательный рост показателей отрасли, ипотечное кредитование – является главным двигателем

стройиндустрии, так как потребление продукции строительства и соответственно производства цемента, извести и строительного гипса прямо коррелирует с ростом гражданского строительства и ввода в эксплуатацию нового жилья.

Так по данным Национального банка уровень ипотечного кредитования в Казахстане по итогам 2019 года составил 200,1 млрд. тенге или показав рост на 55,7% по сравнению с 2018 годом (128,6 млрд. тенге). Это двигает отрасль производства цемента, извести и строительного гипса с 10-14% ежегодным ростом или 13,1 млн. кв. м. жилья в год.

Перспективы отрасли в рамках реализации проектов (объем рынка, планируемые проекты, обоснование спроса в будущем)

Посткризисное восстановление экономики и увеличение потребительской активности, а также сохраняющийся спрос на недвижимость – особенно в крупных мегаполисах – даёт основание специалистам ожидать умеренный рост рынка строительных материалов в пределах 3-5% в 2020 году и 5-8% в 2021 году.

В производство строительных материалов, особенно цемента (портландцемента класса М400/М800), строительного гипса и извести очень чувствительно к внешним изменениям, так как изделия из данных видов продукции экспортоориентированы. Так в связи с обустройством Туркестанской области, продолжающейся реконструкцией сел Мактаральского района после прорыва плотины на территории Узбекистана в начале 2020 года решением Министра МИИР РК с 27 апреля на территории Казахстана действует шестимесячный запрет на ввоз цементного клинкера и основных видов цемента. Запрет оформлен приказом и. о. Министра индустрии и инфраструктурного развития Республики Казахстан, опубликованном 16 апреля. Согласно тексту приказа, запрет распространяется на: клинкеры цементные, портландцемент (код товарной номенклатуры внешнеэкономической деятельности Евразийского экономического союза 2523100000); портландцемент прочий (2523290000); цемент глиноземистый (2523300000); цементы гидравлические прочие (2523900000). Запрет на импорт указанных товаров не распространяется на страны ЕАЭС: Армению, Беларусь, Кыргызстан и Россию. Министерство торговли и интеграции Казахстана, в соответствии с приказом, должно предложить странам ЕАЭС ввести запрет на импорт из третьих стран на всей таможенной территории союза. Как заявил накануне принятия приказа президент республики Касым-Жомарт Кемелевич Токаев, по базовым материалам отечественное производство покрывает потребность внутреннего рынка. Это такие товары, как цемент, товарный бетон, гипс, строительные растворы, гипсокартон. В

Казахстане импорт цемента держится на одном уровне последние три года. В 2019 году объем ввезенной продукции составил 890 тысяч тонн. Больше всего цемента в республику ввозится из России — 485 тысяч тонн за прошлый год. Под запрет теперь попадает иранский цемент, который занял второе место по объемам в 2019 году — 396 тысяч тонн. Главные экспортные партнеры казахстанских цементных предприятий — Узбекистан, Кыргызстан и Россия.

При этом, Кабинет министров Республики Узбекистан отменил запрет на импорт цемента, введенный месяц назад для поддержки местных производителей строительных материалов. Поправки в постановление «О временном ограничении экспорта сырья для производства медицинских изделий и импорта цементной продукции в период пандемии коронавируса» вступили в силу 23 мая. Решение принято «в целях бесперебойного обеспечения строительных работ, проводимых в республике, дефицитными строительными материалами», — говорится в тексте поправок. По итогам четырех месяцев 2020 года, по данным узбекистанского Госкомстата, импорт стройматериалов сократился по сравнению с первыми четырьмя месяцами 2019 года на 20 %, до суммы в 328 млн долларов США. На долю цемента пришлось 7 % или 23 млн долларов. Собственное производство стройматериалов упало на 35 %. Объем выполненных в стране за январь-апрель 2020 года строительно-монтажных работ составил 2,2 млрд долларов, 90 % от объема за январь-апрель 2019 года. Ограничения на ввоз цемента в Узбекистан были введены постановлением правительства от 23 апреля на срок с 1 мая до 31 декабря 2020 года. Запрет действовал для «цемента белого, искусственно окрашенного или неокрашенного» (код ТН ВЭД 2523210000) и «прочего портландцемента» (2523290000). С 20 апреля руководство Узбекистана объявило о возобновлении строительных работ в условиях карантина и поддержке отрасли на 3,6 трлн сумов (353,3 млн долларов США).

По данным КС МНЭ РК в настоящее время наблюдаются определенные положительные тенденции в отрасли. Объем инвестиций, направленных на развитие производства строительных материалов за 2019 год, составил 63 023 781 тыс. тенге, за период январь-октябрь 2018 года составил 58 738 946 тыс. тенге, что составляет 119,3 %, по сравнению с аналогичным периодом 2018 года.

По состоянию на 1 июля 2019 года в производстве прочей неметаллической минеральной продукции (код ОКЭД 23, 24, 25) зарегистрировано 2,2 предприятий, из них крупных — 45, средних — 124, малых — 2 059. Большинство предприятий отрасли относится к малым.

По итогам 2019 года объем производства прочей неметаллической минеральной продукции составил 244,7 млрд. тенге. В общей структуре

промышленного производства доля объема производства прочей неметаллической минеральной продукции низкая и составляет всего 1,6 %.

За период январь-октябрь 2019 года объем производства:

- прочей неметаллической минеральной продукции составил 252,7 млрд. тенге (в сравнении за аналогичный период 2018 года – 194,4 млрд. тенге),
- резиновых и пластмассовых изделий – 93,7 млрд. тенге (в сравнении за аналогичный период 2011 года – 76,0 млрд. тенге).

Индекс физического объема за январь-октябрь 2019 года к соответствующему периоду 2018 года в обрабатывающей промышленности составил 100,4 %, в том числе:

- производство прочей неметаллической минеральной продукции 105,2 %;
- производство резиновых и пластмассовых изделий 101,9 %.

Определение возможности и целесообразности реализации проекта;

К 2019 году, объемы потребления цемента увеличились почти в два раза по сравнению с 2011 годом, составив более 11,5 млн тонн. Проектная мощность всех цементных заводов составила более 12 млн тонн в год, однако уровень загрузок все еще не превышает 65% (по данным Ассоциации «СоюзЦемент»).

«При потребности в цементе в 9 млн тонн ежегодно, в Казахстане уже сейчас производственные мощности достигают 13 млн тонн/год. То есть мы уже сейчас активно насыщаем внутренний рынок и успешно экспортируем цемент в Узбекистан, Россию, Кыргызстан.

Потребление цемента в Казахстане превышает его производство. Разрыв между спросом и предложением ведет к дефициту цемента, который покрывается за счет его импорта, преимущественно из России, а также из Узбекистана, Ирана и др.

Парадоксальная ситуация сложилась в производстве цемента и извести, когда предприятия в среднем по году загружены на 65%, при этом объем производства составляет 9 млн. тонн из 13 млн. тонн производственных мощностей. Таким образом, разница — это импорт, приходящий из РФ, КНР и стран ЕАЭС. Именно импорт мешает отечественным предприятиям загрузить свои мощности до 13-15 млн. тонн цемента и извести в год.

График 2. Рынок цемента, спрос и предложение, млн. тонн



При этом, за 8 мес. 2018 года, объем экспорта в РФ составил 163 тыс. тонн цемента и извести преимущественно из Карагандинской области, а импорт из РФ составил 386 тыс. тонн (преимущественно в СКО и Павлодарскую область). В Узбекистан отгружено 853 тыс. тонн цемента, Республику Кыргызстан 199 тыс. тонн, в то время как из Ирана зашел импорт на 211 тыс. тонн, а КНР на 1,5 тыс. тонн (по данным *Казахстанской ассоциации производителей цемента и бетона «QazSet»*).

К 2021 году, после выполнения программы «Концепция индустриально-инновационного развития на 2015-2019 годы», суммарная проектная мощность предприятий достигнет 16,5 млн т цемента в год при ожидаемой внутренней потребности 14 млн т в год.

Сегодня промышленность строительных материалов, в частности, цементная отрасль, обеспокоена ростом оборота на рынке ЕАЭС фальсифицированной (контрафактной) продукции с незаконными, поддельными сертификатами либо сертификатами, оформленными с нарушением действующих правил и процедур. Показатели качества бетона, производимого из такого цемента, не могут соответствовать требованиям стандартов. Упаковка цемента в мешки без опознавательных знаков провоцирует рост количества контрафактной продукции. В этой связи необходимо скорейшее принятие технического регламента «О безопасности зданий и сооружений, строительных материалов и изделий».

Внутреннее производство

В настоящее время в стране наиболее развиты производства цемента, готового бетона, бетонных изделий, пластиковых труб, теплоизоляционных и кровельных материалов, производство сухих строительных смесей, гипсокартона. В республике так же имеется необходимое сырье для производства цемента, кирпича, бетонных изделий, минеральной теплоизоляции, керамических плит, сухих строительных смесей, листового стекла. Например, запаса существующих **45** месторождений сырья для производства цемента хватит на ближайшие **200** лет. Для производства кирпича в Казахстане имеются **870** месторождений глин, общие запасы которых оцениваются в **1,3** млн. куб. м. **Тем временем огнеупорные кирпичи импортируются. Стекло, предназначенное для обработки, тоже импортируется. При этом разведанные запасы стекольных песков в Казахстане превышают 40 млн. тонн, объем пригодных для стекольной промышленности известняков оценивается в 15 млн. тонн.** Менее развитыми пока остаются производства новых строительных материалов, которые могли бы быть экспортоориентированными. Потребность внутреннего рынка в напольных покрытиях, керамической плитке, отдельных видах теплоизоляционных и кровельных материалов, пластиковых труб, сантехкерамики все еще покрывается за счет импорта. Как отмечают эксперты, объем производства строительных материалов в РК за 10 лет в 2019 году по сравнению с 2009 годом вырос в номинальном выражении в 1,8 раза. При этом валовая добавленная стоимость (ВДС) в производстве неметаллической минеральной 15 продукции (как принято именовать в статистических сборниках отрасль строительных материалов) выросла в 2018 году к 2008 году на 30,6 %

Основным производителем отрасли все основные виды сырья добывают на собственных карьерах, и поставляться на производственный комплекс для производства цемента. Это обстоятельство является основным преимуществом цементной отрасли, которое проявляется в независимости производственного процесса от сроков и объемов поставки сырья сторонними организациями.

Согласно данным КС МНЭ РК, в производстве стройматериалов в Казахстане пока преобладает продукция с низкой добавленной стоимостью. Отрасль представлена в большей части предприятиями по выпуску цемента, железобетонных изделий, стеновых, теплоизоляционных материалов, кровельных и гидроизоляционных материалов. В 2019 году значительную долю производства составляли изделия из бетона строительного назначения - 98,7%, гипсокартон - 94,5% и трубы, трубки и фитинги из пластмасс - 77,6%

Вдоль границы России и Казахстана расположено 8 цементных заводов. ООО «Топкицемент», ООО «Искитимцемент», Кузнецкий цементный завод, ЗАО «Уралцемент», «Магнитогорский цементный завод», «Новотроицкий цементный завод», ООО «Вольскцемент», ООО «Серебряковскцемент».

В настоящее время наибольшее влияние оказывают из стран ЕЭП: российские «Новотроицкий цементный завод» и «Вольскцемент», в глобальном пространстве: такие страны, как Иран и Узбекистан. Ассортимент общестроительных и специальных марок, выпускаемых ими достаточно широк. Таким образом, производство цемента, извести и строительного гипса прямо пропорционально зависит от развития внутреннего рынка и объемов импорта с приграничных заводов РФ, а также Узбекистана и Ирана.

Производственные мощности

В Казахстане используется «сухой» и «мокрый» способы производства цемента. В настоящее время большинство производителей цемента в Казахстане используют «мокрый» способ, себестоимость которого на 25% превышает стоимость производства «сухим» способом. На данный момент, производство «сухим» способом осваивается в ТОО «Бухтарминская цементная компания», ТОО «Цементный завод «Семей», АО «Карцемент» и «Централ Азия Цемент», АО «Шымкентцемент», ТОО «Састобетechnologies». Например, в Карагандинской области АО «Карцемент» (дочерняя компания АО Central Asia Cement) планирует запуск пятой линии по производству цемента сухим способом.

Уровень обеспеченности цементом в республике очень разный.

Среди регионов со средним уровнем обеспечения потребности в цементе: г. Алматы, Мангистауская, Атырауская, Актюбинская, Павлодарская области. Данные регионы находятся вдали от строящихся или уже функционирующих заводов по производству цемента, поэтому в данных областях необходимо организовать пять клинкерно – цементных терминалов (КЦТ), мощностью 300 или 600 тыс. тонн цемента в год.

ТОО «Каспийцемент» (один из двух запущенных заводов), будучи единственным крупным производителем в Мангистауской области, имеет большие перспективы для удовлетворения нужд строителей региона, а также для экспорта продукции в прикаспийские страны. Мощность производства – 1 млн. тонн/год, из них 200 тыс. тонн предполагается экспортировать в Россию, Туркменистан и Азербайджан. Объем инвестиций составил 200 млн. евро. Учредителем является крупнейший мировой производитель строительных материалов – HeidelbergCement. К концу I квартала 2014 года в Акмолинской области запущен новый завод – ТОО «КокшеЦемент» стоимостью \$202 млн. и мощностью 2 млн. тонн в год. Завод обеспечивает бесперебойные поставки

цемента для строительства объектов инфраструктуры г. Нур-Султан и на севере Казахстана. В первое время доля экспорта составит 30% или примерно 600 тыс. тонн, при этом экспортировать предполагается в основном в страны ТС и ЕЭП. Также в Акмолинской области продолжается строительство крупнейшего в регионе цементного завода. Объем капвложений составил \$320 млн, мощность – 1,1 млн тонн в год, срок запуска – IV квартал 2014 года. Стратегическими партнерами завода стали ОАО «Сибирский цемент» и ОАО «Jysan Bank». Кроме того, в Кызылординской области в марте 2015 года будет запущен цементный завод, который полностью покрывает потребности региона. Инвесторы – акимат Кызылординской области, ТОО «Мелиоратор» и ТОО «ВТХGroup». Стоимость проекта – \$85 млн., продукция завода предназначается в основном для внутреннего рынка. Спрос на цемент в области сегодня составляет более 500 тыс. тонн в год. Предполагается, что в ноябре 2020 года будет выпущена пробная партия продукции. Проектная мощность завода рассчитана на выпуск 750 тыс. тонн цемента в год.

Итого общая мощность действующих и планируемых заводов по производству цемента должна достигнуть в 2015 году 15,84 млн. тонн. В настоящее время собственного производства недостаточно, Республика Казахстан закупает цемент у Российской Федерации, Узбекистана и Ирана, которые пока являются основными поставщиками цемента в Республику Казахстан.

Организация КЦТ является перспективным направлением интенсификации цементной промышленности. При этом часть помольной функции цементных заводов переносится ближе к потребителю. В этом случае перевозится только клинкер, а в качестве активных минеральных добавок используются местные материалы, что значительно сокращает издержки на транспортировку.

Для решения проблем в данных областях в рамках ГПФИИР 2010-2014 и по ряду инвестиционных проектов было утверждено строительство ряда названных цементных заводов (ТОО «Кокше Цемент» и ТОО «VICement») – организация КЦТ, мощностью 300 тыс. тонн в год, в Мангистауской – организация КЦТ (300 тыс. тонн) и завода «Каспий Цемент», в Кызылординской – строительство завода ТОО «Сыр цемент». Стоит отметить, что КЦТ являются частью крупного цементного производства, и не рассматриваются, как отдельные заводы по производству цемента.

Устойчивая динамика роста спроса в Республики Казахстан наблюдается до 2018 года включительно, но в 2021 году рынок по прогнозам уменьшится на 3%. Факт увеличения спроса способствовал наращиванию производственных возможностей цементных заводов внутри страны, запуском новых линий и заводов. Дефицит цемента на сегодняшний день покрывается

за счет импорта. Начиная с 2022 года прогнозируется полное насыщение внутреннего рынка цементом собственного производства, а 2018 году импорт уже существенно уменьшится.

Таб. 3 – Распределение реализованного цемента и извести по макрорегионам

Регион	Тыс. тонн	Область	Тыс. тонн	%
Центр	2 342	Карагандинская	497	5,8%
		Астана	1 845	21,6%
Север	286	Акмолинская	104	1,2%
		Костанайская	59	0,7%
		Северо-Казахстанская	11	0,1%
		Павлодарская	112	1,3%
Юг	4 636	Алматы & область	2 733	32,0%
		Кызылординская	191	2,2%
		Южно-казахстанская	1 333	15,6%
		Жамбылская	378	4,4%
Запад	655	Актюбинская	121	1,4%
		Атырауская	202	2,4%
		Мангистауская	262	3,1%
		Зап-Казахстанская	69	0,8%
Восток	515	Восточно-Казахстанская	515	6,0%
Экспорт	112		112	1,3%
Total	8 546			

Источник: годовой отчет АО «Central Asia Cement»

В 2019 году основные продажи цемента приходятся на Туркестанскую область и г. Шымкент, а также г. Нур-Султан. В данных регионах проживает более 50% населения страны. Кроме того, если в г. Нур-Султан среднемесячная отрицательная температура более 6 месяцев в году, то в Туркестанской области и г. Шымкент существенно меньше, что значительно сказывается на увеличении периода сезона продаж цемента.

Основные продажи приходятся на марку цемента ПЦ 400 Д20, который является самым распространённым строительным рядовым цементом. Также ПЦ 400 ДОН, ПЦ 450 ДОН в значительных количествах использовался в 2015 году автодорожными строительными компаниями для строительства автомагистралей республиканского значения.

Основные характеристики наиболее популярного типа цемента в Республике Казахстан.

Химико-минералогический состав клинкера %	
Оксид магния (MgO)	0,60-0,90
Нерастворимый осадок	0,10-0,14
П.П.П. (потери при прокаливании)	0,10-0,50
Щелочи в перерасчете на Na ₂ O (Na ₂ O+0,658K ₂ O)	0,08-0,25
C ₃ S	55-60
C ₂ S	17-21
C ₃ A	6,8-8,0
C ₄ AF	11,5-13,5
Физико-механические свойства цемента	
Тонкость помола, прошло сито №008, %	91-95
Сроки схватывания: начало (минут)	120-180
конец (минут)	240-300
Равномерность изменения объема	выдерживает
Водоцементное отношение, В/Ц	0,37-0,40
Активность при пропаривании, МПа	28-31
Прочностные показатели, МПа при изгибе в возрасте:	
3 суток	5,3-5,8
28 суток	7,3-7,8
при сжатии в возрасте:	
3 суток	24,0-26,0
28 суток	40-43
Содержание активной мин. добавки (гр.шлак), %	10-19
SO ₃	2,0-2,7
Радиоактивная безопасность, А-эфф	61 Бк/кг

Область применения: - для производства большинства монолитных и сборных железобетонных конструкции; - для производства бетона различных марок; - для производства строительных растворов различных марок, кладочных и штукатурных работ; - для производства сухих строительных смесей.

Физико-механические свойства цемента

Тонкость помола, прошло через сито №008, %	92-93
Сроки схватывания: начало (минут) конец (минут)	140-160 205-260
Равномерность изменения объема	выдерживает
Водоцементное отношение, В/Ц	0,39-0,40
Активность при пропаривании, МПа	28,0-30,0
Прочностные показатели, МПа при изгибе в возрасте: 3 суток 28 суток при сжатии в возрасте: 3 суток 28 суток	4,9-5,4 6,8-7,5 22,0-24,5 39,6-40,0
SO ₃	2,0-2,10
Радиационная безопасность, А-эфф	104 Бк/кг
Содержание активной мин. добавки (гр.шлак), %	26-30

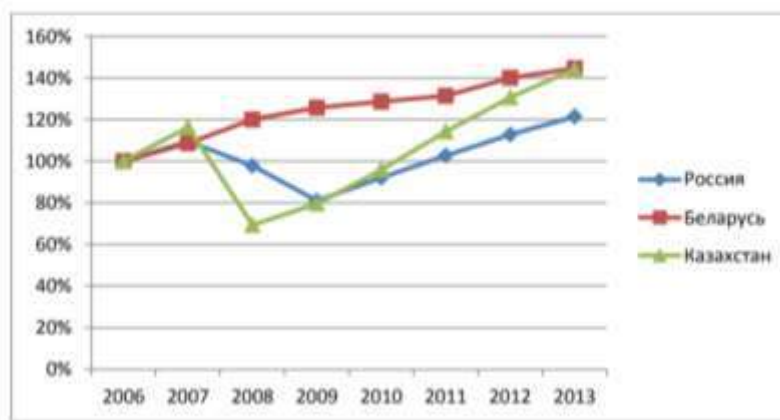
Внешняя торговля

Базовые строительные материалы, такие как железобетонные изделия, стеновые материалы, теплоизоляционные и гидроизоляционные материалы, производятся на территории большинства стран мира при наличии у соответствующих стран собственной сырьевой базы. Поэтому понятие мирового рынка строительных материалов, в отличие, например, от мирового рынка металлопродукции, является относительным, а значительные объемы мировой торговли характерны только для таких строительных материалов, как цемент. Объем экспорта извести, цемента и изготовленных строительных материалов, кроме стекла и глины (в текущих ценах) (группа 661 SITC) в 2019 году по сравнению с 2018 годом на мировом рынке повысился на 4,9% и составил 29,6 млрд. долларов США. Объем импорта также увеличился на 3,1% и составил 29,7 млрд. долларов США. Доля экспорта извести, цемента и изготовленных строительных материалов кроме стекла и глины (группа 661 SITC) в 2019 году составила 1,3% в мировом экспорте всех промышленных товаров и 0,2% полного мирового экспорта. Доля импорта указанных товаров составила 1,4%.

Главными странами-экспортерами в 2019 году были Китай, Италия и Турция удельный вес которых в общем объеме экспорта строительных материалов составил соответственно 20,5%, 8,0% и 6,2%. Ведущим импортером цемента в 2019 году, как и в 2012 г., были США (импорт на сумму 3592,8 млн. долл. или 12,1% мирового импорта), однако их доля в стоимостном объеме мирового импорта сократилась с 27,6% до 12,1% в связи со стагнацией в строительном комплексе из-за разразившегося еще в 2007 г. ипотечного кризиса и последующего падения спроса на недвижимость. Основными потребителями строительных материалов на мировом рынке в 2019 году были

также Франция, Германия, Япония и Канада. Государства – члены ТС и ЕЭП занимают незначительную долю в мировом производстве цемента, которая к тому же снизилась с 2,43% в 2013 году до 1,97% в 2019 году. Однако необходимо отметить, что в государствах-членах ТС и ЕЭП наблюдалась различная динамика производства цемента (рисунок 1).

Рис. 1 - Производство цемента в России, Беларуси и Казахстане в 2006-2013 гг., % к предыдущему году



Так, если российская цементная промышленность за 2006-2013 гг и далее в 2013-2019 годы. росла более низкими темпами, чем мировая (рост в 1,22 раза против 1,53 раза по миру в целом), то в Республике Беларусь и Республике Казахстан темпы роста производства цемента за рассматриваемый период (1,45 и 1,44 раза соответственно) приблизились к среднемировым. Однако из-за того, что более 80% объемов производства цемента странами ЕЭП приходится на Российскую Федерацию, то вклад Республики Беларусь и Республики Казахстан в общую динамику производства цемента государствами – членами ТС и ЕЭП до настоящего времени является незначительным.

Производство цемента в РФ В 2018 году производство цемента в Российской Федерации выросло на 8,0% по сравнению с 2015 годом и составило 66,4 млн. тонн – максимальное значение за современную историю страны. ЖД-перевозки цемента в Российской Федерации в 2018 году уменьшились к прошлому году на 1,0% до 34,4 млн. тонн, при этом в общем объеме поставок цемента всеми видами транспорта доля перевозок цемента жд-транспортом впервые снизилась до уровня 52,4% (с 57,2% до 52,4%). Объем импорта цемента в Российскую Федерацию в 2018 году уменьшился к прошлому году на 1,2% до 5,0 млн. тонн. Объем экспорта цемента из Российской Федерации за 2018 год к 2017 году вырос на 28,0% до 1,8 млн. тонн. Рост потребления в 2018 году составил 7,3% до 68,4 млн. тонн – максимальное значение за современную историю России. Среднегодовые

цены производителей (без НДС и доставки) в 2018 году по отношению к 2017 году снизились на 4,2% до 2 831 руб./т. Среднегодовые цены приобретения (с НДС и доставкой) – на 3,3% и составили 3 906 руб./т. В 2018 году в большинстве регионов Российской Федерации наблюдался рост производства цемента к уровню 2017 года.

Лучшую динамику продемонстрировал Центральный федеральный округ +2 495 тыс. тонн (+17,0%) и Южный федеральный округ +867 тыс. тонн (+7,8%).

Падение было зафиксировано в Северо-Западном федеральном округе +22,6 тыс. тонн (+0,5%). Существенный рост производства в 2018 году к уровню 2012 года наблюдался на следующих заводах:

ЕВРОЦЕМЕНТ групп: +902,8 тыс. тонн (+4%) до 21 647 тыс. тонн,

Новоросцемента: +861 тыс. тонн (+18%) до 5 772 тыс. тонн,

Holcim: +605 тыс. тонн (+20%) до 3 658 тыс. тонн,

HeidelbergCement: +420 тыс. тонн (+13%) до 3 654 тыс. тонн,

Dyckerhoff: +408 тыс. тонн (+14%) до 3 257 тыс. тонн,

Сибирского цемента: +305 тыс. тонн (+8%) до 4 307 тыс. тонн.

Падение производства за данный период было отмечено только на Себряковцементе -193 тыс. тонн (-6%) до 3 167 тыс. тонн. За 2018 год лидер российского рынка ЕВРОЦЕМЕНТ групп - снизил свою долю в производстве на 1,1% до 32,6%. В то же время произошло увеличение долей Новоросцемента +0,7% до 8,7%, Holcim +0,5% до 5,5%, Dyckerhoff +0,3% до 4,9% и HeidelbergCement +0,2% до 5,5%.

В 2018 году объем экспорта цемента из РФ вырос на 402 тыс. тонн (+28,0%) к уровню 2017 года до 1 838 тыс. тонн.

Основными странами-потребителями российского цемента в 2018 году являлись: **Казахстан**: 1 077 тыс. тонн (+39,8% к 2017 году), Беларусь: 413 тыс. тонн (+50,8%), Азербайджан: 294 тыс. тонн (-16,5%).

Крупнейшие экспортеры цемента в 2018 году: Мальцовский портландцемент: 401 тыс. тонн (21,8% экспорта), Вольскцемент: 301 тыс. тонн (16,4%), Новотроицкий цементный завод: 169 тыс. тонн (9,2%), Новоросцемент: 149 тыс. тонн (8,1%), Топкинский цемент: 149 тыс. тонн (8,1%).

Производство цемента в Республике Беларусь

В производстве цемента Республики Беларусь наиболее крупными игроками являются: ОАО «Белорусский цементный завод»; ОАО «Кричевцементношифер»; ОАО «Красносельскстройматериалы». В 2018 году в ОАО «Кричевцементношифер» был запущен новый завод по производству цемента «сухим» способом мощностью 1,8 млн. тонн в год в районе месторождения «Каменка» в 6 км от Кричева. С вводом нового цементного

завода (ещё две технологические линии в ОАО «Красносельскстройматериалы» и на Белорусском цементном заводе) завершилась реализация программы развития цементной отрасли, начало которой было положено Главой государства ещё в 2011 году. Общий объем инвестиций в цементную отрасль в 2009-2018 годах оценивается \$1,227 млрд., где более полумиллиарда было выделено на реализацию проекта под Кричевом. Период активного развития промышленности строительных материалов в Республике Беларусь пришелся на 2009-2018 гг. (доля ПСМ в структуре обрабатывающей промышленности выросла с 4,5% до 5,4%), высокая доля отрасли в 2018 году (5,9%) объясняется меньшими темпами падения объемов производства в ПСМ по сравнению с обрабатывающей промышленностью страны в целом под влиянием экономического кризиса. В целом за рассматриваемый период доля отрасли в структуре обрабатывающей промышленности выросла с 4% до 4,8%, что говорит о некотором повышении ее значимости в экономике страны. В 2018 году в Республике Беларусь было выпущено 4,9 млн. тонн цемента, что на 400 тыс. тонн больше, чем в 2017-м и 2016 годах, и ликвидирован его дефицит. В настоящее время цемент выпускается в достаточном количестве, как для внутреннего рынка, так и на экспорт. Продукция цементной отрасли Республики Беларусь в основном реализуется в Российскую Федерацию, Польшу и Литву

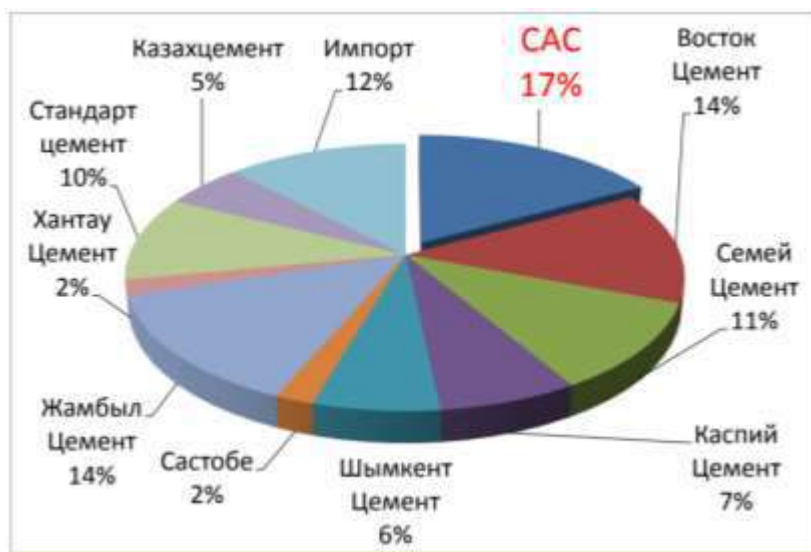
Как было сказано ранее, дефицит цемента в РК покрывается импортируемым цементом. В 2015 году импорт составил порядка 20% от всего объема, в 2016 году уже 12,4% и в 2017 году – 12,3%. Основной регион поставки — это Западный макрорегион. Причиной является близлежащее расположение 8 (восьми) российских цементных заводов. Кроме того, в Казахстане в данном регионе ранее отсутствовали собственные цементные заводы, а в 2014 году запущен завод Каспий цемент в Шетпе. В 2015 году из-за разницы курсов рубля и тенге, стоимость российского цемента была низкой до августа месяца, что способствовала увеличению продаж российского цемента в регионе.

Таб. 4 – Распределение сезонного импорта цемента и извести по макрорегионам

Регион	Тыс. тонн	Область	Тыс. тонн	%
Центр	229,98	Карагандинская	3,12	0,26%
		Астана	226,86	19,12%
Север	179,5	Акмолинская	13,26	0,05%
		Костанайская	40,58	0,92%
		Северо-Казахстанская	14,72	0,08%
		Павлодарская	110,95	4,21%
Юг	137,76	Алматы & область	55,03	4,64%
		Кызылординская	63,90	5,39%
		Южно-казахстанская	13,27	1,12%
		Жамбылская	5,56	0,47%
Запад	606,31	Актюбинская	114,18	9,62%
		Атырауская	126,40	10,65%
		Мангистауская	231,73	19,53%
		Зап-Казахстанская	134,00	11,29%
Восток	32,85	Восточно-Казахстанская	32,85	2,77%
Total	1 186,4			

Увеличение объемов производства и уменьшение импорта цемента позволяет повысить уровень, качество и конкурентоспособность казахстанского цемента на внутреннем рынке.

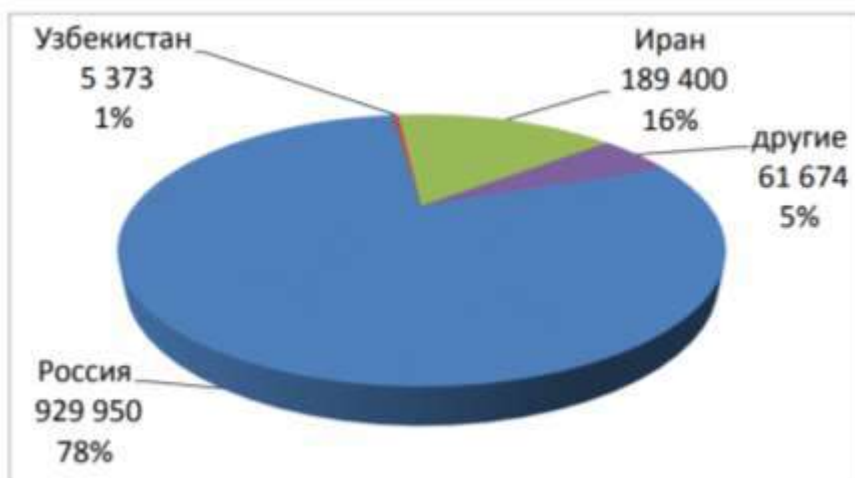
Рис. – Распределение основных игроков на рынке производства цемента и извести в 2018 году



Источник: годовой отчет АО «Central Asia Cement»

Стратегические цели развития цементной промышленности Казахстана направлены на достижение полного импортозамещения и удовлетворения внутреннего потребления отечественной продукцией. Для этого необходимо реализовать задачи по внедрению новых технологий, позволяющих получать продукцию высокого качества, способную конкурировать с мировыми аналогами.

Рис. – Основные страны импортеры цемента и извести в Республику Казахстан



Источник: годовой отчет АО «Central Asia Cement»

Импорт цемента в Республики Казахстан осуществляется из Ирана, России и Узбекистана. Львиную долю занимает российский цемент. Основные районные потребления иранского и российского цемента – западный Казахстан. Рекордное значение импорта было установлено в 2007 году, тогда он составлял, по данным статистики 3,5 млн. тонн, после чего в 2018 году последовало резкое падение до 782 тыс. тонн, что было вызвано кризисом и обвалом цен. Тогда основными импортерами цемента на казахстанский рынок были также: Россия – 64% всех поставок, Узбекистан – 19%, Иран – 20%.

На данный момент основными потребителями казахстанского цемента являются Россия, Таджикистан и Кыргызстан. При этом Россия постоянно наращивает производство. Так что казахстанским заводам остается только поставлять продукцию в приграничные районы Российской Федерации, да и то небольшими объемами. Потребность Таджикистана в цементе составляет лишь 1 млн. тонн в год, при этом 60% из нее покрывается за счет поставок из Ирана, России и Казахстана. В прошлом году Иран заявил о том, что планируют построить в Республике Таджикистан цементный завод мощностью 2 млн. тонн в год. И если это произойдет, то Таджикистан будет закрыт как для казахстанского цемента, так и для российского. В Кыргызстане колоссального строительства не наблюдается. Поэтому вполне вероятно, что

Республика Казахстан столкнется с перепроизводством цемента уже к концу 2022 года. С учетом данных по странам Таможенного союза, Республика Казахстан экспортировала в 2018 году 211,4 тыс. тонн цемента на \$18,7 млн. Покупателями казахстанского цемента стали также Таджикистан – 98 тыс. тонн на \$8,4 млн. и Афганистан – 500 тонн (ранее не покупал казахстанский цемент) на \$50 тыс.

Можно выделить два основных направления кооперации предприятий промышленности строительных материалов Российской Федерации, Республики Казахстан и Республики Беларусь. К первому направлению можно отнести контрактные отношения между предприятиями государств – членов ТС и ЕЭП, находящие отражение в динамике взаимных поставок различных видов строительных материалов и сырья для их производства. В структуре взаимной торговли государств – членов ТС и ЕЭП за 2018 год на продукцию промышленности строительных материалов (включая минеральные стройматериалы, а также изделия из камня, гипса, цемента, асбеста, слюды или аналогичных материалов; керамические изделия; стекло и изделия из него) приходится около 2,8% (1,9 млрд. долл. из 68,6 млрд. долл. общего объема взаимной торговли по всем группам товаров). Следует отметить, что Беларусь является одним из основных поставщиков цемента в Россию. Только по железной дороге Беларусь в 2018 г. отправила в Россию около 800 тыс. тонн цемента навалом и в разных видах тары (всеми видами транспорта – около 1007 тыс. тонн). В последние годы в Республике Беларусь запущено несколько новых линий по выпуску цемента, соответствующего местным, российским и европейским стандартам.

В связи с этим власти Беларуси надеются постепенно отказаться от завоза импортной продукции и полностью покрыть потребности своего рынка, а также увеличить поставки продукции в Россию. В 2018 году объем экспорта цемента из Беларуси в Россию составил 1,3 млн. тонн. Из общего объема экспортных поставок цемента наибольшую долю составляет Россия - 91%. **В свою очередь, около 38% от общего объема импортируемого цемента Республикой Казахстан в 2018 году пришлось на Россию.** Наиболее существенными внешнеторговыми потоками являются экспортные поставки строительных материалов из Республики Беларусь в Россию и из России в Республику Казахстан.

Так, наибольший объем экспорта в рамках ТС и ЕЭП приходится на изделия из цемента, бетона или искусственного камня (174 млн. долл.), цемент (81 млн. долл.), стекловолокно (68 млн. долл.) и плитку керамическую глазурованную (67 млн. долл.). Наибольшие объемы экспорта из Казахстана в Россию среди различных видов строительных материалов и сырья для их производства приходятся на кварц и кварцит (94,4 млн. долл. в 2012 г.), глины

прочие (8,4 млн. долл.), цемент (4,7 млн. долл.), гравий, гальку и щебень (4,7 млн. долл.). Объемы поставок строительных материалов и сырья для их производства из Казахстана в Беларусь незначительны (менее 1 млн. долл. по всем рассматриваемым позициям).

Вторым направлением сотрудничества предприятий отрасли являются внутрикорпоративные отношения между организациями, входящими в одну общую крупную вертикально или горизонтально интегрированную либо диверсифицированную международную компанию. Это могут быть как производственные активы, так и торговые представительства, а также учебные центры.

Например, в структуру российской компании «БазэлЦемент» входит предприятие «Састобе-Цемент», располагающееся в Республике Казахстан и занимающееся производством цемента и извести. United Cement Group объединяет в своем составе Цементный завод Семей (Республика Казахстан, г. Семей), Кузнецкий цементный завод (Россия, Кемеровская обл. г. Новокузнецк) и Новотроицкий цементный завод (Россия, Оренбургская область, г. Новотроицк), а также активы в Узбекистане и Кыргызстане.

Немецкая фирма КНАУФ, уже более 20 лет успешно работающая в России, в 2001 г. приняла решение о вхождении в промышленность строительных материалов Казахстана, демонстрировавшего высокие темпы экономического роста. Компания решила построить недалеко от Алматы современный завод для обеспечения местного рынка высококачественными строительными материалами. Цеха предприятия были построены КНАУФ совместно с Немецким обществом по инвестициям и развитию на базе мощностей, сооруженных еще в 1989 году советскими инженерами. За три с небольшим года была произведена масштабная модернизация производства. Для обеспечения предприятия «КНАУФ гипс Капчагай» сырьем была получена лицензия на добычу гипсового камня в карьере «Улькен-Бурултау» недалеко от Жамбыла. В октябре 2004 года фирма КНАУФ приобрела второе предприятие в Республике Казахстан – «ИСИ гипс», расположенное в поселке Индерборский под Атырау. **На начало 2020 года данное предприятие работает и выпускает строительный гипс и известняк.** Кроме того, в Казахстане и Беларуси созданы и действуют маркетинговые подразделения фирмы КНАУФ15. Компания Henkel, имеющая предприятия на территории России, в 2009 году в г. Минске открыла представительство Henkel Rus. С 1993 года действует представительство Henkel в Казахстане, а с 2008 запущено производство строительных материалов Henkel Bautechnik.

Российские производственные предприятия Rockwool находятся в городах Железнодорожный Московской области, Выборг Ленинградской области, Троицк Челябинской области и на территории особой экономической

зоны «Алабуга» Республики Татарстан. В Республике Беларусь организовано торговое представительство российского подразделения Rockwool

Размер рынка

Привлекательность цементной отрасли для потенциальных поставщиков сырья минимальна. Высокие первоначальные затраты для организации производства, проблемы с распределением готового продукта, влияние со стороны крупных конкурентов и основной рынок консолидирован.

Цементные заводы в РК работают не на полную мощность. В среднем на 65%. При полной загрузке, обеспечение цементом было бы в разы выше (*порядка 15 млн. тонн в год*). Тем не менее, полной загрузке препятствуют высокий износ фондов, отсутствие средств для модернизации и т.д.

Основные предприятия по производству цемента сконцентрированы в четырех областях Казахстана – в Карагандинской, Восточно–Казахстанской, Туркестанской и Жамбылской областях. До 2017 года производство цемента так же осуществлялось на территории Алматинской области, ТОО "Almaty Cement Company", которое в настоящее время приостановило свою деятельность.

Общий размер рынка к 1 кв. 2020 года достиг 171 млрд. тенге (587 млрд. тенге по итогам 2019 года) в подотрасли работают свыше 27 тыс. человек, экспорт за январь–март составил 39 млн. долл. США или 466 тыс. тонн продукции. Импорт составил 190 млн. долл. США или 501 тыс. тонн продукции. В отрасли работает свыше 1,3 тыс. предприятий.

Таб. 5 - Количество участников и общие мощности, характеризующий общий размер рынка

Казахстан	ЕЭП	Глобальный
<p>7 крупных предприятий (общее количество 9)</p> <p>АО «Бухтарминская цементная компания» (ВКО) (мощность 1,4 млн.т./год)</p> <p>ТОО «Цементный завод Семей» (ВКО) (мощность 1,2 млн.т./год)</p> <p>АО «Central Asia Cement» и дочернее предприятие АО «Карцемент»</p>	<p>Россия</p> <p>Более 20 крупных предприятий (общее кол-во не менее 50)</p> <p>Евроцемент групп (мощность 28,7 млн.т./год)</p> <p>Сибирский цемент (мощность 5,5 млн.т./год)</p> <p>Мордовцемент (мощность 4,2 млн.т./год)</p> <p>Новоросцемент</p>	<p>В настоящее время на мировом рынке цемента доминируют 8 крупных компаний, на их долю приходятся 1/3 совокупного мирового производства цемента и 2/3 продаж</p> <p>Holcim (Швейцария) (число заводов 140, общая мощность 212,0 млн.т./год)</p> <p>Lafarge (Франция) (число заводов 160, общая мощность 217,0 млн.т./год)</p>

(Карагандинская обл.) (мощность 2,0 млн.т./год) АО «Шымкентцемент» (ЮКО) (мощность 1,3 млн.т./год) ТОО «Стандарт цемент» (ЮКО) (мощность 1,0 млн.т./год) ТОО «Jambyl Cement» (Жамбылская обл.) (мощность 1,2 млн.т./год) ТОО «Мынарал Тас Компани» (Жамбылская обл.) (мощность 1,2 млн.т./год)	(мощность 4,1 млн.т./год) Holcim/Альфа-Цемент (мощность 4,1 млн.т./год) Dyckerhoff AG/Сухоложскцемент (мощность 3,7 млн.т./год) Lafarge (мощность 3,6 млн.т./год) Серебряковцемент (мощность 3,4 млн.т./год) Горнозаводскцемент (мощность 2,2 млн.т./год) Белоруссия 3 крупных предприятий (общая мощность 6,0 млн.т./год)	Hiedelberg Cement(Германия) (общая мощность 116,5 млн.т./год) Семех (Мексика) (число заводов 66, общая мощность 96,1 млн.т./год) Italocementi Group (Италия) (число заводов 62, общая мощность 70,0,0 млн.т./год) Buzzi Unicem (Италия) (общая мощность 43,3 млн.т./год) Сimproг (Португалия) (общая мощность 37,0 млн.т./год) Taiheiyo Cement (Япония) (общая мощность 35,4 млн.т./год)
--	---	---

Вышеприведенная таблица указывает на относительно скромные объемы производства цементной продукции в сравнении с РФ (68,8 млн. тонн) и мировыми производителями (Турция, Иран, КНР, Италия, США). Несмотря на это, в данный момент, отечественная цементная промышленность является одной из немногих отраслей, которая почти полностью удовлетворяет внутренний спрос на продукцию. Однако, в связи бурным экономическим развитием страны и развитием строительства, остро стоит вопрос о наращивании производства данной продукции.

Таб. 7 - Динамика производства цемента и темпы прироста рынка

Годы	Казахстан		ЕЭП		Глобальный	
	млн. тонн	%	млн. тонн	%	млн. тонн	%
2003	2,581	-	41,0	-	1 950,0	-
2004	3,662	41,8	46,0	12,2	2 130,0	9,2
2005	4,182	14,2	51,5	11,9	2 310,0	8,5
2006	4,880	16,7	58,0	12,6	2 550,0	10,4

2007	5,699	16,8	63,5	9,5	2 770,0	8,6
2008	5,837	2,0	58,1	-8,5	2 840,0	2,5
2009	5,694	-2,0	48,2	-17,1	3 060,0	7,7
2010	6,955	22,0	54,4	12,8	3 400,0	7,8
2011	7,642	11,0	60,4	11,0	3 560,0	7,9
2017	5,633	-	-		-	-
2018	7,854					
2019 за 10 месяцев	8,933					

Источник: КС МНЭ РК

Вышеуказанная таблица указывает на поступательный рост объема рынка цементной промышленности. Негативный рост объема в 2018-19 годах свидетельствует о том, что цементная промышленность неизменно связана с объемами роста экономики.

Обзор цен

Основным фактором замедления развития рынка строительных материалов в Казахстане, учитывая высокую степень износа основных фондов, является сокращение инвестиций в основной капитал. По итогам 2019 года сокращение объема инвестиций составило порядка 30%, в 2020 году ожидается снижение в пределах 18%-23%. В настоящее время товарный рынок Казахстана насыщен строительными материалами, в то же время ассортимент отечественной продукции не полностью удовлетворяет внутренний спрос потребителей. Это, а также рост стоимости средств производства толкает цены на строительные материалы вверх, причем этот рост не однороден в разрезе регионов, так как основные производственные мощности промышленности стройматериалов расположены в восточных, южных и центральных областях республики. Диспропорции в территориальном размещении в условиях высоких тарифов вызывают большие финансовые издержки по доставке продукции и сырья. Удельный вес транспортных расходов в цене реализации при поставке на значительные расстояния достигает 55-65 %, что вызывает значительную дифференциацию цен по областям республики.

Так, объем производства прочих неметаллических минеральных продуктов за январь–сентябрь 2019 года составил 416,5 млрд тг, индекс промышленного производства к январю–сентябрю 2018-го, когда объем достигал 444,4 млрд тг, равен 94,5%.

С сокращением объемов производства товарного бетона и портландцемента, глиноземистого, шлакового и аналогичных гидравлических цементов цены на них выросли. Значительно увеличились оптовые цены товарного бетона, индекс цены к сентябрю 2018 года составил 109,4%, до 5,7 тыс. тг за тонну в сентябре 2019-го. Портландцемент и прочие цементы выросли в цене за год с 22,6 тыс. до 23,3 тыс. тг за тонну, индекс цены составил 100,8%. В целом индекс оптовых цен на строительные материалы по РК составил 101,3%, а на приобретенные строительными организациями — лишь 100,6%.

Рис. - Производство прочих неметаллических продуктов в РК с учетом ИФО



Источник: КС МНЭ РК

В то время как для строительных компаний рост цен на строительные материалы был незначительным, индекс цен на строительные материалы, приобретаемые населением для текущего ремонта, составил сразу 107,5%.

Существенное подорожание была зафиксировано в Алматы — индекс составил сразу 112,3%, а также в Туркестанской (110,4%) и Костанайской (109,6%) областях.

В частности, средняя розничная цена на цемент марки М400 выросла с 1,3 тыс. до 1,4 тыс. тг за 50 кг (ИПП — 108,3%), водоэмульсионные краски подорожали с 531 до 575 тг (ИПП — 107,9%), сухие строительные смеси — с 4,6 тыс. до 4,8 тыс. тг за 50 кг (ИПП — 106,5%), также подорожал настенный кафель — с 2,3 тыс. до 2,4 тыс. тг за 1 кв. м (ИПП — 104,1%).

Рис. – Индекс цен на строительные материалы в 2019 году по сравнению с 2018 годом



Источник: КС МНЭ РК

Потребительское поведение;

В конечной продукции строительства заинтересованы не только предприятия всех отраслей, но и потребитель или работник. Его потребительское поведение диктуется ростом или снижением индекса розничных и оптовых цен на строительные материалы в регионах.

Одним из стимулов для производителей «держать цены» являются налоговые вычеты от предприятий строительного комплекса, что составляет значительную часть доходов бюджета. Казахстанский рынок отделочных и строительных материалов взаимосвязан со строительным рынком и развивается по схожему сценарию. Основной его особенностью является большое число участников рынка и многообразие представленной на рынке продукции. При проведении маркетингового исследования на рынках строительных и отделочных материалов было принято важное допущение об не однородности производителей, высокой доле импортной продукции и скачков конъюнктуры продукции в зависимости от сезона.

В РК производятся все основные виды строительных материалов, изделий и конструкций. В настоящее время товарный рынок достаточно насыщен строительными материалами, в то же время ассортимент отечественной

продукции не полностью удовлетворяет потребности современного строительства. Отставание обусловлено, главным образом, низким техническим уровнем предприятий, износом парка технологического оборудования и в отдельных случаях вызвано необеспеченностью отрасли необходимыми видами качественного сырья и исходных материалов. Созданные новые производства, в том числе и на импортном оборудовании, используются не на полную мощность. Строительные материалы производят более 1,3 тыс. предприятий во всех регионах страны, из которых большая часть - малые. Отрасль обеспечивает работой более 27 тыс. человек. Имеются перекосы в территориальном размещении: большая часть производственных мощностей предприятий промышленности строительных материалов и стройиндустрии сосредоточены в центральных, южных и восточных регионах РК (на которых приходится более 60 % объёма производства). Поэтому в ряде регионов сохраняется дефицит по некоторым видам стройматериалов, что в условиях высоких железнодорожных тарифов вызывает финансовые издержки по доставке продукции и сырья. К ключевым проблемам, сдерживающим развитие отрасли строительных материалов в Казахстане, можно отнести:

- несоответствие системы технического регулирования и государственного нормирования международным стандартам и устаревшие принципы ценообразования;
- низкий технологичный уровень производства и низкий уровень производительности труда. В 2019 году на казахстанском рынке строительных материалов наблюдалась стабильная динамика с умеренным ростом в пределах 11,8%. К

Как говорят эксперты, такая же активность сохранится и в 2020 году. Среди основных тенденций нескольких лет специалисты отмечают сокращение стихийных строительных рынков, и рост формата цивилизованной торговли. Также по словам ритейлеров, посткризисное восстановление экономики и увеличение покупательской способности населения не только оживили рынок, но и обострили конкуренцию.

С другой стороны, и сами покупатели стали более разборчивыми в товарах. И предпочитают выбирать качественную продукцию в средних и высоких ценовых сегментах. Рынок строительных материалов представлен в нескольких конкретных категориях – прежде всего это базовые материалы, такие как цемент, левкас, кирпич, бетонные смеси. Отечественное производство преобладает в тех отраслях, где строительные материалы получают из природного сырья - известь, асбест, гипс, глина и прочее. По цементу, изделиям из бетона и гипсокартону по данным Министерства индустрии и новых технологий РК в Казахстане потребности удовлетворяются на 75-100%. На территории республики действует 110 производителей

кирпича. Доля строительных материалов отечественного производства в 2013 г. на внутреннем рынке выросла почти до 68,8%. В рамках ГПИИР до 2025 года перед государством стоит задача – довести долю отечественного производства строительных материалов до 80%.

Анализ строительных магазинов по продаже стройматериалов выявил, что потребителями строительных материалов являются казахстанцы в возрасте до 45 лет (более 50%), имеющие средний и высокий уровни доходов от 145 тыс. тенге в месяц. Покупку строительных материалов в семье преимущественно осуществляют мужчины (77,2%). Согласно данным из открытых источников большая часть покупателей - 97,6% - удовлетворены выбором строительных материалов. Доля недовольных выбором составляет незначительную часть – 6,7%. Неудовлетворённость, в основном связана с фактором цены, где 81,3%, покупателей считают, что цены на продукцию завышены, 36,5% покупателей отмечает низкий уровень качества производимой продукции.

Проведенный опрос среди покупателей в 2018 году показал, что большая часть потребителей (91,3%) выбрала цены на продукцию заводской бетон от 10 000 до 20 000 тенге за тонну. Наряду с этим около 9% покупателей считают, что цена за продукцию могла бы составить 5 000 до 10 000 тенге. 74,3% покупателей готовы платить за готовые конструкции от 10 000 до 20 000 тенге за тонну и только 5,9% покупателей считают, что цена на продукцию должна составлять от 5 000 до 10 000 тенге. 87,8% покупателей считают, что цена на силикатный кирпич может достигать 5000 тенге. Около четверти покупателей полагают, что цена за тонну цемента должна составлять до 5 000 тенге, наибольшее число респондентов 43,7% могут платить от 10 000 до 20 000 тенге, что по сути характеризует дефицит среднего класса, способного осуществлять траты на уровне роста затрат отрасли в стране.

Описание сложившейся конъюнктуры рынка по продукту/услуге проекта;

Мониторинг минерально-сырьевой базы Казахстана свидетельствует о наличии достаточного количества эксплуатируемых месторождений основных видов сырья для производства строительных материалов, изделий и конструкций, в том числе и для продукции высокой степени переработки, соответствующих современным требованиям строительного комплекса. Однако количество резервных, не вовлеченных в разработку месторождений по сравнению с эксплуатируемыми в настоящее время превалирует, что свидетельствует о недостаточном использовании сырьевой базы и создает предпосылки для ее экстенсивного развития.

На сегодняшний день отечественная промышленность строительных материалов способна удовлетворять лишь часть потребностей строительного комплекса Казахстана, и как следствие существенную долю на рынке занимает импортная продукция, не допуская дефицита практически по всем видам строительных материалов. Несмотря на то, что в последние годы в Казахстане появились производства по выпуску керамической плитки, пластмассовых труб, металлочерепицы, столярных изделий из пластика, сухих смесей и другой продукции, практически вся продукция отрасли стройматериалов Казахстана неконкурентоспособна на внешнем рынке (за исключением асбеста).

Экономически выгодным и вполне реальным для Казахстана в перспективе станет экспорт новых строительных технологий в другие страны со всей сопутствующей документацией комплектной поставкой оборудования, а также с обучением местных кадров.

Новые технологии и материалы широко применяются в отделочных и инженерных работах, связанных с монтажом и ремонтом электрооборудования, водопроводов, отопительных систем, канализации, наружных сетей.

С каждым годом отмечается рост потребности в таких строительных материалах, как цемент, стекло, битум, деревянные изделия, стеновые и нерудные материалы, металлоконструкции и металлоизделия, теплоизоляционные и лакокрасочные материалы, сухие строительные смеси, природный камень, керамическая плитка, кровельные материалы, напольные покрытия.

Казахстан располагает богатыми сырьевыми возможностями для развития асбестоперерабатывающей, керамической, фарфорофаянсовой, керамзитовой, цементной, стекольной промышленности, а также развития производства извести, красок, теплоизоляционных материалов и т.д. Месторождения карбонатного сырья распространены по всей территории республики, их общие балансовые запасы превышают 3 миллиарда тонн. Государственным балансом учтены 8 месторождений известняка, пригодного для стекольной промышленности, общие его запасы по промышленным категориям составляют 15,2 миллиона тонн. Известняка, пригодного для выжига извести в республике, значительно больше, его суммарные запасы составляют 480,2 миллиона тонн. Разведано также 13 месторождений мела с совокупными запасами в 136,14 миллиона тонн. Его используют при

производстве цемента и строительной извести. Казахстан отличается широким распространением кремнеземистых пород (опоки, диатомиты, трепелы), которые используются преимущественно для производства высококачественных цементов. Государственным балансом учтены 29 месторождений бентонитовых глин, пригодных для использования в керамической, фарфорофаянсовой и стекольной промышленности. Их запасы по всем промышленным категориям превышают один миллиард тонн. Разведанные запасы основных месторождений стекольных песков составляют около 40 миллионов тонн. На территории Казахстана выявлено 429 месторождений нерудных материалов, пригодных для производства стенового камня, кирпичных блоков, облицовочных плит, микрокальцита, щебня, мраморной крошки, бутового камня.

В Казахстане данная отрасль не отличается особой разветвленностью, многие товары, такие как санитарно-технические изделия, стекло листовое, многие виды лакокрасочных изделий, теплоизоляционных изделий и прочие не выпускаются отечественными производителями.

Низкими темпами осуществляется перевооружение предприятий по производству цемента, теплоизоляционных, стеновых, кровельных отделочных материалов и других изделий. Не развито собственное машиностроение, практически нет заводов по производству грузоподъемных машин, подъемно-транспортных механизмов, строительных машин и технологического оборудования.

Сложившаяся ситуация довольно не простая, так как объем производства цемента, извести и строительного гипса РФ (68,8 млн. тонн против 9 млн. тонн в Казахстане) в десятки раз превышает уровень производства в Казахстане, объем импорта строительных материалов в десятки раз превышает объем экспортируемых строительных товаров. В общем объеме экспорта объем отечественных строительных материалов за период 2012-2018 гг. не достигает и 0,1%. В географическом разрезе до 80% продукции экспортируется в страны СНГ, причем данный показатель имеет тенденцию к снижению – в 2012 году объем экспортируемых строительных материалов в страны СНГ достигал до 93%. Объем импортируемых строительных материалов составляет порядка 1,5%-1,7% к общему объему импорта республики. Доля импортеров-стран СНГ варьируется, в среднем, в пределах 53%-56% за рассматриваемый период. В настоящее время сохраняется зависимость от импорта некоторых видов строительной продукции - Казахстан полностью импортирует линолеум и листовое стекло. Среди материалов, производимых отечественными

предприятиями и покрывающих потребности внутреннего рынка, можно выделить только строительные растворы и товарный бетон. Рынок строительных материалов имеет огромный потенциал для дальнейшего развития. Наличие достаточной сырьевой базы имеет все предпосылки для увеличения роста производственных мощностей казахстанских предприятий с целью покрытия основных потребностей внутреннего рынка и снижения импортозависимости. Но на сегодняшний день, основным драйвером развития данного сектора остается государственная поддержка в виде программы ГПИИР 2015-2019 гг.

Промышленность стройматериалов стабильно делит 4-5 место среди отраслей промышленности по общему объёму выпуска с лёгкой промышленностью, уступая лишь пищевой промышленности, электроэнергетике и машиностроению. Значимость промышленности стройматериалов для экономики страны обусловлена также тем, что она поставляет сырье и материалы для строительного комплекса. В себестоимости производства строительных предприятий затраты на сырье и материалы (в основном это продукция промышленности стройматериалов) в среднем составляет более 50%. Следовательно, от эффективности функционирования промышленности стройматериалов зависит в конечном итоге решение проблем обновления основных фондов, модернизации предприятий, занятости, удовлетворения спроса населения на жилье

Увеличились объёмы производства цемента, кровельных, теплоизоляционных материалов, пластмассовых труб и сухих строительных смесей. В 2014 году, благодаря запуску двух цементных заводов, западный и северный регионы страны в перспективе могут полностью отказаться от импорта цемента. ТОО «Каспий Цемент» в 2013 году произвело холодный запуск производства, мощностью 1 млн. тонн продукции в год.

Анализ существующей и прогнозируемой конъюнктуры спроса на образующуюся в результате реализации проекта продукцию (товары/услуги) - проблемы, решения, статус реализуемых проектов;

На сегодняшний день, существует несколько барьеров, которые определяют характер развития подотрасли производства цемента, извести и строительного гипса.

Износ основных средств в производстве строительных материалов в Казахстане находится на уровне **32-40%** в зависимости от вида производства. Только в цементном производстве за счет модернизации заводов произошло сокращение износа основных средств с 38,2% в 2008 году до 20% в 2018 году.

Производительность труда в производстве строительных материалов в РК все еще на 40% ниже, чем средняя производительность труда в странах ОЭСР и объясняется тем, что в секторе преобладают производства низких переделов, то есть низкой степени переработки сырья. г. Алматы; 13,60% г. Нур-Султан; 11,50% Акмолинская область; 2,70% Алматинская область; 11,90% Актюбинская область; 7% Атырауская область; 1,30% Восточно-Казахстанская область; 13,30% Северо-Казахстанская область; 0,30% Туркестанская область; 8,90% Павлодарская область; 2,80% Мангистауская область; 2,50% Кызылординская область; 2,30% Костанайская область; 2,40% Карагандинская область; 9,90% Жамбылская область; 6,70% Западно-Казахстанская область; 2,90%.

Таб. - Основные показатели рентабельности

Казахстан	ЕЭП	Глобальный
1,9% – 9,0%	3,29% - 10%	2,0% – 15%

Источник: Данные взяты из годовых отчетов основных производителей

Средний уровень загрузки мощностей в секторе пока остается невысоким – примерно 65%. В производстве строительного гипса этот показатель находится на уровне 70%, в производстве пластмассовых строительных изделий (труб, листов, пленки и др.) – в пределах 35-58%, в производстве кирпича - не превышает 20%. Угрозы для развития сектора представляют усиливающееся технологическое отставание от зарубежных производителей в отдельных сегментах с высокой степенью обработки материалов (напольные и кровельные покрытия), усиление дефицита кадров, рост цен на сырье и энергоресурсы, рост тарифов на грузоперевозки, усиление конкуренции за рынки сбыта внутри ТС.

Казахстан	ЕЭП	Глобальный
- Высокие затраты на начальном этапе - Близость к сырью и потребителю - Проблемы с распределением товара - Высокое влияние со стороны глобальных конкурентов	- Высокие затраты на начальном этапе - Близость к сырью и потребителю - Проблемы с распределением товара - Высокое влияние со стороны глобальных конкурентов - В основном рынок консолидирован	- Высокие затраты на начальном этапе - Близость к сырью и потребителю - Экологические - Высокое влияние со стороны глобальных конкурентов - В основном рынок консолидирован

- В основном рынок консолидирован		
-----------------------------------	--	--

Описание уже реализованных проектов (функционал объекта, преимущества и недостатки)

В Казахстане, в состав отрасли производства строительных материалов входят около 1,3 тыс. предприятий, при этом лишь 30 из них являются крупными, а порядка 100 средними.

Рис. 1. Действующие цементные заводы в Республике Казахстан



Из приведенных 88 компаний (см. таб. 2), занимающихся производством цемента, извести и строительного гипса основными по объему выпускаемой продукции (14 заводов) являются производители цемента сухим и мокрым способом.

К этим компаниям относятся:

1) АО «Орнек XXI», Казахстан, владеет заводом ТОО «Казхцемент» в Восточно-Казахстанской обл. (сухой способ, 1000 тыс. т продукции в год).

2) АО НК «КазМунайГаз», Казахстан, принадлежит завод ТОО «СастобеЦемент» (Южно-Казахстанская обл., мокрый способ, 350 тыс. т в год).

3) АО «Монолит», Казахстан, принадлежит Кордайский цементный завод (Жамбылская обл., 60 тыс. т в год).

4) ТОО «Финансово-торговая промышленная корпорация «Оцтусц», Казахстан.

5) В 2011 году в Южно-Казахстанской обл. введена в эксплуатацию 1-я очередь завода сухого способа производства ТОО «Стандарт Цемент» (ее

проектная мощность - 1000 тыс. т в год). В августе 2015 года завершилось строительство его 2-й очереди (общая проектная мощность завода - 2000 тыс. т в год).

6) АОАСIG, Казахстан, принадлежит Хантауский цементный завод (Жамбылская обл., сухой способ, 500 тыс. т в год), введенный в эксплуатацию в 2014 году (рис. 3).

7) ТОО «Almaty Cement Company», Казахстан. Цементный завод компании (Алматинская обл., 240 тыс. т в год) оснащен двумя шахтными печами. HeidelbergCement, Германия, принадлежат заводы:

8) «Бухтарминская Цементная Компания» (Восточно-Казахстанская обл., мокрый способ, 1600 тыс. т в год) и

9) «Каспий Цемент» (Мангистауская обл., сухой способ, 800 тыс. т в год, введен в эксплуатацию в 2014 году).

10) Italcementi Group, Италия, принадлежит АО «ШымкентЦемент» (Южно-Казахстанская обл., мокрый способ, 1600 тыс. т в год. На заводе завершается строительство технологической линии сухого способа производства (1200 тыс. т в год).

11) Steppe Cement Ltd, Малайзия, принадлежат цементные заводы в Караганде: ОАО Central Asia Cement (мокрый способ, 400 тыс. т в год) и

12) ОАО Karcement сухого способа производства проектной мощностью 1200 тыс. т в год (введен в эксплуатацию в 2014 году).

13) United Cement Group, Казахстан, принадлежит ТОО «Цементный Завод Семей» Vicat Group, Франция.

14) В 2012 году на проектную мощность вышел завод ТОО «Жамбылская цементная производственная компания» (Мынаральский цементный завод) в Жамбылской обл. (сухой способ, 1200 тыс. т в год), введенный в эксплуатацию в 2011 году.

15) **Строится** VI-Cement (Акмолинская область), мощность 550 тыс. тонн в год.

16) **Строится** ТОО «Кокше-Cement» (Акмолинская область), мощность 2 млн. тонн в год.

17) **Строится** ТОО Рудненский цементный завод (Костанайская область) – 500 тыс. тонн.

Благодаря вводимым мощностям объем производства цемента, извести составит индикативные 14,5 млн. тонн в год.

Таб. - Основные потребители в отрасли цементной промышленности

Потребители	Доли от общих объемов сбыта в %
Строительные организации	60-70

Оптовые торговые компании	10-15
Производители железобетонных изделий	9-11
Производители сухих смесей	1-9
Производители бетона	7-10
Розничные торговые компании	2-3

К примеру, АО «Шымкентцемент» имеет более 200 потребителей в строительных компаниях, 30 по оптовым торговым компаниям и не менее 10 в производстве железобетонных изделий и не значительная часть распределяется по производителям сухих смесей и розничных торговых компании.

При этом, все еще технический уровень большинства предприятий отрасли значительно отстает от требований передовых зарубежных технологий. Основные причины этого - недостаток инвестиций, высокий износ основных фондов (до 55 %), медленное обновление основных фондов (кранового состава, домостроительных комбинатов, закупа новых линий по производству товарного цемента в больших объемах) и нехватка квалифицированных кадров.

SWOT-анализ - определение и оценка потенциальных сильных и слабых сторон, возможностей и угроз товаров, работ, услуг, предполагаемых в рамках реализации проекта (обязательно указываются используемые источники информации проведения маркетинговых исследований с приложением отчетов);

Структура отрасли имеет ярко выраженную сырьевую или около сырьевую направленность, **в республике недостаточно предприятий, производящих продукцию** высокой степени переработки и соответствующую современным требованиям строительного комплекса. Так имеется порядка 400 производителей строительных материалов, когда их число оптимально должно соответствовать 1,5-2 тыс. заводам по всей стране. Основными статьями экспорта до сих пор являются асбест и нерудные строительные материалы, в то время как осуществляется импорт в значительных количествах листового стекла, стеновых материалов, современных кровельных материалов, изделий из керамики и сантехнических изделий.

Большинство предприятий, производящих строительные материалы, это средние или малые и как следствие у них существуют серьезные проблемы с

финансированием проектов по модернизации (либо организации) производства. Проблемы возникают как в части недостаточной обеспеченностью собственными оборотными средствами, так и в обеспечении лизинговых операций.

Небольшие предприятия не могут быть конкурентоспособны, как на внутреннем, так и внешнем рынках, так как предприятия, находящиеся внутри одной производственной цепи, поставляют продукцию по рыночным ценам, тем самым, делая производителей, находящихся в сегменте с более высокой добавленной стоимостью менее конкурентоспособными, чем предприятия, занимающиеся добычей сырья или первичной его переработкой.

Недостаточная квалификация менеджеров не позволяет предприятиям отрасли эффективно использовать производственные ресурсы.

Существует серьезная нехватка информации, как у предприятий отрасли, так и у основных потребителей конечной продукции. Предприятия отрасли нуждаются в информации о современных тенденциях развития отрасли на мировом, региональном и национальном уровне, также существует необходимость в маркетинговых исследованиях по разным видам продуктов (отечественный и региональный рынки). Строительные организации нуждаются в информации об отечественных производителях строительных материалов с указанием цен и тарифов на перевозки к основным центрам строительной активности.

На сегодняшний день инновационная работа внутри предприятий практически не ведется. При этом в республике практически отсутствуют специальные научно-исследовательские институты, занимающиеся разработкой новых способов получения строительных материалов и изысканием возможных путей модернизации существующих производственных линий.

Сложившаяся ситуация без прямого вмешательства государства в среднесрочной перспективе приведет к неконкурентоспособности продукции отечественных предприятий на внутреннем рынке и росту импорта со стороны РФ и Ирана.

Таким образом, **к слабым сторонам** промышленности строительных материалов, изделий и конструкций, имеющим отраслевые специфические особенности, можно отнести:

- низкий технический уровень оснащенности производств;
- недостаточность оборотных средств предприятий и накоплений для модернизации и технического перевооружения производств;
- высокая себестоимость производства продукции;

слабое развитие нормативно-информационного обеспечения, особенно в части информации о наличии сырья и процедурах по внедрению новых стандартов качества;

наличие территориальных диспропорций в размещении производств;
недостаточность инвестиций для развития новых импортозамещающих и экспортоориентированных производств;

высокую зависимость предприятий от доступности и стоимости транспортных услуг;

острую нехватку специалистов и низкий количественный уровень их подготовки в республике.

Все это свидетельствует, что при существующем уровне технической и технологической оснащенности большинства предприятий, организация выпуска соответствующих мировым стандартам отечественных строительных материалов не представляется возможным.

потери от брака;

потери от простоев по внутрипроизводственным причинам;

Отражается на работе цементных предприятий и сезонность строительной отрасли: летом объемы выпуска цемента растут, и значительно сокращаются к зиме. Предприятия не делают "запасы" цемента. Производство полностью зависит от сезона спроса, хотя технологически такая сезонность сказывается на производственном процессе не лучшим образом. Печь должна работать постоянно, частые остановки приводят к нарушению футеровки, восстановление которой требует немалых средств.

расходы, связанные с НИОКР, изобретательством, техническим усовершенствованием и рационализаторскими предложениями;

затраты, связанные с совершенствованием технологии и организации производства, а также с улучшением качества продукции;

затраты на подготовку и переподготовку кадров;

Подготовленность основанного технологического персонала требует высокой квалификации, производство цемента – это сложный химический процесс, требующий наличие знаний и опыта в данной области.

расходы, связанные со сбытом продукции (реклама, продвижение и т.д.).

несоответствие системы технического регулирования и государственного нормирования международным стандартам и устаревшие принципы ценообразования;

низкий технологичный уровень производства и высокий износ основных средств (до 55 %), низкий уровень производительности труда;

территориальный дисбаланс размещения производственных мощностей, сконцентрированных в Алматинской, Карагандинской и Восточно-

Казахстанской областях и в городах Астане и Алматы – на которые приходится более 60 % объема производства.

Основными факторами, сдерживающими широкое привлечение в республику зарубежных технологий и создание новых производств по выпуску конкурентоспособных инновационных строительных материалов, являются: небольшой рынок сбыта продукции, высокие внутренние цены на сырье, услуги и высокие банковские ставки. Отсутствие в Казахстане развитой машиностроительной базы, современной электронной промышленности не позволяет организовать собственными силами изготовление современного технологического оборудования для нужд промышленности строительных материалов и изделий. Поэтому высокоточные механизмы и конструкции, т.е. высокотехнологическое оборудование, неизбежно приходится импортировать.

Таб. - Сильные стороны подотрасли

Первичные материалы	Материалы более глубокой степени обработки и отделочные материалы
-важнейший источник конкурентного преимущества – доступ к источникам сырья -переход на малоэнерго и ресурсоемкие технологии -горизонтальная интеграция в производство продукции с высокой добавленной стоимостью	-исключительная важность бренда в большинстве сегментов -высокий уровень консолидации в зрелых и фрагментированность в новых высокомаржинальных сегментах -интеграция в добычу и производство первичных материалов

Таб. - Возможности подотрасли

Добыча сырья и производства первичных материалов	НИОКР	Производство материалов более высокой степени переработки	Транспортировка и хранение	Дистрибуция и маркетинг
-новые технологии добычи -выгодное географическое положение (близость к сырью и потребителю) -эффект масштаба - квалифицированные кадры	-фокус на поиске и разработке синтетических (химических) заменителей естественных природных материалов -разработка веществ усиливающих, улучшающих качество первичных материалов -создание продуктов с высокой степенью готовности к использованию в строительстве	-высокая степень автоматизации производственных процессов -доступ к капиталу -производство материалов с высокой добавленной стоимостью - квалифицированные кадры	-близость к потребителю -эффективность логистики -квалифицированные кадры	-брендинг -интеграция в строительный процесс в части монтажа сложных объектов (модулей) -управления каналами дистрибуции - квалифицированные кадры

	-разработки в области улучшения качества -патентная защита - квалифицированные кадры			
--	--	--	--	--

Существующие риски подотрасли

Сегмент первичных материалов малопривлекателен, так как продукт не приносит высокой добавленной стоимости, доступ к ресурсам ограничен, а рынок консолидирован.



Большое количество конкурентов и значительная власть потребителей обуславливает исключительную важность бренда в большинстве **сегментов материалов глубокой степени обработки.**

Барьеры на входе
Средние и значительные в зависимости от сегмента - достаточно большие вложения в мощности и бренд

Власть поставщиков сырья и первичных материалов
Средние и значительные вследствие консолидированности отрасли производства первичных материалов

Уровень конкуренции
Средний, т.к. в основном рынки консолидированы, но в новых высокомаржинальных сегментах значительный

Власть потребителей-дистрибуторов, строительных компаний
Средние и значительные – дистрибуторы держат доступ к рынку, в тоже время издержки переключения строительных компаний на другого производителя могут быть высокими

Товары-заменители
Достаточно много, что связано с существованием большого количества разных технологий

Основные выводы и рекомендации;

«Жизненный цикл» отрасли – это период, в течение которого отрасль проходит четыре этапа: зарождение, рост, зрелость и упадок.

В первые годы изменения в отрасли (инновации) осуществляются динамично, жизненный цикл товаров короток. По мере развития отрасли скорость инноваций уменьшается, а рост поддерживается увеличением доли рынка. С достижением зрелости темпы роста рынка уменьшаются, конкуренция возрастает, а прибыльность падает. Исходя из модели, «жизненного цикла», все отрасли можно разделить на три группы: инновационные, или развивающиеся, зрелые и отрасли, переживающие спад. Предприятия в этих отраслях имеют схожие стратегии, несмотря на то, что могут производить совершенно разные товары.

Жизненный цикл отрасли может меняться под воздействием спроса, развития конкуренции, появления и распространения новых знаний (новые технологии производства, новые товары-заменители, новые потребности), изменения отраслевого окружения.

Наличие большого количества не модернизированных производств и средний показатель износа в 45% по отрасли свидетельствует о том, что строительная индустрия остается не поворотливой машиной, со сложными рычагами управления. Одной из основных причин сложившейся ситуации является отсутствие необходимых ресурсов для увеличения производственных мощностей, и в дальнейшем кардинальное повышение эффективности капитального строительства будет зависеть от развития индустриализации строительства на основе технического перевооружения и реконструкции предприятий его производственной базы, увеличения выпуска экономичных, высокоэффективных строительных конструкций и материалов. Технический уровень ряда существующих предприятий производственной базы не отвечает требованиям интенсивного развития строительного производства. Отдельные предприятия выпускают малоэффективные материалы

Ёмкие конструкции и изделия, применение которых требует дополнительных затрат труда непосредственно на строительной площадке. В числе основных проблем повышения технического уровня строительного производства — большие капиталоемкие вложения на модернизацию.

Перспективы развития рынка строительных материалов зависят также, и от темпов строительства, в первую очередь жилищного. Сегодня существует благоприятная среда для развития производства стеновых материалов, ввиду реализации программы «Доступное жилье 2020».

В конечном итоге, для промышленности строительных материалов необходимо добиться достижения долгосрочных стратегических целей, выраженных в обеспечении саморазвития и саморегулирования отрасли. Казахстан за 10 лет совершил мощный рывок в экономическом развитии, и имеет широкие возможности по самообеспечению практически по всем товарным группам строительных материалов, за исключением тех материалов, для производства которых в стране отсутствует первичное сырье, сырья для производства цемента в РК достаточно, что бы реализовать энергоэффективные инновационные решения.

Для создания конкурентоспособной продукции необходимо внедрять современные технологии производства строительных материалов. Это можно осуществить за счет привлечения внешнего стратегического инвестора. В отраслевой цепочке промышленности строительных материалов около 50% добавленной стоимости создается на этапе производства материалов с

глубокой степенью переработки. Производство строительных материалов является независимым переделом (отсутствует вертикальная интеграция со строительными компаниями).

Рынок строительных материалов в мире растет медленными темпами. Основным потребителем являются развивающиеся страны. Мировое производство строительных материалов находится на стадии высокой технологичности, при этом производители первичных материалов зарабатывают на эффекте масштаба и возможности доступа к сырью, а производители материалов более глубокой степени обработки на бренде.

В развитых странах растет спрос на экологичные, малоэнергоемкие, прочные и недорогие строительные материалы.

Задачи, стоящие перед производителями строительных материалов

- Повышения конкурентоспособности продукции за счет:

1. Расширение ассортимента продукции, отвечающей потребностям новых технологий строительства;

2. Модернизация отсталых видов производств, переход от энергоемких технологий к более экономичным;

3. Внедрение ресурсосберегающих технологий (использование в качестве сырья промышленных отходов или вторичных нетрадиционных материалов);

4. Разработки новых технологий при производстве строительных материалов (по составу изделий).

Для развития базы производства цемента, извести и строительного гипса рекомендуется предпринять следующие действия:

на первом этапе (2021-2025)

проводить анализ уровня действующих ставок таможенных и защитных (при наличии) пошлин по перечню наиболее перспективных видов продукции отрасли, и «контррегулировать» тарифными и не тарифными методами таможенные ставки на экспорт и импорт продукции;

проводить анализ распределения продукции строительной отрасли отечественного производства по группам товаров с учетом степени чувствительности;

принять меры по уточнению запасов месторождений основных видов сырья и проведению корректировки кадастра месторождений в регионах, проведению мониторинга предприятий строительных материалов, изделий и конструкций и подготовка предложений для рационального размещения производительных сил с учетом региональных условий;

гарантировать научно-техническое обеспечение разработки нормативно-методических документов по освоению месторождений сырья и переработке отходов промышленности для производства строительных материалов, изделий и конструкций;

создать Технический комитет по стандартизации в области строительных материалов, изделий и конструкций для разработки государственных стандартов, и проведения работ по стандартизации на межотраслевом уровне;

выработать стандарты, стимулирующие использование современных строительных материалов, что позволит повысить качество строительных работ, снизить последующие издержки по ремонтам и послужит стимулом для предприятий отрасли для активизации работ по модернизации производственных линий, обеспечению гармонизации отечественных стандартов с международными;

совершенствовать систему лицензирования деятельности субъектов, выполняющих работы по производству строительных материалов, сокращение перечня лицензируемых видов деятельности, отмена процедуры технического аудита и выдачи бессрочных лицензий;

обеспечить рациональное размещение объектов производственных мощностей с учетом расположения месторождений сырья и рынков потребления выпускаемой ими продукции, позволяющих снизить издержки производства, транспортные расходы, увеличить производительность и рентабельность производств;

на втором этапе (2025-2027 годы)

сформировать экономические условия и регуляторы, стимулирующие новые организационно-правовые формы хозяйствования, внедрения конкурентоспособных и высокотехнологических процессов, содействующих использованию в производственных процессах отходов производств, обеспечивающих приоритетность безотходных технологий.

на третьем этапе (2027-2029 годы)

инвестировать не менее 1,5% от ВВП в НИОКР для производства композитных материалов и материалов широкого спектра применения.

развивать научную базу отрасли с привлечением действующих самостоятельных научно-исследовательских институтов и научно-производственных центров, а также соответствующие подразделения высших учебных заведений, определив одним из приоритетов в их деятельности решение проблем утилизации накопленных в республике промышленных и бытовых отходов для выпуска строительных материалов, создав предпосылки улучшения экологической среды проживания населения и устойчивого развития территорий;

принять меры по подготовке кадров для промышленности строительных материалов, включая курсы повышения квалификации менеджеров высшего и среднего звена, с привлечением иностранных специалистов и консалтинговых компаний;

определить создание условий для объединения нескольких предприятий, находящихся внутри одной производственной цепи (укрупнения и слияния), для стимулирования движения продукции внутри цепи по специальным (низким) ценам, которые приводят к повышению конкурентоспособности высокотехнологичного продукта с высокой добавленной стоимостью, находящегося в конце производственной цепи.

Это позволит довести текущий уровень производства за ближайшие пять лет до:

- по гипсокартону - 24 млн. кв. м в год;
- по нерудным материалам - 2 млн. куб. м в год;
- по краскам и лакам - 1 млн. тонн в год;
- по теплоизоляционным материалам - 500 тыс.куб.м;
- по напольным покрытиям - 14 млн.кв.м в год;
- по стеклопластиковым трубам - 700 км. в год;
- по стеновым материалам - 309 млн.усл.шт. в год
- по ячеистым блокам - 300 тыс.куб.м в год

Исполнитель

Керембаев А.Т.

ОТЧЕТ
по результатам маркетингового исследования
ПРОИЗВОДСТВО ТЕКСТИЛЬНЫХ ИЗДЕЛИЙ

Подготовлен в рамках проведения маркетинговых исследований в приоритетных секторах Государственной программы поддержки и развития бизнеса «Дорожная карта бизнеса – 2025»

Отрасль: Производство текстильных изделий (код ОКЭД - 13.20)

Заказчик: Национальная палата предпринимателей «Атамекен»

Исполнитель: Абишев У.С.

г. Нур-Султан, 2020

СОДЕРЖАНИЕ

Описание отрасли, существующие проблемы и тенденции.....	3
Оказываемая поддержка отрасли.....	7
Перспективы отрасли в рамках реализации проектов (объем рынка, планируемые проекты, обоснование спроса в будущем)	9
Определение возможности и целесообразности реализации проекта	16
Внутреннее производство.....	33
Производственные мощности.....	35
Внешняя торговля.....	45
Размер рынка	48
Обзор цен	66
Потребительское поведение.....	67
Описание сложившейся конъюнктуры рынка по продукту/услуге проекта.....	85
Анализ существующей и прогнозируемой конъюнктуры спроса на образующуюся в результате реализации проекта продукцию (товары/услуги) - проблемы, решения, статус реализуемых проектов ...	88
Описание уже реализованных проектов (функционал объекта, преимущества и недостатки)	95
Swot-анализ - определение и оценка потенциальных сильных и слабых сторон, возможностей и угроз товаров, работ, услуг, предполагаемых в рамках реализации проекта (обязательно указываются используемые источники информации проведения маркетинговых исследований с приложением отчетов).....	109
Основные выводы и рекомендации	115

Описание отрасли, существующие проблемы и тенденции

Развитие легкой промышленности в Казахстане на сегодняшний день является одним из приоритетных направлений, поскольку отрасль имеет социальную значимость, обеспечивая высокую занятость населения. Сегодня Правительство Казахстана реализует ряд мер поддержки отечественной легкой промышленности: свободные экономические зоны, льготное налогообложение и кредитование, квоты и гранты на обучение, государственные инвестиции.

Основной долей производства текстильной промышленности в РК занимают г. Шымкент (36,3%) и Туркестанская область (22,4%).

За январь-октябрь 2019 года объем производства легкой промышленности вырос на 18,9% и составил 87,5 млрд тенге. Рост наблюдается в производстве текстильных изделий на 23,7% и одежды на 7,5%.

В производстве продукции легкой промышленности за январь-октябрь 2019 года основная доля приходится на текстильное производство — 53% (46,1 млрд тенге), далее следует производство одежды с долей 37% (32,8 млрд тенге) и производство кожаной и относящейся к ней продукции с долей 10% (8,6 млрд тенге).

Товарооборот легкой промышленности Казахстана за 9 месяцев текущего года составил \$1,3 млрд, увеличившись на 14,5% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года.

Легкая промышленность Казахстана насчитывает 1044 предприятий. В ней занято 12,7 тыс. человек.

Анализ тенденций ретроспективного развития отраслей легкой промышленности показал нестабильное и скачкообразное развитие легкой промышленности, причем не только по годам, но и по видам продукции, что обусловлено различными конъюнктурными факторами, в том числе модой.

В последние годы изменилась конъюнктура рынка, увеличился спрос на ткани улучшенных потребительских свойств и модного дизайна, доля которых в ассортименте продукции отрасли пока незначительна, что также повлияло на объемы производства продукции.

На показатели динамики объемов производства отрасли негативно сказался также высокий удельный вес импорта на казахстанском рынке с большой долей дешевых товаров и контрафактной продукции, ставший причиной усиления стратегической и товарной зависимости страны от зарубежных стран. По данным БРК объём казахстанского рынка (наблюдаемого) текстильной продукции составляет 538 млн. долл. США. Основная часть текстильной продукции импортируется из-за рубежа (до 72% наблюдаемой емкости рынка).

Основными поставщиками товаров легкой промышленности в Казахстан являются Китай, Турция, Россия.

На протяжении последнего десятилетия предметом экспорта казахстанских товаров легкой промышленности выступали необработанное сырье либо продукты низких переделов (шерсть, хлопок и шкуры). Совсем незначителен экспорт из Казахстана трикотажных изделий и одежды, ковров

и текстильных напольных покрытий, текстильных материалов, готовых текстильных изделий и др. Основную долю вывозимой продукции составляли поставки в государства СНГ и значительно меньшую - в дальнее зарубежье, в котором основная доля приходится на Китай.

Основные сегменты (подклассы), входящие в легкую промышленность по пятому знаку ОКЭД

5-й знак ОКЭД	Основные сегменты (подклассы)
13.20.1	Производство хлопчатобумажных тканей
13.20.2	Производство шерстяных тканей
13.20.3	Производство шелковых тканей
13.20.4	Производство льняных тканей
13.20.9	Производство прочих тканей
13.20.1	Производство хлопчатобумажных тканей
13.20.2	Производство шерстяных тканей
13.20.3	Производство шелковых тканей

Источник: Комстат МНЭ РК

В производстве продукции легкой промышленности основная доля приходится на текстильное производство – 51% (52,6 млрд. тенге), далее следует производство одежды с долей 38% (36,6 млрд. тенге) и производство кожаной и относящейся к ней продукции с долей 11% (10,1 млрд. тенге).

В 2018 году объем текстильных изделий составил 52,6 млрд. тенге, что в номинальном выражении на 21% выше уровня 2017 года. Объем производства продукции текстильной промышленности в РК в январе-июле 2019 года составил 31,7 млрд. тенге, что в номинальном выражении на 25% выше показателя аналогичного периода 2018 года.

По состоянию на 1 августа 2019 года в производстве текстильных изделий зарегистрировано 496 предприятий, из них действующие 307 предприятий, в том числе 7 крупных, 7 средних и 293 малых. Рост поставок дешевого импортного сырья из Китая, стран Юго-Восточной Азии, Турции – это одна из причин ухудшения положения казахстанских текстильщиков. Другие причины связаны с нарушением кооперационных связей. Все это отразилось на уровне внешней торговли текстильными тканями.

Недостаточность предприятий, осуществляющих полный цикл производства тканей, используемых в производстве готовых текстильных изделий конечного использования, приводит к снижению производства готовых текстильных изделий, высокой их себестоимости и росту объемов импорта.

Значительным потенциалом развития текстильной промышленности обладает Туркестанская область. Только в этом регионе выращивают хлопок-сырец и производят хлопковое волокно, из которого производится текстильные изделия такие как: хлопчатобумажная пряжа и хлопчатобумажные ткани, домашний текстиль и др.

Хлопковое волокно производится предприятиями по переработке хлопка-сырца ТОО «Хлопкоперерабатывающий завод «Мырзакент», ТОО «Ак-Алтын», АО «Корпорация Макта», ТОО «KhansuarInvestCompany», ТОО «Багара-Макта».

Около 90% переработанной продукции ориентировано на экспорт, в такие страны как Латвия, Молдова и Турция. Остальные 10% используются предприятиями, занимающимися выпуском хлопчатобумажных тканей ТОО «Азала Текстиль», которыми освоен полный цикл переработки хлопка от выращивания до производства готовых текстильных изделий, ТОО «Azala Cotton», ТОО «АХБК-Каргалы», ТОО «Универсал Реклама».

Так по данным Комитета по статистике МНЭ РК, объем хлопка-сырца в 2018 году составил 343,6 тыс. тонн, что на 4% больше показателя 2017 года. Производство хлопкового волокна в 2018 году составило 71 374 тонн, что на 5% больше показателя 2017 года. В 2018 году объем производства пряжи хлопчатобумажной из переработанного хлопкового волокна составил 4 710 тонн, что на 14,5% выше показателя 2017 года. Рост производства произошел в результате увеличения спроса со стороны потребителей.

Объем производства хлопкового волокна за январь-июль 2019 года в сравнении с аналогичным периодом 2018 увеличился в 3,3 раза. В производстве пряжи и тканей хлопчатобумажных наблюдается небольшое снижение на 5% и 23%.

В стране утрачено производство шерстяной пряжи и шерстяных тканей. На данный момент из всего объема производимой шерсти на территории РК перерабатывается около 11%. Весь остальной объем или сжигается (грубая), или вывозится контрафактным путем, или продается за бесценок.

При этом стоит отметить, что фактической переработке подвергается только тонкая шерсть (только промывка), большая часть грубой и полугрубой шерсти не перерабатывается. Да и промывка тонкой шерсти производится по заказу представителей китайских компаний, не представляющих официальных отчетов в органы статистики, поэтому официально перерабатывается только очень незначительная часть производимой шерсти.

Объем производства шерсти всех видов в целом по стране в 2018 году составил 39 165 тонн, что выше уровня предыдущего года всего на 0,5%. Наблюдается незначительный рост объема производства невытой шерсти и шерсти мытой обезжиренной как в 2017 году, так и за 2018 год.

Отечественными предприятиями проводится первичная переработка шерсти (промывка и производство топса), а также осуществляется производство валяльно-войлочных изделий.

Из действующих 13 предприятий имеют возможность перерабатывать тонкорунную шерсть 4 предприятия: ТОО «Фабрика ПОШ-Тараз», ТОО «Caspıy Lana Atyrau», ТОО «Шымкент-Кашемир», ТОО «Куат ЛТД». Оставшиеся предприятия – это сохранившиеся с советских времен сапоговаляльные фабрики с оборудованием и технологиями, требующими модернизации, с основной продукцией как валенки, стельки, войлок: ТОО «Войлочная фабрика», ТОО «Аяз», ТОО «Петропавловская фабрика зимней

обуви», ТОО «Роза валяльно-войлочный комбинат», ТОО «Костанайская фабрика валяльной обуви».

В Казахстан в основном импортируются продукты, изготовленные после глубокой переработки шерсти, это, в частности, готовые изделия, пряжа, ткани, ковровые изделия, с высокой добавленной стоимостью. Данный факт связан с недостаточностью на территории республики предприятий глубокой переработки шерсти.

На сегодняшний день в Казахстане налажено производство грубой шерсти, из которой можно произвести войлок, утеплители и другую продукцию. Для производства шерстяных тканей используемых при производстве костюмов, пальто и другой одежды необходима тонкорунная шерсть, которая производится в малых объемах.

Таким образом, для производства в РК текстильной продукции из шерсти не хватает соответствующего сырья – тонкой шерсти. В связи с чем, требуется развитие тонкорунного овцеводства для удовлетворения внутреннего потребления и выхода на внешние рынки.

Производство синтетических и искусственных материалов в стране отсутствуют. Весь объем синтетических и химических материалов импортируется.

Синтетические ткани получают путем химической переработки газа, нефти и химических соединений. Искусственные ткани, получаются из природных материалов органического происхождения (целлюлоза, белки, металл) – вискоза, ацетат, рэйон, ткани с люреком.

Существуют текстильные предприятия, продукция которых изготавливается из синтетических и искусственных нитей и волокон (ткани, в основном технического назначения, нетканые материалы, ковры и прочие текстильные изделия).

К примеру, на сегодняшний день ТОО «Бал Текстиль» - единственный крупный производитель ковров и ковровых изделий в Казахстане. Ковры и ковровые изделия изготавливаются из синтетической пропиленовой нити марок «BCF», «Heat-Set». Предприятие пробовало приобрести отечественное сырье в виде первичного гранулята для пропиленовых нитей, но продукция оказалась не соответствующей требуемым техническим характеристикам для производства ковровых изделий. ТОО «Фабрика нетканых материалов «S.M.F.-System» по производству геосинтетических материалов (геотекстиль), который в основном используется в строительстве. ТОО «Алматинская хлопчатобумажная фабрика АХБК-Каргалы» производит ткани из нитей синтетических и искусственных комплексных. Но сырье в виде пряжи полиэфирной импортируют из Беларуси.

Необходимо отметить, что наибольшим потенциалом для развития в Казахстане обладает технологическая цепочка синтетических материалов (производство химических волокон и нитей, синтетического текстиля). Существует необходимость выстраивания технологической цепочки синтетических материалов от производства полиэфирных, вискозных и полиамидных волокон до производства технического текстиля и других

синтетических тканей. Синтетическая цепочка представляет существенный по объему сегмент отрасли, обладает высоким потенциалом импортозамещения. Развитие синтетической цепочки возможно на базе существующих или планируемых к запуску нефтехимических комплексов.

На сегодняшний день, в целях поддержки отечественного легпрома, в рамках реализации Дорожной карты по развитию легкой промышленности на 2019-2021 гг. предусмотрены мероприятия по развитию собственной сырьевой базы. Это стимулирование переработки хлопка-волокна, шерсти, организация производства искусственных и синтетических материалов и др.

Вместе с тем, по поручению Первого Президента Республики Казахстан – Елбасы Н. А. Назарбаева по развитию «экономики простых вещей», с декабря 2018 года реализуется программа льготного кредитования отраслей «экономики простых вещей», куда входит легкая промышленность, как одна из приоритетных отраслей.

Предприятия легкой промышленности, работающие по пятому знаку ОКЭД в соответствии с бизнес-регистром КС МНЭ РК

В целом, в отрасли легкой промышленности действует более 500 предприятий, с учетом малых, средних и крупных. В связи с чем, по пятому знаку ОКЭД выделены крупные (с численностью работников свыше 251 человек) и средние предприятия (с численностью работников свыше 150 человек) общее количество которых составило 28 предприятий.

По подклассу **13.20.2 Производство шерстяных тканей** зарегистрировано 1 среднее предприятие (с численностью от 201 до 250 человек) в Алматинской области.

При определении крупных производителей продукции легкой промышленности по сегментам производимой продукции установлено, что в основном отечественные производители заняты производством хлопчатобумажного волокна, на их долю приходится более половины предприятий.

Оказываемая поддержка отрасли

Правительство может лимитировать или даже исключить вхождение в отрасли такими методами, как лицензирование, вводить барьеры с помощью таких механизмов, как контроль за стандартами, технические барьеры в торговле, различные юридические формы защиты интеллектуальной собственности и др. В настоящее время государственные структуры целевых стран практически не препятствуют вхождению на рынок низкосортной продукции.

Политика правительств целевых стран предусматривает защиту отрасли легкой промышленности, прежде всего от конкурентного давления со стороны зарубежных производителей. Для этого разработаны различные меры поддержки отечественных отраслей.

Стимулом для развития легкой промышленности в стране является программа *Дорожная карта бизнеса-2025*. Более привлекательным и доступным стал кредитный ресурс, что позволило предприятиям

модернизировать производство. Эти меры позволили улучшить качество выпускаемой продукции и создавать конкурентоспособные товары.

Основные направления развития отрасли связаны с созданием стимулов для модернизации и диверсификации производств по переработке местного сырья (хлопок, шерсть, кожа) в текстильной, швейной, кожевенной и обувной промышленности.

АО «Национальный управляющий Холдинг «Байтерек» оказывает поддержку посредством проведения финансовой поддержки приоритетным секторам экономики, малому и среднему предпринимательству, экспортной деятельности казахстанских предприятий.

АО «Банк Развития Казахстана» оказывает услуги по кредитованию инвестиционных проектов и экспортных операций, кредитованию текущей деятельности, промежуточному и мезонинному финансированию, финансированию лизинговых сделок, а также предоставлению гарантий.

АО «Фонд развития предпринимательства «Даму» оказывает поддержку в виде кредитования, субсидирования и гарантирования кредитов.

АО «Национальное агентство по технологическому развитию» предоставляло такие инструменты поддержки, как инновационные гранты, проектное финансирование, финансирование через венчурные фонды, предоставление услуг технологического бизнес-инжиниринга, предоставление услуг конструкторских бюро, предоставление услуг международных центров трансферта технологий.

АО «Экспортно-кредитная страховая корпорация «Kazakh Export» осуществляет функции экспортно-кредитного агентства, которое создает финансовые механизмы по поддержке выхода казахстанской продукции обрабатывающей промышленности на внешние рынки. Основной деятельностью организации является предоставление предприятиям обрабатывающей промышленности страховую защиту от риска неплатежей при внешнеторговых операциях и гарантирует безопасность экспортных сделок.

АО «Казахстанский центр индустрии и экспорта «QazIndustry» оказывает меры государственной поддержки в рамках Правил предоставления государственной поддержки субъектам индустриально-инновационной деятельности и программы «Производительность 2020». Основными инструментами программы являются «Возмещение затрат на разработку и/или экспертизу комплексного плана индустриально-инновационного проекта», «Возмещение затрат на повышение компетенции предприятия», «Возмещение затрат на совершенствование технологических процессов», «Возмещение затрат на повышение эффективности организации производства».

ТОО «Внешнеторговая палата Казахстана» в рамках программы развития и продвижения экспорта «Экспортер-2020» оказывает содействие при выводе продукции казахстанской продукции на экспорт.

В целях реализации Послания Главы государства народу Казахстана в рамках развития «экономики простых вещей» от 5 октября 2018 года принято Постановление Правительства для решения задачи доступного кредитования.

Целевым назначением кредита являются инвестирование и пополнение оборотных средств с 6 процентной ставкой для бизнеса.

Также разработана Дорожная карта по развитию легкой промышленности на 2019-2021 годы, которая одобрена Правительством. Дорожная карта предусматривает 52 мероприятия по обеспечению сырьем предприятий, борьбе с нелегальным оборотом товаров, повышению доли казахстанского содержания, мерам экономического стимулирования, а также системным мерам поддержки.

Специальная экономическая зона «Оңтүстік» создана Указом Президента Республики Казахстан от 6 июля 2005 года № 1605, основной целью которого является создание условий для развития текстильной и швейной промышленности и создание предпосылок для перехода к производству конкурентоспособных товаров с высокой добавленной стоимостью. Инвесторы освобождаются от уплаты корпоративного подоходного налога, налога на имущество и землю, таможенных пошлин сроком до 2030 года.

Государством также принимаются меры по снятию административных барьеров для развития компаний легкой промышленности. Так, предполагается исключение из лицензируемых видов деятельности первичной переработки хлопка - сырца в хлопковое волокно, а также снятие запрета для Хлопко перерабатывающих организаций на осуществление предпринимательской деятельности, не относящейся к первичной переработке хлопка сырца путем внесения изменений в закон “О развитии хлопковой отрасли”. В более глобальных масштабах поддержка отрасли оказывается в рамках программы ГПФИИР.

Новый участник должен преодолеть структурные барьеры и рисковать оказаться под ударом противодействия старых предприятий отрасли. Издержки преодоления барьеров, как правило, состоят из заблаговременных инвестиций и стартовых убытков, включаемых в инвестиционную базу нового бизнеса. Риск противодействия участников можно рассматривать как дополнительные издержки вхождения, равные величине неблагоприятных последствий противодействия, умноженной на вероятность противодействия.

Перспективы отрасли в рамках реализации проектов (объем рынка, планируемые проекты, обоснование спроса в будущем)

Анализ состояния легкой промышленности показывает, что при наличии некоторых положительных тенденций в ее развитии остаются общие для всех сегментов проблемы, которые уже сказываются на результатах ее деятельности, но наиболее остро проявятся в будущем и могут негативно влиять на экономический рост и финансовую устойчивость отрасли.

Одной из таких проблем является продолжающееся усиление технико-технологического отставания отрасли от мирового уровня, связанное с отсутствием инвестиций, необходимых для модернизации и внедрения инновационных и инвестиционных проектов, позволяющих снять структурные ограничения развития отрасли и выйти на производство видов продукции, востребованных на внутреннем и внешнем и рынках.

Возможно, что существующий низкий уровень притока новых технологий отрицательно скажется на расширении ассортимента продукции и его качестве, возможности придавать ей новые функциональные и потребительские свойства, используя современные технологии, в том числе, нано технологии. В этом случае отрасль не сможет дальше конкурировать с иностранными фирмами (особенно после вступления Казахстана в ВТО), что может обернуться потерей отечественными предприятиями своих позиций и сегментов рынка внутри страны, а также проблемами в продвижении отечественных товаров на рынки стран ЕЭП и на зарубежные рынки.

Потенциальной проблемой будущего подъема отрасли и роста производства конкурентоспособной продукции легкой промышленности является ухудшающаяся ситуация в профессиональной и квалификационной подготовке рабочих кадров, низкая престижность труда и низкая заработная плата, что приводят к ежегодному сокращению численности, в основном, молодых и перспективных работников.

Географическая удаленность Казахстана от основных рынков – потребителей продукции, обусловленная низкими информационно-коммуникационными потоками, что является крайне важным в сфере изготовления готовых изделий особенно в сегменте «быстрой моды», способствует снижению привлекательности размещения производств и заказов для ведущих иностранных компаний и брендов (с целью их дальнейшей реализации продукции на основных рынках).

Кроме того, возможны проблемы, связанные с усугубляющимся воздействием мирового финансового кризиса. Даже те предприятия, которые за последние годы добились положительных результатов, будут вынуждены в ближайшее время сокращать объемы производства и отказываться от долгосрочных вложений из-за следующих обстоятельств: трудности с привлечением банковских кредитов, падением спроса, увеличением объемов официального импорта товаров в условиях открытости рынка и др.

Анализ деятельности крупных предприятий легкой промышленности по сегментам

Текстильная промышленность

Текстильная промышленность делится на прядильное, ткацкое и отделочное производство.

В текстильной промышленности действуют 7 крупных и средних предприятий. Выращивание хлопка традиционно осуществляется в Южно-Казахстанской области, где расположены основные предприятия по переработке хлопка-сырца.

Наиболее крупные предприятия текстильной промышленности корпорация «Textiles.kz» (АО «Ютекс»/АО «Меланж») и ТОО «South Textiline.kz» перерабатывают 18,8 тыс. тонн хлопкового волокна в год. При этом среди натуральных текстильных волокон хлопок волокно составляет самую большую группу по объему производства в стране.

В этих компаниях используется новейшее оборудование известных фирм Швейцарии, Германии, Италии (Rieter, Benninger, LTG Air Engineering,

Domier, Thies Monforts, Savio) с выпуском конкурентоспособной продукции, состоящей из 100% х/б пряжи, суровые и готовые х/б ткани из местного сырья.

Экспорт продукции осуществляется в Россию, Украину, Беларусь, Литву, Польшу, Португалию, Турцию, Германию, Бельгию и Италию.

Производством пряжи хлопчатобумажной, кроме ниток швейных занимаются 4 крупных предприятия: АО «Меланж», АО «Ютекс», ТОО «South Textiline kz», ТОО «Oxi Textile».

Производством пряжи хлопчатобумажной, кроме ниток швейных, тонн

Предприятия	Мощность	Загрузка, %	Производство в 2019 году	Внутреннее потребление
Всего:	33 783,0	15,2	4 434,7	5 418,5
АО «Меланж»	5 400	0	0	
АО «Ютекс»	14 200	0	0	
ТОО «SOUTH TEXTILINE KZ»	8 000	80	2 889	
ТОО «Oxi Textile»	6 183	25	131,6	

Источник: КС МНЭ РК

С учетом ввода в действие новых (АО «Ютекс-KZ») и при полной загрузке действующих мощностей отечественными предприятиями и возможной переработке около 100 тыс. тонн хлопка сырца, потребность Казахстана в данном виде продукции будет удовлетворена полностью.

Производство тканей хлопчатобумажных осуществляют 2 крупных предприятия Южно-Казахстанской области (АО «Меланж» и ТОО «SOUTH TEXTILINE KZ»), которые выпускают широкий ассортимент тканей: сатин, миткаль, суровые, джинса и т.п.

Экспорт тканей в 2019 году осуществлялся в Россию, Китай, Турцию, Польшу и Италию.

Производство тканей хлопчатобумажных, тыс. кв. м

Предприятия	Мощность	Загрузка, %	Производство в 2019 году,	Внутреннее потребление
Всего	25 144	44,5	16 900	36 624,2
АО «Меланж»	6 144	0	0	
ТОО «SOUTH TEXTILINE KZ»	19 000	89	16 900	
ТОО "КАЗРОСПОЛИМЕР"		44,5	16 900	36 624,2

Источник: КС МНЭ РК

Производством изделий текстильных готовых, кроме одежды, занимаются 117 предприятий, основная часть которых - это мелкие предприятия численностью от 2-х человек. Наиболее крупные: ТОО "Мурагер LTD", ТОО «Силуэт – Т», ТОО «Ботагоз», ТОО «Аист», ПК «Большевичка».

Загрузка мощностей действующих предприятий составляет 40%. В 2019 году было произведено 3 168 тыс. шт. продукции, внутреннее потребление – 4271 тыс.шт.

Низкая загрузка предприятий текстильной промышленности связана с дефицитом сырья и оборотных средств для его приобретения.

Анализ состояния текстильной подотрасли показывает, что при наличии некоторых положительных тенденций в ее развитии остаются **проблемы**, негативно влияющие на ее экономический рост и финансовую устойчивость.

К проблемам хлопковой отрасли относятся:

- недостаток и низкое качество сырья;
- низкая экономическая эффективность производства хлопчатника;
- мелкотоварность сельхозтоваропроизводителей;
- неприменение научно-обоснованных севооборотов;
- неблагоприятное мелиоративное состояние земель;
- непригодное состояние скважин вертикального дренажа и всей оросительной системы;
- сильная изношенность всего машинно-тракторного парка и низкий уровень механизации хлопководства;
- отток инвестиций из хлопковой отрасли в связи с ограничениями деятельности хлопкоперерабатывающей организации и лицензированием первичной переработки хлопка-сырца;
- отсутствие резервного фонда хлопка-волокна.

В настоящее время в Казахстане практически утрачено *производство пряжи и тканей шерстяных*. Если в начале 2000-х годов производством данного вида продукции занимались 7 предприятий (ОАО «Каргалы», ТОО «Костанайская прядильно-трикотажная фабрика», ТОО «Асутор», ТОО «СП «Архар Вул»), то в 2017 году производством пряжи шерстяной кардочесаной, не расфасованной занимается 1 предприятие (ТОО «Костанайская прядильно-трикотажная фабрика»). Им произведено 60 тонн пряжи шерстяной для собственного потребления. Выпуск тканей вообще не осуществлялся.

Производством фетра и войлока, в том числе с покрытием, занимаются 13 предприятий. Наиболее крупные - это: ТОО «Роза», ТОО «Войлочная фабрика», ТОО «Аяз». Предприятия сосредоточены преимущественно в областях с развитым овцеводством.

Загрузка мощностей действующих предприятий составляет 45%. В 2019 году было произведено продукции на 939,9 млн. тенге при имеющейся мощности предприятий в 2088,6 млн. тенге. Внутреннее потребление – 1 067,3 млн. тенге.

К основным проблемам по переработке шерсти относятся:

- недостаток и низкое качество сырья;
- низкая загрузка мощностей;
- неправомерное использование перекупщиками бюджетных субсидий на частичное возмещение затрат, связанных с производством шерсти тонкорунных овец;

•недостаточно гибкие условия действующих финансовых программ в части залогового обеспечения кредитов.

Швейная промышленность

Швейная промышленность включает производство спецодежды, верхней одежды, нижнего белья, прочих видов одежды и аксессуаров, меховых изделий, пошив трикотажных изделий, а также чулочно-носочных изделий.

В швейной промышленности действует 27 предприятий. Швейные предприятия располагаются во всех регионах республики. Наиболее крупные: корпорация ТОО «Швейная фабрика «Сауле» (г. Шымкент); ТОО «Диана-Плюс», (г. Уральск), ТОО «Казахстан Тексти-лайн» (г. Алматы), ТОО «КазСПО-Н», ТОО «Ерке-нур» (г. Алматы).

Экспорт продукции осуществляется в следующие страны: Россия, Украина, Беларусь, Литва, Узбекистан, Польша, Португалия, Турция, Германия, Бельгия и Италия.

Производством одежды верхней трикотажной машинного или ручного вязания (пальто, костюмы, спортивные костюмы, блэйзеры) занимаются более 100 предприятий, из которых наиболее известные это: ТОО «Трикотажная фабрика «Жейде», ТОО «Алтэкс», ТОО «ПКФ «Казахстана Тексти-Лайн», ТОО «КазСПО-Н», ТОО «Талгарский Трикотажный Комбинат», ТОО «Рауан-1».

Предприятия осуществляют экспорт продукции в Швейцарию, Францию и Россию.

Загрузка мощностей предприятий составляет 38%. В 2019 году было произведено продукции на 32 тыс. тенге при имеющейся мощности предприятий в 85,1 тыс. тенге. Внутреннее потребление – 2 315,9 тыс. тенге.

Производством одежды верхней прочей, кроме трикотажной (плащи, костюмы мужские и женские, брюки, юбки) занимаются 200 предприятий, из которых наиболее крупные это: ТОО «Кокшетауская швейная фабрика», ТОО «ТФ Ажар», ТОО «Диана-плюс», ТОО "Ютария Ltd", ПК «Большевичка», ТОО «Жанарыс», ТОО «Швейная фабрика «Сауле».

Загрузка мощностей предприятий составляет 40%. В 2019 году было произведено 612,1 тыс. шт. продукции при имеющейся мощности предприятий в 1 530 тыс. шт. Внутреннее потребление – 5 259 тыс. шт.

В производстве свитеров, джемперов, пуловеров, кардиганов, жилетов и изделий аналогичным трикотажным, машинного или ручного вязания заняты 16 предприятий, из которых наиболее крупные это: ТОО «Трикотажная фабрика «Жейде», ТОО «Алтэкс», ТОО "КазСПО-Н, ТОО «Талгарский Трикотажный Комбинат», ТОО «Рауан-1».

Загрузка мощностей предприятий составляет 40%. В 2019 году было произведено 65,4 тыс. шт. продукции при имеющейся мощности предприятий в 163,4 тыс. шт. Внутреннее потребление – 2 607,6 тыс. шт.

Производством шляп и головных уборов занимаются только 2 предприятия: ТОО «Фабрика головных уборов Медиатекс-Н» и ТОО «Салон эксклюзивных шляп «Elegant».

Производством шляп и головных уборов, млн. тенге

Предприятия	Мощность	Загрузка, %	Производство, 2019 год	Внутреннее потребление
Всего	413,7	57,5	232,0	513,2
ТОО «Фабрика головных уборов Медиатекс-Н»	167,7	65	109,0	
ТОО "Салон эксклюзивных шляп "Elegant"	246	50	123,0	

Источник: КС МНЭ РК

Производством чулочно-носочных изделий занимаются 15 предприятий, которые выпускают широкий ассортимент чулочно-носочных изделий, как для силовых структур, так и для обычных потребителей.

Загрузка мощностей предприятий составляет 40%. В 2019 году было произведено продукции на 242,2 млн. тенге при имеющейся мощности предприятий в 605,5 млн. тенге. Внутреннее потребление – 1 786,4 млн. тенге.

Низкая загрузка мощностей является следствием недостатка сырья - хлопчатобумажной пряжи.

Указанные предприятия ориентированы, в основном, на государственный оборонный заказ и закупки национальных холдингов и системообразующих предприятий

Проблемы в швейной промышленности:

- значительный износ основных фондов и низкий уровень конкурентоспособности продукции;
- низкая загрузка мощностей;
- недостаток квалифицированных кадровых ресурсов;
- большое поступление не зарегистрированной готовой продукции;
- несовершенство законодательства в области государственных закупок.

Кожевенно-обувная отрасль

Производство кожи, изделий из кожи и обуви включает производство товарной кожи, шубно-меховых изделий и обуви.

Наиболее крупные предприятия кожевенно-обувной отрасли: ТОО «Семипалатинский кожевенно-меховой комбинат», ТОО «Семипалатинская обувная фабрика», ТОО «ТаразКожОбувь», ТОО «Рудненский кожевенный завод», ТОО «Петропавловский кожевенный завод», АО «Жамал-ай».

Основные направления экспорта продукции предприятий - Россия, Китай и Италия.

Производством кожи из шкур КРС и МРС занимаются 8 предприятий. Предприятиями по переработке кожи выпускается продукция низкого уровня передела: полуфабрикат ВетБлю, краст, чепрак, получепрак и др.

В результате того, что в Казахстане не выпускается обувная кожа и кожа для производства товаров народного потребления, реализация продукции на внутреннем рынке в 2019 году отсутствует. Вся продукция кожевенных заводов экспортируется в Италию, Китай, Белоруссию, Кыргызстан.

Производством кожи из шкур КРС и МРС, тыс. кв. дцм

Предприятия	Мощность	Загрузка, %	Производст во, 2019 год
Всего	175 846,8	34,3	90 887,2
ТОО «Энерго-Лимитед Петропавловск»	27 00	30	810
ТОО «Алматинский кожевенный завод»	69 000	48	33 120
ТОО «ТаразКожОбувь»	33 237	41,5	13 693,5
ТОО «Ырыс-Бахыт»	12 960	25	3 240
ТОО «Петропавловский кожевенный завод»	83970	37	31 050
ТОО «Семипалатинский кожевенно- меховой комбинат»	121,5	0	0
ТОО «Turan-Skin»	12 960	43	5 598,7
ТОО «КазЭкспортКожа»	6 750	50	3 375

Источник: КС МНЭ РК

Значительное превышение объема экспорта кожи над объемом отечественного производства указывает на ее реэкспорт, который в 2019 году составил около 180,0 млн. кв. дм. Разница в экспортной пошлине с Россией (200 евро за тонну в РК и 500 евро за тонну в РФ), делает очень привлекательным реэкспорт через Казахстан. Проблемным вопросом является также качество сырья.

Производством обуви с верхом из кожи занимаются 40 предприятий, которые ориентированы на производстве специальной рабочей обуви для силовых структур и организаций.

Загрузка мощностей предприятий составляет почти 30%. В 2019 году было произведено 744,5 тыс. пар обуви при имеющейся мощности предприятий в 2 482 тыс. пар обуви. Внутреннее потребление – 4 399 тыс. пар.

В производстве обуви с подошвой и верхом из резины или материалов полимерных активно действует только 1 предприятие - ТОО «Арго». Загрузка мощностей предприятия составляет 50%. В 2019 году было произведено 933,1 тыс. пар обуви при имеющейся мощности предприятий в 1 866,2 тыс. пар обуви. Внутреннее потребление – 9 953,5 тыс. пар.

Проблемы при производстве кожи, меха и изделий из них:

- низкое качество и недостаточная обеспеченность сырьем;
- низкая загрузка мощностей;
- низкий уровень пошлин на экспорт кожсырья (Казахстан - 200 евро за тонну, Россия и Беларусь - 500 евро за тонну);
- незаконная деятельность стихийных складов по оптовой закупке овечьих шкур у фермеров.

Для восстановления низкого уровня производства в швейной и кожевенно-обувной сфере необходимо осуществить загрузку имеющихся мощностей предприятий, за счет обеспечения 100%-го казахстанского содержания в закупках специальной обуви силовыми стриктурами, национальными холдингами и системообразующими предприятиями, а самим

предприятиям необходимо проработать вопрос расширения ассортимента и роста качества выпускаемой продукции.

Системные проблемы

Общими проблемами для легкой промышленности являются:

- техническая и технологическая отсталость отраслей промышленности вследствие значительного морального и физического износа основных производственных фондов;
- низкий уровень инновационной и инвестиционной деятельности;
- низкое качество сырья;
- низкий уровень конкурентоспособной продукции;
- высокий удельный вес импорта;
- низкая доля экспорта продукции с высокой добавленной стоимостью;
- недостаток квалифицированных кадровых ресурсов из-за непривлекательных условий труда и слабое решение социальных вопросов работников отрасли.

Определение возможности и целесообразности реализации проекта

Эффект масштаба

Увеличение объемов производства обычно сопровождается снижением издержек за счет экономии, вызванной спецификой продукта, предприятия или производственного комплекса. В то же время эффект роста масштаба производства может быть, как положительным, так и отрицательным, поскольку снижение издержек не может быть бесконечным. С увеличением масштабов производства происходит увеличение издержек на управление. Поэтому каждой отрасли соответствует свой оптимальный размер предприятия. В маломасштабных отраслях с широкой дифференциацией продукции, к которым относится легкая промышленность, должны преобладать мелкие предприятия.

В легкой промышленности Казахстана осуществляют свою деятельность 1495 предприятий, в том числе: 1414 малых, 62 средних и 19 крупных. В 2019 году в производстве текстильных изделий функционировало 190 предприятий, в том числе 144 – с основным видом деятельности. В производстве одежды количество предприятий составило 314, из них с основным видом деятельности – 226. В производстве кожаной и относящейся к ней продукции работало 32 предприятия, из них 27 – с основным видом деятельности.

Динамика уровня рентабельности предприятий легкой промышленности, преимущественно, отрицательная, за исключением производства одежды, где максимальный уровень рентабельности достигнут в 2019 году (4,1%).

Динамика прибыли (убытков) имеет аналогичную тенденцию.

Приведенные параметры показывают превышение издержек производства над получаемой прибылью, однако необходимо отметить, что размеры убытков, начиная с 2017 года сокращаются, в частности, в текстильном производстве и производстве одежды. Соответственно, повышается уровень рентабельности, хотя показатели по текстилю остаются отрицательными. Согласно бизнес-регистра РК в текстильном производстве преобладает количество крупных

предприятий. Принимая во внимание то, что на крупных предприятиях сосредоточена основная доля производства можно предположить, что эффект масштаба влияет на уровень рентабельности отрасли. Отрицательный тренд эффекта масштаба усиливается фактором старения оборудования и технологий и отсутствие роста, а порой и снижение, производительности труда. Функционирование малых форм хозяйствования в производстве одежды, напротив, позволило достигнуть небольших, но положительных значений рентабельности в отрасли.

Мировая легкая промышленность характеризуется постоянным экономическим ростом, связанным с увеличением населения Земли, повышением его благосостояния и покупательной способности. Соответственно и мировой рынок продукции легкой промышленности развивается динамично. За последние пятнадцать лет товарооборот увеличился более чем в 2 раза. Потребление тканей, одежды и обуви выросло в странах ЕС на 90,5 процентов, в США – на 99,3 процента, в Японии – более чем в 2 раза. На долю легкой промышленности России приходится всего 1,9 процента мирового товарооборота, несмотря на то, что она все еще превосходит по производственным мощностям многие ведущие страны мира.

Европейская текстильная промышленность переживает резкий спад на протяжении последних пяти десятилетий. Текстильный сектор претерпевает огромные преобразования – переход от производства одежды к специализированным рынкам и индустриальному текстилю. Об этом объявлено в Технологической платформе по перспективам развития рынка текстиля и одежды определением следующих приоритетов: а) переход от производства товаров широкого потребления, волокон, нитей и тканей на производство специальных изделий с применением гибких высокотехнологичных процессов; б) установление и распространение текстиля в качестве исходного сырья для многих отраслей индустрии; в) окончание эпохи массового производства и переход к новой парадигме массовой

индивидуализации интеллектуального производства, логистики и распределения. Однако, несмотря на сильное влияние глобализации текстильная промышленность остается одной из важнейших секторов экономики Европы. По данным Евростат (2019) в текстильной отрасли Европы заняты около 2,5 млн. человек, работающих более чем в 230 тыс. предприятиях. Одной из ключевых проблем для европейской текстильной промышленности является высокая структура издержек, по сравнению с конкурентами за пределами ЕС, в связи с более высоким уровнем заработной платы и с более высокими стандартами в отношении здоровья, безопасности и окружающей среды.

Индивидуализация продукции

Немаловажным моментом ведения бизнеса любой компанией отрасли является наличие у нее сильной торговой марки (бренда), которая позволяет удерживать или завоевывать существенную долю рынка, а также давать

возможность компании активно развиваться и выводить свою продукцию на внутренние и внешние рынки.

Индивидуализация продукции требует серьезных исследований и разработок, а также устойчивого сбыта. Кроме того, покупатели должны отдавать свои симпатии продукту, как чему-то уникальному.

Несмотря на доминирование международных брендов на многих национальных рынках, немало внутренних (локальных) брендов имеют значительно большее влияние и со временем выходят на общенациональный и даже мировой уровень.

В последнее время бренд становится одним из самых дорогих активов в стоимости компании даже по сравнению с производственными мощностями. И в такой ситуации стоимости бренда уделяется наибольшее внимание при операциях по слияниям и поглощениям, а также при публичных размещениях акций компании на фондовых рынках или размещении других типов ценных бумаг с целью привлечения инвестиций.

Рейтинги самых влиятельных брендов регулярно составляются в разных странах и различными организациями. Так, Британская транснациональная консалтинговая компания Brand Finance специализируется в сфере аудита и оценки стоимости брендов. Рейтинг национальных брендов по версии Brand Finance представляет собой 100 стран мира, ранжированных по силе влияния и ценности их «торговой марки». В число самых сильных брендов рассматриваемые страны не вошли.

Рейтинги ценности брендов выпускает также исследовательская компания Millward Brown Optimor.

С 2017 года украинское агентство MPP Consulting запустило полномасштабный проект оценки национальных брендов, который позволяет проводить расчетную оценку стоимости бренда в любой стране мира с учетом максимального числа факторов, влияющих на такую оценку. В рейтинг вошли только бренды, созданные в целевых странах или для местных товаров, несмотря на то, насколько в дальнейшем они стали известны внутри страны или на мировых рынках. При этом географическая принадлежность происхождения бренда к местному рынку является главным критерием для его включения в рейтинг.

Рейтинги, разработанные этим агентством, являются рейтингом национальных брендов и дают представление о реальной стоимости каждого из самых популярных отечественных брендов. Стоимость бренда включает в себя исключительно стоимость торговой марки (имени) без учета производственных мощностей, инфраструктуры компании, патентов, изобретений и других материальных или интеллектуальных ценностей.

Республика Казахстан. Агентством MPP Consulting был также разработан рейтинг «КазБренд 2019», который является первым в истории рейтингов казахстанских брендов и первым рейтингом из серии рейтингов национальных брендов. Главной задачей рейтинга «КазБренд 2019» было определение самых дорогих казахстанских брендов, а также их реальная текущая стоимость, позиции каждой компании на рынке, перспективы

развития как компаний, так и их брендов. В перечне ТОП 50 брендов отсутствуют бренды, созданные в отраслях легкой промышленности Казахстана.

Стоимостная оценка бренда – достаточно новый для Казахстана инструмент управления. На отечественном рынке лишь зарождается отношение к бренду как к важному активу компании. Казахстанские предприятия легкой промышленности, в основном, ориентированы на внутренний рынок, на котором присутствуют немногочисленные торговые марки как, например, ТМ детской обуви «Тентек» (ТОО «Serif»), ТМ постельного белья «Legege» (ТОО «Диана-Плюс»).

В последнее время разработан зонтичный бренд Wear comfortable («Надевай комфортное»), характеризующий продукцию, произведенную в Казахстане высокого качества, экологически чистую, удобную, отвечающую современным требованиям.

Компанией, которая обладает эффективной стратегией по продвижению своей продукции на рынке, можно назвать ТОО ПКФ «Казахстан Тексти Лайн». Управление стоимостью бренда является одной из основ концепции управления стоимостью компании и, в конечном счете, направлено на получение рыночных преимуществ.

В 2018 году компания выполнила первый заказ по изготовлению спортивной одежды для компании Adidas. Создание Таможенного союза подтолкнуло ТОО ПКФ «Казахстан Тексти Лайн» к выводу на рынок первого национального бренда детской одежды «MIMIORIKI», которая известна на отечественном рынке и активно выходит на российский рынок. «MIMIORIKI» предлагает продукт европейского качества с учетом потребностей, привычек и особенностей локального рынка. Детскую одежду «Mimioriki» отличает высокая износостойкость и прочность. При производстве используются высокотехнологичные материалы, изготовленные из натуральных волокон. Все материалы проходят тест-контроль на гипоаллергенность. На сегодняшний день это единственная швейная компания в Казахстане, имеющая полный цикл швейного производства. За два года работы бренда создана сеть из 15 магазинов, три из которых собственные, а 12 работают по франшизе.

«SMD» - первый национальный бренд женской верхней одежды, разработанный компанией ТОО «Швейная фирма «Семирамида», в рамках программы «Дорожная карта - 2020». Изделия изготавливаются из качественных экологически чистых шерстяных тканей. Партнерами являются «Сукно» (Минск), «Чекстил» (Украина), производители шерстяных тканей Италии и Кореи.

Под брендом Ladylike ТОО «СЭШ EleGant» представляет коллекцию головных уборов. На рынке Казахстана фирма существует 10 лет и обладает высоким технологическим и интеллектуальным потенциалом.

В 2017 году казахстанское предприятие ТОО "КазСПО-Н" освоило новое направление - производство горнолыжной и детской одежды под брендом "Zibroo" (горнолыжная одежда класса "Премиум").

Таким образом, на казахстанском рынке пока отсутствуют крупные игроки и отечественный рынок пока остается свободным для появления новых игроков и брендов.

Глобальные (мировые) бренды. Основными целями промышленности в современных рыночных условиях являются: производство качественной продукции с высокой добавленной стоимостью и предложение высококачественных и стильных товаров, отражающих последние тенденции, по приемлемым ценам на мировых рынках, создание собственных брендов.

Мировые корпорации и брендовые предприятия по пошиву одежды и обуви, торговые марки которых особенно известны, распространяют производство и продажу готовой продукции по всему миру. К ним относятся как всемирно известные элитные предприятия модельной одежды "Дольче Габана", "Гермес", "Армани", "Кристиан Диор", "Версаче", так и бренды более демократичные - спортивной одежды и обуви ("Адидас", "Пума", "Найк" и др.).

Ведущими производителями одежды в сегменте высокой и быстрой моды (fast-fashion) являются Италия, Испания и в последнее время на данный рынок выходит Турция. Особыми преимуществами данных стран является не только близость к одному из основных рынков потребления текстильных изделий, но и наличие инноваций и успешных центров дизайна.

Говоря об Испании, эксперты дают положительную оценку деятельности таких модных брендов, как Mango и Zara, которая заключается в умелой комбинации адаптации к локальному рынку и глобальной экспансии. Несмотря на то, что испанские бренды с каждым годом пользуются все большей популярностью и успехом в мире, только два из них вошли в ТОП 100 лучших мировых брендов 2019 года. В ежегодный рейтинг «Best Global Brands 2019», составленный консалтинговой компанией Interbrand, вошла торговая марка Zara (37-ое место).

Крупнейшие бренды размещают свои заказы на пошив текстильных изделий на территории Турции. Турция в этом смысле намного предпочтительнее других азиатских стран. Во-первых, стратегическая близость к Европе, во-вторых, относительно дешевая рабочая сила (по сравнению с европейскими производителями) и, в-третьих, отсутствие таможенных пошлин между странами Европейского союза и Турцией.

Одежда известных мировых брендов производится турецкими фабриками по лицензии владельцев патентов. Эти брендовые товары продаются по всему миру. В то же время многие турецкие предприятия швейной промышленности создали свои собственные бренды и получили собственные патенты. При этом они стали открытыми для мировых рынков благодаря эффективной дистрибьюторской политике, с помощью франчайзинга и зарубежных филиалов. В то время как некоторые из них стали известными мировыми брендами, другие заработали хорошую репутацию на развивающихся рынках.

Что касается компаний в азиатско-тихоокеанском регионе, они на данный момент переживают этап переоценки ценностей, поскольку азиатский

покупатель после кризиса стал, по мнению экспертов Interbrand, «умнее, экономнее и требовательнее».

Объем начальных капиталовложений

Единственным и основным источником инвестиционного финансирования на начальном этапе, когда денежные потоки непредсказуемы, является венчурный капитал. Каждый инвестор на данном этапе оценивает объемы средств, необходимых для того, чтобы компания заработала и дала доход, по крайней мере, адекватный уровню риска данного предприятия.

К основным факторам, влияющим на определение суммы средств, необходимых для начальных капиталовложений относятся:

- Бизнес-план, определяющий объем средств, необходимых для инвестиций начальных стадий реализации проекта;
- Процесс тщательного изучения (due diligence) всех плюсов и минусов для реализации проекта;
- Оценка потенциального рынка для нового товара (услуги) с учетом всех аспектов существующей экономической, политической, социальной, технологической и др. ситуации, а также перспективы их дальнейшего развития;
- Оценка периода инвестирования до момента выхода на полную мощность проекта;
- Ожидания инвестора, а также определение минимального уровня рентабельности проекта.

Бизнес-план является документом, который дает объективную характеристику предполагаемого проекта, где шаг за шагом дается реальная картина путей достижения цели и оценка реальных затрат, которые необходимо осуществить для реализации проекта.

Остальные факторы дают инвестору возможность дать свою субъективную оценку рискам, которые могут возникнуть в процессе реализации проекта и осуществления дальнейшей деятельности по получению прибыли. В этой связи для повышения степени уверенности инвестор нуждается в дополнительных гарантиях и поддержке со стороны государства.

В Казахстане для оказания содействия со стороны государства инвесторам, вкладывающим инвестиции в проекты обрабатывающей промышленности, был принят ряд государственных и отраслевых программ. Основными документами для развития легкой промышленности являются Государственная программа форсированного индустриально-инновационного развития РК на 2016-2019 гг. (ГПФИИР) и отраслевая программа по развитию легкой промышленности РК на 2016-2019 гг.

В соответствии с ГПФИИР была разработана Карта индустриализации, в которую вошли 707 проектов по созданию производств обрабатывающего сектора экономики РК, из них 13 - проекты легкой промышленности регионального значения. Общий объем начальных инвестиций составляет 30,7 млрд. тенге. Инвестиции предназначены для создания производств по переработке шерсти, хлопка и выпуску готовой продукции.

В отношении проектов, вошедших в Карту индустриализации, осуществляются меры государственной поддержки через институты развития, такие как Банк развития Казахстана, Национальные агентства по технологическому развитию, по продвижению экспорта и др. Все эти меры предпринимаются для снижения рисков инвестора при начальном инвестировании.

Проекты легкой промышленности, включенные в Карту индустриализации

Ответственный исполнитель	Наименование проекта	Заявитель проекта	Регион	Рабочие места в период строительства	Рабочие места в период эксплуатации	Объем инвестиций, млн.тенге	Мощность в натуральном выражении	Ввод в эксплуатацию
Аким Алматинской области	Строительство завода по выпуску полипропиленовых мешков	ТОО "Универсал"	Алматинская область	32	275	304	48000 тыс./штук	1-ое полугодие 2018 года
Аким Южно-Казахстанской области	Комплексная автоматизированная прядильно-крутильная фабрика	ТОО «Оху-Textile»	Южно-Казахстанская область	120	260	5 424	6,0 тыс. тонн в год	1-ое полугодие 2017 года
Аким Южно-Казахстанской области	Производство гигроскопической ваты, хлопковой целлюлозы и технической карбоксиметилцеллюлозы	ТОО «Хлопкопром Целлюлоза»	Южно-Казахстанская область	100	217	3 852	2,5 тыс. тонн в год	1-ое полугодие 2017 года
Аким Южно-Казахстанской области	Организация производства по производству готовых текстильных изделий	ТОО "Шымкент-Кашемир"	Южно-Казахстанская область	40	272	560		2-ое полугодие 2017 года
Аким Южно-Казахстанской области	Швейная фабрика по выпуску	ИП "Имажанов"	Южно-Казахстанская область	20	40	52	14 432 шт	2-ое полугодие

анской области	швейных изделий	Нуржан	Я область					2018 года
Аким Южно-Казахстанской области	Строительство швейной фабрики с конвейерным потоком и цеха по производству прикладных материалов	ТОО «ПК «АГФ групп»	Южно-Казахстанская область	120	300	251	15000 шт.	2-ое полугодие 2018 года
Аким Южно-Казахстанской области	Организация производства медицинской ваты	ТОО «Атамекен МК»	Южно-Казахстанская область	20	18	55	мед.вата - 300тн	2-ое полугодие 2018 года
Аким Южно-Казахстанской области	Текстильное производство на территории СЭЗ "Оңтүстік"	АО "ЮТЕКС KZ"	Южно-Казахстанская область	150	650	14 837	Пряжа – 10 440 тонн в год. Х/б ткань – 18 900 тыс. метров в год	2019 год

Источник: Карта индустриализации Казахстана

Кроме того, в легкую промышленность Казахстана вкладываются и иностранные инвестиции. Суммарный валовый приток инвестиций в легкую промышленность Казахстана, начиная с 2017 года, составил 30,6 млн. долл. США. Наибольшие объемы инвестиций стали поступать с начала 2000-х годов, когда в Казахстане были приняты меры государственной поддержки инвесторов, вкладывающих инвестиции в обрабатывающие сектора экономики.

Структура первоначальных капиталовложений включает в себя инвестиции в основной капитал: строительство или приобретение помещения для размещения производства, приобретение и установка оборудования и технологий, а оборотный капитал, направленный на: приобретение сырья, оплату труда работающих, уплата налогов и прочие расходы.

Основная проблема казахстанских предприятий, приводящая к замедлению или остановке производства, заключается в нехватке оборотных ресурсов. Как правило, инвестиции в основной капитал осуществляются за

счет кредитных ресурсов, получаемых от финансовых организаций. В качестве залога выступают приобретаемые основные фонды.

В Таможенном союзе пока не создано единого механизма поддержки инвестиций и реализации совместных проектов, хотя каждая из стран-членов ТС ставит важной задачу развития легкой промышленности.

В глобальном мире в настоящее время наблюдается тенденция перетекания инвестиций в страны развивающегося мира. Дешевизна рабочей силы и близость рынков сырья для развития текстильной промышленности и производства одежды привлекает инвесторов из развитых стран перемещать свои производства в эти регионы. Объемы первоначальных капиталовложений здесь значительно ниже. В то же время размеры рисков для таких вложений гораздо выше, так как законодательная основа для инвестиций во многих странах недостаточно отрегулирована. Можно наблюдать обратную пропорциональность: чем ниже размеры предполагаемых капиталовложений, тем выше риски: отсутствие правовых норм и гарантий, коррупция, минимальный уровень поддержки со стороны государства и т.д.

За последние два десятилетия в Китае, Пакистане, Индии, Турции и других странах созданы десятки текстильных компаний с годовым оборотом около 500 млн. долл. США и тысячи мелких производителей, оснащенных самым современным оборудованием и выпускающих ассортимент из сотен видов тканей с тысячами вариантами отделки. Эти компании производят основной объем мирового текстиля.

Затраты, не зависящие от размера предприятия

Затраты, не зависящие от размера предприятия, называются постоянными затратами. Постоянные затраты – это элемент точки безубыточности, представляющий собой затраты, которые не зависят от величины объема выпуска. Увеличение объемов производства приводит к уменьшению постоянных расходов на единицу продукции и, соответственно, увеличивается прибыль с единицы продукции за счет положительного эффекта масштаба.

К постоянным затратам обычно относятся:

- Задолженность по обязательствам;
- Налоги на имущество предприятия;
- Амортизационные отчисления;
- Оплата аренды;
- Оплата охраны объекта;
- Оплата управленческого персонала.

В целом, перечисленные статьи затрат можно отнести к непроизводственным затратам. Непроизводственные затраты, по методологии официальной статистики РК включают расходы по реализации продукции и оказанию услуг, административные расходы, расходы на финансирование. За 2019 год сумма непроизводственных затрат в обрабатывающей промышленности Казахстана составила 943,5 млрд. тенге, в том числе 819 млрд. тенге составили непроизводственные расходы крупных и средних предприятий, а 124,5 млрд. тенге – непроизводственные расходы малых

предприятий. Структура непроизводственных затрат рассмотрена на примере показателей крупных и средних предприятий обрабатывающей отрасли. Удельный вес непроизводственных затрат в общем объеме затрат за 2019 год, по сравнению с 2018 годом, снизился на 4% и составил 21%. В структуре непроизводственных затрат увеличилась доля затрат на перевозку грузов (с 45 до 68%). В то же время снизились расходы на амортизацию нематериальных активов.

Основной проблемой казахстанских предприятий обрабатывающего сектора является задолженность по обязательствам. К ней относятся денежные средства, временно привлеченные предприятием и подлежащие возврату соответствующим юридическим и физическим лицам. Кредиторскую задолженность составляют неосуществленные платежи за отгруженные товары, неоплаченные налоги, невыплаченная начисленная заработная плата и др.

К постоянным издержкам предприятия из данной категории затрат является выплата процентов по кредитам. В представленной структуре эта статья расходов включена в «Прочие расходы». Удельный вес этой статьи расходов в общем объеме достигает 70%. В 2019 году эта статья расходов составила 547,5 млрд. тенге (69% от общего объема), в 2018 году – 586,3 млрд. тенге (74% от общего объема непроизводственных расходов). Обслуживание кредитной задолженности продолжает оставаться одной из самых обременительных статей постоянных расходов предприятий.

Расходы крупных и средних предприятий обрабатывающей промышленности РК по основным видам непроизводственных затрат за 2018-2019 гг., тыс. тенге

	2018 год			2019 год		
	Всего	в том числе, непроизводственные	Удельный вес непроизводственных затрат в общем объеме затрат, %	Всего	в том числе, непроизводственные	Удельный вес непроизводственных затрат в общем объеме затрат, %
Материальные затраты	1 934 683 833	116 526 953	6%	2 493 597 809	137 081 419	5%
сырье и материалы	1 222 912 380	21 569 233	2%	1 614 122 110	22 443 584	1%
покупные полуфабрикаты и комплектующие изделия	117 627 109	9 875 725	8%	181 265 874	16 611 904	9%
топливо	127 915 122	5 283 080	4%	150 056 076	4 005 599	3%
энергия	134 123 390	4 881 035	4%	159 659 461	6 412 304	4%

работы и услуги производственного характера, выполненные сторонними организациями	257 803 553	69 271 987	27%	308 286 344	78 731 643	26%
из них перевозка грузов	59 399 915	26 477 832	45%	60 896 994	41 667 733	68%
другие работы и услуги производственного характера, выполненные сторонними организациями	198 403 638	42 794 155	22%	247 389 350	37 063 910	15%
прочие материалы	74 302 279	5 645 893	8%	80 207 944	8 876 385	11%
Амортизация основных средств	174 018 780	19 553 696	11%	196 197 000	21 513 053	11%
Амортизация нематериальных активов	4 353 984	3 305 937	76%	3 798 870	2 030 309	53%
Фонд заработной платы работников	364 492 736	82 766 146	23%	429 842 708	102 239 818	24%
Денежные пособия работникам за счет средств предприятия	13 016 869	5 475 952	42%	15 076 185	8 546 730	57%
Прочие затраты	792 885 394	586 339 412	74%	794 357 832	547 549 029	69%
налоги и другие обязательные платежи в бюджет (без корпоративного подоходного налога, акцизов, НДС)	122 771 665	31 923 808	26%	149 612 630	35 905 088	24%
суточные во время служебных командировок	4 826 363	2 604 243	54%	7 733 550	3 412 143	44%
арендная плата	20 362 202	6 858 772	34%	22 803 668	7 345 165	32%
услуги непроизводственного характера, выполненные сторонними организациями	159 652 186	116 575 966	73%	214 951 947	173 159 324	81%

	485 272	428 376		399 256	327	
другие расходы	978	623	88%	037	727	82%
					309	
	3 283	813 968		3 932 870	818	
Итого расходов	451 596	096	25%	404	960	21%
					358	

Источник: КС МНЭ РК

Постоянный рост объема задолженности оказывает сильное влияние на рентабельность отрасли. Поэтому эффективная поддержка со стороны государства по возмещению ставки вознаграждений по кредитам обрабатывающего сектора экономики является важной и необходимой мерой для успешного развития обрабатывающего сектора экономики Казахстана.

В процессе взаимной конкуренции, а также при выходе на **мировой рынок** легкая промышленность Казахстана, равно как и России и Беларуси могут столкнуться с рядом рисков, увеличивающих уровень постоянных издержек. К таковым можно отнести:

- Риски, вызванные интеграционными процессами в мировой экономике. Несмотря на очевидные преимущества, связанные с перспективами отмены таможенных пошлин и нетарифных барьеров при входе на потребительские рынки стран-партнеров по интеграции, привлечения иностранных инвестиций, этот процесс может негативно отразиться на развитии этого сектора экономики в Казахстане;

- Риски, вызванные недобросовестной конкуренцией. В настоящее время такие риски являются одной из самых важных проблем отрасли, негативно влияющей на рост производства;

- Риски снижения спроса на продукцию предприятия вследствие изменения потребительских предпочтений. Этот риск связан с тем, что продукция данной отрасли относится к классу продукции с традиционно высокой подверженностью изменениям спроса и зависимостью от модных тенденций. В большей степени страдают от этого крупные компании, чьи технологии производства не обеспечивают оперативного реагирования на изменение спроса;

- Риски, связанные с недостатком квалифицированного персонала. Уровень заработной платы в отрасли не всегда является привлекательным для высококвалифицированных специалистов. Оптимальное соотношение между уровнем постоянных издержек и адекватной заработной платы является наиболее приемлемым для получения максимальной прибыли;

- Риски, связанные с организацией сбыта (технические риски).

- Риски, связанные с недостаточностью финансирования.

- Другие риски.

Вышеперечисленные риски косвенно влияют на уровень производства и сказываются на экономической ситуации предприятия в любой стране мира. Поэтому многие страны находятся в поиске путей снижения постоянных издержек производства. Одним из таких путей, как уже отмечалось в

предыдущих пунктах, является размещение своих производств в регионах мира с дешевой оплатой труда работающих, а также близость сырьевых рынков и рынков сбыта.

Доступ к каналам распределения

Канал распределения - это путь, по которому товары движутся от производителей к потребителям. Благодаря ему устраняются длительные разрывы во времени, месте и праве собственности, отделяющие товары и услуги от тех, кто хотел бы ими воспользоваться.

Каналы распределения могут быть 3-х видов: прямые, косвенные и смешанные.

Прямые каналы распределения связаны с перемещением продукции и услуг без участия посреднических организаций, между производителями и потребителями, которые сами контролируют свою маркетинговую политику и располагают своими целевыми рынками.

Косвенные каналы распределения связаны с перемещением продукции и услуг от производителя к посреднику, а затем от посредника к потребителю. Такие каналы присущи для предприятий, которые с целью увеличения своих рынков и объемов сбыта, готовы отказаться от сбытовых функций и связанных с этим расходов и, соответственно, от определенной доли контроля над сбытом, а также готовы ослабить контакты с потребителями.

Практика работы через посредников распространена среди мировых лидеров

Смешанные каналы распределения объединяют характеристики первых двух каналов.

Новые конкуренты, безусловно, должны позаботиться о надежных каналах распределения своих товаров или услуг на рынке. Новые продукты отрасли могут вытеснить традиционные за счет более низкой цены, продуманной политики продвижения, усилий, направленных на повышение продаж, и применения других способов. Чем больше ограничены каналы сбыта оптовой или розничной торговли и чем более прочное положение занимают в них существующие конкуренты, тем тяжелее проникнуть в эту отрасль.

Чем увереннее себя чувствуют предприятия-старожилы, чем крепче они держат оптовую сеть в своих руках, тем серьезнее препятствия на пути новичков. Чтобы устранить эти препятствия, новым участникам, возможно, придется "покупать" доступ к сбытовым каналам, предоставляя дилерам и дистрибьюторам большие скидки с цены, а также рекламные скидки или предпринимая еще какие-либо действия по стимулированию сбыта.

В последние годы в странах ЕЭП получила развитие франшиза фирменной розничной сети. Участники рынка являются:

- производители с собственной производственной базой;
- разработчики, производящие изделия по аутсорсингу;
- дистрибуторы (как крупных отечественных, так и зарубежных компаний).

Республика Казахстан. Одним из составляющих успешного развития легкой промышленности в стране является развитие дистрибуции: вход в мультибрендовые сети и развитие розничной сети (фирменные магазины, торговые точки, франчайзинг).

Сбытовая сеть предприятий легкой промышленности развита крайне слабо, на предприятиях отрасли главенствует производственно-ориентированная концепция. Маркетинг осуществляется не всеми компаниями. К тому же большинство компаний не имеют четкой стратегии развития, как на внутреннем, так и на внешнем рынках. Персонал, осуществляющий маркетинг, не учитывает изменения на мировом рынке текстиля. Технологии, используемые предприятиями, являются устаревшими. Отсутствуют торговые отношения с ведущими трейдерами и логистическими цепочками. **Дистрибуция и транспортировка**, в основном, осуществляется компаниями производителями текстильной продукции. На большинстве предприятий отсутствует понимание современных тенденций (например, скорость поставок имеет большое значение) и необходимости в прочных связях с логистическими цепочками, оперирующими на мировом рынке.

Развитие фирменной розничной сети характеризуется следующими показателями:

- высокая доля неформатированной розничной торговли и небрендируемой продукции;
- тенденция к росту форматированной розничной торговли и, как следствие, экспансия тех торговых марок, которые в настоящее время могут сконцентрировать ресурсы и усилия на захват торговых площадей;
- повышенные требования для арендаторов магазинов в торговых центрах. Девелоперы (или управляющие компании ТЦ) тщательно отбирают торговые марки, адекватные концепциям торговых центров. У магазинов небрендируемых товаров нет шансов попасть в этот формат розничной торговли.

Особенностями сетевого формата являются: работа магазинов под единой маркой, единый мерчандайзинг; унифицированный ассортимент, сервис и услуги; единые принципы управления; соблюдение дисциплины поставок; стабильность качества и цен; консолидированная закупка товара; единые логистика, учет и управление всеми бизнес-процессами.

Принимая во внимание возможности и слабые стороны казахстанских сетей наилучшие перспективы развития в стране имеют сети, представляющие популярные **интернациональные марки** (Zara, Mango, Benetton, Massimo Dutti и др.), обеспечивающие не только стабильное качество конечного продукта, но и доступный уровень инвестиций в открытие магазина и закупку коллекции.

Казахстанских франшиз мало, в принципе. Одежных франшиз нет вообще. Единственная компания ТОО «Казахстан-Текстилайн», выпускающая наш первый национальный бренд «Мимиорики», создала сеть из 15 магазинов на территории Казахстана, в том числе 12 магазинов – на условиях франшизы. Созданы представительства в России и Украине.

Магазин собственной продукции - одежды «SMD» - в текущем году открыла также ТОО «Швейная фирма «Семирамида» в г. Алматы.

В целом, умение продать свою продукцию, даже хорошую, всегда было проблемой для казахстанских предприятий: отсутствуют средства на широкую рекламную кампанию, организацию фирменной торговли и др. У новых конкурентов серьезных проблем с захватом каналов распределения в стране не предвидится. Предприятия отрасли стоят перед необходимостью коренного изменения своей маркетинговой деятельности для расширения своего присутствия на рынке. Многим из них для преодоления входных барьеров вступления на подобный рынок придется значительно развить свою систему распределения производимой продукции.

Существенные инвестиции в развитие собственной сбытовой сети позволили предприятиям отрасли увеличить объем реализации продукции.

Развитая дистрибуция позволила некоторым предприятиям отраслей легкой промышленности успешно развиваться на российском рынке. Например, ЗАО "Глория-Джинс" осуществляет рыночную деятельность через свои офисы, представительства и центры, действующие во всех регионах России, странах СНГ (Украина, Казахстан, Беларусь), а также в Бразилии, Китае, Японии, Турции, Польше, Италии и США.

Компания открывает магазины 3-х форматов: 300, 500, 1000+ кв.м в городах с населением от 30 000 человек. Ассортимент разделен на 4 возрастные группы: 0-2, 2-9, 8-14 и 13+.

Имеет 7 региональных представительств и 33 фабрики в России и в Украине, которые производят свыше 65 млн. единиц продукции/год. «Глория Джинс» владеет собственными центрами дизайна и мерчендайзинга в Стамбуле, Шанхае, Сан-Паулу, Чикаго, Вьетнаме, Лос-Анжелесе, Сеуле, Токио, Ростове-на-Дону.

По данным 2019 года она управляет более 500 магазинами, расположенными в России и Украине. К 2016 году «Глория Джинс» планирует довести количество магазинов до 600 и добиться продаж в более чем 1 миллиард долларов США, к 2017 году - количество магазинов до 1000 во всех регионах России, Украины и на некоторых международных рынках. В 2019 году чистая прибыль компании выросла на 77%, составив 2,5 миллиарда рублей.

В Корпорации «Глория Джинс» работает около 18 тыс. человек.

Фабрики, входящие в Группу компаний «Восток-Сервис» и выпускающие современную спецодежду и обувь, имеют разветвленную сеть фирменных магазинов в стране. Кроме того, создана филиальная сеть на территории Украины, Беларуси, Азербайджана, Грузии и Казахстана. Представительства «Восток-Сервис» в этих странах работают с крупнейшими промышленными предприятиями и имеют собственные розничные магазины.

Ткани ООО ТК «Чайковский текстиль» хорошо известны и востребованы во всех регионах России и странах СНГ, поэтому для работы с региональными клиентами более 10 лет назад группа компаний «Чайковский текстиль» первой в России организовала торговую сеть по продаже текстильной продукции.

Сеть охватывает большинство крупных городов России: Поволжье (Нижний Новгород, Казань, Новочебоксарск, Пенза, Самара, Саратов, Ульяновск, Иваново), Северо-Запад (Санкт-Петербург), Юг (Ростов-на-Дону, Волгоград, Воронеж, Краснодар), Урал (Екатеринбург, Ижевск, Пермь, Тюмень, Уфа, Чайковский, Челябинск), Сибирь (Новосибирск).

Заграничные представительства компании «Чайковский текстиль» работают в Республике Беларусь (Минск), Казахстане (Алматы) и Украине (Винница и Киев).

ОАО ХБК «Шуйские ситцы» больше половины своей продукции продает через филиалы-представительства во всех крупных регионах, которых насчитывается свыше 30 по стране.

Развивает торговые сети, а также оптовые продажи продукции на условиях контролируемой дистрибуции ОАО Мэлон Фэшн Груп (МФГ). К середине 2019 года общее количество магазинов компании в России составило 474 (из них 381- собственных и 93- франчайзи), на Украине - 54 (7 - франчайзи).

Из трех способов выхода на рынки (открытие собственных магазинов, дистрибуция и франчайзинг) наибольшей популярностью пользуется последний. На рынке одежды в России франчайзинговые программы имеют большое количество компаний. По состоянию на конец 2018 года в стране действовали 485 франчайзеров с 8615 собственными точками и 20731 партнерскими. Всего в этой сфере занято 277480 человек.

Это довольно разнородный рынок, на котором прижились различные формы франчайзинга. Большую его часть занимают отечественные швейные предприятия, которые продают свою одежду через фирменные сетевые магазины, принадлежащие самостоятельным фирмам-франчайзи. При этом владельцы бренда помогают партнерам в оборудовании торговых залов в соответствии со стандартами сети, обучают персонал, поставляют товар с хорошими оптовыми скидками и отсрочкой части платежа, поддерживают рекламными акциями.

Важным фактором для успешного формирования сетевой торговли является создание партнерской сети, инициированных самими участниками российского рынка. Например, ООО «Сэми» предлагает льготные условия по открытию фирменных торговых точек в рамках единой партнерской сети, в частности, клиентам-партнерам, открывающим или переоборудующим магазины в соответствии с фирменным стилем компании, частично компенсируются затраты по открытию:

- 50% компенсация затрат на изготовление и монтаж фирменной вывески;
- бесплатное предоставление 2 комплектов для примерочных (шторы, коврики) и бесплатная адаптация под точку клиента фирменного дизайн-проекта, макета вывески и светового короба;
- дополнительная скидка за каждую открытую фирменную точку;
- приоритет по выбору коллекции и по снабжению дефицитным товаром;

- эксклюзивное сотрудничество в городе или регионе при выполнении клиентом требований к фирменной торговой точке и обеспечении одной или несколькими фирменными точками клиента необходимого товарооборота в оптовых ценах к единице населения данного города или региона;

- предоставление сезонного пакета рекламных материалов (аудио-, видеоролики, баннеры и плакаты на рекламных носителях, пакеты) и др.

Вывод. Таким образом, новым участникам для преодоления входных барьеров вступления на рынки Беларуси и России придется значительно развить свою систему распределения производимой продукции.

Необходимо отметить, что вложения в каналы сбыта являются наиболее эффективным типом маркетинговых инвестиций с точки зрения возврата вложенных средств; «скорости» окупаемости инвестиций, значительно превосходя рекламу, и другие акции по продвижению товара. **Глобальный уровень.** Определяющую роль на рынке текстильной и кожевенной продукции играют глобальные торговые сети и дистрибьюторы (ритейлеры). Поскольку текстильная и кожевенная ЦДС зависят от потребностей конечных покупателей, ранние этапы ЦДС текстильной продукции (пряжа, ткани, кожа) зависят от наличия спроса со стороны швейного производства и, в конечном итоге, со стороны основных ритейлеров, находящихся ближе к конечным покупателям. По разным данным на основных рынках топ 10 торговые сети занимают до 25-30% в общих продажах готовой одежды и контролируют значительную часть производства в развивающихся странах. Так, Gap закупает (заказывает) продукцию для дальнейшей реализации у порядка 900 поставщиков в 60 странах мира, среди которых Китай, Бангладеш, Шри Ланка, Пакистан, Вьетнам, Турция и Индия. Поставщики Nike находятся в 38 странах мира (Китай, Таиланд, Индонезия, Вьетнам, Турция, Индия, Малайзия и др.).

Компания, работающая в сегменте fast fashion, - Inditex - в 2005 году открыла 448 новых магазинов под брендами Zara, Massimo Dutti и Bershka, а H&M — 145 магазинов.

Более половины фабрик Zara, на которых шьются одежда и обувь, расположены в Европе, т.к. для быстрого обновления товаров на полках своих магазинов компания вынуждена сокращать время транспортировки до минимума. Быстрые обороты позволяют Inditex избегать проблем с "промахами" в моде. Поскольку товары выпускаются ограниченными партиями, снижается влияние риска реализации товаров на общий результат.

Среди каналов дистрибуции обуви на мировом рынке следует выделить специализированные магазины, их доля - 67,2%, что составляет \$162,3 млрд. На долю универмагов приходится 16,3%, это \$39,3 млрд. Сегмент гипермаркетов, супермаркетов и дискаунтеров занимает 8,4%. На прочие приходится 8,1%.

Таким образом, наблюдаются следующие общемировые тенденции индустрии моды:

- эффект быстрой моды: последние технологические и дизайнерские новинки быстро доходят сверху вниз - до масс-маркета;

- быстрая мода по минимальной цене;

- очень высокие темпы сменяемости ассортимента (6-12 коллекций в год);
- успех марки определяют: востребованность покупателем, правильная ценовая политика в рознице, широкий ассортимент, частая сменяемость коллекций;
- при равных условиях продвижения в fashion-индустрии на первый план выходят ассортимент и качественная консультация продавца.

Внутреннее производство

Годовой объем производства

Легкая промышленность Республики Казахстан представлена тремя подотраслями, как указывалось выше, это: производство текстильных изделий; производство одежды; производство кожаной и относящейся к ней продукции.

Тенденция развития текстильной и швейной промышленности в период 2018-2019 г. показывает нестабильное и скачкообразное развитие легкой промышленности, причем не только по годам, но и по видам продукции, обусловлено различными конъюнктурными факторами, в том числе модой.

В производстве кожаной и относящейся к ней продукции в 2018-2019 г. наблюдаются значительные колебания – тенденции резкого спада в 2016-2017 г., а затем в 2018-2019 гг. сменялись таким же резким ростом. Наибольшее снижение в производстве кожаной и относящейся к ней продукции было зафиксировано в 2017 году, когда спад составил 41,5% к уровню предыдущего года. С 2018 года в результате восстановления спроса и принимаемых мер правительства ситуация стала выправляться. Некоторое снижение объемов производства в 2018 году и дальнейшее его восстановление повторяет схему посткризисного развития других видов экономической деятельности промышленности. По итогам 2019 года производство кожаной и относящейся к ней продукции превысило уровень 2016 года (максимальный уровень производства). В 2019 году производство увеличилось на 115,5%, по сравнению с предыдущим годом.

Производство по отдельным видам продукции легкой промышленности за 2018-2019 гг.

Наименование продукции	Объем производства		2019г. к 2018г., %
	2019 год	2018 год	
Производство текстильных изделий			
Пряжа хлопчатобумажная из волокон гребнечесаных и негребнечесаных, не расфасованная или расфасованная для розничной продажи; нитки швейные хлопчатобумажные, тонн	3 493,0	9 837,0	35,5
Ткани из шерсти кардочесаной и гребнечесаной или из волоса животных грубого или волоса конского, тыс. кв. м		33,1	
Ткани хлопчатобумажные, тыс. кв. м	19 247,7	35 740,9	53,9

Одеяла (кроме одеял электрических) и пледы дорожные, тыс. штук	48,4	62,1	77,9
Ковры и изделия ковровые, тыс. кв. м	6,4	6,2	103,2
Производство одежды			
Одежда верхняя, тыс. штук	612,1	506,6	120,8
Одежда верхняя трикотажная машинного или ручного вязания, тыс. штук	32,3	42,0	77,1
Белье нижнее, тыс. штук	882,7	1 479,5	59,7
Одежда и аксессуары одежды для грудных детей, тыс. тенге	417 144,0	391 805,0	106,5
Костюмы спортивные, лыжные и купальные и одежда прочая, тыс. штук	245,4	238,6	102,8
Колготы, рейтузы, чулки, носки и изделия чулочные прочие трикотажные, машинного или ручного вязания, тыс. тенге	242 208,0	245 127,0	98,8
Свитеры, джемперы, пуловеры, кардиганы, жилеты и изделия аналогичные трикотажные машинного или ручного вязания, тыс. штук	65,4	97,8	66,9
Производство кожаной и относящейся к ней продукции			
Обувь, кроме спортивной, защитной и ортопедической, тыс. пар	1 692,1	1 836,5	92,1

Источник: КС МНЭ РК

По итогам 2019 года в целом по легкой промышленности отмечалось снижение объемов производства. ИФО за 2019 год к 2018 году составил 98,5%. Сокращение объемов производства отрасли связано со снижением ИФО производства текстильных изделий, который в 2019 году составил 83,3% (2018 г. – 100,5%).

Рост объемов производства продукции отрасли в стоимостном выражении обусловлен влиянием ценового фактора. Так, в 2017-2019 гг. наблюдается рост цен на продукцию предприятий легкой промышленности.

В текущем году в легкой промышленности наблюдается увеличение объемов производства. Так, рост отрасли в целом за 8 месяцев 2016 года к аналогичному периоду 2019 года составил 6,6% (ИФО- 106,6%), в том числе: в производстве текстильных изделий – 105,7%. В производстве одежды отмечается снижение на 37% (ИФО-63%) и производстве кожаной и относящейся к ней продукции – на 8,3% (ИФО-91,7%).

В общей структуре промышленного производства доля объема производства легкой промышленности крайне низкая и составляет всего 0,2%, в том числе: производство текстильных изделий – 0,1%; производство одежды – 0,1%; производство кожаной и относящейся к ней продукции – 0,02%.

Таким образом, основные потребности внутреннего рынка в продукции легкой промышленности удовлетворяются за счет импортируемой продукции. Так, в 2019 году доля отечественного производства в общем объеме ресурсов легкой промышленности составила всего 20,7%.

Потребности внутреннего рынка в 2019 году в большей мере удовлетворены отечественным производством пряжи хлопчатобумажной (68,5%) и тканей хлопчатобумажных (36,8%). В меньшей мере – одеждой верхней трикотажной (1,3%), трикотажными изделиями (1,7%), одеждой верхней (5,3%), бельем нижним (5,3%). Данное обстоятельство, на наш взгляд, обусловлено различными конъюнктурными факторами и, в первую очередь, колебаниями в развитии модных товаров. Большинство казахстанских предприятий в силу своих возможностей не могут воспользоваться благоприятной конъюнктурой рынка в полной мере, так как доля товаров новых структур и модного дизайна в ассортименте их продукции пока незначительна.

При наличии собственного сырья в Казахстане практически полностью отсутствует производство шерстяных тканей.



Доля отечественного производства в общем объеме ресурсов легкой промышленности за 2019 год по видам продукции, %

Источник: КС МНЭ РК

В настоящее время легкая промышленность Казахстана занимает небольшую долю в структуре реального сектора экономики и обрабатывающей промышленности, характеризуется как низкодоходная отрасль с рентабельностью производства не более 6%. Объем инвестиций в основной капитал легкой промышленности за последние 3 года сократился в 2,2 раза.

Производственные мощности

За 2017-2019 гг. производственные мощностей на крупных и средних предприятиях в текстильном производстве используются на уровне 7-40% и только производство пряжи хлопчатобумажной характеризовалось высоким уровнем загрузки производственных мощностей. Здесь уровень

использования среднегодовой мощности предприятий в 2017 и 2019 годах составил 83,1% и 79,1%, соответственно. Однако эти предприятия, имевшие высокую загрузку производственных мощностей, существенно снизили эти показатели к 2019 году. В настоящее время при производстве пряжи шерстяной загрузка производственных мощностей составляет всего 10%, при производстве волокна хлопкового – 21,6%, пряжи хлопчатобумажной – 28,8%.

Загрузка предприятий по производству синтетических, х/б и шерстяных тканей за рассматриваемый период характеризуется различной степенью использования.

В период 2017-2019 гг. положительной динамикой характеризуется загрузка мощностей при производстве тканей хлопчатобумажных. Так, если в 2016 году загрузка мощностей составляла 8,5%, то в последующие годы постепенно увеличиваясь, достигла своего максимального показателя (89,1%) к 2017 году, затем сократилась до 43,4% в 2018 году, а в 2019 году достигла уровня загрузки в 81,3%. Однако, в 2019 году произошло сокращение загрузки на 28 процентных пункта.

При производстве синтетических и шерстяных тканей уровень загрузки мощностей за 2017-2019 гг. стабильно снижается. Особенно это характерно для производства синтетических тканей. Предприятия, имевшие высокую загрузку производственных мощностей в 2017 году (63,4%), значительно снизили эти показатели к 2018 году (23%), Снижение составило 40,4 процентных пункта (за 2017-2019 г. данные отсутствуют).

Аналогичная ситуация наблюдалась с использованием мощностей при производстве тканей шерстяных. При наличии собственного сырья в Казахстане практически полностью отсутствует производство шерстяных тканей. Незначительный объем продукции, производимый отечественными предприятиями, потребляется ими на собственные нужды. Уровень загрузки производственных мощностей в 2019 году составил 3% против 27,7% в 2017 году. Потребности швейных предприятий в шерстяных тканях удовлетворяются за счет импортируемой продукции.

Использование производственных мощностей предприятий при производстве трикотажных изделий также характеризуется низкой степенью загруженности. Максимальная загрузка мощностей наблюдалась в 2016 году: 38,6% - при производстве колгот трикотажных; 26,1% - при производстве носков трикотажных, затем к 2019 году данные показатели снизились до 17,7% и 20%, соответственно.

За 2017-2019 гг. производственные мощности на крупных и средних предприятиях при производстве одежды в зависимости от вида продукции использовались на уровне 0,7% - 71%. Наиболее низкая степень загруженности производств характерна для производства одежды кожаной от 0,7% в 2016 году до 4,2% в 2019 году (по 2018-2019 г. данные отсутствуют). При производстве верхней одежды максимальная степень загрузки предприятий отмечена в 2018 году (57,7%) против 33,2% в 2017 году. К 2019 году этот показатель снизился до 33,5% против предыдущего года (по 2018-2019 г. данные отсутствуют).

Высоким уровнем загрузки производственных мощностей характеризуются предприятия по производству пуловеров, кардиганов и др. аналогичных изделий. Здесь уровень использования среднегодовой мощности предприятий в 2018 и 2019 годах составил 70,7% и 71,1%, соответственно. Однако эти предприятия, имевшие высокую загрузку производственных мощностей, существенно снизили эти показатели до 10,4% к 2019 году. При производстве нижнего белья трикотажного использование производственных мощностей предприятий происходило скачкообразно и характеризуется низкой степенью загруженности – в пределах 19-39%.

Максимальная загрузка мощностей наблюдалась в 2017 году - 39,4%, затем к 2019 году данный показатель снизился до 24,5% (сокращение на 14,9 процентных пункта).

Использование производственных мощностей предприятий при производстве головных уборов и меховых изделий также характеризуется низкой степенью загруженности.

В рассматриваемый период использование производственных мощностей при производстве головных уборов происходило скачкообразно. Максимальная загрузка мощностей наблюдалась в 2018 году - 34,2%, затем к 2019 году данный показатель снизился до 14,8% (сокращение на 19,4 процентных пункта).

Использование мощностей при производстве меховых изделий характеризуется постепенным снижением с максимального значения с 31,9% в 2016 году до 23,2% в 2017 году (с некоторым увеличением в 2018 году до 27,7% и до 20,8% в 2019 году).

Загрузка мощностей предприятий по производству кожаных изделий (чемоданы, саквояжи, сумки, портфели и др.) характеризуется постепенным снижением: с 84,7% в 2017 году до 18,8% в 2016 году и 26,6% в 2018 году, затем некоторым увеличением до 46,3% в 2019 году, что нельзя рассматривать как позитивный факт, т.к. оно не достигло своего максимального уровня почти в 85% в 2017 году. За последние годы, данные отсутствуют.

Наименьшее снижение показателей загрузки производственных мощностей наблюдается при производстве обуви: уровень загрузки производственных мощностей в 2019 году составил 32,5% против 35,1% в 2017 году.

Согласно Балансу производственных мощностей на промышленных предприятиях республики существенный рост среднегодовой мощности в 2019 году, по сравнению с предыдущим, отмечается на предприятиях по производству шерсти (в 3,7 раза) и трикотажных изделий (в 1,9 раз), сокращение – на предприятиях по производству хлопчатобумажной пряжи (53,3%).

Загрузка предприятий легкой промышленности на специализированных мощностях в 2019 году

	Среднегодовая мощность		Использование среднегодовой мощности, %	
	2018 год	2019 год	2018 год	2019 год
Производство текстильных изделий				
Ковры и изделия ковровые, тыс. кв. м	7,5	8,2	80,0	98,8
Ткани хлопчатобумажные, тыс. кв. м	43 608,0	36 041,0	81,3	53,3
Пряжа хлопчатобумажная из волокон гребнечесаных, не расфасованная для розничной продажи, тонн	22 621	12 065	45,6	28,8
Шерсть (овечья) обезжиренная, не подвергнутая кардо- и гребнечесанию, тонн	4 635	17 084	51,2	23,6
Хлопок, кардо- и гребнечесаный (волокно хлопковое), тонн	257 729	347 229	35,3	21,6
Пряжа шерстяная кардочесаная, не расфасованная для розничной продажи, тонн	551	541	12,7	10,0
Ткани из шерсти кардочесаной, тыс. кв. м	1 087,0		3,0	
Производство одежды				
Белье нижнее трикотажное, машинного или ручного вязания, тыс. штук	104,9	110,6	11,0	24,5
Носки трикотажные машинного или ручного вязания, тыс. пар	11 165,2	10 336,3	22,6	20,0
Колготы трикотажные машинного или ручного вязания, тыс. штук	2 099,4	2 070,2	16,5	17,7
Шляпы и уборы головные, тыс. тенге	433 523	596 745	20,2	14,8
Свитеры, джемперы, пуловеры, кардиганы, жилеты и изделия аналогичные трикотажные машинного или ручного вязания, штук	294 779	561 659	30,6	10,4
Производство кожаной и относящейся к ней продукции				
Обувь, кроме спортивной, защитной и ортопедической, тыс. пар	3 139,0	4 185,4	36,7	32,5
Кожа из шкур скота крупного рогатого или шкур животных семейства лошадиных без волосяного покрова, тыс.кв.дц	732 219,0	824 659,0	13,6	7,8
Кожа из шкур овечьих, козьих или свиных без волосяного покрова, тыс.кв.дц	2 735,0	2 756,1	15,5	4,1

Источник: КС МНЭ РК

Наибольшее сокращение уровня использования производственных мощностей в 2019 году относительно уровня 2018 года наблюдается при производстве трикотажных изделий, шерстяных и синтетических тканей, меховых изделий, одежды верхней и одежды кожаной и др. Наибольший рост этого показателя относительно уровня 2018 года отмечен в производстве тканей хлопчатобумажных.

Наибольшая загрузка в 2019 году отмечается на предприятиях по производству ковров и ковровых изделий (98,8%), тканей хлопчатобумажных (53,3%) и обуви (32,5%), наименьшая – по производству кожи из шкур овечьих, козых или свиных (4,1%), из шкур КРС или шкур животных семейства лошадиных (7,8%), пряжи шерстяной кардочесаной (10%), трикотажных изделий (10,4%).

По сравнению с предыдущим годом отмечается рост загрузки на предприятиях по производству ковров (на 18,8 п.п.) и белья нижнего (на 13,5 п.п.). По остальным видам продукции наблюдается снижение загрузки, в том числе наибольшее снижение отмечается в производстве тканей хлопчатобумажных (на 28,0 п.п.), шерсти овечьей (на 27,6 п.п.) и трикотажных изделий (на 20,2 п.п.).

Производство некоторых видов продукции отрасли осуществлялось также на неспециализированных мощностях. При этом, если по таким видам продукции как шерсть овечья, трикотажные изделия и обувь на неспециализированных мощностях производится незначительная доля продукции от общего производства (менее 1%), то доля производства на неспециализированных мощностях шляп и головных уборов и белья нижнего трикотажного довольно значительна - 33,0% и 16,4%, соответственно.

Таким образом, с одной стороны, имеющиеся производственные мощности, не могут обеспечить перспективные потребности внутреннего рынка, а, с другой стороны, в основном остаются недозапряженными. Во многом это объясняется дефицитом сырья и оборотных средств для его приобретения, сложившейся рыночной ситуацией в виду низкой конкурентоспособности выпускаемой продукции и изношенности производственной инфраструктуры.

Ввод/выбытие производственных мощностей за год

Важнейшими компонентами воспроизводственного процесса, характеризующими реальное обновление производственного потенциала являются ввод новых и расширение действующих предприятий, и вывод из эксплуатации устаревших средств труда (выбытие за ветхостью и исчерпанием запасов).

В таблице представлены изменения производственной мощности предприятий легкой промышленности Казахстана в результате действия различных факторов в динамике за период 2016-2019 гг.

Ввод и выбытие производственных мощностей в легкой промышленности за год

Годы	Мощность на начало года	Изменение производственной мощности в отчетном году				Мощность на конец года в номенклатуре продукции отчетного года	Изменение за год, %
		увеличение мощности, всего	в том числе за счет	уменьшение мощности всего	в том числе за счет		
	ввода в действие новых и расширение действующих предприятий				выбытия (ветхость, исчерпание запасов)		
Волокно хлопковое кардо- и гребнечесанное, тонн							
2016	373 879					373 879	100,0
2017	449 679			6 600		443 079	98,5
2018	443 079	13 400		106 750		349 729	78,9
2019	349 729					347 229	99,3
Пряжа шерстяная, не расфасованная для розничной продажи, тонн							
2016	751			200		551	73,4
2017	551					551	100,0
2018	551					551	100,0
2019	551					541	98,2
Пряжа хлопчатобумажная, не расфасованная для розничной продажи, тонн							
2016	17 119					17 119	100,0
2017	24 113	1 488		634		24 967	103,5
2018	24 967	7 085		6 094		25 958	104,0
2019	25 958					23 733	91,4
Ткани из шерсти кардочесанной, тыс. кв. м							
2016	1 287,0			200,0		1 087,0	84,5
2017	1 087,0					1 087,0	100,0
2018	1 087,0					1 087,0	100,0
2019	1 087,0					1 087,0	100,0
Ткани хлопчатобумажные, кроме тканей специальных, тыс. кв. м							
2016	47 599,0	994,0				48 593,0	102,1

2017	84 285,0			2 904,0		81 381,0	96,6
2018	81 381,0			33 645,0		47 736,0	58,7
2019	47 736,0					45 177,0	94,6
Ткани из волокон синтетических штапельных, тыс. кв. м							
2016	2951					2951	100
2017	2951					2951	100
2018	2951					2951	100
2019	2951						
Ковры и изделия ковровые, тыс. кв. м							
2016	394					394	100,0
2017	2,0					2,0	100,0
2018	2,0	6,0				8,0	400,0
2019	8,0					8,2	102,5
Колготы, трикотажные, машинного или ручного вязания, тыс. штук							
2016	2 070,8					2 070,8	100,0
2017	2 070,8	292,0		256,0		2 106,8	101,7
2018	2 106,8	512,4		549,0		2 070,2	98,3
2019	2 070,2					2 070,2	100,0
Носки, трикотажные, машинного или ручного вязания, тыс. пар							
2016	9 167,8	3 648,0		875,0		11 940,8	130,2
2017	11 940,8	3 184,0		5 710,5		9 414,3	78,8
2018	9 414,3	6 424,0		5 502,0		10 336,3	109,8
2019	10 336,3					10 336,3	100,0
Пуловеры, кардиганы и изделия аналогичные, трикотажные, машинного и ручного вязания, тыс. тенге							
2016	886 411,0	19 418,0		126 114,0		779 715,0	88,0
2017	509 114	30 852		500		539 466	106,0
2018	539 466	26 673		200		565 939	104,9
2019	565 939					561 659	99,2
Одежда кожаная, тыс. тенге							

2016	48845	1				48846	100
2017	48846	2918				51764	106
2018	48 850,0					48 850,0	100
2019	48 850			1 418		47 432	97,1
Одежда верхняя, тыс. тенге							
2016	2504252	299201	66000	12413	9900	2791040	111,5
2017	2831628	234569	1000	772038	751985	2294159	81,0
2018	2299193	1312928		121787		3490334	151,8
2019	2033654	52280		18834	4	2067100	101,6
Белье нижнее, трикотажное, машинного или ручного вязания, тыс. штук							
2016	121,8	7,2		21,7		107,3	88,1
2017	107,3	35,1		3,0		139,4	129,9
2018	139,4	0,2			30,7	108,9	78,1
2019	108,9					110,4	101,4
Шляпы и уборы головные, тыс. тенге							
2016	460 598,0	3 773,0		343,0		464 028,0	100,7
2017	491 674	95 555		4 574		582 655	118,5
2018	582 655	57 283		13 893		626 045	107,4
2019	626 045					598 422	95,6
Меха; изделия меховые, тыс. тенге							
2016	1050140	16696		13000		1053836	100,4
2017	1053836	31269		2545		1082560	102,7
2018	1 067 632	80 580		162		1 148 050	107,5
2019	1 150 740			3 560		1 147 180	99,7
Чемоданы, саквояжи, сумки, портфели и изделия аналогичные, изделия шорно-седельные и изделия кожаные прочие, тыс. тенге							
2016	50029	15033		11000		39289	78,5
2017	39289	2718				42007	106,9
2018	27 285,0	18,0				27 303,0	100,1
2019	27 303	3 000			510	29 793	109,1

Обувь, кроме спортивной и защитной, тыс. пар							
2016	3 659,3	0,4		17,0		3 642,7	99,5
2017	3 649,1	317,9		682,1		3 284,9	90,0
2018	3 284,9	1 008,9		201,5		4 092,3	124,6
2019	4 092,3					4 205,7	102,8
Кожа из шкур скота крупного рогатого или шкур животных семейства лошадиных без волосяного покрова, тыс.кв.дцм							
2016	739 233,0			43 747,0		695 486,0	94,1
2017	695 486,0	50 703,0				746 189,0	107,3
2018	746 189,0			250,0		745 939,0	100,0
2019	745 939,0					826 230,0	110,8
Кожа из шкур овечьих, козьих и свиных без волосяного покрова, тыс.кв.дцм							
2016	69494,8	504		972		69026,8	99,3
2017	2 806,0	6,0				2 812,0	100,2
2018	2 812,0	0,1		40,0		2 772,1	98,6
2019	2 772,1	250,0		266,0		2 756,1	99,4
Шерсть (овечья) обезжиренная, не подвергнутая кардо- и гребнечесанию, тонн							
2016	4 913			300		4 613	93,9
2017	4 613	50				4 663	101,1
2018	4 663	3 256		769		7 150	153,3
2019	7 150					17 084	238,9

Источник: КС МНЭ РК

Анализ показывает, что на предприятиях легкой промышленности в 2016-2019 г., в целом, увеличение производственных мощностей было выше по сравнению с их уменьшением.

В целом стабильные экономические условия по увеличению мощностей в анализируемый период были характерны для предприятий по производству пряжи хлопчатобумажной, тканей из шерсти кардочесаной, тканей из волокон синтетических, ковров и ковровых изделий, трикотажных изделий и одежды верхней, кожи из шкур КРС, шерсти овечьей, кожаных изделий, обуви, головных уборов, волокна хлопкового.

Росту производственных мощностей способствовали ввод новых и расширение действующих предприятий, а также выбытие старых основных фондов в разные годы, в основном, на предприятиях по производству волокна хлопкового (2016-2018 гг.), одежды верхней (2016-2017 гг.), головных уборов (2017 г.), пряжи и тканей хлопчатобумажной (2018 г.).

В последние годы происходило замедление процессов обновления и расширения производств, в частности, при производстве волокна хлопкового (2017-2019 гг.), одежды кожаной верхней, тканей х/б, пряжи шерстяной, кожи из шкур МРС. Причинами замедления являлись, прежде всего, сокращение собственных средств предприятий на обновление производственных фондов, недостатки планирования, отсутствие конкуренции и др., а также последствия мирового финансового кризиса.

Обновление производственных фондов практически не затронуло следующие сегменты легкой промышленности: производство пряжи шерстяной и х/б, тканей шерстяных, тканей из волокон синтетических, ковров и ковровых изделий, одежды кожаной, головных уборов, кожаных изделий и др.

Данные таблицы свидетельствуют, что в легкой промышленности имели место низкие показатели выбытия основных фондов, что приводило в последующие годы к накоплению изношенных и устаревших объектов на предприятиях. Это являлось существенным недостатком предыдущих лет, последствия которого ощущаются в настоящее время. Эти негативные процессы проявлялись почти на всех предприятиях легкой промышленности и в наибольшей мере - на предприятиях по производству пряжи шерстяной, тканей из волокон синтетических, одежды кожаной, кожи из шкур МРС, шерсти, что явилось следствием снижения конкурентоспособности продукции секторов легкой промышленности.

Внешняя торговля

Экспорт, импорт продукции легкой промышленности

Динамика внешнеторгового оборота продукции легкой промышленности за 2018–2019 годы показывает, что в Казахстане темпы роста импорта значительно опережают темпы роста экспорта продукции.

Динамика экспорта продукции легкой промышленности Республики Казахстан за 2016-2019 гг.

Продукция		Экспорт (млн. долларов США)			
Товарная группа	Наименование	2016 год	2017 год	2018 год	2019 год
50-63	Текстиль и текстильные изделия	233,6	114,2	145,5	136,3
64-67	Обувь, головные изделия и галантерейные товары	1,9	3,7	1,4	40,6
41-43	Кожевенное сырье, пушнина и изделия из них	450,8	318,6	58,7	35,7
Экспорт, всего		686,3	436,5	205,6	212,6

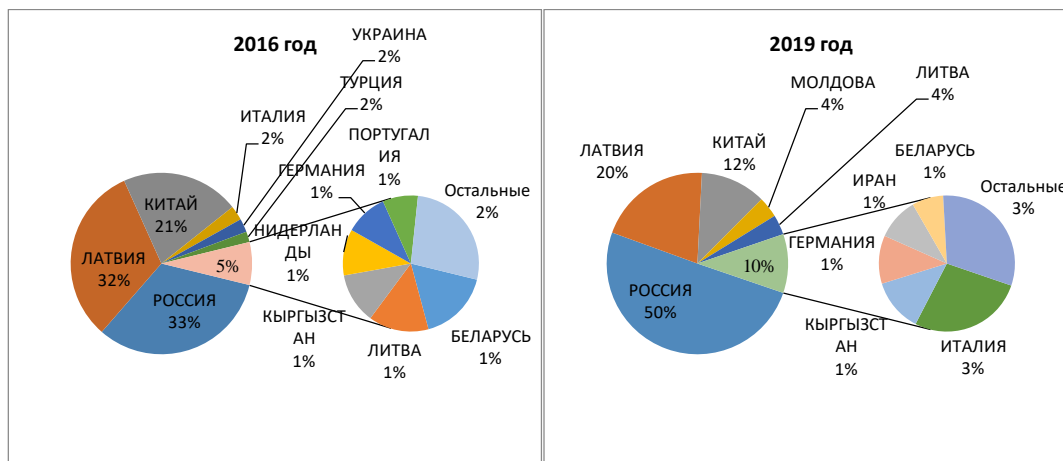
Источник: данные Таможенного комитета МФ РК

Стоимостной объем экспорта текстиля и текстильных изделий из Казахстана за 2016-2019 гг. сократился почти в 2 раза. Причиной этого является сокращение объемов основной экспортной статьи данной товарной группы – волокна хлопкового нечесаного. Сокращение экспорта хлопкового волокна произошло и в натуральном выражении: в 2019 году по сравнению с 2016 годом экспорт хлопкового волокна сократился в 6,4 раза. Данная продукция поставляется в Латвию, Россию и Китай. В 2019 году отмечается снижение объемов поставок во всех направлениях.

Снизилась объемы экспорта шерсти, подвергнутой обработке в 8,8 раза (с 44 млн. до 5 млн. долларов США).

Экспорт шерсти необработанной, напротив, увеличился. По сравнению с 2016 годом в 2019 году экспорт этой продукции увеличился на 83,3%. Увеличился также экспорт женской верхней одежды более чем в 28 раз, мужской верхней одежды – в 12,3 раза, возросли объемы экспорта чулочно-носочных изделий, различных трикотажных изделий и др.

Экспорт тканей хлопчатобумажных в 2016 году по сравнению с 2019 годом снизился на 42,4%. Снижение произошло, в основном, из-за уменьшения экспорта в страны ЕС.



Сравнительная географическая структура экспорта продукции по товарной группе «Текстиль и текстильные изделия»
 Источник: KAZNEXINVEST, на основе официальных данных Таможенного комитета МФ РК

В целом, географическая и товарная структура экспорта данной товарной группы практически не изменилась. По сравнению с 2016 годом значительно увеличилась доля экспортных поставок в Россию (до 50%) и снизилась доля Латвии и Китая.

На фоне сокращения стоимостных объемов экспорта текстиля и текстильных изделий в 2016-2019 гг. увеличился импорт в 2,2 раза за рассматриваемый период.

В 2019 году, по сравнению с 2018 годом, рост импорта составил 63,7%. Основными странами, поставляющими импортный товар на рынок Казахстана, являются Китай, Россия и Турция.

Аналогичная ситуация по показателям физического объема экспорта. В 2019 году экспорт казахстанского текстиля и текстильной продукции к уровню 2016 года (год самых высоких показателей в экспорте в натуральном выражении) снизился на 76,7%, а импорт - на 3%.

За 2016-2019 гг. падение стоимостного экспорта кожевенного сырья, пушнины и изделия из них составило 85%, в то время как импорт стабильно рос и к 2019 году увеличился в 2,8 раза, по сравнению с 2016 годом. Максимальный объем стоимостного экспорта товаров был отмечен в 2017 году, что, возможно, явилось следствием роста экспортных цен на сырьевые товары, в частности, на кожсырье.

За рассматриваемый период происходило также стабильное сокращение физического объема экспорта продукции, хотя и не столь значительно по сравнению с сокращением экспортных цен (в 2019 году физический объем экспорта снизился на 32%, по сравнению с 2016 годом). Исключением явился 2018 год, который характеризовался довольно быстрым восстановлением физических объемов экспорта после резкого снижения в 2018-2019 гг., что стало возможным за счет сохранения внешнего спроса на сырьевые товары, а также реэкспорта.

В динамике стоимостного экспорта обуви, головных изделий и галантерейных товаров наблюдается положительная тенденция увеличения экспортных поставок. Так, если стоимостной экспорт в 2016 году составил 3,1 млн. долл. США, то в 2019 году – 40,6 млн. долл. США, т.е. увеличение в 13 раз.

Стоимостной объем импорта также характеризуется заметной тенденцией роста – увеличение импорта в 4,3 раза в 2019 году, по сравнению с 2016 годом.

Аналогичная ситуация по показателям физического объема экспорта обуви, головных изделий и галантерейных товаров. В 2019 году экспорт товаров к уровню 2016 года (год самых высоких показателей в экспорте в натуральном выражении) увеличился в 4,7 раза, а импорт – в 4 раза.

Существенны и различия в структуре экспорта и импорта казахстанских товаров легкой промышленности по видам продукции.

В структуре экспорта зарубежных производителей в Казахстан основную долю составляет продукция с высокой добавленной стоимостью - одежда, трикотаж, кожа и обувь, меховые изделия, технический текстиль и др. товары.

На фоне сокращения отечественного производства ежегодно растет объем импорта практически по всем видам продукции: ткани хлопчатобумажные, шерстяные, ковры и ковровые изделия, обувь. Объем импортируемой продукции отрасли значительно превышает объемы производства.

Рост импорта продукции обусловлен тем, что внутреннее потребление продукции легкой промышленности превышает собственные возможности по ее производству. Так как большая часть рынка завязана на индивидуального потребителя, на предпочтения которого влияет не государственная промышленная политика, а доступность, качество и дизайн продукции, сервис продаж и маркетинг, то неудовлетворенные потребности закрываются импортом. При этом зарубежные текстильные компании успешно занимают сегменты отечественного рынка, что оказывает негативное влияние на формирование баланса ресурсов с точки зрения высокой степени товарной зависимости казахстанского рынка от внешнеэкономической конъюнктуры.

Размер рынка

В **Казахстане**, начиная с 2016 года, наблюдалась тенденция снижения объемов производства в секторе легкой промышленности. Если в 2016 году объем производства отрасли в ВВП составлял 2,3%, то в 2018 году этот показатель снизился до 0,4%.

В конце 2017 года и в 2018 году ситуация в отрасли начала стабилизироваться. Стремительное сокращение объемов производства, как это было в предшествующие годы, приостановлено.

В целом, по легкой промышленности в 2018 году отмечалось снижение объемов производства, ИФО за 2018 год к 2017 году составил 98,5%. Сокращение объемов производства отрасли связано со снижением ИФО производства текстильных изделий, который в 2018 году составил 83,3% (2017 год – 100,5%). Спад в текстильной промышленности связан с ростом цен на сырье (хлопковое волокно).

За январь-сентябрь 2019 года наблюдается довольно обнадеживающая ситуация в производстве одежды, текстильных изделий. В производстве кожаной и относящейся к ней продукции наблюдается спад.

По видам продукции наибольший рост отмечается в производстве шляп и уборов головных (в 2,3 раза), изделий трикотажных машинного или ручного вязания (в 1,5 раза) и одежды верхней трикотажной (в 1,3 раза), сокращение – в производстве кожи из шкур крупного рогатого скота (32,6%), пряжи шерстяной (14%) и предметов одежды, аксессуаров и изделий из меха натурального (37,5%).

Объем произведенной продукции (товаров, услуг) предприятиями легкой промышленности РК, в действующих ценах предприятий (без НДС и акцизов)

		2016	2017	2018	2019
Легкая промышленность:	тыс. долл.США	228 305	189 404	232 300	235 011
	доля в объеме производства промышленности РК	0,27%	0,31%	0,28%	0,22%
Текстильные изделия	тыс. долл.США	119 939	91 581	124 982	113 565
	доля в легкой пром-ти	53%	48%	54%	48%
Одежда	тыс. долл.США	83 492	79 131	84 496	94 965
	доля в легкой пром-ти	37%	42%	36%	40%
Кожаная и относящейся к ней продукция	тыс. долл.США	24 874	18 692	22 823	26 481
	доля в легкой пром-ти	11%	10%	10%	11%
Средний курс тенге/долл.США		120,3	147,5	147,35	146,62

Источник: КС МНЭ РК

Производство по отдельным видам продукции легкой промышленности в 2018-2019 г.г.

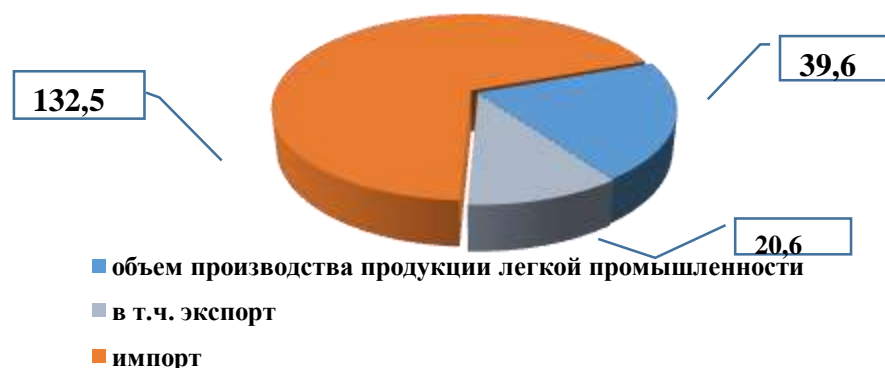
Наименование продукции	Объем производства		январь-декабрь 2019 г. к январю-декабрю 2018 г., %
	2018 год	2019 год	
Производство текстильных изделий			
Пряжа хлопчатобумажная из волокон гребнечесаных и негребнечесаных, не расфасованная или расфасованная для розничной продажи; нитки швейные хлопчатобумажные, тонн	3 493,0	9 837,0	35,5
Ткани из шерсти кардочесаной и гребнечесаной или из волоса животных грубого или волоса конского, тыс. кв. м		33,1	
Ткани хлопчатобумажные, тыс. кв. м	19 247,7	35 740,9	53,9
Одеяла (кроме одеял электрических) и пледы дорожные, тыс. штук	48,4	62,1	77,9
Ковры и изделия ковровые, тыс. кв. м	6,4	6,2	103,2
Производство одежды			
Одежда верхняя, тыс. штук	612,1	506,6	120,8
одежда верхняя трикотажная машинного или ручного вязания, тыс. штук	32,3	42,0	77,1
Белье нижнее, тыс. штук	882,7	1 479,5	59,7
Одежда и аксессуары одежды для грудных детей, тыс. тенге	417 144,0	391 805,0	106,5
Костюмы спортивные, лыжные и купальные и одежда прочая, тыс. штук	245,4	238,6	102,8
Колготы, рейтузы, чулки, носки и изделия чулочные прочие трикотажные, машинного или ручного вязания, тыс. тенге	242 208,0	245 127,0	98,8
Свитеры, джемперы, пуловеры, кардиганы, жилеты и изделия аналогичные трикотажные машинного или ручного вязания, тыс. штук	65,4	97,8	66,9
Производство кожаной и относящейся к ней продукции			
Обувь, кроме спортивной, защитной и ортопедической, тыс. пар	1 692,1	1 836,5	92,1

Источник: КС МНЭ РК

Основные потребности в продукции легкой промышленности удовлетворяются за счет импортируемой продукции. Так, в 2019 году доля

отечественного производства в общем объеме ресурсов легкой промышленности составила всего 20,7%. Это обусловлено следующими факторами:

- незащищенность внутреннего рынка от недобросовестного импорта, недостаток оборотных средств;
- низкий уровень технического состояния оборудования, его моральный и физический износ;
- отсутствие интереса предпринимателей к инвестициям в отрасль;
- высокие ставки кредитования в БВУ.



Источник КС МНЭ РК

Потребности внутреннего рынка в 2019 году в большей мере удовлетворены отечественным производством пряжи хлопчатобумажной (68,5%) и тканей хлопчатобумажных (36,8%). В меньшей мере – одеждой верхней трикотажной (1,3%), трикотажными изделиями (1,7%), одеждой верхней (5,3%), бельем нижним (5,3%), что, на наш взгляд, обусловлено различными конъюнктурными факторами и, в первую очередь, колебаниями в развитии модных товаров. Большинство казахстанских предприятий в силу своих возможностей не могут воспользоваться благоприятной конъюнктурой рынка в полной мере, так как доля товаров новых структур и модного дизайна в ассортименте их продукции пока незначительна.

Баланс ресурсов по обеспечению потребности Казахстана в продукции легкой промышленности

Показатель	Ед. изм.	Загрузка, %*	Производство, 2019 год*	Внутр. потребность	Дефицит/профицит при мощности (макс)	
Производство текстильных изделий						
Пряжа хлопчатобумажная из волокон гребнечесаных и	тонн	15,2	4 434,7	5 418,5	28 364,5	523,5 %

негребнечесаных, не расфасованная или расфасованная							
Пряжа шерстяная кардочесаная, не расфасованная для розничной продажи	тонн	83,0	60,0	253,2	-181,2	71,6%	
Ткани хлопчатобумажные	тыс. кв.м	44,5	16 900,0	36 624,2	-11 480,2	31,3%	
Изделия текстильные готовые, кроме одежды, белья постельного для домашнего хозяйства	тыс. штук	40,0	3 168,3	4 271,0	3 649,8	85,5%	
Фетр и войлок, в том числе с покрытием, пропитанный или ламинированный	млн. тенге	45,0	939,9	1 067,3	1 021,3	11,9%	
Производство одежды							
Одежда верхняя трикотажная машинного или ручного вязания	тыс. штук	38,0	32,3	2 315,9	-2 230,8	96,3%	
Одежда верхняя	тыс. штук	40,0	612,1	5 259,0	-3 728,7	70,9%	
Свитеры, джемперы, пуловеры, кардиганы, жилеты и изделия аналогичные трикотажные машинного или ручного вязания	тыс. штук	40,0	65,4	2 607,6	-2 444,2	93,7%	
Белье нижнее	тыс. штук	40,0	96,2	12 044,0	-11 803,5	98,0%	
Шляпы и уборы головные	млн. тенге	57,5	232	513,2	-99,5	19,4%	
Изделия чулочно-носочные прочие трикотажные, машинного или ручного вязания	млн. тенге	40,0	242,2	1 786,4	-1 180,8	66,1%	
Производство кожаной и относящейся к ней продукции							
Обувь с подошвой и верхом из резины или материалов полимерных	тыс. пар	50,0	933,1	9 953,5	-8 087,3	81,3%	
Обувь с верхом из кожи	тыс. пар	30,0	744,5	4 399,1	-1 917,4	43,6%	

Источник: КС МНЭ РК

Баланс ресурсов по обеспечению потребностей Казахстана продукцией легкой промышленности показывает наличие пространства для новых участников и привлекательность для расширения существующих производств.

Анализ деятельности казахстанских предприятий швейной отрасли по формированию ассортиментной стратегии показывает следующие характерные особенности:

- подавляющее большинство предприятий швейной отрасли работает по гарантированным заказам государства и отдельных учреждений на продукцию специального назначения. Это обусловлено тем, что рынок специальной одежды является динамично развивающимся и стратегически выгодным для предприятий, т.к. обеспечивает быстрый оборот вложенных средств, устойчивую экономическую прибыль и способствует расширению производства. Так, предприятия по производству одежды верхней трикотажной ориентированы на государственный оборонный заказ, закупки национальных холдингов и системообразующих предприятий.

- кроме того, осуществляется выпуск продукции специального назначения для различных производств как летнего, так и зимнего вариантов с логотипами для: строителей, работников нефтегазового сектора, металлургов, геологов, работников лесного хозяйства, медицинских работников, охранных структур, пчеловодства, школьная форма для мальчиков и девочек начальных классов.

Предприятия по производству обуви с верхом из кожи ориентированы на производство специальной рабочей обуви для силовых структур и организаций. Предприятия по производству чулочно-носочных изделий выпускают широкий ассортимент чулочно-носочных изделий, как для силовых структур, так и для обычных потребителей.

Производством кожи из шкур (КРС, МРС) занимаются 8 предприятий. Предприятиями по переработке кожи выпускается продукция низкого уровня передела: полуфабрикат ВетБлю, краст, чепрак, получепрак и др. Поскольку в Казахстане не выпускается обувная кожа и кожа для производства товаров народного потребления, реализация продукции на внутреннем рынке отсутствует. Вся продукция кожевенных заводов экспортируется в Италию, Китай, Белоруссию, Кыргызстан;

- обновление товарного ассортимента большинства предприятий осуществляется, в основном, за счет модификаций уже внедренных в производство моделей, так как для кардинального изменения ассортимента выпускаемой продукции необходимы инвестиции;

- на швейных предприятиях не адаптируются инновационные технологии, на низком уровне маркетинговая деятельность и т.д.

Единое экономическое пространство

Анализ тенденций развития легкой промышленности **России** в период 2016-2019 гг. показывает, что отрасль в отдельные периоды теряла объемы производства, снижала темпы освоения новых прогрессивных технологий и характеризовалась формированием непрозрачного, неконкурентоспособного и нецивилизованного рынка челноков и карго перевозок.

Наибольшее снижение темпов прироста происходило в отраслях, обеспечивающих необходимые условия для жизнедеятельности человека - швейной, трикотажной и обувной. Нестабильное развитие легкой промышленности было обусловлено различными конъюнктурными факторами. В 2018-2019 гг. темп прироста объемов выпуска имел отрицательное значение, обусловленный влиянием мирового кризиса. И только, начиная с 2018 года отрасль, преодолела тенденцию падения объемов производства продукции и по итогам года добилась хороших результатов по всем видам производства. В текстильном, швейном и меховом производстве в 2018 году рост составил 12,1%.

В 2019 году рост текстильного, швейного и мехового производства составил 2,6%. Швейное производство выросло на 7,2%, кожа, обувь и изделия из кожи – на 8,6%, кроме текстильного производства.

Динамика производства по основным видам производств легкой промышленности России

Производства	2017	2018	2019
<i>в % к предыдущему году</i>			
текстильное, швейное и меховое	83,8	112,1	102,6
текстильное	84,9	114,2	96,8
швейное	83,3	110,0	107,2
кожи, обуви и изделий из кожи	99,9	118,7	108,6

Источник: Рослегпром

В 2019 году текстильное уменьшилось на 3,2%, но по всем основным видам продукции этого производства (кроме нетканых материалов) падение значительно больше. Выпуск 2017 года превышен только по нетканым материалам и трикотажным изделиям.

Производство отдельных видов продукции легкой промышленности России

	2016	2017	2018	2019	2019/2016 %	2019/2018 %
Ткани, млн. кв. м	2485	2741	3397	3553	143,0	104,6
Ткани без учета нетканых материалов	2155	1622	1732	1400	65,0	80,8

хлопчатобумажные	1915	1427	1540	1228	64,1	79,7
шерстяные	23,9	17,5	15,8	14,0	58,6	88,8
шелковые	114	122,3	113	103	90,4	90,8
льняные	97,9	46,2	51,9	46,9	47,9	90,3
Нетканые материалы (кроме ватинов)	330	1119	1665	2153	652,4	129,3
Белье постельное, млн. штук	58,2	52,2	53,2	43,9	75,4	82,5
Чулочно-носочные изделия, млн. пар	319	298	306	263	82,4	86,0
Трикотажные изделия, млн. штук	119	125,3	137	128	107,6	93,4
Пальто, полупальто, тыс. штук	1310	1212	1310	1388	106,0	105,9
Плащи, тыс. шт.		240	294	222		75,5
Костюмы, тыс. штук	5013	3807	3895	3845	76,7	98,7
Пиджаки блейзеры, тыс. штук		395	435	495		113,9
Платья, тыс. штук	3800	2735	3005	4054	106,7	134,9
Брюки, бриджи, шорты, тыс. штук	16173	12369	12,3	17,0	0,1	138,1
Юбки и юбки-брюки, тыс. шт.			3665	4535		123,7
Сорочки верхние, тыс. штук	3980	3119	3300	3450		104,5
Куртки теплые, тыс. штук		1907	2237	2086		93,2
Пальто женские из натурального меха, тыс. шт.	96,5	86,6	91,8	99,7	103,3	108,6
Головные уборы из натурального меха, тыс. шт.	656	671	417,3	403,9		96,8
Комплекты, костюмы, куртки (пиджаки) и блейзеры мужские, производств. и профессиональные, млн.шт.		16,2	18,2	21,4		117,3
тоже женские, тыс.штук		1172	1584	1699		107,2
Хромовые кожтовары, млн.дм ²	1927	1905	2133	2043	106,0	95,8
Юфтевые кожтовары, млн.дм ²	68,3	49,8	62,9	68,1	99,9	108,3
Жесткие кожтовары, млн.дм ²	66,5	55,3	51,7	41,1	61,9	79,5
Чемоданы, сумки дамские и др. изделия, млн. штук		9,4	14,1	18,0		127,7
Папки для бумаг, тыс. штук		221		269		89,2
Обувь, млн. пар	56,5	52,5	56,7	61,8	109,4	109,0

Источник: Рослегпром

В 2019 году выпуск тканей вырос на 4,6% и был достигнут за счет увеличения производства нетканых материалов на 29,3%, ассортимент которых представляет целую гамму: от фильтровальных тканей и геотекстиля до нетканых материалов потребительского и медицинского назначения, автомобильных шумоизоляционных покрытий и теплозвукоизоляционных базальтовых материалов. По всем остальным видам тканей производство

сократилось, больше всего уменьшился выпуск хлопчатобумажных тканей (на 20,3%).

Производство швейных изделий по физическому объему выросло на 7,2%. Росту производства способствовало: увеличение розничной продажи верхней одежды (текстильной и трикотажной); увеличение производства спецодежды для внерыночных потребителей; увеличение экспорта одежды.

Ретроспективный анализ динамики производства кожи, обуви и изделий из кожи показывает падение производства с 117,4% в 2016 году до 95,8% в 2019 году. В 2019 году, несмотря на снижение на 4,2%, выпуск превысил уровни 2016 и 2017 годов. Падение произошло из-за уменьшения выпуска хромовых кож, тем не менее, он остался самым большим за последние годы.

Производство натуральной кожи в России

Производство, млн. кв. дм.	2016	2017	2018	2019
Кожи хромового дубления	1927	1883	2133	2043
в % к предыдущему году	95,5	97,7	113,3	95,8
Юфть	68,3	50,7	62,9	68,1
в % к предыдущему году	77,4	74,2	124,0	108,3
Кожи для низа обуви	66,5	55,1	51,7	41,1
в % к предыдущему году	89,5	82,9	93,8	79,5
Всего	2061,8	1988,8	2247,6	2152,2
Темп к предыдущему году	94,6	96,5	113,0	95,8

Источник: Рослегпром

В анализируемый период улучшилась структура товарного выпуска продукции, в общем объеме которого увеличилась доля готовой продукции для населения (одежда, трикотажные и меховые изделия, обувь), возрос объем качественных натуральных и искусственных кож для обуви и кожгалантерейных изделий, появились новые виды продукции медицинского назначения.

По итогам 2019 года рост российского рынка обуви составил около 12%, по сравнению с предшествующим годом. На российском рынке обуви, одежды и аксессуаров сегмент обуви оценивается ритейлерами как наиболее прибыльный и составляет, по их оценкам, около 69,6% продаж.

Российский рынок сильно зависит от импорта, на его долю приходится около 80% продаж. По итогам 2019 года объем импорта увеличился на 10% в натуральном и 16% в стоимостном выражении.

Среди товарных групп лидирующие позиции по поставкам обуви в Россию занимает обувь с верхом из кожи, на долю которой приходится 55% от общего объема импорта, и обувь на подошве, с верхом из резины или пластмассы – 30%.

Значительное место в структуре ассортимента занимает продукция производственно-технического и специального назначения: вещевое имущество для служащих силовых федеральных ведомств; ткани для транспортерных лент; фильтровальные и ситовые ткани для пищевой, химической и электротехнической промышленности; пожарные рукава, канатные изделия и др.

Высокий удельный вес в этой ассортиментной группе занимает специальная и рабочая одежда для работников промышленности и сельского хозяйства, средства индивидуальной защиты от различных поражающих воздействий, от влияния негативных явлений окружающей среды и вредных производственно-бытовых факторов, геотекстиль, фильтры и многие другие виды продукции.

По данным Минпромторга России текстильная промышленность занимает около 50% объема производства из всех отраслей легкой промышленности. Наиболее востребованной подотраслью является производство хлопчатобумажных изделий, затем шелковых и синтетических тканей. Суммарный объем этих производств составляет 70% от общего объема выпускаемой продукции.

Российские производители являются лидерами в таких сегментах, как постельное белье (включая матрасы) и рабочей одежды, которая в последние годы становится все более востребованной, что связано, в первую очередь, с широким использованием ее компаниями, заботящихся не только о комфорте и здоровье сотрудников, но и о собственном имидже. К примеру, медицинские халаты обладают водо- и кровоотталкивающими свойствами, прекрасно переносят многократные стирки. Такие свойства позволяют им с успехом заменять обычную одежду, которая в подобных условиях быстро пришла бы в негодность. Подавляющее количество рабочей одежды, продающейся в России, произведено на территории страны и соответствует необходимым государственным стандартам, гарантирующим качество продукции.

В сегменте постельного белья российскими производителями представлен весь ассортимент продукции (постельное белье, постельные принадлежности, полотенца, подушки и др.).

По мнению аналитиков рынка в текущем году Россия имеет все шансы занять 9 место, после Канады в рейтинге наиболее крупных рынков в сфере торговли одеждой. Наиболее высокие шансы у российских компаний в сегментах недорогой, качественной одежды для взрослых и детей. Неплохие возможности наблюдаются у производителей одежды премиум класса в городах-миллионниках, особенно в Москве и Питере.

Несомненно, качество российских товаров, особенно в сегменте недорогой одежды, бывает выше аналогов, поставляемых китайскими и

другими азиатскими предприятиями. Но модных, качественных и стильных товаров сегодня выпускается не так много и по показателям конкурентоспособности российская продукция пока отстает от своих зарубежных аналогов.

Товарная насыщенность потребительского рынка России на товары легкой промышленности сохраняет устойчивый характер. По-прежнему велика роль рынков в обеспечении населения швейными изделиями (порядка 56%), трикотажными изделиями (порядка 55%), меховыми изделиями, обувью (порядка 50%), чулочно-носочными изделиями (порядка 40%), коврами и ковровыми изделиями (свыше 20%).

Рост доходов населения привел не только к наращиванию объемов продаж товаров легкой промышленности, но и к изменению ассортиментной структуры в потреблении товаров. Покупательские предпочтения состоятельного населения переключаются в пользу более дорогих и качественных товаров, улучшенных потребительских свойств и модного дизайна. В покупках низкодоходных и средне доходных групп населения преобладают изделия среднего качества, но доступные по цене (китайская, турецкая, а также товары совместного отечественного и белорусского производства).

Проблема импорта в текстильной отрасли страны стоит так остро, как ни в другом секторе национальной экономики. Суммарная доля российских компаний на рынке составляет 13%. С 2016 по 2019 годы импорт одежды в Россию вырос на 55% и в ближайшей перспективе эта тенденция сохранится. Основной причиной высокой импортной составляющей на рынке является высокая себестоимость текстильной продукции, которая на 20-30% выше, чем продукция из Китая.

Основным поставщиком одежды на российский рынок является Китай, за ним следует Турция. На оставшиеся страны, такие как Пакистан, Узбекистан и прочие, приходится от 3% (в натуральном выражении) до 7% (в стоимостном).

Экспорт в отрасли крайне мал, что также объясняется высокими ценами на продукцию по сравнению с зарубежными.

По прогнозу ВНИИ потребительского рынка и мониторинга емкость российского рынка товаров легкой промышленности в ближайшие годы будет прирастать не менее чем на 10-12% ежегодно и к 2019 году розничный товарооборот может достичь 4,5-5,0 трлн. рублей. Существенно изменится структура рынка, более сбалансированным станет соотношение производства и импорта.

Согласно прогнозам Fashion Consulting Group, ожидаемый темп роста рынка одежды в России в 2017 году составит около 5-7% в год.

Потенциальный объем рынка к 2019 году ожидается в коридоре 40-44 млрд евро.

Один из ключевых факторов изменения локального рынка – его поступательная "стандартизация", выравнивание с европейскими рынками, как с точки зрения темпов роста, насыщенности, потенциала, так и с точки зрения его структуры и механизмов функционирования. Так, на фоне стабильного сокращения доли "нецивилизованной" торговли (около 3-4% ежегодно), происходит консолидация "цивилизованного" рынка, укрепление сильных игроков.

В России уровень консолидации розничного рынка оценивается как низкий (так, доля 5-ти крупнейших розничных компаний составляет 11% в РФ против 60% в ЕС) - и в этом заключается один из основных фактов потенциала роста лидеров сегмента. Этот фактор значительно усиливает интерес инвестиционных фондов к крупным российским розничным сетям, в том числе, к ритейлерам одежды.

Легкая промышленность Беларуси, несмотря на многочисленные трудности (отсутствие собственного сырья, "серый" и "черный" импорт, экспансия азиатских производителей), за рассматриваемый период не только сумела выжить, но и активно развивается.

Индекс производства продукции концерна составил в 2017 году – 120,7% и в 2018 году – 125,9%. До конца 2019 года концерн планирует достичь показателя на уровне 133,8%.

Предприятия отрасли производят ткани и товары для дома, изделия повседневного спроса, в том числе медицинского назначения, одежду и обувь (в т. ч., лечебно-профилактическую одежду и обувь, способствующие восстановлению и поддержанию здоровья людей), рабочую и специальную одежду.

Текстильное производство в структуре обрабатывающей промышленности занимает 3,5%. Предприятия этой подотрасли осуществляют выпуск пряжи и тканей всех видов, котонизированного льноволокна, нетканых материалов, ковров и ковровых изделий, текстильной галантереи, продукции медицинского назначения, швейных и трикотажных изделий, домашнего текстиля (шторы, постельные принадлежности, текстиль для кухни) и иной продукции.

Продукция текстильной отрасли является сырьевой базой для других отраслей республики. Ее потребляют: население республики, бюджетные организации, промышленные и торговые предприятия, учреждения и организации Беллеглапрома, Белкоопсоюза, Белхудожпромислов, Белбыта, предприятия Белорусского общества инвалидов, ряд частных и коммерческих структур – производителей потребительских товаров и др.

Ткани используются при пошиве одежды для силовых структур (Министерства обороны, внутренних дел, Государственного таможенного комитета), а также следующих министерств: здравоохранения, социальной защиты населения, образования, спорта и туризма и др.

Производство практически всех видов продукции легкой промышленности Беларуси показывает рост.

Один из крупнейших в стране производителей товаров легкой промышленности - ОАО «8 Марта», не только по объемам производства, но и по ассортименту продукции, по охвату всех групп потребителей в качественном мужском, женском, детском белье, верхнем и спортивном трикотаже, чулочно-носочных изделиях. Многие модели изготавливаются из наиболее модных и высококачественных видов сырья, таких как бамбук, тенсел, модал, ангора, шерсть мериноса.

Производство кожи, изделий из кожи и производство обуви в структуре обрабатывающей промышленности занимает 0,8%. Однако, производство кожаных товаров является значимым для отрасли, так как служит основным сырьем для выпуска обуви, кожгалантерейных изделий и других товаров.

Легкая промышленность Беларуси является экспортоориентированной В 2019 году предприятия концерна поставляли свою продукцию в 53 страны мира. Удельный вес экспорта в страны СНГ составил 86%. В десятку крупнейших стран, в которые поставляется продукция концерна вошли Россия, Украина, Германия, а также Казахстан.

Объемы экспорта концерна «Беллегпром» в 2016-2019 гг.

	2016	2017	2018	2019
Экспорт всего, млн. долл. США	634,2	492,4	620,4	689,7
Россия	470,0	381,0	495,5	547,3
Казахстан	8,0	6,3	9,2	12,0

Источник: Отраслевая стратегия действий концерна Беллегпром в условиях ЕЭП до 2019 года

Основная номенклатура экспортной продукции: швейные изделия, обувь, трикотажные изделия, пряжа объемная, ткани шелковые, ковры и напольные покрытия, ткани хлопчатобумажные, ткани льняные, трикотажные полотна.

Беларусь является импортером сырья. Основная номенклатура импортируемого сырья включает не производимые в республике хлопковое волокно, шерсть, химическое сырье и красители.

Импортозамещение является актуальным для легкой промышленности страны. В 2017 году по 79 импортозамещающим проектам Белегпрома выпущено продукции на сумму свыше 220 млн. долларов, что на 11,3% больше предыдущего года. Освоено 14 наименований импортозамещающей продукции: трикотажное термобелье (ОАО «8 Марта»), трикотажные изделия из вискозных полотен с вложением эластомерных нитей (ОАО «Світанак»), ковровые прошивные покрытия дублированных текстильным материалом (ОАО «Витебские ковры»), эластичная кожа для галантерейных изделий (ОАО «Бобруйский кожевенный комбинат»). Рассматривается развитие в ОАО «Минское производственное кожевенное объединение» дальнейшего производства мебельных кож и кожи для одежды.

В 2019 году на предприятиях концерна будут реализовываться 75 импортозамещающих проектов. В результате планируется выпустить продукции почти на 250 млн. долларов, что на 11,7% больше прошлогодних показателей.

Глобальный уровень. Легкая промышленность мира - наиболее динамично развивающаяся отрасль мирового хозяйства, которая включает в себя текстильную, швейную, меховую, кожевенно-обувную отрасли. Ведущее место занимают текстильная и швейная промышленности.

В последнее десятилетие в мировой текстильной промышленности сложились 5 основных регионов: Восточная Азия, Южная Азия, СНГ, Европа и США.

Большинство сырьевых центров расположено в азиатском регионе.

Количество одежды из старопромышленных центров Европы и Америки резко уменьшилось, но ее качество осталось высоким. Количество одежды из развивающихся стран, наоборот, возросло, но ее качество не сильно отличается от качества изделий из высокоразвитых стран.

Мировой текстильный и кожевенный рынки характеризуется непрерывным и устойчивым ростом. Потребление текстильной продукции стабильно растет на 2–4%, обуви – на 3-4% в год. При этом темп роста, согласно прогнозам экспертов, должен ускориться, в том числе благодаря росту численности населения и уровню доходов, в особенности, в странах Азии.

Мировой рынок одежды, основной конечной продукции отрасли, оценивается в 1527 млрд. долл. США. Крупнейшими региональными рынками одежды являются Западная Европа (28%), Северная Америка (23%) и Азиатско-Тихоокеанский регион (29%), на их долю приходится около 80% мирового рынка одежды. Наиболее динамично развивающимися рынками являются Латинская Америка, Восточная Европа с темпами роста за 2016-2019 г. - 8%.

В результате глобализации и либерализации мировой торговли усиливается конкуренция на рынке текстильной и кожевенной продукции, происходит перемещение производств в развивающиеся страны. Так, по результатам исследования Европейской Торгово-промышленной палаты, проведенной в 2019 году, вследствие увеличения заработной платы, а также стоимости иных факторов производства, неблагоприятного климата каждый 5 европейский инвестор планирует перемещение производств из Китая в иные страны, такие как Вьетнам, Индия или в страны Южной Америки.

В легкой промышленности развитых стран происходит структурное изменение в сторону увеличения доли сложной и новаторской текстильной продукции, приносящих наибольшую доходность.

Вследствие изменения предпочтений потребителей происходит увеличение количества ниш и все большее развитие сегмента fast fashion и значения логистической составляющей. Торговые сети и дистрибьюторы, занятые в данном сегменте, наращивают количество точек продаж и объемов реализации.

Развивающиеся и развитые страны все более специализируются на различных нишах промежуточной текстильной продукции. Китай и ряд других азиатских стран специализируются на производстве грубого и дешёвого искусственного сырья (пряжи, тканей). США, Европа и Япония - лидеры по производству высоко технологичных искусственных волокон (high performance fibers): арамидные (aramid) и углеродные (carbon) волокна. Также наблюдается тенденция быстрого развития новых технологий производства текстильной продукции из нетрадиционного сырья (соевые, бамбуковые волокна).

Анализ материалов Всемирного банка, Немецкого союза обувной промышленности (NAS), Ассоциации итальянских производителей обуви (ANCI), информационных материалов всероссийского конгресса кожевенно-обувного бизнеса и некоторых других информационных источников свидетельствует о следующих тенденциях развития мировой кожевенно-обувной промышленности.

В мире покупается, в среднем, 1,9 пар обуви на одного человека в год. Наиболее высокий уровень потребления обуви в США – 6,5 пары на одного человека в год, в Европе – 3,8-4,5 пары, в Юго-Восточной Азии – 0,7 пары, в Индии и Китае – 2 пары, в Украине – 2-3 пары, в Казахстане – 2 пары, в России – 1,4-2,6 пары, в Республике Беларусь – 2,7 пары,

Лидирующие позиции в производстве обуви занимают страны Юго-Восточной Азии и, в первую очередь, Китай. Так, примерно 82% всей обуви производится в Азии, каждая вторая пара обуви производится в Китае. Из всего мирового объема производства обуви (13,5 млрд. пар в год) в Китае

производится около половины. В стране насчитывается более 20000 обувных предприятий. Годовое потребление обуви на одного человека – 2 пары в год.

В Европе производится примерно 1,2 млрд. пар обуви, из которых 900 млн. пар – в Западной Европе и около 300 млн. пар – в Восточной. По объему производства обуви Италия занимает 3 место в мире после Китая и Бразилии. Россия производит порядка 0,3% мирового производства обуви, Республика Беларусь – 0,09 %.

Германия производит в основном высококачественную, солидную, модельную обувь. Производство ориентировано на лиц среднего и пожилого возраста.

Португальская обувная промышленность обеспечивает 12% европейского производства обуви и 6,1% ее экспорта. В Португалии базируется 11% всех европейских компаний.

Турция входит в число наиболее крупных мировых продуцентов обуви, среди которых она занимает 10-е место. Производство обуви в Турции составляет примерно 211 млн. пар, потребление на душу населения составляет 2,5 пары. На экспорт поставляется примерно 25% обуви.

Италия лидирует в мире в сегменте обуви среднего и высокого класса и является основным ее поставщиком. В 2017 году в Италии было выпущено 241 млн. пар обуви. Структура итальянской обувной промышленности представляет собой малые и средние предприятия.

Согласно прогнозу экспертов агентства Discovery Research Group мировой рынок будет расти вплоть до 2016 года.

Объем мирового рынка обуви в 2019 году составил около 241,3 млрд. долл. США, при этом среднегодовой темп роста за 2017-2019 годы составил 3,6%. Для сравнения, на европейском и азиатском рынке среднегодовой темп роста за тот же период составил 3,1% и 3,0%, при объеме рынка в 2019 году - 96,1 млрд. долл. США и 41,2 млрд. долл. США, соответственно.

На долю Европы и Америки приходится около 80% общего объема рынка, доля азиатских стран составляет 17%, Средний Восток и Африка - около 4%.

Согласно прогнозу Discovery Research Group, среднегодовой темп роста мирового рынка обуви за 2016-2019 гг. ожидается на уровне около 5%. Таким образом, к 2016 году объем рынка составит около \$310 млрд. При этом среднегодовой темп роста на европейском и азиатском рынке также ожидается на уровне 5%, при ожидаемом объеме рынка в 2016 году - 20 млрд. долл. США и 55 млрд. долл. США, соответственно.

Российская Федерация. Развитие легкой промышленности РФ осуществляется в соответствии с документом перспективного развития – «Стратегия развития легкой промышленности России до 2020 года». Основная идея данного документа - технологический прорыв отрасли и достижение 50%

доли отечественной продукции на внутреннем рынке за счет создания привлекательных инвестиционных механизмов, а также системной работы по сокращению нелегального импорта и неучтенного производства продукции легкой промышленности.

Стратегия развития легкой промышленности России до 2020 года предполагает реализацию следующих мер государственной поддержки отрасли:

- бюджетное финансирование НИОКР;
- возмещение части затрат на уплату процентов по кредитам, полученным на сезонную закупку сырья и материалов, а также закупку технологического оборудования;
- возмещение экспортерам промышленной продукции части затрат на уплату процентов по кредитам;
- борьба с контрабандной и контрафактной продукцией на внутреннем рынке.

Россия с августа 2019 года стала членом ВТО. Отрасль неизбежно столкнется с серьезными проблемами в рамках членства в ВТО, вынуждающего страны-участницы брать на себя обязательства по «связыванию» импортных тарифов. Для России это означает снижение импортных пошлин в 2–4 раза, что может негативно сказаться на отечественном производителе.

По условиям вступления в ВТО ввозные таможенные пошлины на одежду снизятся с 20%-10% до 5-7%, на текстиль – с 9,5% до 7,3%, на обувь с 10% до 5%.

Проблема в том, что на рынки ЕЭП, соответственно, и в Беларусь, и в Казахстан, будет поступать более дешевая одежда, обувь, ковры, в результате конкуренция будет усиливаться. Снижение уровня ставок импортных таможенных пошлин на ткани и трикотажные изделия приведет к увеличению объема дешевого импорта и снижению объемов продаж местной продукции.

Республика Беларусь. Образование ЕЭП, присоединение России к ВТО оказывают существенное влияние на легкую промышленность Беларуси, т.к. отрасль является экспортоориентированной и зависит от импорта сырья. Принятие единого таможенного тарифа означает снижение импортных пошлин на ряд товаров легкой промышленности, что значительно обостряет конкуренцию как на внешнем, так и на внутреннем рынках. В связи с этим концерн "Беллегпром" разработал отраслевую стратегию действий в условиях ЕЭП на период до 2017 года, в которой определены основные риски для белорусских предприятий легкой промышленности, а также меры по их защите.

В условиях присоединения России к ВТО ключевым для предприятий белорусского легпрома назван риск потери внешнего рынка из-за низкой конкурентоспособности белорусской продукции (в том числе по и ценовому фактору), а также риск потери внутреннего рынка по причине значительного притока импортной продукции.

Анализ тарифных обязательств свидетельствует, что, в связи со вступлением России в ВТО, ожидается увеличение ставок ввозных пошлин на необработанные шкуры и крафт - с 0 до 5%; на нитки швейные из химических нитей - с 5 до 10%; на специальные ткани, кружева, вышивки - с 15 до 20%; на детали обуви - с 0 до 5%. Это обстоятельство приведет к увеличению себестоимости продукции, выпускаемой предприятиями концерна и снизит ее конкурентоспособность не только на внутреннем рынке, но и при реализации на экспорт.

В концерне также обратили внимание на снижение специфической части комбинированных ставок ввозных пошлин на готовую продукцию, в частности, на ковры и ковровые изделия - с 1 до 0,38 EUR за 1 кв. м; трикотажные и швейные изделия - с 3-5 EUR за 1 кг, в зависимости от конкретной позиции до 1,75-2,25 EUR за 1 кг. Введены специфические ввозные пошлины на обувь кожаную - в размере 2 EUR за пару (взамен комбинированной 10%, но не менее 1,8 EUR за пару) с дальнейшим ее снижением до 0,8-1,5 EUR за пару, в зависимости от конкретной позиции по 10 знакам.

Эти факторы будут стимулировать поставки в Беларусь более дешевых одежды, обуви и ковровых изделий, что ужесточит конкуренцию и приведет к снижению доли отечественной продукции на внутреннем рынке. Мировыми лидерами в легкой промышленности являются, как известно, Китай, страны Средней и Юго-Восточной Азии, а также бурно развивающиеся в последнее время страны Южной Америки. Следовательно, следует ожидать увеличения доли их присутствия на белорусском рынке. Тем более что при вступлении в ВТО Россия снизила ставки ввозных пошлин на готовую продукцию. В результате, по оценкам концерна, импортной готовой продукции легкой промышленности на белорусском рынке в ближайшие годы станет больше на 10-15 процентных пунктов в течение 3 лет после ратификации российской стороной тарифных обязательств.

В основу стратегии заложен переход легкой промышленности на инновационную модель развития, увеличение выпуска качественной продукции нового поколения. Уделено внимание вопросам технического перевооружения, импортозамещения и экспорта, обеспечения отрасли материально-сырьевыми ресурсами и профессиональными кадрами.

Реализация этих мероприятий, по мнению разработчиков стратегии, позволит повысить конкурентоспособность предприятий концерна в условиях ЕЭП, увеличить долю инновационной продукции, укрепить позиции и завоевать новые сегменты на внутреннем и внешнем рынках.

В целях защиты отечественных производителей белья "Беллегпром" подготовил также инициативные предложения корректировки ставок единого таможенного тарифа Таможенного союза на сырье, импортируемое для производства корсетных изделий и нижнего белья - снижение пошлины.

Глобальный уровень. Большинство правительств стран, специализирующихся на легкой промышленности, оказывают существенную поддержку отрасли. Применение мер стимулирования играет ключевую роль в развитии легкой промышленности в странах Юго-Восточной Азии. Правительства этих стран признают необходимость поддержки крупных инвестиций, вкладываемых в их текстильную промышленность вслед за либерализацией мировой торговли.

Исследование зарубежного опыта развития легкой промышленности на примере Турции, Китая и других стран показывает, что развитие легкой промышленности начинается с создания благоприятных условий для развития отрасли, придания ей новых импульсов в инновационном и социальном развитии, в повышении конкурентоспособности продукции собственного производства в государственном и региональном масштабе.

Мировой рынок текстиля и одежды, несмотря на интеграционные процессы, остается протекционистским. Существование ограничений экспорта на основные мировые рынки (США и ЕС) для продукции из Китая и Индии содействовало развитию текстильных отраслей в других странах, таких как Бангладеш, Мексика, Страны Карибского бассейна и в некоторых странах Африканского континента.

Мировая торговля текстилем и одеждой регулируется большим числом различных соглашений, двусторонних договоров о свободной торговле, преференциальных соглашений и соглашений о торговле с режимом наибольшего благоприятствования и др.

Несмотря на отмену действия квот на ввоз текстиля и одежды на рынок развитых стран в рамках Соглашения ВТО по текстилю и одежде, продолжают действовать другие меры защиты рынков в виде импортных тарифов, временных ограничений (Safeguards), а также иных нетарифных мер (стандарты, антидемпинговые расследования). Прежде всего, данные механизмы были введены на основных рынках США и ЕС против товаров из Китая.

Величина протекционистских мер от импорта товаров в различных странах зависит от продукции. Так, продукты текстильной промышленности с

более высокой добавленной стоимостью подвержены более высоким защитным мерам. Сырьевые товары не облагаются или облагаются, но пониженными ставками пошлин, на импорт, в то время как готовая продукция облагается высокими импортными тарифами.

Как уже было указано выше, международная торговля текстилем регулируется большим количеством различных документов. Казахстан также интегрирован в международную торговлю через двусторонние договора и иные нормативные акты. Так, Казахстан входит в систему GSP для США и ЕС по некоторым группам текстильных товаров и пользуется преференциями наряду с Индией, Пакистаном, Узбекистаном, Кыргызстаном и др.

РК входит в Единое экономическое пространство наряду с РФ и Беларуссией. Кроме того, в настоящее время между Казахстаном и некоторыми странами СНГ подписаны двусторонние соглашения о зоне свободной торговли.

В целом, следует отметить, что Казахстан имеет меньшее количество преференций на основных рынках-потребителях (ЕС, США, Япония, Китай) по сравнению с некоторыми крупными поставщиками текстильной продукции (Бангладеш, Турция, Южная Корея, Италия и др.). Тем не менее, находится в равном положении по доступу к рынкам, в сравнении с иными центральноазиатскими странами (Узбекистан, Кыргызстан), а также Индией и Китаем. Вступление Казахстана в ВТО не означает немедленного свободного доступа на основные рынки-потребители текстильной продукции. В то же время, по мере либерализации торговли, появится возможность для равноценной конкуренции, в рамках которой, в результате действия рыночных механизмов, будет определена ниша текстильных предприятий РК.

В условиях сохраняющегося протекционизма ключевым фактором успеха продолжает оставаться беспрепятственный доступ на основные рынки текстильной и кожевенной продукции. Основные ведущие производители текстильной и кожевенной продукции (Турция, Бангладеш, Пакистан, Китай, Индия, Южная Корея) имеют беспрепятственный доступ или по сниженным импортным пошлинам на основные рынки (NAFTA, ASEAN, ЕС). При этом крупные производители текстильной и кожевенной продукции применяют различные обходные схемы протекционистских мер на основных рынках. Так, Китай размещает производства текстильной продукции в странах Африки для обхода защитных мер США в отношении товаров из Китая.

Обзор цен

Стоимость постельного белья, реализованного на внутренний рынок страны предприятиями-производителями, на конец 2017 года сложилась в размере 1135 тенге в среднем за одну единицу товара, что на 2,4% ниже уровня

2016 года. На конец сентября 2018 года стоимость уже составила 1207 тенге, увеличившись на 6% к соответствующему периоду 2017 года.

На конец сентября 2018 года цена за комплект постельного белья составила 7974 тенге, что на 480 тенге или 6,4% выше соответствующего периода 2017 года.

Максимальный размер стоимости одного комплекта постельного белья на конец сентября 2018 года отмечается в розничных магазинах г. Нур-Султан – 13595 тенге, что на 5621 тенге или 70,5% превышает среднереспубликанский уровень, а также в Усть-Каменогорске – 11280 тенге. Наименьшая цена комплекта постельного белья среди регионов зафиксирована в г. Караганда (5369 тенге), что на 32,7% ниже среднереспубликанского уровня. В разрезе регионов, разрыв между максимальной и минимальной стоимостью комплекта постельного белья составляет 2,5 раза.

Динамика розничных цен на комплект постельного белья в разрезе регионов

	2016	2017	I-IX 2018
Республика Казахстан	7 211	7 619	7 974
г. Кокшетау	8 347	8 958	9 223
г. Актобе	6 586	6 889	7 255
г. Талдыкорган	7 231	7 343	7 786
г. Атырау	7 186	7 418	7 787
г. Уральск	6 553	6 775	6 806
г. Тараз	6 034	6 169	6 489
г. Караганда	4 857	5 279	5 369
г. Жезказган	9 048	9 183	9 478
г. Костанай	6 207	7 213	7 455
г. Кызылорда	5 700	5 969	6 538
г. Актау	6 388	7 102	7 374
г. Павлодар	6 612	6 768	6 943
г. Петропавловск	7 290	7 403	7 595
г. Усть-Каменогорск	9 863	10 789	11 280
г. Семей	7 422	7 804	8 267
г. Нур-Султан	11 559	12 841	13 595
г. Алматы	8 520	9 003	9 408
г. Шымкент	7 129	7 375	8 244

Источник: КС МНЭ РК

Потребительское поведение

Анализ влияния потребителей

История человечества немислима без легкой промышленности. С развитием человеческого общества растет потребность в одежде, обуви,

тканях, предметах роскоши, что, в свою очередь, является стимулом для развития текстильного, швейного, кожевенно-мехового и обувного производства. Сегодня легкая промышленность насчитывает 18 подотраслей и входит, по данным OECD, в состав ведущих мировых отраслей, опережая по объемам продаж машиностроение, автомобилестроение, ВПК, химическую промышленность и др.

Объем потребления товаров легкой промышленности растет более высокими темпами, чем прирост населения Земли. Чем выше уровень развития и благосостояния общества, тем больше продукции легкой промышленности потребляется. Продажа тканей и одежды последние пятнадцать лет выросла: в странах ЕС и США - почти в два раза, в Японии – более чем в три раза.

Концентрация в индустриях потребителей

В Казахстане, по состоянию на 15 октября 2019 года, зарегистрировано 1495 предприятий легкой промышленности, из них субъектами МСБ являются 1476 предприятий и только 19 компаний представляют крупный бизнес, число работающих на которых превышает 250 человек.

Крупные предприятия легкой промышленности Казахстана, по состоянию на 15 октября 2019 года

Регион, вид деятельности, наименование предприятия	Кол-во
Южно-Казахстанская область	12
ПОДГОТОВКА ХЛОПЧАТОБУМАЖНОГО ВОЛОКНА	8
АО "ХЛОПКОВАЯ КОНТРАКТНАЯ КОРПОРАЦИЯ"	
ТОО "KHANSUAR INVEST COMPANY"	
ТОО "БАГАРА-МАКТА"	
ТОО "КОМПАНИЯ ДЖИН-ТЕКС"	
ТОО "КОРПОРАЦИЯ АК-АЛТЫН"	
ТОО "ХЛОПКОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩИЙ ЗАВОД "АЙША-БИБИ"	
ТОО "ХЛОПКОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩИЙ ЗАВОД "МЫРЗАКЕНТ"	
ТОО "ЮГАГРОЭКС"	
ПРОИЗВОДСТВО ВЕРХНЕЙ ОДЕЖДЫ	1
ТОО "ШВЕЙНАЯ ФАБРИКА "ГАУХАР"	
ПРОИЗВОДСТВО ХЛОПЧАТОБУМАЖНЫХ ТКАНЕЙ	1
ТОО "SOUTH TEXTILE KZ"	
ПРЯДЕНИЕ ХЛОПЧАТОБУМАЖНОГО ВОЛОКНА	2
АО "МЕЛАНЖ"	
АО "ЮТЕКС"	
Жамбылская область	2
ВЫДЕЛКА И ОКРАШИВАНИЕ МЕХА	1
ТОО "ТАРАЗКОЖОБУВЬ"	
ПРОИЗВОДСТВО НИЖНЕГО БЕЛЬЯ	1

ПК "БИК"	
Мангистауская область	1
ПРОИЗВОДСТВО СПЕЦОДЕЖДЫ	1
ТОО "ЖАНАРЫС"	
Костанайская область	1
ПРОИЗВОДСТВО СПЕЦОДЕЖДЫ	1
ПК "БОЛЬШЕВИЧКА"	
Алматинская область	1
ПРОИЗВОДСТВО ГОТОВЫХ ТЕКСТИЛЬНЫХ ИЗДЕЛИЙ	1
ТОО "ПКФ "КАЗАХСТАН ТЕКСТИ-ЛАЙН"	
Акмолинская область	1
ПРОИЗВОДСТВО ГОТОВЫХ ТЕКСТИЛЬНЫХ ИЗДЕЛИЙ, КРОМЕ ОДЕЖДЫ	1
ТОО "НОВОПЭК"	
Карагандинская область	1
ПРОИЗВОДСТВО ВЕРХНЕЙ ОДЕЖДЫ	1
ТОО "TEMIRTAU ASSOCIATES AND ANCILLARIES"	
Всего	19

Источник: КС МНЭ РК

Большая часть предприятий (12) расположена на территории Южно-Казахстанской области, что обусловлено близостью источников сырья. Все предприятия, кроме ТОО «Швейная фабрика «Гаухар» заняты первичной обработкой хлопка и производство хлопчатобумажных тканей. Предприятия, расположенные в других регионах, в основном, производят спецодежду. Ассортимент и объемы выпускаемой в Казахстане одежды ограничен из-за низкой конкурентоспособности.

В Казахстане же на одного человека за январь-сентябрь 2019 года было произведено:

- 102 грамма шерсти;
- 2,4 кг хлопка;
- 208 граммов пряжи;
- 1,05 кв. метров тканей хлопчатобумажных;
- 0,15 штук готовых текстильных изделий, в том числе, постельного белья;
- 46,8 кв. метров нетканых материалов на 1000 человек;
- 11 пар обуви на 1000 человек;
- 3,3 штук верхней трикотажной одежды на 1000 человек;
- 36 шляп и головных уборов, и т.д.

В период развития казахстанской экономики после распада Советского Союза роль и значение легкой промышленности для устойчивого развития недооценивалась. В результате, наблюдается постоянное снижение объемов

производства, сокращение ассортимента выпускаемой продукции и, соответственно, снижение уровня концентрации товаров отечественного производства на внутреннем рынке. Основными конкурентами казахстанской продукции на внутреннем рынке являются товары из Китая и стран Таможенного союза, в том числе, России.

Региональная структура импорта РК товаров легкой промышленности в динамике за 2016-2019 гг.

	Импорт (млн. долл. США)			
	2016 год	2017 год	2018 год	2019 год
Кожевенное сырье, пушнина и изделия из них	28,9	24,2	27,0	47,3
КИТАЙ	13,5	12,6	15,5	25,6
ТС	3,6	2,1	2,2	9,5
ЕС	8,3	7,1	6,1	7,2
Остальные страны мира	3,6	2,4	3,1	5,0
Текстиль и текстильные изделия	365,7	303,6	389,0	636,6
КИТАЙ	101,0	72,6	107,5	192,8
ТС	94,4	77,4	91,9	146,6
ЕС	84,6	72,2	69,9	81,0
Остальные страны мира	85,8	81,5	119,7	216,2
Обувь, головные изделия и галантерейные товары	63,0	45,9	65,1	191,6
КИТАЙ	20,3	15,3	24,0	112,2
ТС	11,3	10,3	14,8	37,3
ЕС	11,7	7,9	9,8	15,1
Остальные страны мира	19,7	12,5	16,5	27,0
Всего	457,6	373,7	481,1	875,5

Источник: КС МНЭ РК и КТК МФ РК

Рассматривая рынки стран, входящих в Таможенный союз, следует отметить, что ситуация в России развивается аналогичным образом.

Современное размещение текстильной промышленности России отличается:

- отсутствием собственной сырьевой базы, обеспечивающей производство хлопчатобумажных и шелковых тканей;
- территориальными разрывами между сырьевыми базами и производством готовой продукции, а также между производством и потреблением;
- преобладанием ориентации производства на районы потребления, за исключением льняной промышленности.

Основным районом производства тканей в России остается Центральный, на долю которого приходится более 70% выпускаемых в стране тканей всех видов. Ведущая отрасль текстильной промышленности — хлопчатобумажная, дает 78% всех тканей в России. Она использует импортное натуральное сырье из государств Центральной Азии, Азербайджана и стран дальнего зарубежья (Египет, Сирия, Судан и др.).

Основное производство ориентируется на трудовые ресурсы и квалификационные навыки и, по-прежнему, сосредоточено в Центральном районе — это Ивановская (Иваново, Шуя, Кинешма), Московская (Москва, Ногинск, Орехово-Зуево), Тверская (Тверь, Вышний Волочек) и Владимирская (Ковров) области. Производство в Санкт-Петербурге и в его окрестностях практически прекратилось. В других районах европейской части большую значимость для размещения приобретают трудовые ресурсы — Камышин (Поволжье), Чебоксары (Волго-Вятский район), г. Шахты (Северный Кавказ). Предприятия восточной зоны в Барнауле, Омске, Новосибирске, Томске, Канске ориентируются на потребителя.

Шелковая промышленность занимает второе место по объему вырабатываемой продукции и дает 5% выпуска тканей в стране. В связи с широким использованием в качестве сырья искусственных и синтетических волокон зависимость от поставок натурального сырья из Средней Азии, Закавказья, где разводят тутовый шелкопряд, сведена до минимума.

Основными производителями шелковых тканей являются Урал — Чайковский (Пермский край), Оренбург, использующие химические волокна и нити; Центральный район, использующий выгоды своего транспортно-географического положения и квалификацию рабочей силы — Москва и Московская область, Владимирская, Рязанская области, и Поволжье, где в г. Балашево (Саратовская обл.) выпускают синтетические ткани из капрона.

Льняная промышленность — старейшая и исконно русская отрасль текстильного производства, занимает третье место (около 4%) в структуре выпуска тканей в России. С 2016 г. объем производства льняных тканей сократился на 10%. Отличительной особенностью отрасли является относительная обеспеченность собственной сырьевой базой. Возделывание льна-долгунца и заготовки льноволокна помимо традиционных районов (Центр, Северо-Запад, Север) стало осуществляться на юге Западной и Восточной Сибири. Ведущим районом производства льняных тканей в стране остается Центральный район — Кострома, Нерехта, Смоленск, Вязьма и др. Льняные ткани выпускаются в Северо-Западном, Северном, Волго-Вятском, Уральском и Западно-Сибирском районах.

Шерстяная промышленность занимает четвертое место в выпуске тканей (1,1%). Эта отрасль пострадала больше всех других производств текстильной

промышленности — объем выпуска шерстяных тканей в 2017 г. составил 6,2% к уровню 2016 г., что обусловлено резким сокращением сырьевой базы (поголовье овец сократилось за этот период почти в 3 раза).

Первичная обработка шерсти связана со значительными отходами (более половины к первоначальному весу) и расходом воды. Основные шерстостоечные предприятия действуют в районах овцеводства: в Поволжье, Западной и Восточной Сибири, на Северном Кавказе и др.

Производство шерстяных тканей ориентируется на трудовые ресурсы, сырье и потребителя. Крупнейшим районом, по-прежнему, является Центральный регион - Москва и Московская, Брянская, Ивановская, Тверская и другие области. Среди других районов выделяются Поволжье, Западная и Восточная Сибирь.

Трикотажная промышленность, в отличие от других отраслей текстильного производства, выпускает готовые изделия, а не полуфабрикаты (ткани) — чулочно-носочные изделия, перчатки, белье и верхний трикотаж. Трикотажная промышленность, использующая в качестве сырья натуральные и химические волокна, получила развитие во всех районах страны с ориентацией, главным образом, на районы потребления.

Швейная промышленность — вторая по объему валовой продукции отрасль легкой индустрии. Она отличается более свободным характером размещения и теснее связана с потребителем. Швейная промышленность относится к материалоемким отраслям. В структуре затрат на долю сырья и материалов приходится до 80%. Отрасль неоднородна, и изделия, различные по сложности и трудоемкости изготовления, имеют разный характер размещения — производство простейших товаров со стабильной внешней формой (рабочая одежда) распространено повсеместно, выпуск более сложного и менее стабильного ассортимента ориентируется на крупные городские центры. Эта отрасль представлена в каждом экономическом районе и вместе с тем она отличается сосредоточением в традиционных (Центр, Северо-Запад) и новых районах (Северный Кавказ, Волго-Вятский район, Урал).

Среди отраслей легкой индустрии кожевенно-обувной и меховой промышленности принадлежит третье место. Сюда входит производство натуральных и искусственных кож, пленочных материалов, дубильных экстрактов, мехов, овчин, обуви, меховых изделий, кожгалантереи и др.

Кожевенное и обувное производство тесно связаны между собой. Кожевенная промышленность представлена специализированными предприятиями, которые выпускают жесткие, хромовые или юфтевые кожи. Кожевенное сырье есть во всех районах, однако его качество и ассортимент зависят от специализации районов животноводства. Использование

искусственных кож, пленочных и текстильных материалов значительно расширяет сырьевую базу обувной промышленности. Основное производство сосредоточено в Республиках Башкортостан и Марий Эл, Нижегородской и Тверской областях.

Размещение обувной промышленности ориентировано на потребителя, но более всего отрасль развита в европейской части страны, где сосредоточено 96% выпуска обуви. Последнее десятилетие сопровождалось сдвигами в размещении в сторону увеличения доли Центрального, Центрально-Черноземного, Волго-Вятского и Поволжского районов и уменьшения доли Северного, Северо-Западного и Дальневосточного районов.

Меховая промышленность включает сыреино-красильное и скорняжно-пошивочное производство, где осуществляется выделка, крашение и отделка различных видов пушнины и мехового сырья и изготовление из них различных изделий. В настоящее время товарный рынок России характеризуется высокой насыщенностью меховыми изделиями, однако 80% приходится на импортную продукцию, поставляемую из Италии, Греции, Турции, Канады, Аргентины, Китая, стран ближнего зарубежья.

При этом Россия остается одним из крупнейших производителей и экспортеров пушнины. В России обитают 90 видов животных, шкурки которых используются в меховом производстве. Сырьевую базу меховой промышленности составляют овцеводство, звероводство, пушной (охотничий) и зверобойный промыслы. Выпуск меховых изделий отличается высоким уровнем территориальной концентрации производства в Центральном, Поволжском, Волго-Вятском и Северо-Западном районах.

В промышленном комплексе Беларуси легкая промышленность является одной из важнейших отраслей по производству потребительских товаров. С учетом этого в республике функционирует специализированный концерн «Беллегпром», объединяющего в своем составе 110 предприятий, на которых занято более 63 тыс. человек. Предприятия концерна производят широкий ассортимент продукции потребительского, производственно-технического и специального назначения. Наибольший удельный вес в общем объеме выпускаемой предприятиями концерна продукции занимает кожевенно-обувная отрасль – 33%. Доля текстильной отрасли составляет 27,8%, на швейные изделия приходится 21,8%, на трикотажную продукцию – 16,8%. Выпуск продукции легкой промышленности предприятиями концерна в общем объеме выпускаемой предприятиями легкой промышленности Республики Беларусь составляет 55,5 процентов.

Большинство крупных предприятий отрасли были созданы еще в советский период и ориентированы на удовлетворение потребностей всего СССР, что в настоящее время обуславливает дисбаланс между имеющимися

производственными мощностями и внутренними потребностями страны, возможностями обеспечения необходимым сырьем и финансированием.

Экспорт концерна «Беллегпром» в 2019 году составил 689,9 млн. долл. США, удельный вес экспорта в объеме производства – 46,9%.

Динамика экспорта концерна «Беллегпром» в страны ЕЭП, 2016-2019 гг., млн. долл. США

	2016 год	2017 год	2018 год	2019 год
Экспорт концерна «Беллегпром»	634,2	492,4	620,4	689,9
Российская Федерация	470,0	381,0	495,5	547,3
Республика Казахстан	8,0	6,3	9,2	12,0

Источник: «Отраслевая стратегия действий концерна «Беллегпром» в условиях ЕЭП на период до 2017 года»

Основными статьями экспорта являются швейные изделия, обувь, трикотажные изделия, пряжа объемная и трикотажные полотна, ткани шелковые, хлопчатобумажные и льняные, ковры и напольные покрытия, кожа.

Основные причины неудовлетворительного состояния дел в легкой промышленности Казахстана, равно, как у партнеров по Таможенному союзу (России и Беларуси) можно подразделить на объективные и субъективные.

К объективным причинам относятся:

1. Мировая глобализация производства и потребления продукции легкой промышленности. Экономическая целесообразность привела к перетеканию капитала и производства в страны третьего мира. На сегодняшний день сложился мировой рынок текстильной и легкой промышленности. Определились свои ведущие производители, экспортеры и импортеры продукции;

2. Практически полное отсутствие отечественной сырьевой базы;

3. Социалистическое разделение труда и его последствия.

Отношение к легкой промышленности как к промышленности группы «Б» и, как следствие, финансирование ее по остаточному принципу.

К субъективным причинам относятся:

1. Высокая степень физической изношенности основного технологического оборудования и его моральное старение;

2. Нехватка кадров;

3. Научно-техническое отставание;

4. Засилье импорта. Значительная доля отечественного рынка продукции легкой промышленности приходится на легальный и нелегальный

импорт, а также на неучтенное производство. В этой связи, для улучшения конкурентных характеристик отечественных товаров легкой промышленности, следует ориентировать предприятия легкой промышленности РК на экспорт своей продукции;

5. Нехватка собственных оборотных средств. Общий объем инвестиций в легкую промышленность остается незначительным из-за недостатка собственных средств предприятий. Объем собственных средств недостаточен даже для поддержания процесса простого воспроизводства.

В глобальном масштабе развитие секторов легкой промышленности можно рассматривать как цепочку поставщиков и потребителей, ориентированной на производство готовой продукции, уровень концентрации потребителей в каждой из звеньев отражает влияние потребителей на этапе выпуска конечной продукции. В конечном счете потребление готовой продукции является локомотивом для стабильного функционирования всей цепочки производств.

Рынок одежды и текстиля является рынком, определяющую роль на котором играют покупатели (Buyer-driven Value Chain). Доминирующей силой на рынке одежды являются торговые сети (retailers), такие как Zara, H&M, Wall Mart, Nike, C&A, Levi's и др., которые ближе всего находятся к потребителям продукции. Одной из характерных особенностей цепочки добавленных стоимостей (ЦДС) является то, что участники, находящиеся на более поздних этапах цепочки могут оказывать значительное влияние на деятельность участников, находящихся на более ранних этапах. Так, в текстильной отрасли, крупные международные торговые сети не имеют собственных производственных мощностей, но организуют и контролируют производство продукции в мире и определяют (по большей части) цену, сроки поставки и качество продукции и состав применяемых материалов



Цепочка поставщиков и потребителей в легкой промышленности

В этой связи, наибольшее влияние на развитие мировой текстильной отрасли оказывают кризисные явления в экономике стран Европы и США, поскольку они являются основными потребителями продукции отрасли.

Кризис в ЕС оказывает долгосрочное воздействие не только в Европе, но и во всем мире. ЕС является крупнейшим рынком потребления текстильной продукции, в том числе, почти половины экспорта Бангладеш, а также львиной доли экспорта текстиля и одежды из Китая, Индии и других стран АСЕАН. Как результат, в этих странах многие фабрики по изготовлению одежды работают ниже своих возможностей или вообще останавливаются, поскольку количество заказов, в связи с нестабильной экономической ситуацией на западных рынках, уменьшается.

Для расширения своих рынков сбыта Бангладеш намерен изучить рынки России, а также ряда стран Латинской Америки. Группа представителей официальной Дакки уже побывала в России с целью изучения потенциала российского рынка одежды. По информации Бангладешского бюро продвижения экспорта, в настоящее время идет процесс двусторонних переговоров по устранению применения нетарифных барьеров в торговле.

Продолжается сокращение экспорта из Китая в результате усиления долгового кризиса в Европе. Активное сальдо торгового баланса Китая в ноябре 2019 года сократилось с 17 до 14,5 млрд. долл. США.

Кризис также повлиял на Индию. Несмотря на увеличение поддержки со стороны правительства, производителям приходится довольствоваться гораздо меньшими рыночными ценами.

В то время как из-за неопределенности на мировом рынке, особенно, в ЕС и США, замедляется экспорт, индийские производители шерстяной одежды переориентировались на растущий спрос со стороны состоятельных клиентов на внутреннем рынке высокотехнологичной продукции. От 85% до 90% произведенной продукции направляется на внутренний рынок, потому что за последние два квартала спрос сильно возрос. Снижение спроса со стороны ЕС и США, являвшихся основными рынками для индийских шерстяных изделий, привело к снижению экспорта примерно на 16,3% в 2018-2019 годах, по сравнению с предыдущим годом. Продолжающийся кризис в некоторых европейских странах и долговые проблемы в США положили тень на перспективы экспорта на текущий год. Сократилось и число желающих экспортировать свою продукцию. К примеру, в Лудхияна – трикотажном центре Индии, из 2000 производителей желание экспортировать свою продукцию изъявили только 20.

Казахстан является нетто-импортером, практически по всем группам текстильной продукции, за исключением Хлопка волокна. Причем доля

Казахстана в мировом импорте ежегодно растет, т.е. объемы импорта, особенно, импорта готовой одежды (группы: 61,63,64) в РК год от года увеличиваются.

Уровень стандартизации производимой в индустрии продукции

В Казахстане в недостаточной мере развита качественная система стандартизации и сертификации, особенно по сырьевым товарам. На сегодняшний день на территории республики действуют государственные стандарты в отрасли легкой промышленности – 139 единиц, из них гармонизированных с международными требованиями – 77 единиц, что составляет общий процент гармонизации 55,3 %. Необъективная система присвоения сертификата СТ-KZ, представляющая возможность «компаниям-пустышкам» участвовать на рынке закупок государственных органов.

Производство качественных исходных материалов для изготовления готовой одежды становится все более невыгодным на территории Казахстана из-за высоких материальных и финансовых издержек по обеспечению предприятий сырьем и загрузке имеющихся производственных мощностей. Выращиваемый в республике хлопок-сырец не соответствует требуемым стандартизированным требованиям качества и не может служить сырьем для производства высокотехнологичной продукции. Более того, в республике до сих пор нет стандарта на производимый в стране хлопок.

Объем выпускаемых в Казахстане товаров легкой промышленности довольно мал, а предприятия не имеют достаточных средств для инвестиций в производство и не выдерживают конкуренции с зарубежными фирмами. Под напором импорта легкая промышленность Казахстана практически перестала существовать: объемы отрасли сжалась до размеров, сопоставимых с одним крупным предприятием. Анализ динамики легкой промышленности показывает дальнейшее падение ее доли в объеме промышленного производства страны с 15,8% в 2016 году, до 0,1% в 2019 году.

Российские предприятия легкой промышленности находятся подобной ситуации. В России сегодня стало экономически невыгодно осуществлять прядение и ткачество лёгких суровых хлопчатобумажных тканей на территории России, а выгоднее закупать их в среднеазиатских республиках, а на российских комбинатах осуществлять их крашение и отделку.

В мире сейчас наблюдается тенденция, когда для сокращения своих издержек и повышения конкурентоспособности своей продукции многие развитые страны переносят производство продукции класса «main stream» на территорию развивающегося мира.

Развитые страны оставляют на своей территории только те производства, которые обеспечивают выпуск высокотехнологичной, наукоемкой и эксклюзивной продукции. Страны «золотого миллиарда» сосредоточились, в

основном, на выпуске высокотехнологичного текстиля – это технический и специальный текстиль, а также на крашении и проведении заключительных отделок тканей, произведённых в других странах. Подобная тенденция может ожидать в перспективе и Казахстан и Россию.

Требования к качеству

Решением Комиссии Таможенного союза от 9 декабря 2019 года № 876 утвержден Технический регламент Таможенного союза (ТР ТС 017/ 2019) «О безопасности продукции легкой промышленности». Данным документом устанавливаются единые требования, обязательные для применения и исполнения для всех товаров легкой промышленности, которые выпускаются в обращение на единой таможенной территории Таможенного союза. В частности, действие настоящего регламента распространяется на:

- Материалы текстильные;
- Одежду и изделия швейные и трикотажные;
- Покрытия и изделия ковровые машинного способа производства;
- Изделия кожгалантерейные, текстильно-галантерейные;
- Войлок, фетр и нетканые материалы;
- Обувь;
- Меха и меховые изделия;
- Кожу и кожаные изделия;
- Кожу искусственную.

Технический регламент принят в целях защиты жизни и здоровья человека, а также предупреждения действий, вводящих в заблуждение пользователей (потребителей продукции).

Безопасность продукции легкой промышленности оценивается по следующим показателям:

- механическим (разрывная нагрузка, прочность крепления, гибкость, ударная прочность);

- химическим (предельно допустимое выделение вредных химических веществ в воздушную и (или) водную среду, перечень которых определяется в зависимости от химического состава материала и (или) назначения продукции);

- биологическим (гигроскопичность, воздухопроницаемость, водонепроницаемость, напряженность электростатического поля, индекс токсичности или местно-раздражающее действие, устойчивость окраски).

Сертификация продукции легкой промышленности на территории Таможенного союза обязательная для всех субъектов отрасли, осуществляющих предпринимательскую деятельность на территории стран-участниц ТС (Республики Беларусь, Республики Казахстан и Российской

Федерации). Продукция, регулируемая данным актом, подтвердившая соответствие требованиям сертификации, должна быть маркирована знаком обращения на рынке Таможенного Союза - ЕАС.

Международные стандарты ИСО гарантируют, что продукты и услуги являются безопасными, надежными и качественными. Для бизнеса они являются стратегическими инструментами снижения расходов путем минимизации отходов и ошибок, и увеличения производительности. Они помогают компаниям получить доступ к новым рынкам, обеспечивают равные условия для развивающихся стран и способствуют свободной и справедливой международной торговле. Международные стандарты основываются на Руководящих принципах ООН по защите прав потребителей направлены на сохранение физического здоровья потребителей, соблюдения их экономических интересов, обеспечение безопасности и качества потребительских товаров и услуг, обеспечение мер, позволяющих потребителю получить компенсацию.

В Казахстане практически все крупные предприятия легкой промышленности имеют сертификаты соответствия стандартам качества ИСО. К примеру, Семипалатинская обувная фабрика в 2017 году получила ИСО 9001-2017 (Система менеджмента качества).

Привлекательность индустрии для покупателей

Деятельность современных компаний протекает в условиях быстро меняющейся конкурентной среды, что обусловлено процессами глобализации, либерализацией рынков, а также технологическим прогрессом. Успех деятельности компании в такой ситуации во многом зависит от эффективности взаимодействия с другими компаниями на различных стадиях создания и продвижения конечного продукта или услуги к конечному потребителю, другими словами, от эффективности вертикальной интеграции.

Вертикальная интеграция — это процесс включения в структуру компании фирм, которые связаны с ней единой технологической цепочкой, либо слияние стадий производства единой технологической цепи и установление контроля одной компании над ними. При этом стадия производства понимается как процесс, в результате которого к первоначальной стоимости продукта присоединяется добавленная стоимость, а сам продукт перемещается по цепочке к конечному потребителю.

Одним из наиболее эффективных направлений вертикальной интеграции, способствующей повышению привлекательности индустрии для покупателей, является кластерное развитие. Экономическая среда кластера представляет собой множество субъектов экономики, которые осуществляют взаимодействие друг с другом в процессе производства, обмена, распределения и потребления материальных и нематериальных ресурсов.

Компании, входящие в кластер выигрывают в конкурентной борьбе, имея возможность делиться положительным опытом и снижать затраты, совместно используя одни и те же услуги и поставщиков, что дает возможность обозначить это явление как *синергетический эффект кластеров*.

В Казахстане с начала 2000-х годов рассматривались вопросы кластерного развития обрабатывающих отраслей экономики, в том числе и текстильной отрасли. Для реализации кластерной инициативы в текстильной отрасли была создана специальная экономическая зона (СЭЗ) «Онтустик» - промышленная территория, на которой предполагалось сконцентрировать текстильные и хлопкоперерабатывающие предприятия полного цикла — начиная от переработки сырья до выпуска готовых изделий мировых брендов. Расположение СЭЗ в южном регионе Казахстана было определено близостью сырьевых источников для развития производств по переработке хлопка и выпуску готовой продукции. Основной целью СЭЗ «Онтустик» является развитие текстильной промышленности и повышение ее конкурентоспособности, увеличение доли потребления отечественного хлопка и выпуск готовой текстильной продукции с высокой добавленной стоимостью, а также создание рабочих мест и высокотехнологичных производств. Первостепенной задачей СЭЗ является привлечение инвесторов в текстильный сектор, перспективный как для региона, так и для Казахстана, в целом. Планировалось привлечь около одного млрд. долларов частных инвестиций. Под территорию СЭЗ «Онтустик» неподалеку от Шымкента выделили 200 га земли, выгодно расположенной относительно транспортной и топливной инфраструктуры. За три года на земельном участке в две сотни гектаров должны были появиться 15 прядильных, текстильных и швейных предприятий, которые обеспечили бы работой порядка 6 000 человек. Предполагалось, что предприятия будут ежегодно перерабатывать 100 тысяч тонн хлопка-волокна.

Для реализации масштабных планов предусмотрены значительные преференции предприятиям, работающим в экономической зоне «Онтустик», по освобождению от уплаты корпоративного и подоходного налогов, налога на имущество и на землю, налога на добавленную стоимость товаров, реализуемых на территорию СЭЗ «Онтустик» для организации производств. Государство брало на себя обязательства по прокладке инфраструктуры и подведению коммуникаций. Из бюджета были инвестированы в инфраструктуру СЭЗ 8,2 млрд. тенге.

На сегодняшний день СЭЗ располагает инженерными сетями, построенными за счет государства, для организации производств частного сектора, имеется газоснабжение, электроснабжение общей мощностью 160 Мвт, водоснабжение и канализация общей мощностью 85 тысяч метров

кубических в месяц. Полностью подведена инфраструктура, дороги, а территория огорожена.

В то же время из планируемых полутора десятков предприятий на СЭЗ «Онтустик» реализованы только три, в которые привлечены частные инвестиции более чем на 26 млрд. тенге. Из-за кризисных явлений в мировой экономике все планы мировых текстильных брендов по осуществлению своей деятельности на территории СЭЗ были нарушены. На территории СЭЗ предполагалось производить текстильные изделия, одежду, кожаную и относящуюся к ней продукцию, бумагу и бумажную продукцию. Но сегодня в СЭЗ работают лишь два предприятия из трех. Причем, в полную мощность — лишь одно. Это ТОО «Хлопкопром-Целлюлоза», которое производит огромный спектр продукции.

Предприятие ТОО «Хлопкопром-целлюлоза» работает без остановок. В 2019 году оно произвело 1120 тонн хлопоцеллюлозы, 300 тонн технической карбоксиметилцеллюлозы, 120 тонн гигроскопической ваты на общую сумму около 600 млн. тенге. Произведенная целлюлоза экспортируется в Россию: Казань и Тамбов и в Украину. В ближайшее время у нас будет проработан вопрос экспорта в Турцию и другие страны».

Продукция предприятия предназначена для производства синтетических моющих средств, мелованной бумаги и в качестве клея, для применения в нефти — и газодобывающей промышленности и еще в десятке самых разнообразных сфер, включая изготовление пороха.

На сегодняшний день на территории СЭЗ «Онтустик» реализуются пять проектов. Среди них: ТОО «Шымкент — Кашемир» по переработке шерсти и выпуску стеганых одеял из овечьей, верблюжьей шерсти и пуха. ТОО «ПК «АГФ групп» — изготовление из материала готовых изделий. Проект АО «Ютекс-KZ» по производству пряжи и готовых тканей. Проект ТОО «Kagaz Shahary SEZ» по производству бумаги. Предполагается запустить эти проекты к концу года, общее число работающих на производстве составит 350 человек.

Резюмируя вышеизложенное, необходимо отметить, что проведенная интеграция может иметь ряд ошибочных подходов, которые сказываются в процессе осуществления деятельности СЭЗ. Во-первых, привязка к собственному сырью способствует снижению конкуренции и увеличивает себестоимость конечной продукции в случае, если присутствуют внешние более дешевые источники. Во-вторых, при нестабильном и непредсказуемом спросе привязка к одной технологии производства также отрицательно влияет на конкурентоспособность конечной продукции. Как известно, легкая промышленность в большей степени зависит от модных тенденций, которые и формируют спрос. Поэтому данный фактор является актуальным в этой сфере производства. В-третьих, хотя интеграция может снизить затраты на

управление, она не может их устранить полностью, и это представляет собой реальное ограничение расширения пределов вертикальной интеграции, исходя из рентабельности компании.

В этой связи, следует отметить, что перечисленные факторы могут породить системные проблемы, которые, в конечном итоге, приведут к снижению конкурентоспособности и остановке производства. Субъекты легкой промышленности должны быть мобильными и способными оперативно реагировать на новые веяния моды и спроса.

В России создание текстильных кластеров также не получило успешной реализации. К примеру, в России в 2001 год было создано ОАО «Альянс «Русский текстиль», в состав которого входили:

- ОАО "Тейковский ХБК"
- ОАО "Товарищество Тверская Мануфактура"
- ОАО "Муромский ХБК "Красный Луч"
- ООО "Камышинский ХБК"
- ООО "Тейковская Фабрика Регенерации Хлопка"
- "Альянс "Казахский Русский Текстиль" (совместный проект Альянса "Русский Текстиль" с казахским партнером ОАО "Мырзакент")

По данным Росстата, в 2018 году в сегменте постельного белья «Русский текстиль» занимал почти 23% рынка. Несмотря на относительно успешное развитие в 2017 году ОАО было ликвидировано из-за невозможности продолжать свою деятельность в результате кризиса.

Аналогичная ситуация сложилась и на Волжской текстильной компании, крупного производителя хлопчатобумажных тканей в России. Компания была создана в августе 2006 года в результате слияния предприятий ОАО «Корпорация «Чебоксарский хлопчатобумажный комбинат» и ЗАО «Чебоксарский трикотаж». Компания проработала до 2017 года, после чего 17 сентября 2017 года Решением Арбитражного суда Чувашской Республики в отношении ОАО "Волжская текстильная компания" была введена процедура банкротства - наблюдение.

Приведенные примеры показывают уязвимость крупных компаний, созданных в результате вертикальной интеграции перед конъюнктурными потрясениями в отрасли и, в целом, в мировой экономике.

Мировой опыт методов повышения конкурентоспособности и привлекательности индустрий достаточно разнообразен. В качестве примера в данном материале можно рассмотреть один из факторов успешного развития текстильной промышленности Китая – концентрации производства конкретного продукта на одной территории.

Одной из характерных черт современной китайской промышленности является концентрация производства, когда производители, к примеру, чулок, расположены через забор друг друга. Причем в одной местности сосредоточены производители конкретной отрасли различных масштабов: от практически домашнего производства до фабрик национального масштаба. Эта особенность сказалась положительно на развитии одной из основных отраслей китайской промышленности - текстильной.

Реформирование китайской экономики началось в конце 70-х годов прошлого века: переход от плановой к ориентированной на рынок. Одной из первых отраслей, получивших значительное развитие в те годы, стала текстильная, так как она помогала реализовать главное преимущество, огромную армию рабочей силы. Уже тогда производство начало концентрироваться: женская одежда – в Ханчжоу, мужская – в Вэньчжоу, галстуки – в Чэнчжоу, трикотаж – в Чжанча и т.д. Предприятия сопутствующих производств также располагались недалеко. В настоящее время в Китае насчитывается около 20 крупных подобных специализированных городов и уездов, где производят ткани и одежду. Такая концентрация производства в текстильной промышленности Китая способствовала усилению позиций Китая на мировых рынках и стать ведущим мировым экспортером тканей и одежды.

Выбор специализации производства конкретного населенного пункта нередко случайный характер. Конечно, влияние оказывали и объективные факторы (местоположение, близость портов), и политика местных властей.

С началом политики открытости и реформ первые текстильные кластеры стали появляться в районе дельты реки Жемчужной в провинции Гуандун, благодаря инвестициям гонконгских компаний. С развитием производства в Гуандуне, наступил черед и дельты реки Янцзы. В то время открывалось множество предприятий коллективной и частной формы собственности. В том числе и в текстильной промышленности. И стало привычным, что молодые предприятия одной отрасли стали концентрироваться в одной местности. Причин стремительного роста текстильной промышленности в те годы несколько. Во-первых, низкий порог для выхода на рынок: текстильное производство требовало минимум капитала и технологий. Во-вторых, огромный поток дешевой рабочей силы обеспечивали рядом расположенные деревни. Также некоторые предприниматели нанимали бывших сотрудников государственных текстильных фабрик, вышедших на пенсию. Они обладали определенным опытом и знаниями, чтобы хоть как-то подготовить только что оторванных от посадки риса новоиспеченных рабочих. В-третьих, в то время только зарождающийся рынок в Китае испытывал огромную нехватку потребительских товаров, в том числе одежды и тканей, поэтому для поиска

клиентов производителям практически не приходилось прилагать усилия и вкладывать средства в маркетинг.

Таким образом, пионеры текстильной промышленности стали своего рода образцами для подражания для односельчан. Так как многие из них состояли даже в родственных связях, но они изначально не рассматривали друг друга как конкурентов, поэтому даже помогали в техническом или финансовом планах.

В результате эти предприятия стали прообразами будущих текстильных кластеров, сосредоточенных в двух регионах: в дельтах рек Жемчужной (провинция Гуандун) и Янцзы (провинция Цзянсу и Чжэцзян). В настоящее время это наиболее экономически развитые регионы в Китае. Сейчас можно выделить три типа специализации и концентрации предприятий текстильной промышленности:

1. Текстильные промышленные базы расположены в средних городах, где основу экономики составляет текстильная промышленность. В эту группу входят 10 подобных баз: Дунгуань, Кайпин, Чжуншань (провинция Гуандун), Хайнин, Шаосин, Сяошань (провинция Чжэцзян), Чаншу, Цзиньбинь, Чжанцзяган (провинция Цзянсу) и Хайчэн (провинция Ляонин).

2. Города со специализацией. Ниже представлено несколько основных примеров таких городов:

Провинция	Город	Специализация
Чжэцзян	Пинху	Одежда на экспорт
	Шэнчжоу	Галстуки
	Тяньтай	Ткань для фильтров
	Юйхан	Ткани
Цзянсу	Чаншу	Повседневная одежда
	Цзиньтань	Одежда на экспорт
Шаньдун	Чаньи	Окраска и печать
	Цзимо	Трикотаж
Хэбэй	Цинхэ	Кашемир
Фуцзянь	Шиши	Повседневная одежда

3. Маленькие города и уезды с узкой специализацией являются яркими примерами концентрации и специализации производства узкой группы товаров

Провинция	Город	Специализация
Гуандун	Далан	Шерстяные свитера
	Хумэнь	Женская одежда
	Шаси	Повседневная одежда
	Сицзяо	Ткани
	Синьтан	Джинсовая одежда
	Яньбу	Нижнее белье

Провинция	Город	Специализация
	Чжанча	Трикотаж
Чжецзян	Датан	Носки
	Фенцяо	Рубашки
	Мацяо	Трикотаж
	Пуюань	Свитера
	Суйцунь	Интерьерные ткани
	Ючеган	Флок
	Яньсюньцяо	Основа
	Чжили	Детская одежда
Цзянсу	Хуган	Ткацкое производство
	Саньсин	Домашний текстиль
	Шэнцзе	Шелк, легкие ткани

Достижение привлекательности индустрии для покупателей может быть достигнута различными методами. Однако, в любом случае, следует принимать во внимание динамику изменения спроса на производимую продукцию, а также скорость реагирования производства на происходящие изменения во вкусах потребителей, динамику изменения на сырьевых рынках, наличие продуктов заменителей. Другими словами, все принимаемые решения по интеграции или концентрации производства должны быть направлены на повышение конкурентоспособности и высокой технологичности выпускаемой продукции.

Описание сложившейся конъюнктуры рынка по продукту/услуге проекта

Модель пяти факторов конкуренции Портера определяет пять источников конкурентного давления:

Конкуренция со стороны товаров-заменителей. Существование непосредственных заменителей означает, что спрос становится эластичным относительно цены. В легкой промышленности Казахстана конкуренция со стороны товаров-заменителей характерна для узкого рынка продукции, на которой производители конкурируют преимущественно с такой же отечественной продукцией.

Конкуренция со стороны новых потенциальных участников рынка.

Серьезность угрозы появления новых конкурентов зависит от двух факторов: барьеров на пути проникновения на рынок и ожидаемой реакции компаний, уже действующих на рынке, на приход нового соперника. Если новичку сложно заполучить долю рынка и/или по экономическим причинам его положение менее благоприятно, чем положение фирм, уже действующих

на данном рынке, то это значит, что в отрасли существуют барьеры, препятствующие проникновению на рынок.

В легкой промышленности Казахстана новые участники рынка не могут конкурировать на равных с уже присутствующими компаниями, что связано с достаточно высокими входными барьерами, существующими в отрасли:

- высокая потребность в капитале. Для казахстанской легкой промышленности характерны высокие потребности в производственных мощностях, материальных ресурсах, инвестициях, в том числе в НИОКР. Это позволяет защитить отечественный рынок от наплыва новых участников;

- обширный рынок сбыта. Чем выше издержки компании при производстве продукции, тем большее количество этой продукции компания должна продать, чтобы окупить затраты на производство;

- высокие ставки по кредитам в БВУ;

- доступ к каналам дистрибуции;

- законодательные барьеры.

Конкуренция внутри отрасли. Если в отрасли доминирует слабая концентрация, то цены примерно одинаковы и конкуренция основывается преимущественно на разработке новых товаров, рекламе, стимулировании сбыта продукции. Сложность в большинстве отраслей состоит в том, что любая стратегия фирмы зависит от стратегий, используемых конкурентами, и тех ресурсов, которыми эти стратегии подкреплены. Даже самая лучшая стратегия компании, направленная на достижение конкурентного преимущества, зависит от силы позиций фирм-конкурентов и их стратегии.

Казахстанскому производству для эффективного соперничества на рынке необходимо уделять внимание не только производимой продукции, но и маркетинговой политике, продвижению продукции на рынок и стратегическому управлению в целом.

Рыночная власть покупателей. На рынке ценность создается и для покупателя, и для продавца. Как эта ценность будет распределена между ними с точки зрения прибыльности, зависит от того, какой рыночной властью обладает каждый из двух участников сделки. Имеет значение размер и концентрация покупателей по сравнению с продавцами. Чем меньше число покупателей и больше объем закупок, тем большей рыночной властью обладают покупатели. С точки зрения дифференциации покупателей и их власти легкая промышленность Казахстана неоднородна.

Потенциальными покупателями являются:

- население;

- индивидуальные предприниматели;

- компании, работающие в различных отраслях экономики (нефтяная, горно-добывающая, строительная, дорожная, силовые структуры и др.).

Потребители имеют возможность влиять на цену приобретаемой продукции.

Рыночная власть поставщиков. Являются ли поставщики той или иной отрасли промышленности сильной или слабой конкурентной силой, зависит от условий, сложившихся в отрасли, фирм-поставщиков и от значимости для потребителя товара, который они поставляют. Конкурентное влияние со стороны поставщиков в значительной степени снижается, если продукция, которую они поставляют, является стандартным предметом потребления, поставляемым на открытый рынок большим количеством фирм, полностью обеспечивающих спрос. Конкурентная сила поставщиков также снижается в том случае, если на рынке появились большие партии товаров-заменителей, а переключение на них не представляется сложным и не требует значительных затрат.

В легкой промышленности Казахстана большинство предприятий не является производственными предприятиями полного цикла (кроме СЭЗ «Онтустик»), что увеличивает их зависимость от складывающейся ситуации на рынке.

Вывод. Высокие входные барьеры на рынки легкой промышленности, благодаря высокому уровню требуемых ресурсов, препятствует проникновению новых казахстанских игроков. Поскольку в связи с либерализацией торговли, потребители имеют возможность выбирать иностранную продукцию, эти барьеры не защищают от внутриотраслевой конкуренции со стороны международных компаний, располагающих большим капиталом, обширными интеллектуальными ресурсами, каналами дистрибуции, известными брендами, более масштабными рынками сбыта. Данное обстоятельство ставит международные компании в более выгодное положение, в сравнении с казахстанскими компаниями легкой промышленности.

Данный вывод подтверждают большинство экономических показателей отрасли, показывающие низкую доходность: низкие темпы роста; низкая рентабельность, а в некоторых отраслях (производство текстильных изделий и кожаной и относящейся к ней продукции) даже отрицательная; высокая доля импортной продукции, высокие цены по сравнению с иностранными товарами из Китая, Турции и др.

Анализ существующей и прогнозируемой конъюнктуры спроса на образующуюся в результате реализации проекта продукцию (товары/услуги) - проблемы, решения, статус реализуемых проектов

Барьеры для входа на рынок и выхода с рынка являются важнейшими характеристиками структуры рынка. Барьеры для входа на рынок - это такие факторы объективного или субъективного характера, из-за которых новым предприятиям трудно или невозможно начать свое дело в выбранной отрасли. Благодаря такого рода барьерам предприятия, уже действующие на рынке, могут практически не опасаться конкуренции, в результате чего данный рынок становится рынком несовершенной конкуренции.

Насколько серьезной является угроза со стороны возможного появления на рынке новых конкурентов, зависит от наличия барьеров для входа в индустрию и реакции существующих конкурентов. Если барьеры входа высоки, и претенденты сталкиваются с мощным противодействием прочно укоренившихся в отрасли конкурентов, очевидно, что не будет серьезной опасности в плане вхождения на рынок страны.

В соответствии с теорией международной конкуренции М. Портера рассмотрим основные предпосылки, создающие барьеры для входа в индустрию.

Экономия, обусловленная ростом масштабов производства. Экономия на масштабах производства отпугивает потенциальных конкурентов, так как она вынуждает производить сразу большой объем продукции (что дорого и, возможно, рискованно) или ставит их в невыгодное положение по издержкам (снижает прибыль). Новые участники на рынке, готовые производить сразу большой объем продукции, могут создать ситуацию перепроизводства в отрасли и представить собой угрозу для других фирм, на что те отвечают соответствующим образом (снижая цены, увеличивая затраты на рекламу и т.д.), стремясь сохранить свои позиции. В любом случае новый участник должен быть готов к низким доходам. Экономия на масштабах может касаться не только производства, но и рекламы, маркетинга, сбыта, финансирования, послепродажного обслуживания, приобретения сырья и НИОКР.

Таким образом, экономия на масштабах производства для отрасли целевых стран формирует абсолютное преимущество по издержкам, что сдерживает вторжение претендентов, вынуждая их либо входить в отрасль в большом масштабе производства, либо заранее согласиться с завышенными издержками. При снижающихся объемах производства внутри страны этот барьер преодолеть легко.

Дифференциация продукта. Отождествление потребителем товарной марки с производителем также является серьезной преградой для вторжения, поскольку новым участникам необходимо преодолеть приверженность

потребителей к существующим маркам. Такая приверженность означает, что компания, собирающаяся выходить на рынок, должна быть готова потратить значительные суммы на рекламу и продвижение своей продукции, чтобы создать собственный круг потребителей. Этот процесс может занять продолжительное время и потребовать крупных финансовых вложений. К тому же, если потребителю сложно переключиться на другую товарную марку или смена товарной марки является дорогостоящим процессом, новый участник должен убедить потребителей, что его товарная марка стоит этих затрат. Чтобы преодолеть барьеры, связанные с переходом с одной товарной марки на другую, участники, выходящие на рынок, могут предложить более новые качественные виды продукции. Все это означает уменьшение прибыли и возрастание риска для начинающих компаний, которые особенно зависят от быстрых и крупных прибылей, необходимых для дальнейших инвестиций.

Для *казахстанских* предприятий выпуск принципиально новых видов продукции, не имеющих аналогов, является серьезной проблемой и такие товарные марки, которые отождествлялись бы с производителем, практически отсутствуют на внутреннем рынке, что облегчает вход в индустрию.

Что касается *российских* и *белорусских* предприятий, то на рынке этих стран присутствуют компании, обладающие лояльностью покупателей и узнаваемостью торговой марки по отдельным видам продукции. Для новых участников рынка данное обстоятельство сопряжено с необходимостью затрат значительных средств на рекламу и стимулирование сбыта. Этот фактор затрудняет вход для новых участников рынка.

Кроме того, основными конкурентными преимуществами продукции отрасли легкой промышленности на внутреннем рынке являются длительные связи с потребителями. Это обстоятельство серьезно препятствует вхождению на рынки других производителей и, следовательно, сдерживает развитие конкуренции в российской и белорусской промышленности, т.к. привязанность поставщиков и потребителей к традиционным производителям мешает предприятиям расширять географию сбыта продукции.

Потребность в капитале. Чем больше величина необходимых инвестиций для обеспечения успешного входа на рынок, тем меньше желающих проникнуть на этот рынок. Новому участнику на начальном этапе своей деятельности необходимы средства для покупки или строительства предприятия, покупки оборудования, создания необходимых запасов, финансирования потребительского кредита, покрытия убытков и, особенно, если эти инвестиции связаны с невозвратными затратами, такими как предварительная реклама или научно-исследовательская работа.

Легкая промышленность Казахстана отличается высокими потребностями в производственных мощностях, материальных ресурсах,

инвестициях в НИОКР и т.д. В существующих рыночных отношениях основными инвесторами должны являться собственники. Казахстанские предприятия в подавляющем большинстве не располагают достаточными собственными ресурсами для осуществления значительных капиталовложений, не имеют возможности широко пользоваться значительными объемами банковских кредитов и внебанковских займов в связи с их относительной дороговизной и отсутствием обеспечения возвратности кредитов. Это позволяет защитить рынок от новых участников.

Потребность в капитале в отрасли легкой промышленности *России* высока. Отдельные производства являются настолько капиталоемкими (текстильное, кожевенное, отделочное), что поднять их с сегодняшнего уровня до современного без помощи государства в том или ином виде практически невозможно. Иностранным компаниям, имеющим доступ к сравнительно недорогим финансовым ресурсам, решить эту проблему гораздо проще, чем российским.

Сегодняшний уровень инвестиций в легкой промышленности России явно недостаточен для увеличения масштабов производства и освоения эффективных достижений отраслевой науки. Это является барьером в создании современной технологической базы легкой промышленности, что может привести к деградации наукоемких производств, дальнейшему падению объемов производства, и, как следствие, к усилению товарной и стратегической зависимости государства от зарубежных стран.

Легкая промышленность *Беларуси* оснащена лучше, чем в России и Республике Казахстан, благодаря целенаправленной технической модернизации предприятий, притоку инвестиций по инициативе государства, что не способствует успешному входу новых участников в индустрию страны.

Основное направление инвестиционной деятельности на ближайшую перспективу – это комплексное техническое переоснащение действующих производств с заменой физически и морально устаревшего оборудования на высокопроизводительное, энергосберегающее.

Техническое переоснащение производств будет способствовать устойчивому развитию предприятий отрасли, которые являются базой для дальнейшего роста объемов производства, расширения ассортимента и повышения качества выпускаемой продукции.

Более высокие издержки. Компании, занимающие прочные позиции, могут иметь преимущество по издержкам, недоступное для потенциальных конкурентов, независимо от их размеров и возможных масштабов производства. Этого уровня потенциальные конкуренты не всегда могут достичь, несмотря на свои размеры. Такие преимущества могут быть основаны на использовании передовых технологий, доступе к более дешевому сырью,

активах, приобретенных ранее по более низким ценам, государственных субсидиях или выгодном местоположении.

Казахстанские предприятия отраслей легкой промышленности не имеют преимуществ по издержкам производства, которые определяют конкурентоспособность продукции. В Казахстане возделывается хлопчатник, который является основным сырьем для текстильных предприятий, сосредоточенных в южных регионах страны, тем не менее, Казахстан не обладает достаточным количеством сырья для производства готовых текстильных и кожевенных изделий. Отечественное хлопковое сырье не обладает достаточным механико-физическими свойствами, необходимыми для производства качественной пряжи. Отсутствие отечественного сырья для производства искусственных волокон ограничивают возможности по организации производства в стране текстильных изделий дешевого сегмента из смесовых и синтетических материалов.

Казахстанская продукция отраслей легкой промышленности не выдерживает ценовой конкуренции с продукцией из развивающихся стран. Отсутствует должное понимание по сокращению себестоимости продукции.

Стоимость электроэнергии в Казахстане в целом ниже, чем в основной части стран-ведущих производителей текстильной и кожевенной продукции. Данный факт означает, что в стране существуют благоприятные условия для энергоемких текстильных производств с меньшей долей ручного труда (пряжа, ткани) в сравнении с иными отраслями легкой промышленности (при прочих благоприятных условиях). Тем не менее, следует отметить, что стоимость электроэнергии возрастает ежегодно и значительно варьирует в зависимости от региона. Так, в западных регионах стоимость электроэнергии в Атырауской области в 3 раза больше стоимости электроэнергии в Кызылординской области. Кроме того, следует ожидать увеличения цен на электроэнергию в будущем в связи с новым регулированием рынка электроэнергии, позволяющим включать инвестиционную составляющую в стоимость.

Значительная часть сырьевых ресурсов для легкой промышленности *Россией* закупается по импорту: 100% хлопкового волокна импортируется, производство химических волокон и нитей в России не превышает 46% потребности в них отечественных предприятий. Большинство видов полиэфирных волокон и нитей импортируется, отсутствуют отечественные термоэластопласты, полиуретаны, натуральный шелк, почти не производится в России мериносовая и тонкая шерсть.

Цены на хлопковое волокно на российском рынке выше, чем в странах, его производящих. Хлопчатобумажные предприятия по этому факторному условию уже проигрывают иностранным участникам, в т. ч. казахстанским. Но

в то же время российские предприятия имеют ряд преимуществ, в том числе доступ к дешевым трудовым и энергетическим ресурсам. Но как член ВТО они лишатся одного из этих преимуществ, так как правила ВТО требуют выравнивания тарифов на энергоресурсы на внешнем и внутреннем рынках. Выравнивание, несомненно, будет в сторону повышения. Рост тарифов на электроэнергию является одним из ключевых факторов снижения конкурентоспособности российских товаров. Увеличатся возможности привлечения иностранной рабочей силы, но затраты на содержание рабочей силы также возрастут. Данное обстоятельство также применимо к казахстанским и белорусским предприятиям при присоединении этих стран к ВТО.

Еще одним фактором более высоких издержек является высокий тариф на воду, который за последние годы вырос в 3-4 раза.

Усиление конкуренции со стороны импортной продукции влечет за собой существенный рост издержек на совершенствование качества продукции, расширение ассортимента, рекламу.

Белорусские предприятия легкой промышленности также зависят от поставок импортного сырья, роста мировых цен на хлопковое волокно. На издержки производства влияет рост топливно-энергетических ресурсов.

Вертикальная интеграция также создает новые барьеры для входа: если одно из предприятий отрасли, действующих на рынке, является крупнейшим собственником факторов производства или рынков сбыта конечной продукции, новым участникам труднее получить доступ на этот рынок, поскольку данное предприятие всегда может отказаться поставлять ресурсы новому участнику или делать это на очень невыгодных для нового участника условиях. Поэтому новый участник может войти на рынок только будучи сам вертикально интегрированным, что порождает проблему дополнительных финансовых ресурсов (увеличения минимально эффективного размера в денежном выражении) и делает опасность входа менее реальной.

Предприятие, действующее на рынке, может являться собственником либо ранних стадий производственного процесса (интеграция первого типа - интеграция ресурсов), либо поздних стадий (интеграция второго типа - интеграция конечного продукта). Конечно, выделение типов интеграций является довольно условным, поскольку зависит от того, предприятие какого именно рынка рассматривается.

В рассматриваемых 3-х странах имеются вертикально интегрированные компании в отраслях легкой промышленности, которая дает им дополнительные конкурентные преимущества либо при закупке факторов производства, либо при продаже конечного продукта вследствие экономии от интеграции.

В Казахстане примером интеграции первого типа может служить СЭЗ «Онтустик» на уровне интеграции ресурсов. Примером интеграции второго типа может служить российская компания ЗАО «Глория-Джинс» - вертикально-интегрированный ритейлер.

Диверсификация предполагает деятельность предприятия отрасли на рынках разной продукции, не являющихся близкими заменителями, в отличие от вертикальной интеграции, которая предполагает выпуск одного товара. Диверсификация деятельности позволяет предприятию снизить риск хозяйствования, связанный с конкретным рынком. Диверсифицированное предприятие более устойчиво за счет способности компенсировать прибылью от деятельности на одном рынке возможные убытки. Кроме того, сам факт наличия диверсифицированной компании в отрасли может отпугивать потенциальных конкурентов, поскольку они знают о ее возможностях вести конкурентную борьбу дольше и более жесткими методами.

Если использовать диверсификацию как метод проникновения на рынок, то вход новых участников на российские и белорусские рынки представляется более затруднительным, чем на казахстанский рынок в силу большей диверсифицированности предприятий этих стран.

Иностранная конкуренция в условиях открытой экономики и либерализации внешней торговли играет роль фактора, понижающего уровень концентрации в отрасли, монопольной власти рыночных агентов и ограничивающего степень несовершенства рынка. Высота барьеров для входа в отрасль зависит от ставки импортных тарифов - чем ниже импортный тариф, тем ниже барьеры для входа в отрасль для зарубежного конкурента.

Снижение Россией в качестве члена ВТО размеров ставок импортных таможенных пошлин на ввозимую в страну продукцию легкой промышленности снижает барьеры для входа в индустрию для новых участников рынка. Так, в связи со снижением импортных пошлин по расчетам Минпромторга России возможно снижение объемов производства одежды на 5-10%, объем переработки кожсырья – более чем втрое, аналогично сократится производство кожи.

В условиях членства России в ВТО увеличивается также риск снижения конкурентоспособности предприятий легкой промышленности Беларуси и Республики Казахстан.

Барьерами входа в индустрию являются также доступ к каналам распределения, политика правительства, приверженность потребителей к определенным маркам продукции

Барьеры выхода из индустрии

К барьерам выхода из отрасли относятся затраты, связанные для собственников предприятий с процедурой прекращения деятельности и банкротства. К ним относятся:

- Затраты, связанные с увольнением работников. Затраты на выплату выходных пособий работникам могут быть очень значительными, они могут в несколько раз превосходить ежегодные убытки от продолжения бизнеса. Если предприятие испытывает дефицит денежных средств, возможно, для нее будет лучше продолжать деятельность еще какое-то время, и надеяться на то, что другие предприятия первыми сократят производственные мощности, таким образом, отодвигая во времени или вообще устраняя необходимость тратить деньги на увольнение работников.

- Списание капитальных затрат. Уход из бизнеса может послужить причиной списания дорогостоящих заводов и оборудования, которые могут быть использованы только в этом бизнесе.

- Реальные затраты, связанные с уходом из бизнеса. Уход с рынка может иногда приводить к реальным единовременным затратам, кроме расходов на увольнение работников. Одним из наиболее серьезных видов затрат являются долгосрочные договоры на аренду собственности, которая не может быть снова сдана в наем по таким же высоким ставкам, как платит данная фирма, и выплаты по которым должны осуществляться и после того момента, как бизнес будет закрыт.

- Совмещенные затраты. Часто трудности с уходом из убыточного бизнеса возникают в связи с тем, что этот уход влечет за собой рост издержек другого, прежде прибыльного направления деятельности, из-за того, что часть издержек, связанных с ними, были общими.

- Неэкономические причины. Барьеры на выходе очень часто являются неэкономическими. Среди более завуалированных неэкономических причин можно назвать честолюбие менеджмента и их эмоциональную привязанность к бизнесу, опасение (обычно необоснованное или преувеличенное), что выход из бизнеса повлияет на имидж отрасли и взаимоотношения с партнерами, или же просто бездействие и выбор пути наименьшего сопротивления.

По мнению многих исследователей рынков, сложность выхода предприятий из отрасли и связанные с ним высокие явные и неявные затраты, является одним из важнейших факторов, препятствующих эффективной конкуренции. Высокий риск, сопряженный со сложностью выхода с рынка, служит фактором, дестимулирующим вход в отрасль потенциальных конкурентов.

В легкой промышленности целевых стран предприятия, оказавшиеся в тяжелом финансовом положении, вынуждены проводить оборонительную

политику, стремясь удержаться на плаву, сохранить свою нишу на рынке даже в условиях падающей рентабельности и отсутствия доходов на капитал. Тем более, что при этом затраты на уход с рынка (консервация производства, выплата компенсации увольняемому персоналу, экономическая зависимость от отрасли: например, если компания не диверсифицирована, она вынуждена остаться в отрасли и др.) превышают расходы, связанные с продолжением конкурентной борьбы.

Таким образом, выходные барьеры могут иметь социальные (особенно там, где предприятия являются градообразующими, что в большей мере характерно для России и Беларуси), экономические и эмоциональные последствия. Последний касается ситуации, когда предприятия, преуспевающие в новых отраслях, упорно держатся за свое прежнее дело, несмотря на потери. Такие случаи редки, но они обычно создают серьезные трудности для предприятий, образующихся в соответствующих отраслях.

Членство России в ВТО и предстоящее вступление Казахстана и Беларуси в эту организацию может также сказаться на эффективности работы отдельных предприятий легкой промышленности. Так, белорусские и российские производители, и в большей мере, казахстанские, в настоящее время действительно слабо способны противостоять иностранным игрокам: отрасль нуждается в технологическом переоснащении и грамотном менеджменте.

Описание уже реализованных проектов (функционал объекта, преимущества и недостатки)

Количество участников-предприятий, работающих в отрасли

Концентрация производства в легкой промышленности - объективный экономический процесс расширения его размера в рамках отрасли или региона. Концентрация до определенных пределов позволяет увеличить масштабы производства, повысить производительность труда, снизить себестоимость единицы продукции и т.д.

Экономическая привлекательность крупных предприятий связана не только с большими объемами производства, позволяющими получить эффект масштаба. Крупное производство имеет и большую экономическую устойчивость за счет финансовых и технологических возможностей, а также в связи с наличием у крупных предприятий широкой сети филиалов, в том числе и международных. В этом состоит экономический эффект крупного производства по сравнению с малым и средним производством. Экономическая эффективность предприятий с высоким уровнем концентрации производства дает им значительные рыночные преимущества. Крупным производителям легче осваивать мировые рынки. Это, в частности,

подтверждается имеющейся статистикой о зависимости между размерами производства предприятий и темпами роста экспорта ими продукции. Однако, специфика легкой промышленности такова, что менее крупные предприятия могут более гибко реагировать на изменение спроса на продукцию, учитывать рыночную конъюнктуру. Не случайно в наиболее развитых странах в этой отрасли преобладают мелкие предприятия.

Количество предприятий легкой промышленности **Республика Казахстан** на 15.10.2019 года составило 1495, из них малых предприятий – 1414, средних - 62 и крупных -19. Из общего количества действующих предприятий 54% составляют предприятия по производству одежды, 31% предприятий текстильной и швейной промышленности (производящие текстильные и швейные изделия, кроме одежды), предприятия по производству кожи и обуви составляют 9%, по производству одежды из кожи и меха - 6%.

В производстве текстильных изделий количество предприятий составляет 437, в производстве одежды - 786 и производстве кожаной и относящейся к ней продукции - 272.

В **текстильной промышленности** действует 34 крупных и средних предприятия.

Основные предприятия по переработке хлопка: Корпорация «Textiles.kz» (АО «Ютекс»/АО «Меланж»), ТОО «South Textiline.kz», перерабатывающие 18,8 тыс. тонн хлопкового волокна в год.

Производством пряжи хлопчатобумажной, кроме ниток швейных занимаются 4 крупных предприятия: АО «Меланж», АО «Ютекс», ТОО «SOUTH TEXTILINE KZ», ТОО «Oxi Textile».

Производство тканей хлопчатобумажных осуществляют 2 крупных предприятия Южно-Казахстанской области: АО «Меланж» и ТОО «SOUTH TEXTILINE KZ», которые выпускают широкий ассортимент тканей: сатин, миткаль, суровые, джинса и т.п.

Производством изделий текстильных готовых, кроме одежды, занимаются 117 предприятий, основная часть которых - это мелкие предприятия численностью от 2-х человек.

Наиболее крупные предприятия: ТОО "Мурагер LTD", ТОО «Силуэт – Т», ТОО «Ботагоз», ТОО «Аист» и ПК «Большевичка».

Производством фетра и войлока занимаются 13 предприятий.

Наиболее крупные предприятия: ТОО «Роза», ТОО «Войлочная фабрика» и ТОО «Аяз».

В **швейной промышленности** действует 27 предприятий. Швейные предприятия располагаются во всех регионах республики. Среди них: Корпорация ТОО «Швейная фабрика «Сауле» (г. Шымкент); ТОО «Диана-

Плюс», (г.Уральск), ТОО «Казахстан Тексти-лайн» (г. Алматы), ТОО «КазСПО-Н», ТОО «Ерке-нур» (г.Алматы), ТОО "Successful Trade" одежда для новорожденных; ТОО Академия моды «Сымбат» ТОО ПКФ "Рауан".

Производством одежды верхней трикотажной машинного или ручного вязания (пальто, костюмы, спортивные костюмы, блэйзеры) занимаются более 100 предприятий.

Наиболее известные предприятия: ТОО «Трикотажная фабрика «Жейде», ТОО «Алтэкс», ТОО «ПКФ «Казахстана Тексти-Лайн», ТОО «КазСПО-Н», ТОО «Талгарский Трикотажный Комбинат», ТОО «Рауан-1».

Производством одежды верхней прочей, кроме трикотажной (плащи, костюмы мужские и женские, брюки, юбки) занимаются 200 предприятий.

Наиболее крупные предприятия: ТОО «Кокшетауская швейная фабрика», ТОО «ТФ Ажар», ТОО «Диана-плюс», ТОО "Ютария Ltd", ПК «Большевичка», ТОО «Жанарыс», ТОО «Швейная фабрика «Сауле».

Производством свитеров, джемперов, пуловеров, кардиганов, жилетов и изделий аналогичным трикотажным, машинного или ручного вязания занимаются 16 предприятий.

Наиболее крупные предприятия: ТОО «Трикотажная фабрика «Жейде», ТОО «Алтэкс», ТОО "КазСПО-Н, ТОО «Талгарский Трикотажный Комбинат», ТОО «Рауан-1».

Производством шляп и головных уборов занимаются только 2 предприятия: ТОО «Фабрика головных уборов Медиатекс-Н» и ТОО «Салон эксклюзивных шляп «Elegant».

Производством чулочно-носочных изделий занимаются 15 предприятий, в том числе ТОО «Эластик LTD» и ТОО «Тэгам».

Наиболее крупные предприятия **кожевенно-обувной отрасли** расположены в Восточно-Казахстанской (ТОО «Семипалатинский кожевенно-меховой комбинат», ТОО «Семипалатинская обувная фабрика»), Жамбылской (ТОО «ТаразКожОбувь»), Костанайской (ТОО «Рудненский кожевенный завод»), Северо-Казахстанской (ТОО «Петропавловский кожевенный завод»), Мангистауской (АО «Жамал-ай») областях.

Производством кожи из шкур (скота крупного рогатого или шкур животных семейства лошадиных овечьих, козьих и свиных, без волосяного покрова) занимаются 8 предприятий. Предприятиями по переработке кожи выпускается продукция низкого уровня передела: полуфабрикат ВетБлю, крафт, чепрак, получепрак и др.

Крупные предприятия: ТОО «Энерго-Лимитед Петропавловск», ТОО «Алматинский кожевенный завод», ТОО «ТаразКожОбувь», ТОО «Ырыс-Бахыт», ТОО «Петропавловский кожевенный завод», ТОО «Семипалатинский кожевенно-меховой комбинат», ТОО «Turan-Skin», ТОО «КазЭкспортКожа».

Производством обуви с верхом из кожи занимаются 40 предприятий, которые ориентированы на производстве специальной рабочей обуви для силовых структур и организаций.

В производстве *обуви с подошвой и верхом из резины или материалов полимерных* активно действует предприятие - ТОО «Арго».

Предприятие выпускает обувь для рабочих коллективов строительных компаний, нефтегазодобывающего комплекса, горнорудных шахт, пищевых предприятий, медицины, сельского хозяйства, для любителей активного отдыха-рыбаков и охотников, а также для использования в повседневной жизни.

В рамках программы «Дорожная карта бизнеса 2020» с сентября 2019года начат проект по производству детской обуви на ТОО «Serif» (ТМ «Тентек»). Целью проекта является насыщение рынка Казахстана качественной детской обувью среднего ценового диапазона (3000-7000 тенге за пару) собственного казахстанского производства, что повлечет за собой снижение зависимости от импорта в данном сегменте потребительского рынка, создание новых рабочих мест и восстановление производства в сфере легкой промышленности, в частности обувном секторе. Первая партия обуви выпущена в декабре 2019 году.

ТОО «Семипалатинская обувная фабрика» производит обувь специального назначения из натуральной и искусственной кожи для силовых структур и различных отраслей народного хозяйства.

Единое экономическое пространство (ЕЭП)

Легкая промышленность *Республика Беларусь* объединяет более 10 отраслей и десятки производств, непосредственно участвующих в обеспечении населения потребительскими товарами. Часть продукции (примерно 1/4 всего производства) поставляется на экспорт.

В составе легкой промышленности самой крупной по объему выпускаемой продукции является **текстильная промышленность**. В Беларуси выпускаются все виды тканей, трикотажные предприятия работают во многих городах республики, самые крупные из них размещены в Минске и Солигорске.

В Беларуси насчитывается свыше 200 предприятий текстильной промышленности.

Вторая по значению в этой сфере под отрасль - швейная промышленность - свыше 250 предприятий и производств.

Концерн «Беллегпром» представляет интересы 110 организаций различной формы собственности с численностью работников свыше 60 тысяч человек. В состав концерна входит 92 промышленных предприятий (83,6% от общего количества организаций), среди которых производители таких

известных потребителям торговых марок, как «Милавица», «Купалинка», «Коминтерн», «Полесье», «Элема», «Белвест», «Марко», «Галантэя», «Витебские ковры».

На долю предприятий «Беллегпрома» приходится более 70% производимой в стране продукции легкой промышленности. Компании концерна выпускают широкий ассортимент товаров, включая текстиль, ковры, пряжу, трикотаж, одежду, белье, обувь, кожгалантерею и мех.

Крупными представителями текстильной отрасли Беларуси являются:

- ОАО «Лента» (производство текстильной галантереи);
- РУПТП «Оршанский льнокомбинат» (производство льняных тканей и изделий из них);
- ОАО «Кобринская ПТФ «Ручайка» (производство пряжи ткацкого и трикотажного назначения, технические ткани и текстильные материалы, покрытые или пропитанные ПВХ);
- РУП «Ветковская хлопкопрядильная фабрика»;
- ОАО «Моготекс» (производство широкого ассортимента тканей для специальной и форменной одежды, плащевых, специального снаряжения и кожгалантерейной промышленности, подкладочных, декоративных, мебельных, гардинных, трикотажных, технических полотен, изделий домашнего текстиля);
- ОАО «Витебский комбинат шелковых тканей»;
- ОАО «Ковры Бреста» (тканые ковры, ковровые дорожки, напольные ковровые покрытия, чистошерстяные ковры, полушерстяные, полипропиленовые и ковровые изделия);
- ОАО «Витебские ковры»;
- ОАО «БПХО» (производство текстиля);
- ЗАО «СП Сопотекс» (производство хлопчатобумажной пряжи, полиэфирная и смесовая, технические и одежные ткани в суровом виде);
- ОАО «Слонимская КПФ» (производство чисто шерстяной и полушерстяной пряжи для трикотажного и ткацкого производства);
- ОАО «Камволь» (производство чистошерстяных и полушерстяных тканей), единственное предприятие в стране по выпуску камвольных чистошерстяных и полушерстяных тканей для пошива форменной одежды для силовых структур, таможенной службы, гражданской авиации и др.);
- ОАО «Сукно» (производство тканей и одеял);
- РУПП «Гроднотекстиль»;
- ГРУПП «Гронитекс» (производство хлопчатобумажной и смешанной пряжи, волокна льняного котонизированного, ваты одежной), входит в состав концерна «Беллегпром»;

- ОАО «Полесье» (верхние трикотажные изделия для всех возрастных групп, полушерстяная и высокообъемная пряжа трикотажного полотна);

- ОАО «8 Марта» (производство мужского, женского, детского белья, верхнего и спортивного трикотажа, чулочно-носочных изделий).

В *швейной отрасли* к числу крупных швейных предприятий относятся:

- ОАО «Коминтерн» (производство верхней мужской и женской одежды);
- ОАО «Знамя индустриализации» (производство мужской и женской одежды);

- ЗАО «Калинка» (все виды верхней одежды для взрослых и детей);

- СП ЗАО «Милавица» (производство корсетных женских изделий);

- ОАО «Элема» (производство женской одежды);

- ОАО Могилевская швейная фабрика «Вяснянка» (высококачественная верхняя женская и мужская одежда, одежда делового стиля для учащихся);

- ОАО «Прогресс».

Кожевенно-обувная промышленность - одна из старейших в республике. Кожевенно-обувная отрасль концерна «Беллегпром» включает 34 организации. В отрасли действует свыше 20 предприятий, среди них крупные:

- ОАО Бобруйский кожевенный комбинат;

- ОАО «Лидская обувная фабрика»;

- СОООО «Марко»;

- ОАО «Минское производственное кожевенное объединение»;

- СООО «Белвест» (производство обуви литьевого, клеевого и бортопришивного метода крепления подошвы), каждая четвертая пара обуви, выпущенная сегодня в Беларуси - это обувь под торговой маркой "БЕЛВЕСТ";

- Минское обувное открытое акционерное общество «Луч»- управляющая компания холдинга «Обувь – «Луч».

Легкая промышленность **Российской Федерации** - крупный народнохозяйственный комплекс, состоящий из 17 подотраслей, отрасль объединяет более 14 тысяч предприятий (в т.ч. 2500 крупных и средних). Все предприятия акционированы. Доля малых предприятий значительна в секторе трикотажного, швейного и мехового производства.

По данным Росстата, на предприятиях легкой промышленности занято свыше 500 тысяч человек.

Подотрасли легкой промышленности объединены в три основные группы:

- текстильная, в том числе льняная, хлопчатобумажная, шерстяная, шелковая, трикотажная, а также первичная обработка льна, шерсти, производство нетканых материалов, сетевязальная промышленность, валяльно-войлочная, производство текстильной галантереи и др.;

- швейная;
- кожаная, меховая, обувная.

Наибольший удельный вес в структуре легкой промышленности занимает продукция швейной и текстильной подотраслей.

Для легкой промышленности России характерна менее выраженная по сравнению с другими отраслями территориальная специализация, так как практически в каждом регионе имеются те или иные ее предприятия. Однако в России можно выделить специализированные районы, особенно в текстильной промышленности, дающие определенный ассортимент продукции. Например, Ивановская и Тверская области специализируются на выпуске хлопчатобумажных изделий. Центральный экономический район (ЦЭР) специализируется на производстве продукции всех отраслей текстильной промышленности. Но чаще всего подотрасли легкой промышленности являются дополняющими хозяйственный комплекс регионов, обеспечивающими только внутренние потребности регионов.

Текстильная промышленность. Основная продукция отрасли - ткани - идет на удовлетворение потребностей населения, а также используется в качестве сырья и вспомогательных материалов в швейной, обувной, пищевой промышленности, в машиностроении и др.

Ведущую роль в структуре текстильной промышленности играет хлопчатобумажная, дающая свыше 5 млрд. м² тканей в год, в том числе более 28 м² на душу населения.

Основной район сосредоточения хлопчатобумажной промышленности – Центральный (св.80% всех производимых в России хлопчатобумажных тканей).

В ЦЭР первое место по выпуску хлопчатобумажных тканей занимает Ивановская область, далее следуют Московская и Владимирская (свыше 90% производства района).

В Ивановской области находятся свыше 40 предприятий хлопчатобумажной промышленности (Родники, Вичуга, Наволоки, Кинешма, Шуя и др.).

В Москве - комбинат "Трехгорная мануфактура". В Московской области сосредоточено более 50 предприятий (Глуховский комбинат, Ореховский комбинат, Серпуховская прядильно-ткацкая фабрика и др.).

Во Владимирской области (Карабаново, Александров, Ковров, Муром и др.) - более 20.

Хлопчатобумажные предприятия имеются также в Тверской, Рязанской, Ярославской, Калужской и Смоленской областях, в Поволжье (крупнейший центр - г. Камышин в Волгоградской области), на Северном Кавказе (преимущественно в Краснодарском крае), в Волго-Вятском районе

(Чебоксарский хлопчатобумажный комбинат - один из самых крупных в стране), на Урале и в Западной Сибири (крупное предприятие - Барнаульский хлопчатобумажный комбинат).

Льняная промышленность изначально была привязана только к льнопроизводящим районам, но в настоящее время сырьевой фактор играет меньшую роль в размещении, так как даже при относительно низкой транспортабельности льноволокна затраты на его перевозку невелики в себестоимости пряжи. Первостепенное значение имеет обеспеченность квалифицированными трудовыми ресурсами. Первичная же обработка льна сосредоточена в льносеющих районах.

Основная масса предприятий сосредоточена в четырех областях: Владимирской, Ивановской, Костромской и Ярославской. Крупные льнокомбинаты имеются также в Смоленской области.

Второй по значению регион льняной промышленности - Северный (Вологодская область) и Северо-Западный (Псковская область). Размещены предприятия также в Волго-Вятском, Поволжском, Уральском и Западно-Сибирском экономических районах. Наиболее крупные из них размещены в Новгороде, Казани, Кирове, Екатеринбурге и Бийске.

Шерстяная промышленность, так же как и другие отрасли текстильной промышленности, сконцентрирована в пределах ЦЭР, основное количество предприятий находится в Москве и Московской области: московские суконные фабрики, камвольно-прядельная, шерстопрядильная, ткацкоотделочная фабрики, камвольный комбинат и другие в Москве; Купавнинская тонкосуконная фабрика, Павлово-Посадский камвольный комбинат, Ново-Ногинская шерстопрядильная фабрика, московские производственные ковровые объединения в Люберцах и Обухово и др.

Производство шерстяных тканей развито в Брянской (Клинцы), Ивановской (Шуя), Тверской (Завидово), Калужской (Боровск), Рязанской областях (Мурмино).

Второе место по выпуску шерстяных тканей занимает Поволжье. Основные предприятия сосредоточены в Ульяновской и Пензенской областях. На третьем месте находится Центрально-Черноземный экономический район (Тамбовская область (Рассказово, Моршанск).

Шелковая промышленность размещена преимущественно в Москве и Московской области (Наро-Фоминск, Орехово-Зуево, Павловский Посад и др.). Наиболее крупные предприятия: Оренбургский шелковый комбинат, Чайковский комбинат шелковых тканей в Пермской области, Красноярский шелковый комбинат, Балашовский комбинат плащевых тканей в Поволжье, Кемеровский комбинат шелковых тканей.

Трикотажная промышленность базируется на использовании в качестве сырья натуральных и химических волокон, ориентируется в своем размещении на районы развитой текстильной промышленности и на потребителя. Трикотажная промышленность производит трикотажное полотно, бельевой и верхний трикотаж, чулочно-носочные, перчаточные и другие изделия.

Швейная промышленность в России размещена относительно равномерно по всей территории страны и предназначена в основном для обеспечения внутренних потребностей региона. Предприятия по выпуску готовой одежды большей частью сосредоточены в крупных промышленных центрах. Основным фактор размещения швейной промышленности - потребительский, так как ткани экономически более транспортабельны, чем готовые изделия.

Успешное сотрудничество с зарубежными странами, развитыми в швейном производстве, позволяет российским производителям повышать качество швейной продукции тем самым сделать ее конкурентоспособной на внутреннем и мировом рынках. Это сотрудничество при этом использует форму международной кооперации, когда заказы на производство одежды по моделям и из тканей зарубежных стран размещаются на российских предприятиях.

Иностранных производителей привлекают в стране высокий уровень профессиональной подготовки рабочих при низкой стоимости труда, высокий уровень технологии, территориальная близость к западному рынку. Сотрудничество с развитыми странами в швейном и кожевенно-обувном производствах позволяет улучшать качество продукции, сделать ее более конкурентоспособной на внутреннем и мировом рынках.

Основной объем пошива одежды производят на крупнейших швейных предприятиях России, таких как:

- ОАО «Большевичка» (г. Москва);
- ЗАО «Большевичка» (г. Санкт-Петербург);
- ОАО «Липчанка» (Липецкая область);
- ЗАО «Маяк» (Нижегородская область);
- ЗАО «Корпорация «Глория-Джинс» (Ростовская область);
- ОАО «Тверская швейная фабрика» (Тверская область).

Лидером не только текстильной, но и, в последние десять лет, швейной промышленности стал Ивановский регион. На территории Ивановской области производится более 50% всей отечественной продукции. Большим спросом на российском рынке и рынках ближнего зарубежья пользуется ивановский трикотаж, красочный и комфортный, который привлекает к себе покупателя и высоким качеством, и весьма небольшой стоимостью.

Лидерами кожевенного производства является:

- ЗАО «Осташковский кожевенный завод» (Тверская обл.);
- ЗАО «Русская кожа» и Спасский кожзавод (Рязанская обл.)
- ТОО «Хром» (Ярославская обл.);
- ООО «Курская кожа»;
- ЗАО «Бокоз», ОАО им. Юргенса, ЗАО «Хромтан» и ОАО «Богородский завод хромовых кож» (Нижегородская обл.);
- ОАО «Таганрогский кожзавод» (Ростовская обл.);
- ООО «Кожзавод» (Кабардино-Балкария);
- ООО «Вахруши-юфть» и ООО «Артекс» (Кировская обл.) и др.

В легкой промышленности России наблюдалось постоянное увеличение концентрации производства, выразившееся в преобладании крупных предприятий, "вымывании" мелких. Концентрация тесно связана с комбинированием производства, наиболее характерным для предприятий текстильной, обувной и кожевенной промышленности.

Ведущие российские компании:

Группа компаний «Восток-Сервис» (Москва). В состав группы входят 4 фабрики по изготовлению обуви и 8 предприятий по пошиву спецодежды. На каждой из них действует трехступенчатая система контроля качества, начиная с этапа приемки сырья и материалов для производства и заканчивая этапом выпуска готовой продукции. В ноябре 2019 года компания получила новый сертификат соответствия систем менеджмента качества *ИСО 9001: 2018*. Ведущие предприятия «Восток-Сервис»:

- ООО «РОБА» (изготовление швейной продукции);
- ОАО «Карачевское швейное открытое общество «Силуэт» (производство утепленных костюмов и курток);
- ЗАО «Чаплыгинская швейная фабрика» (выпуск летних моделей категории «Евроспецодежда», кепок);
- ЗАО «Торжокская обувная фабрика» (производство обуви литьевым методом крепления подошвы);
- ООО «Рабочий стиль» (производство обуви литьевым методом крепления подошвы).

Группа компаний «TexRepublic» (текстильная продукция) работает на рынке России более 15 лет.

ООО «Брис-Босфор» - это группа компаний, обеспечивающая весь цикл процессов от момента производства обуви, до её реализации конечному потребителю, Выпускает 30% российской обуви под торговой маркой «ESPA». В группу компаний входят:

- крупнейшей производственное предприятие ООО «Брис – Босфор» с производственными мощностями до 90 000 пар обуви в сутки;

- логистическая структура, имеющая складские площади категории «А» в Москве и Новороссийске;
- торговый дом ООО «Бразис - Обувь»;
- широкая сеть региональных и филиальных представительств в регионах РФ.

Концерн «Панинтер» (Москва) - крупнейшее частное предприятие легкой промышленности России: более 1500 работников, 16000 кв.м. производственных площадей, 7000 кв.м. торговых площадей, 1,5 млн трикотажных и текстильных изделий свыше 100 наименований в год.

Коллекции одежды разрабатываются собственной дизайн-группой «Панинтер» и включают самые последние тенденции моды, а собственное высокотехнологичное производство позволяет выдерживать высокие стандарты качества.

ЗАО "Глория-Джинс" (Ростов-на-Дону) - вертикально-интегрированный ритейлер, ведущий российский производитель джинсовой одежды для детей и взрослых торговых марок «Gloria Jeans» и «Gee Jay».

Компания тесно сотрудничает с международными консалтинговыми агентствами (KSA, McKinsey, JDA) и внедряет с их помощью передовые технологии для поддержания роста компании;

«Sela» - лидер в сфере повседневной одежды, в том числе детской по количеству магазинов и географическому охвату;

Корпорация «НОРДТЕКС» (Балашиха, Московская обл., до 2016 года «Текстильный Холдинг «Яковлевский») - около 60% рынка хлопчатобумажных тканей для корпоративной спецодежды;

более 20% рынка широких хлопчатобумажных тканей для постельного белья;

7% рынка постельного белья.

Сеть филиалов Торгового дома "Нордтекс" в 33-х крупнейших городах России и в странах Европы.

Среди основных российских производителей и поставщиков текстиля также можно выделить следующие:

ОАО «Трехгорная мануфактура» (производство хлопчатобумажных и льняных тканей для интерьера, постельного белья, одежды, сувенирных тканей и купонов, а также выпуск готовых швейных изделий: скатерти, салфетки, шторы, покрывала, постельное белье, сувенирная продукция;

ЗАО «Большая Костромская Льняная мануфактура» (ЗАО «БКЛМ») - одно из крупнейших предприятий льняной текстильной отрасли в России.

ООО «ТДЛ-Текстиль» - стремительно развивающийся производитель и поставщик домашнего текстиля. «ТДЛ Текстиль» согласно исследованиям популярного экономического журнала "Секрет фирмы" признано крупнейшей

компанией на рынке хлопчатобумажных тканей. По данным РосСтата, производственные предприятия ТДЛ занимают лидирующие места в рейтинге производителей. На предприятиях работают более 10 тыс.чел.;

ООО ТК «Чайковский текстиль» - ведущий российский производитель тканей для специальной одежды и униформы. Компании присвоен статус «Лидера российской экономики» и она входит в число лучших предприятий отрасли и страны. За высокое качество ткани «Чайковский текстиль» отмечены призами и наградами российских и международных выставок, удостоены званий «Лучший отечественный товар», «Ткань года» и «Уникальный продукт». В структуру холдинга входят:

- комбинат по производству тканей
- швейное производство
- филиальная сеть в 12 городах России и 3 городах стран СНГ
- два сервисно-логистических центра.

ОАО ХБК «Шуйские ситцы» вырабатывает до 20 артикулов тканей: миткали, бязи, фланели, полотенечные ткани, сатины. Отделочное производство выпускает гладкокрашенные и набивные ткани с различным видом отделок - всего ежемесячно более 10 миллионов погонных метров готовых тканей высокого качества. Швейная фабрика изготавливает женскую и мужскую одежду, постельное белье, столовый и кухонный текстиль, рабочую и медицинскую одежду;

Промышленная группа "Роско" (ткани для домашнего текстиля и спецодежды) - один из крупнейших вертикально интегрированных текстильных холдингов России. Компания занимает уверенные позиции в десятке крупнейших участников российского текстильного рынка;

ЗАО «Юнистайл Холдинг» входит в состав крупной текстильной группы, объединяющей ряд производственных и торговых предприятий в Ивановской области. В состав Холдинга входят:

- ООО «Юнистайл» - производство и продажа детской и подростковой одежды торговых марок Unistyle и U'LC;
- ООО «Сэми» - производство и продажа женской одежды торговых марок Samy и Paprica;
- ООО «Магнум» - производство молодежной одежды торговой марки Normann;
- «Ивановская швейная фабрика» и «Кинешемская швейная фабрика».

Конкурентным преимуществом ЗАО «Юнистайл Холдинг» является сосредоточение нескольких видов производств - швейного и трикотажного. Компании, входящие в состав холдинга, производят разнообразный ассортимент одежды:

- верхний ассортимент (куртки, ветровки, плащи);
- трикотаж (джерсе, свитера, жакеты, шапки, шарфы и т.д.);
- легкий ассортимент (блузы, юбки, брюки, платья, футболки и т.д.);
- спортивную одежду;
- школьную форму.

Глобальный рынок. Легкая промышленность мира - это целая отрасль мировой экономики, которая принимает непосредственное участие в формировании государственных бюджетов многих стран мира. Она объединяет в себе большое количество отраслей и подотраслей, среди которых основными являются швейная, обувная и текстильная.

За последние 10-15 лет в мировой текстильной промышленности произошли серьезные изменения. В результате глобализации мировой экономики центр производства текстиля переместился из Европы и США в страны “третьего мира” – Юго-Восточную Азию (до 70% от всего объема текстиля), Южную Америку.

За последнее десятилетие в Китае, Пакистане, Индии, Турции и прочих странах созданы десятки текстильных компаний с годовым оборотом около 500 млн. долл. США и тысячи более мелких производителей, оснащенных самым современным оборудованием и выпускающих ассортимент из сотен видов тканей с тысячами вариантов отделки. Эти компании производят основной объем мирового текстиля. Например, производство текстиля в Турции достигает 20% всей промышленной продукции и около 10 % всего ВВП Турции. Большинство крупных текстильных компаний Турции представляют собой вертикальные холдинги с замкнутым производственным циклом, который включает в себя весь производственный цикл текстильного изделия от изготовления и переработки волокон и нитей, до производства готовых швейных изделий. Это позволяет таким компаниям выигрывать в конкурентной борьбе за конечного потребителя в цене и качестве продукции.

Поскольку текстильная промышленность более капиталоемкая, чем швейная, большинство предприятий текстильной промышленности сектора являются средними по размеру. В секторе также действуют и крупные предприятия с интегрированными производственными мощностями. Около 7 500 текстильных фабрик страны производят продукцию на экспорт. Производство, главным образом, сосредоточено в Стамбуле, Измире, Денизли, Бурсе, Кахраманмараше и Газиантепе.

Если рассматривать текстильную промышленность с позиции категории товаров и продукции, то азиатские страны поставляют на мировой рынок до 50% всех шерстяных и хлопчатобумажных тканей.

Самыми крупными производителями по изготовлению хлопчатобумажных тканей является Китай (поставляет до 30%), Индия (почти 10%), США, Тайвань, Япония, Индонезия.

По шерстяным тканям ситуация практически аналогичная. Доля Китая в данном сегменте равна 15%, Италия - 14%. Далее по значимости следуют Япония, США, Турция и Индия. Завершают данный список несколько западноевропейских стран.

Основные производственные мощности текстильной промышленности Италии сосредоточены на севере страны, в частности, в Ломбардии, где сконцентрированы хлопчатобумажные, шелковые и льнопеньковые фабрики.

По данным промышленной переписи в Италии насчитывалось 767 шерстопрядильных фабрик, около 750 шерстоткацких. В отрасли занято 145,4 тыс. человек, 60% из них составляют женщины

Италия является одним из основных производителей штапеля, на ее долю приходится 5% мирового производства штапельного волокна. Однако выпуск его в стране снижается в связи с быстрым развитием производства синтетических волокон, в т.ч. инновационных: полиамидных, поливиниловых, полиэфирных, полиакриловых и, соответственно, пряжи и тканей из них.

Крупнейшей компанией по производству искусственного волокна является «СНИА-Вискоза».

Текстильная промышленность является одной из наиболее динамично развивающихся отраслей экономики Узбекистана. Существенная часть предприятий легкой промышленности республики приходится на ГАК «Узбекенгилсаноат» (Узбеклегпром), которая объединяет предприятия хлопчатобумажной, шелковой, трикотажной, швейной и других подотраслей. В состав компании входит 240 предприятий текстильной отрасли страны.

75 % производимой в республике текстильной продукции приходится на совместные и иностранные предприятия, оснащенные самым современным оборудованием ведущих мировых компаний текстильного машиностроения как: «Трючлер», «Шлафхорст», «Цинзер» (Германия); «Ритер» (Швейцария); «Тойода», «Мурата» (Япония), «Савио», «Оризио», «Марцоли» (Италия) и др.

На текстильных предприятиях республики производится широкий ассортимент продукции, отвечающей мировым стандартам: хлопчатобумажные пряжа и ткани, готовые текстильные и швейные изделия, чулочно-носочные изделия, ковры и напольные покрытия.

Текстильная продукция производится из высококачественного хлопка, выращиваемого в Узбекистане.

Швейная промышленность мира занимается производством одежды и белья и других изделий. Картина в данной отрасли существенно от

текстильной не отличается. Ведущими экспортерами такой продукции в мире являются Китай, Южная Корея, Индия, Колумбия, Тайвань.

Турция занимает 4 место в мире по поставкам одежды, производство которой представлено 35 000 компаниями легкой промышленности Турции. Одежда из хлопка, трикотажа, тканая одежда и аксессуары, а также текстильная продукция для дома составляют основной объем производства текстильной промышленности Турции.

Помимо интегрированных производственных мощностей текстильной и швейной промышленности, в стране действуют тысячи малых и средних предприятий, занимающихся производством и экспортом одежды. Свыше 11000 специализированных фабрик производят одежду на экспорт. Особенно интенсивно производство одежды развивалось в регионах Мраморного и Эгейского морей. Стамбул, Бурса, Текирдаг, Чорлу, Измир и Газиантеп - это ведущие провинции с точки зрения производственных мощностей и объемов экспорта.

Развитые страны специализируются только на небольших объемах элитных, модных и индивидуальных изделий.

Обувная промышленность в мировом хозяйстве наиболее подверглась перемещению в страны с развивающейся экономикой. Во многом это обусловлено более дешевым трудом рабочих в этих странах.

По оценке аналитиков в мире производится в среднем 13,5 млрд. пар обуви. Лидирующие позиции в мировом масштабе занимает Китай. По современным оценкам продукция Китая составляет до 40% всего потребительского рынка в мире. Для обеспечения производства обуви Китай по всему миру закупает в большом объеме кожевенное сырье.

В число ведущих стран производителей обуви также входит Индия, которая выпускает ежегодно более 2 млрд. пар обуви и 95% произведенной в Индии обуви реализуется на внутреннем рынке.

В Италии выпускают примерно 1,2 млрд. пар обуви в год. Производители Европы и Америки в силу демографического и экономического фактора сконцентрированы на изготовлении дорогой высококачественной обуви – ортопедической, комфортной, класса «люкс» и детской.

SWOT-анализ - определение и оценка потенциальных сильных и слабых сторон, возможностей и угроз товаров, работ, услуг, предполагаемых в рамках реализации проекта (обязательно указываются используемые источники информации проведения маркетинговых исследований с приложением отчетов)

Соответствие профиля легкой промышленности Республики Казахстан ключевым факторам успеха (КФУ)

Ключевые факторы успеха есть общие для всех предприятий отрасли факторы, реализация которых открывает перспективы улучшения своей конкурентной позиции. Задача заключается в определении факторов, дающих в данной отрасли ключ к успеху в конкуренции. Выделение КФУ для конкретной отрасли есть первый шаг, за которым должна последовать разработка мероприятий по овладению КФУ, характерных для отрасли.

КФУ не одинаковы для разных отраслей, а для конкретной отрасли могут меняться во времени.

Критерии КФУ приведены в нижеследующей таблице, чтобы наглядно представить соответствие им профиля легкой промышленности Казахстана. Представленная таблица носит субъективный характер, так как наличие или отсутствие не говорит о факте полного присутствия или отсутствия фактора, а скорее о преобладающих тенденциях.

Критерии КФУ	Наличие (+) или отсутствие (-)	
	в Казахстане	Для сравнительного примера: предприятие «МИЛАВИЦА» в Беларуси
КФУ, основанные на научно-техническом превосходстве		
Опыт организации научных исследований (НИОКР)	-	+
Способность быстрого осуществления технологических и (или) организационных нововведений	-	+
Наличие опыта работы с передовыми технологиями	-	+
КФУ, связанные с организацией производства		
Низкие издержки производства	-	-
Высокое качество производимых товаров	-	+
Высокая фондоотдача	-	+
Выгоды, связанные с месторасположением предприятия	+	+
Наличие доступа к квалифицированной рабочей силе	+	+
Отлаженное партнерство с хорошими поставщиками	+	+
Высокая производительность труда	-	+
Низкие издержки на НИОКР и технологическую подготовку производства	-	+

Гибкость в производстве различных моделей и типоразмеров, возможность учета индивидуальных запросов покупателей	-	+
КФУ, основанные на маркетинге		
Хорошо организованная собственная распределительная сеть или наличие твердых партнерских отношений с независимой распределительной сетью	-	+
Низкие издержки распределения	-	+
Преимущества в логистике	-	+
Хорошо подготовленный персонал, занятый сбытом	-	+
Доступный и хорошо организованный сервис	-	+
Аккуратное выполнение заказов	+	+
Широта ассортимента и возможность выбора товаров	-	+
Привлекательная, надежная и удобная упаковка	-	+
Наличие гарантий на товары и гарантий выполнения обязательств	+	+
КФУ, основанные на обладании знаниями и опытом		
Профессиональное превосходство, признанная репутация, обладание секретами производства	-	+
Умение создавать оригинальный и привлекательный дизайн товаров	-	+
Наличие опыта в определенной технологии	+	+
Умение быстро разрабатывать и продвигать новую продукцию	-	+
КФУ, связанные с организацией и управлением		
Наличие эффективных и надежных информационных систем	-	+
Способность руководства быстро реагировать на изменение рыночных условий	-	-
Опытная в данной сфере деятельности и хорошо сбалансированная управленческая команда	-	+

Источники: КФУ РК

С этой точки зрения наиболее важными на ближайшую перспективу могут быть следующие факторы:

- КФУ, основанные на научно-техническом превосходстве, а именно, способность быстрого осуществления технологических и (или) организационных нововведений;
- КФУ, связанные с организацией производства, т.е. высокое качество производимых товаров и высокая производительность труда;
- КФУ, основанные на маркетинге;

- КФУ, направленные на умение создавать оригинальный и привлекательный дизайн;

- КФУ, связанные с организацией и управлением.

Перечисленные КФУ являются наиболее важными для развития легкой промышленности, требования к продукции которой предъявляются непосредственными потребителями, которые пользуются ею в повседневной жизни.

На примере белорусской компании «Милавица» показаны КФУ, которые позволили компании попасть в список 100 ведущих национальных брендов Беларуси и иметь разветвленную товаропроводящую фирменную сеть не только на внутреннем рынке Беларуси, но и во многих странах СНГ, включая Казахстан.

ПЭСТ-анализ легкой промышленности

Основными факторами ПЭСТ-анализа являются:

- Политика;
- Экономика
- Социокультурные факторы;
- Технологии.

Политика. Основным фактором, влияющим на развитие легкой промышленности Казахстана в текущем периоде, является предстоящее присоединение Казахстана к Всемирной торговой организации (ВТО). Вступление в ВТО предполагает либерализацию торгового режима при доступе импортных товаров легкой промышленности на внутренний рынок, что, в свою очередь, усилит конкуренцию для отечественных товаров. В этой связи, казахстанские предприятия должны осуществлять деятельность по повышению конкурентоспособности выпускаемой продукции. Кроме того, необходимо усилить меры государственной поддержки отрасли. В новых условиях членства в ВТО могут выжить только развивающиеся и конкурентоспособные предприятия.

Экономика. Казахстанская экономика имеет ярко выраженную сырьевую направленность. Для снижения доли сырьевого сектора государством предпринимается ряд программ по развитию обрабатывающих отраслей экономики. Перед легкой промышленностью Казахстана стоит задача повышения экспортоориентированности и продвижения на экспорт товаров отрасли с высокой добавленной стоимостью. Для достижения этих целей необходимо предпринять меры по усилению узнаваемости продукции, развитию национальных брендов, мер по стандартизации продукции и более тесной интеграции с субъектами легкой промышленности стран-членов Таможенного союза для создания производств полного цикла на рынке ЕЭП.

Социальное развитие. Легкая промышленность является социально-ориентированной отраслью, так как более 95% предприятий отрасли представлены субъектами малого бизнеса. Кроме того, основная доля работающих на этих предприятия – женщины. Средний уровень заработной платы в отрасли является одним из самых низких в экономике страны и не способствует привлечению в отрасль высококвалифицированных специалистов. Вынужденное закрытие или перенос производства и последующее за ним сокращение численности работающих может оказаться болезненным для моногородов, ориентированных на производство продукции легкой промышленности. Для положительного развития отрасли необходимо осуществлять меры поддержки отрасли в рамках региональных программ развития, таких как «Развитие моногородов», «Дорожная карта бизнеса-2020» и другие.

Технологии. Предприятия легкой промышленности Казахстана нуждаются в кардинальной технической и технологической модернизации производств, так как имеющиеся оборудование и технологии не обеспечивают необходимой производительности труда. Изготовленный на устаревшем оборудовании товар не отвечает современным требованиям и имеет низкие качественные характеристики. Для обновления парка производственных мощностей следует использовать механизм предоставления производственного оборудования в качестве предмета лизинга субъектам МСБ, осуществляющим деятельность в отрасли легкой промышленности. Также следует работать над расширением инновационного ассортимента, технического, в том числе «умного» текстиля.

Рекомендации по развитию легкой промышленности

Принимая во внимание результаты проведенного анализа, необходимо усилить меры по поддержке отрасли и повышения темпов ее развития:

1. Рассмотреть возможности для дальнейшего облегчения налоговой нагрузки субъектам, осуществляющим свою деятельность в отрасли легкой промышленности;
2. Обеспечить возможность предоставления производственного оборудования в качестве предмета лизинга субъектам МСБ, осуществляющим свою деятельность в легкой промышленности по минимальной ставке (до 0%);
3. Усилить ответственность за незаконный ввоз продукции легкой промышленности на территорию Таможенного союза;
4. Рассмотреть возможность предоставления субсидий из республиканского бюджета субъектам легкой промышленности на возмещение части расходов на энергоресурсы;
5. Рассмотреть возможности казахстанского бюджета в части установления грантов начинающим малым предприятиям на частичное

возмещение расходов, связанных с началом предпринимательской деятельности в сфере производства продукции легкой промышленности;

6. Для обеспечения деятельности по продвижению национальных брендов продукции легкой промышленности и повышения ее узнаваемости осуществлять информационную поддержку отрасли в СМИ путем подготовки и выпуска цикла телевизионных программ об отечественных производителях товаров легкой промышленности.

При разработке стратегии бизнеса и на этапе принятия управленческих решений менеджмента организации, применим универсальный аналитический инструмент SWOT-анализ, используемый как первичный стратегический прием. Он дает понятие об объекте, которым является производитель, ориентированный на потребителя, с целью завоевания устойчивых позиций на внутреннем рынке и продвижению на внешний рынок. Анализ дает представление о структуре маркетинга, ориентирует на принятие правильных управленческих решений о разработке и внедрении товара с характеристиками бренда на уровне потребительского восприятия, чтобы занять лидерские позиции в конкурентной борьбе, увеличить спрос на товар и повлиять на длительность его жизненного цикла.

SWOT-анализ рынка производства готовых текстильных изделий

Сильные стороны	Слабые стороны
<ol style="list-style-type: none"> 1. Рост конкуренции производителей повышает качество выпускаемой продукции 2. Высокий уровень востребованности текстильных изделий на внутреннем рынке страны 3. Расширение рынка сбыта в рамках Евразийского экономического союза 4. Возможность продвижения товара по собственным каналам реализации 5. Ориентация на потребителей с устойчивыми постоянными доходами 6. Подготовка грамотного отраслевого менеджмента 7. Знание рынка сырья и рынка товаров 8. Рынок является открытым для потенциальных инвесторов и частных источников финансирования. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Износ основных фондов, необходимость модернизации предприятий данной отрасли Низкий уровень технической оснащенности предприятий 2. Низкая производительность труда, отстальные от мировых аналогов технологии 3. Отсутствие стандартов качества 4. Слабый ассортимент отечественной продукции, не позволяющий конкурировать на рынке текстильных изделий 5. Плохой маркетинг продвижения товаров на внутренний рынок страны 6. Проблема текучести кадров и отсутствия высококвалифицированных специалистов 7. Низкий уровень заработной платы специалистов, занятых в отрасли

	<ul style="list-style-type: none"> 8. Отсутствие престижа отрасли 9. Недостаточность собственного сырья, его высокая стоимость 10. Высокая доля импортных товаров на рынке 11. Высокие таможенные пошлины на сырье, отсутствие льготного финансирования, высокие кредитные ставки
Возможности	Риски
<ul style="list-style-type: none"> 1. Постоянный спрос на данный вид продукции 2. Достаточно большой внутренний рынок 3. Грамотность менеджмента в области международных торговых отношений 4. Разработка собственной корпоративной политики 5. Наличие эффективных механизмов государственной поддержки отрасли 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Появление на рынке новых иностранных производителей с более дешевой продукцией 2. Высокий уровень арендной платы помещений и оборудования 3. Высокий уровень предпринимательских рисков 4. Низкая инвестиционная привлекательность рынка 5. Низкая предпринимательская активность

Основные выводы и рекомендации

В данном отчете проведен сравнительный анализ конкурентных возможностей легкой промышленности на трех уровнях: Казахстана, Единого экономического пространства (ЕЭП) и на глобальном уровне. Анализ проведен на основе модели «Пяти сил Портера», рассмотрена структура сегментов легкой промышленности относительно сил «горизонтальной» конкуренции: угроза появления продуктов-заменителей, угроза появления

новых игроков, уровень конкурентной борьбы; а также относительно сил «вертикальной» конкуренции: влияние поставщиков и влияние потребителей.

Проведенный анализ показал низкую конкурентоспособность легкой промышленности на рынке ЕЭП и на мировом рынке. Вместе с тем исследование показало, что легкая промышленность в настоящее время находится в начале «кривой жизненного цикла» и проходит стадию зарождения отрасли в новых условиях хозяйствования.

В современном мировом текстильном производстве в настоящее время наблюдается перемещение основных производительных сил в регионы мира с минимальными издержками производства: минимальными транспортными издержками ввиду близости рынков сырья и потребления, а также дешевой рабочей силой. Основными игроками на рынке одежды, обуви и других текстильных изделий в последнее время становятся страны развивающегося мира, такие как Китай, Турция, Индия, Бангладеш, Бразилия и другие.

На рынках стран ЕЭП предприятия легкой промышленности испытывают одинаковые трудности, связанные с острой необходимостью технической и технологической модернизации, повышения производительности труда. Сегменты легкой промышленности очень чувствительные к потребностям рынка, к модным тенденциям. Поэтому применяемые технологии должны быть максимально гибкими, способными оперативно реагировать на изменения потребительского спроса. Для преодоления имеющихся проблем предприятия легкой промышленности Казахстана, равно как и России и Беларуси, нуждаются в значительной поддержке не только со стороны своих государств, но и в формировании единых правил производства и распределения продукции на территории ЕЭП.

Основным фактором, влияющим на конкурентоспособность легкой промышленности, является цена продукции. Поэтому государственная поддержка, в первую очередь, должна быть направлена на снижение издержек, влияющих на цену товара. Во-вторых, должна оказываться помощь в достижении высокого качества продукции путем внедрения мировых стандартов производства. В-третьих, содействие государства требуется для создания и развития каналов распределения и сбыта выпускаемой продукции, созданию и развитию национальных брендов, повышению узнаваемости продукции.

Проведенный анализ показал, что легкая промышленность Казахстана имеет огромный потенциал для своего развития: наличие первичного сырья, источников финансирования, научного потенциала, необходимая государственная поддержка со стороны государственных институтов развития. Важной задачей является достижение разумного баланса интересов

всех участников процесса и создание эффективной модели развития легкой промышленности.

Исполнитель

Абишев У.С.

ОТЧЕТ
по результатам маркетингового исследования
ПРОИЗВОДСТВО ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИХ ПРЕПАРАТОВ И
МЕДИЦИНСКИХ МАТЕРИАЛОВ

Подготовлен в рамках проведения маркетинговых исследований в приоритетных секторах Государственной программы поддержки и развития бизнеса «Дорожная карта бизнеса – 2025»

Отрасль: Производство фармацевтических препаратов и медицинских материалов (код ОКЭД – 21.20)

Заказчик: Национальная палата предпринимателей «Атамекен»

Исполнитель: Абишев У.С.

Нур-Султан
2020

СОДЕРЖАНИЕ

СОДЕРЖАНИЕ	2
1 Цели и задачи исследования	3
2. Методология исследования	3
3 Описание отраслей, существующие проблемы и тенденции	4
3.1 Оказываемая поддержка отрасли	6
3.2 Перспективы отрасли в рамках реализации проектов	18
3.3 Определение возможности и целесообразности реализации проекта	27
3.4 Внутреннее производство	52
3.5 Производственные мощности	56
3.6 Внешняя торговля	58
3.7 Размер рынка	59
3.8 Обзор цен	79
3.9 Потребительское поведение	84
3.10 Описание сложившейся конъюнктуры рынка по продукту/услуге проекта;	87
3.11 Анализ существующей и прогнозируемой конъюнктуры спроса на образующуюся в результате реализации проекта продукцию (товары/услуги) - проблемы, решения, статус реализуемых проектов ...	90
3.12 Описание уже реализованных проектов	105
3.13 SWOT- анализ	107
4 Основные выводы и рекомендации	114

1 Цели и задачи исследования

Маркетинговые исследования в рамках Программы «Дорожная карта бизнеса 2025» проводится с целью предоставления объективной информации для субъектов малого и среднего предпринимательства и занятому населению по отраслям, в которых они планируют/осуществляют свою деятельность с учетом региональных особенностей. В рамках программы выполняются сбор и систематизация информации по приоритетным секторам экономики, подготовка аналитических маркетинговых отчетов и предоставление результатов исследований заинтересованным лицам.

Основными направлениями данного исследования являются:

- Краткое описание отрасли, ее проблем и тенденций;
- Оказываемая поддержка отрасли;
- Перспективы отрасли в рамках реализации проектов;
- Обзор цен;
- Потребительское поведение

2. Методология исследования

В качестве источников вторичной информации были использованы экспертные и аналитические публикации, и иные открытые источники информации. По специальным запросам были получены опросные региональные данные:

- публикации Комитета по статистике РК;
- региональные опросные данные
- информационные, аналитические и экспертные материалы, помещенные в специализированных изданиях, СМИ и Интернете;
- официальные пресс-релизы и аналитические материалы отраслевых ассоциаций, торгово-промышленных палат, и т.д.;
- другие источники

В отчетах маркетингового исследования используются следующие основные понятия:

- 1) вид продукции - наименование продукции;
- 2) стоимость реализуемой продукции - тарификация предоставляемого товара/услуги в тенге;
- 3) предварительная договоренность по продаже продукции - соглашение, достигнутое путем переговоров по продаже продукции;
- 4) технические требования к продукции – установленные требования покупателя, которые должны быть выполнены при производстве, поставке и приемке продукции;
- 5) потенциальные потребители - люди, которые могут быть регулярно заинтересованы в покупке продукции или услуги;

6) среднемесячный доход - результат производственно-хозяйственной деятельности экономического субъекта, в денежном эквиваленте за месяц.

7) годовая норма потребления – приобретение определенной продукции в год, на душу населения;

8) покупательская способность – показатель, определяющий финансовую возможность приобретения продукции;

9) вид сырья – наименование материала/продукции, используемый для производства продукции;

10) локация точки предоставления услуг – данные о местоположении, предоставляемых услуг с указанием населенного пункта, адреса, торговой точки.

10) потенциальные конкуренты – производители или услугодатели, предоставляющие идентичный вид продукции/услуги в том же ценовом диапазоне;

11) конкурентное преимущество – наличие уникальных характеристик продукции/услуги, отличающихся от аналогичных производителей/услугодателей.

3 Описание отраслей, существующие проблемы и тенденции

Развитие фармацевтической отрасли – одна из важнейших составляющих программы форсированной индустриализации Казахстана.

Развитие собственного фармацевтического производственного сектора — сложный, трудоемкий, дорогостоящий и в то же время необходимый для обеспечения здоровья и благополучия казахстанцев процесс. Чтобы достичь оптимального уровня отечественного обеспечения лекарствами, отечественные производители должны нарастить производственные мощности и заручиться поддержкой и доверием населения. Сегодня многие фармпредприятия не имеют достаточных средств для инвестиций в производство и подобный маркетинг, поэтому не выдерживают конкуренции с крупными зарубежными фирмами. Государственная поддержка и широкое внедрение стандартов GMP должно обеспечить нормальную работу отечественных фармпредприятий, а в конечном итоге обеспечить население Казахстана безопасной, качественной и доступной лекарственной продукцией.

Фармацевтический рынок представляет собой важный сектор экономики любой страны и является критерием ее экономического и социального развития, уровня благосостояния населения. Развитую фармацевтическую промышленность страны считают показателем высокой инновационности ее экономики. В современных условиях фармацевтика стала наиболее прибыльной индустрией, что привлекает инвесторов.

Целью системного анализа фармацевтической отрасли является определение конкурентоспособности Казахстана в данной отрасли промышленности в региональном и глобальном масштабах.

Задачей проведения системного анализа фармацевтической отрасли является выявление системных проблем фармацевтической отрасли в разрезе

крупных предприятий и/или сегментов, с проведением анализа конкурентоспособности отраслей на трех уровнях:

- Казахстан;
- Единое экономическое пространство;
- Глобальный.

Предприятия фармацевтической отрасли, работающие под кодом ОКЭД в соответствии с бизнес-реестром КС МНЭ РК

Согласно Государственному Классификатору видов экономической деятельности (далее – ОКЭД) фармацевтическая промышленность представлена производством основных фармацевтических продуктов (код ОКЭД 21).

По данным КС МНЭ РК производством фармацевтических продуктов занимаются 331 предприятия, из них 86 предприятий, занимающихся производством основных фармацевтических продуктов и 245 предприятий, производящих фармацевтические препараты.

Также зарегистрировано 11 предприятий, занятых производством облучающего, электромедицинского и электротерапевтического оборудования (код ОКЭД 26.20.0) и 29 предприятий производителей медицинских инструментов, аппаратов и оборудования (код ОКЭД 32.50.2).

Крупные предприятия в фармацевтической отрасли по подклассам видов деятельности, в соответствии с бизнес-реестром КС МНЭ РК

№	Наименование предприятия	ОКЭД	Местонахождение	Вид деятельности
1	АО «ХИМФАРМ»	21.20.1	г. Шымкент	Производство фармацевтических препаратов,
2	ТОО «ФАРМАЦЕВТИЧЕСКАЯ КОМПАНИЯ «РОМАТ»	32.50.2	г. Павлодар	Производство медицинских инструментов, аппаратов и оборудования
3	АО «НОБЕЛ АЛМАТИНСКАЯ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКАЯ ФАБРИКА»	21.20.1	г. Алматы	Производство фармацевтических препаратов
4	ТОО «СП ГлобалФарм»	21.20.1	г. Алматы	Производство фармацевтических препаратов
5	АО «АКТЮБРЕНТГЕН»	26.60.0	г. Актобе	Производство облучающего, электромедицинского и электротерапевтического оборудования

Источник: КС МНЭ РК

При этом на долю 7 ведущих производителей приходится около 80% всех выпускаемых в Казахстане лекарств (в денежном выражении).

Ведущие отечественные производители фармацевтической продукции:

№	Наименование предприятия	Доля в отечественном производстве, %
1	АО «Химфарм»	46,9
2	ТОО «СП Глобал Фарма»	7
3	ТОО «Кефар Кенес Фарма»	6,3
4	АО «Нобел Алматинская фармацевтическая фабрика»	6
5	ТОО «ЗЕРДЕ-ФИТО»	5,5
6	Фирма «Кызылмай»	3,7
7	АО «Фармация»	2,7

Источник КС МНЭ РК

3.1 Оказываемая поддержка отрасли

Государственная политика

Существующая государственная политика и меры государственной поддержки фармацевтической отрасли в странах ЕЭП приведены в таблице.

Государственная политика

№	Страны	Государственная политика в сфере фармацевтики стран ЕЭП
Регуляторы фармрынков		
1	Казахстан	- Кодекс РК «О здоровье народа и системе здравоохранения», - Государственная программа развития здравоохранения «Саламатты Казахстан» на 2011-2015 гг.
2	Россия	- Федеральный Закон «Об обращении ЛС», - Федеральный Закон «Об основах охраны здоровья граждан», - Фарма – 2020
3	Беларусь	- Закон «О лекарственных средствах», - Закон «О государственных социальных льготах, правах и гарантиях для отдельных категорий граждан», - Указ Президента РБ «Об утверждении приоритетных направлений научно-технической деятельности в РБ на 2011-2015 гг.»,

Источник: ЦМИ «Фармэксперт»

Благодаря проводимой государственной политике, странами ЕЭП в фармацевтической отрасли достигнуты следующие результаты.

В Республике Казахстан Программой по развитию фармацевтической промышленности в Республике Казахстан на 2010 – 2014 г.г., утвержденной постановлением Правительства Республики Казахстан от 4 августа 2010 г. № 791 были определены следующие основные направления работы по развитию фармацевтической промышленности Казахстана:

Направление 1. Обеспечение стабильного рынка сбыта продукции фармацевтической промышленности.

Государственный закуп лекарственных средств и изделий медицинского назначения у отечественных производителей сроком до 7 лет через Единого дистрибьютора в соответствии со стандартами GMP (мероприятие 1.1).

По данному направлению ТОО «СК-Фармация» заключило 15 долгосрочных договоров с 14 отечественными производителями по поставке 789 наименований лекарственных средств (538) и изделий медицинского назначения (251). Количество наименований по заключенным долгосрочным договорам возросло с 184 наименований в 2009 году до 789 в 2012 г.

С момента создания единой системы дистрибуции доля отечественных производителей увеличилась в 2012 году до 69% в натуральном выражении, а коммерческий сектор занял 31% от общего рынка.

• Первый долгосрочный договор был заключен с АО «Химфарм» в 2009 году;

• В 2017 году было заключено 10 долгосрочных договоров;

• 2018 – 3 долгосрочных договора;

• В первом полугодии 2012 года заключено 2 долгосрочных договора.

Организация государственного закупа медицинской техники у отечественных производителей (мероприятие 1.2).

ТОО «СК-Фармация» осуществлен закуп медицинской техники у отечественных производителей на общую сумму 2 448,8 млн. тенге, в том числе с АО «Актюбрентген», включенный в Карту индустриализации.

Направление 2. Обеспечение отрасли квалифицированными кадрами.

Внедрение на фармацевтические предприятия стандартов GMP (мероприятие 1.3).

В 2018 году из 14 фармацевтических предприятий два получили сертификаты GMP АО «Нобел АФФ» и АО «Санто» (Химфарм).

К концу 2014 года ожидается переход на стандарты GMP остальных предприятий.

Общее количество предприятий, сертифицировавших системы менеджмента в 2018 году - 5, из них 1 экспортоориентированно (АО «Химфарм»).

Обучение специалистов на предприятиях:

Обучение специалистов фармацевтических предприятий и заведующих производством по стандарту GMP» (мероприятия 1.4 и 1.5.).

В мае и октябре 2011 года проведены семинары - тренинги на базе АО «Химфарм» на тему: «Система Управления качеством и функции службы качества фармацевтической компании. Тренинг «Новые составляющие и тенденции актуализированных правил GMP» проводила компания ООО «Стандарты технологии развитие» (Украина, Киев), итого 58 специалистов АО «Химфарм» получили сертификаты GMP.

Также, проведены семинары - тренинги на базе РГП «Национальный центр экспертизы лекарственных средств, ИМН и медицинской техники» на тему: «GMP - ключевые требования и практика их реализации на фармацевтическом предприятии», итого 14 специалистов получили сертификаты GMP компании Досфарм, Нобел АФФ, Медсервис, Леовит, Эйкос-Фарм, Медоптик, Султан, ФитОлеум, Глобал Фарм.

На сегодняшний день по стандарту GMP прошли обучения 72 специалиста. Инициаторами проведения данных мероприятий являются предприятия. Со стороны Министерства индустрии и новых технологий предложений по исполнению данных мероприятий не поступало.

Направление 3. Совершенствование нормативно-правовой базы.

Снятие административных барьеров:

Пересмотр приоритетов лекарственных формуляров медицинских организаций в рамках гарантированного объема бесплатной медицинской помощи: вместо дорогостоящего лечения узких групп пациентов, переход к всеобщему и рациональному лекарственному обеспечению путем снижения закупа лекарственных средств с отсутствием данных доказательной медицины, а также внедрение системы аналоговой (групповой) замены препаратов и переход на отечественные дженерики (мероприятие 1.6.).

Приказом Министра здравоохранения Республики Казахстан от 9.09.2011г. № 593 утвержден Республиканский лекарственный формуляр на 2012 год.

Во всех медицинских организациях созданы формулярные комиссии, которые разрабатывают перечень лекарственных средств, необходимых для оказания гарантированного объема бесплатной медицинской помощи с учетом профиля организации здравоохранения, наличие которых обязательно в достаточных количествах.

Предоставление отечественным производителям преференции в форме проведения ускоренной процедуры государственной регистрации дженериковых лекарственных препаратов, изделий медицинского назначения и медицинской техники по решению уполномоченного органа для сокращения

сроков регистрации дженериковых препаратов отечественных производителей (мероприятие 1.7)

Для отечественных производителей предусмотрены преференции, в части освобождения от государственной регистрации лекарственных субстанций, произведенных в условиях Надлежащей производственной практики. Данная норма утверждена приказом Министра здравоохранения Республики Казахстан от 18 ноября 2009 года № 735 «Об утверждении Правил государственной регистрации, перерегистрации и внесения изменений в регистрационное досье лекарственного средства, изделий медицинского назначения и медицинской техники».

Кроме того, этим же приказом определен порядок ускоренной процедуры государственной регистрации, перерегистрации лекарственных средств.

Создание привлекательных условий для прямых инвестиций:

Разработка концепции законопроекта о внесении изменений и дополнений в налоговое законодательство в части увеличения коэффициента вычета из налогооблагаемой базы по корпоративному подоходному налогу на 150% на расходы, понесенные предприятием-производителем лекарственных средств по внедрению международного стандарта GMP (мероприятие 1.8).

Отработан расчет на внедрение стандарта GMP на основе предприятий «Нобел АФФ». Внедрение стандарта GMP требует значительных финансовых затрат в связи с перестройкой всего предприятия, его модернизацией, переобучением имеющегося персонала или со строительством вновь возводимых объектов, начиная с этапа проектирования, строительства, оснащения оборудованием и выпуска готовой продукции.

Например, при внедрении стандарта GMP в период с 2016 по 2018 год финансовые капиталовложения АО «Нобел» составили 589,0 млн. тенге (кадровые ресурсы и внешний аудит 1,320 млн. тенге; ремонт и реконструкция производственных мощностей 354,9 млн. тенге; приобретение производственного, инженерного и лабораторного оборудования 232,7 млн. тенге).

Направление 4. Торговая политика

В рамках Таможенного союза:

Гармонизация законодательной базы по аналогии с Европейским Союзом для лекарственных средств, изделий медицинского назначения и медицинского оборудования, производимых в Республике Казахстан, и по ввозу комплектующих деталей для производителей медицинского оборудования, субстанций, а также других вспомогательных веществ для производства лекарственных средств (мероприятие 1.9).

Решением Комиссии Таможенного союза от 18 июня 2010 года № 298, утвержден План мероприятий по взаимному признанию регистрационных удостоверений на лекарственные средства (далее – План), направленный на улучшение взаимного доступа лекарственных средств. Из 21 мероприятия Плана реализовано – 11 мероприятий.

Реализация Плана мероприятий по взаимному признанию регистрационных удостоверений на лекарственные средства направлена на улучшение взаимного доступа лекарственных средств, произведенных фармацевтическими производителями государств-членов Таможенного союза в условиях надлежащей производственной практики (GMP), а также стимулирование развития фармацевтических отраслей государств-членов Таможенного союза.

Обеспечение взаимного признания регистрационных удостоверений отечественных производителей лекарственных средств, соответствующих GMP (мероприятие 1.10.).

Направление 5. Проектные меры реализации Программы

Реализация инвестиционных проектов

В 2017 году реализовано 6 инвестиционных проектов на общую сумму – 2 870 млн. тенге. В результате реализации проектов организовано в период строительства проектов – 326 рабочих мест и в период эксплуатации проекта – 679 рабочих мест.

Инвестиционные проекты фармацевтической промышленности, реализованные за 2011 г.

№ п / п	Наименование проекта	Заявитель проекта	Инвестиции, млн. тенге	Годовая проектная мощность производства в натуральном выражении	Занятость (человек)	
					в период строит-ва проекта	в период эксплуатации и проекта
1	Завод по производству лекарственных средств	ТОО «Велес Актобе ЛТД»	300	1,5 млн. упаковок № 20 в виде таблеток и капсул/год	60	40
2	Организация производства одноразовой продукции для медицинских учреждений	ТОО «Медиц-ая фирма «Мерей»»	58	24 710 400 штук/год	Нет данных	20
3	Расширение завода по производству одноразовых шприцов	ТОО «Брандо»	320	10 500 млн. штук шприцов	150	320
4	Завод по производству систем для вливания инфузионных растворов и одноразовых перчаток	ТОО «Брандо»	1 450	200 млн. штук-перчатки, 30 млн. штук - системы	60	200

5	Организация производства изделий медицинского назначения одноразового использования	ТОО «Super Pharm»	520	15 млн. штук в год	40	50
6	Организация производство изделий медицинского назначения	ТОО «Алмерек»	222	6-8 млн. штук в год	16	49
Итого			2870		326	679

Источник: Комитет по инвестициям МИД РК

По данным Комитета по инвестициям МИД РК до конца 2017 года введено в эксплуатацию 6 инвестиционных проектов, на общую сумму инвестиций 3 511 млн. тенге, с предоставлением 266 рабочих мест в период строительства проектов и 764 рабочих мест в период эксплуатации проектов.

Инвестиционные проекты фармацевтической промышленности, с вводом в эксплуатацию до конца 2017 г.

№ п/п	Наименование проекта	Заявитель проекта	Инвестиции, млн. тенге	Мощность производства в натуральном выражении
1	Фармацевтическое производство лекарственных средств в г. Актобе	ТОО "ТК Фарм Актобе"	140	12 млн. флаконов в год
2	Строительство фармацевтического завода	ТОО "Султан"	160	45 243 357 шт.
3	Фармацевтический комплекс по выпуску жидких лекарственных форм и изделий медицинского назначения	ТОО "Медикал Фарм "Ча-Кур"	1668	инфузионные лекарственные средства объемом 5-500 мл. -25 млн. шт.
4	Строительства завода по выпуску изделий медицинского назначения	ТОО "ЭКО-ФАРМ ИНТЕРНЕЙШНЛ"	1130	одна разовая система для переливания инфузионных растворов-20.0млн штук, одна разовая система для переливания крови -5.0 млн. штук, зеркало по Куско-0.1 млн. штук, катетер Фолея -0.1 млн.

				штук, мочеприемник - 0.05 млн. штук, шпатель терапевтический для языка - 5.0 млн. штук, ложка Фолькмана - 0.1 млн. штук
5	Расширение действующего производства с увеличением ассортимента в соответствии с международным стандартом ИСО 13485-2003	ТОО "Мерусар и К"	38	7 381 165 шт.
6	Цех по производству твердых лекарственных форм	ТОО "ВИВА ФАРМ"	375	20 млн. таблеток и капсул
Итого			3 511	

Источник: Комитет по инвестициям МИД РК

До конца 2020-2021 гг. предусмотрено ввести в эксплуатацию 12 инвестиционных проектов в фармотрасли, на общую сумму инвестиций 31 755 млн. тенге.

Так, с 2015 года по настоящее время одобрено к субсидированию 11 СЧП фармацевтической отрасли по двум направлениям, на общую сумму кредитного портфеля 3 972,4 млн. тенге, из них:

- по первому направлению «Поддержка новых бизнес-инициатив» к субсидированию одобрено 9 проектов на общую сумму 865,1 млн. тенге;
- по второму направлению «Оздоровление предпринимательского сектора» к субсидированию одобрены два проекта на общую сумму 3 107,3 млн. тенге.

Также, в рамках Программы обусловленного размещения средств в банках второго уровня (БВУ) и иных финансовых организациях – финансирование проектов СЧП с использованием организационно-технических возможностей БВУ и иных финансовых организаций на условиях срочности, платности, возвратности и обеспеченности, с 2016 года профинансировано 7 проектов фармацевтической промышленности на общую сумму 797,4 млн. тенге.

В России, общее количество компаний-участников инвесторов фармкластеров достигло 73 предприятия, из них 62 – российских и 11 зарубежных (Беларусь, Дания, Великобритания, Германия, Сербия, Швейцария, Израиль, Италия, Норвегия).

В ближайшие годы запланировано открытие фармпроизводств на территории РФ следующими зарубежными компаниями:

1. Berlin-Chemie AG
2. Nycomed/Taceda
3. Novo Nordisk
4. Schott AG
5. Novartis
6. Naprod Life Sciences
7. Solagran Son/Solagran
8. AstraZeneka
9. Teva
10. Fresenius SE.

Меры государственной поддержки

В рамках реализации стратегии развития фармацевтической промышленности «Фарма–2020», в 2016 году началась работа по формированию кластеров в фармацевтической промышленности в РФ.

Целью стратегии «Фарма-2020» является переход на инновационную модель развития фармацевтической промышленности РФ. Данная стратегия предусматривает реализацию трех основных этапов:

- I этап — «Локализация производства и разработка лекарственных средств на территории РФ» до 2012 года.
- II этап — «Развитие фармацевтической отрасли на рынке РФ» с 2012 до 2017 гг.
- III этап — «Развитие фармацевтической отрасли на внешних рынках» с 2017 до 2020 гг.

Первый этап, а именно разработка новых лекарств на 75%, финансируется за счет бюджетных средств. Государственное финансирование на втором этапе будет полностью замещено внебюджетными источниками со стороны фарминдустрии и венчурных фондов на этапе коммерциализации ранее разработанной интеллектуальной собственности.

При этом, дальнейшее финансирование новых разработок в отрасли будет осуществляться уже за счет внебюджетных источников, так как значительный объем инновационных препаратов в портфелях отечественных производителей позволит им выделять до 15% своего годового оборота на новые разработки, как это принято в развитых странах.

В Беларуси в рамках государственной программы по развитию фармацевтической промышленности 2015-2020 гг. планируется увеличение доли локальной продукции на внутреннем рынке до 50% в стоимостном выражении. Также планируется организовать отечественное производство 65% лекарственных средств из перечня основных к 2020 году.

Одним из направлений является реконструкция действующих предприятий и создание новых производств, при участии иностранных и

национальных инвесторов. Кроме того, в рамках данной программы планируется изменение структуры ассортимента выпускаемых лекарственных средств: увеличение количества высокоэффективных препаратов с высокой добавленной стоимостью. Создание отраслевого научно-производственного центра, который будет координировать все научные разработки в отрасли. Помимо этого, предполагается совершенствование системы продаж и диверсификация экспорта, и создание единого торгово-логистического центра.

Государственная поддержка белорусских фармпроизводителей, предусмотренная указом Президента №174 «О некоторых мерах по развитию фармацевтической промышленности», повысит экспортный потенциал отрасли, а также позволит увеличить количество готовых лекарственных средств на белорусском рынке.

Указ предоставляет занятым модернизацией фармпроизводителям ряд преференций. Например, возможность получать под гарантию правительства кредиты с трехгодичной отсрочкой платежа. При этом часть процентов за пользование кредитами будут возмещать из республиканского бюджета.

Фармпредприятие может рассчитывать также на финансовую помощь государства при регистрации своих препаратов за рубежом, покупке лицензий и сырья, необходимого для производства этой продукции. Кроме того, до 1 января 2018 года фармацевтические предприятия, которые будут ввозить необходимые для инвестпроекта оборудование, комплектующие и запасные части к нему, освободят от уплаты ввозных таможенных пошлин и налога на добавленную стоимость.

Мерой государственной поддержки является предоставление в 2015–2018 годах фармацевтическим организациям финансовой помощи из республиканского бюджета.

Следует отметить, что с 1 января 2017 года Беларусь, Россия и Казахстан взаимно признают регистрацию лекарств. То есть препарат, зарегистрированный на территории одной из трех стран, автоматически признается на всем Едином экономическом пространстве. «Если иностранный инвестор откроет в Беларуси свое предприятие или создаст СП, то, как резидент страны он сможет воспользоваться этой преференцией и также увеличить свой экспортный потенциал.

Мировой рынок

Развитые страны, обладающие мощной фармацевтической промышленностью, не осуществляют прямую государственную поддержку отрасли, но зато активно стимулируют развитие новых направлений исследований: биотехнологию, генную инженерию и др. В США, например, государственная поддержка отрасли осуществляется преимущественно на региональном уровне через стимулирование естественных наук,

биотехнологий и инноваций. Так, штат Техас выделил в середине 2000-х годов почти 1 млрд. долл. на расширение существующих и создание новых научно-исследовательских лабораторий в области биотехнологий. В штате Нью-Йорк с помощью специальных центров государственной поддержки науки, технологий и инноваций (NYSTAR) финансируется более 20 образовательных учреждений, работающих на нужды фармацевтической промышленности.

Каждый штат использует те или иные традиционные методы налоговой поддержки: налоговые вычеты, налоговые каникулы, снижение налоговой базы и т.д. Применяются также специальные скидки на лекарства и регулирование импорта. Для поддержки НИОКР, например, используются государственно-частные инвестиционные фонды – например, Институт бионауки в штате Северная Каролина, представляющий собой венчурный фонд, использующий государственные средства и средства частных инвесторов для финансирования научных и исследовательских организаций. Пенсионный фонд штата Калифорния ежегодно выделяет 500 млн. долл. на программу развития биотехнологических НИОКР. В каждом штате созданы банки данных, предоставляющие информационную поддержку и консультационные услуги организациям, занимающимся НИОКР, а также предприятиям малого и среднего бизнеса.

Развивающиеся страны со своей стороны проводят полномасштабную поддержку фармацевтики по всем направлениям: доступ к финансированию, инвестиции в производство, кадровое обеспечение, инфраструктура, инвестиции в исследования и разработки.

Активная государственная поддержка фармацевтической промышленности позволила ряду развивающихся стран, прежде всего Индии и Китаю, не только защитить внутренние рынки, но и успешно осуществить выход на внешние. Удельный вес собственных производителей на фармацевтическом рынке Китая составляет 70%, Индии – 80%. Государство активно способствовало возрастанию роли этих стран и на мировом рынке. Так, доля индийских и китайских компаний на глобальном фармацевтическом рынке выросла с 2007 по 2019 год с 6,5 до 9,4%.

Активная государственная поддержка позволила индийским фармацевтическим компаниям защитить внутренний рынок и существенно увеличить объемы экспорта. В настоящее время на собственных производителей в Индии приходится 80% рынка фармацевтических препаратов по сравнению с 30% в 2007 году. Объемы экспорта возросли с 0,7 млрд. долл. в 2018 году до 3 млрд. долл. в 2019 году. Сегодня индийская фармацевтическая промышленность состоит из 20 тыс. компаний и обеспечивает рабочими местами 500 тыс. чел. В последние годы темпы ее роста (17%) были в два раза выше, чем мирового рынка (9%). Активная государственная поддержка позволяет экспертам ожидать, что доля индийских производителей на мировом рынке лекарств возрастет к 2023 году до 2,2% по сравнению с 1,6% в 2018 году.

В Китае государственное стимулирование фармацевтической промышленности развивалось в русле поддержки конкурентоспособности китайских производителей при либерализации внутреннего рынка и выхода на глобальные рынки. До 1980 года индустрия фармацевтики находилась полностью под контролем государства. В 1980 – 1990-х годах в связи с переводом экономики на рыночную основу были приняты законы, регулирующие производство лекарств и их качество. Было введено патентирование продукции и образовано специальное государственное агентство State Drug Administration (позднее преобразованное в State Food and Drug Administration) для централизованного регулирования производства, торговли, регистрации, сертификации и контроля качества лекарств. В 2000-х годах, в связи со вступлением Китая в ВТО, усилилось законодательство в сфере интеллектуальной собственности, произошла либерализация системы дистрибуции. Была введена единая система качества. В 2015 году была принята Программа инновационного развития фармацевтики с беспрецедентными инвестициями и задачами перехода индустрии от копирования западных препаратов к созданию собственных инновационных лекарств и развитию НИОКР.

В сфере кадрового обеспечения акцент делался на развитие и поддержку образовательных программ подготовки исследователей и менеджеров для фармацевтической промышленности, включая гранты и содействие развитию «фармацевтических школ», число которых увеличилось с 5 в 1952 году до 240 к 2017 году. В области стимулирования производства практиковалось предоставление грантов и льготных кредитов на расширение производства, финансирование оборотного капитала. Была внедрена более жесткая система контроля качества и снижены налоги для продвижения китайской продукции на экспорт. Государство также содействует регистрации китайских лекарственных препаратов в других странах.

Государственная поддержка НИОКР осуществляется путем содействия импорту технологий, льготного кредитования частных компаний, ведущих научные исследования, а также предоставления налоговых льгот для иностранных фармацевтических компаний, создающих совместные предприятия с китайскими компаниями и открывающих в Китае собственные исследовательские центры. Инфраструктурная поддержка включает в себя развитие системы фармацевтических кластеров и исследовательских парков.

Государственная поддержка фармацевтической промышленности позволила китайским компаниям наращивать объемы продаж темпами, опережающими рост мирового рынка (ежегодный прирост составил 20%), и увеличить свою долю в мировом лекарственном обороте за десять лет почти в два раза (с 5% в 1998 году до 8,5% в 2008 году).

В Великобритании, согласно действующей стратегии науки, также большое внимание уделяется развитию НИОКР в фармотрасли.

Так в декабре 2018 г. правительство Великобритании опубликовало два тесно взаимосвязанных документа стратегии «Strategy for UK Life Sciences» и «Innovation Health and Wealth».

Одной из основных целей «Strategy for UK Life Sciences» является стимулирование НИОКР и повышение конкурентоспособности медицинской отрасли Великобритании. Основные мероприятия в рамках стратегии:

- вынесение на обсуждение Агентством по регулированию лекарственных средств Великобритании (Medicines and Healthcare products Regulatory Agency) проекта «Early Access Scheme» предусматривающий увеличение скорости и эффективности ввода прорывных инновационных методов лечения;

- проведение работ Агентством по регулированию лекарственных средств Великобритании совместно с заинтересованными лицами по созданию более благоприятного правового климата для внедрения инновационных технологий производства;

- инвестиции в размере 310 млн. фунтов стерлингов для поддержки открытия, разработке и коммерциализации результатов научных исследований:

- 130 млн. фунтов стерлингов в область стратифицированной медицины (изучение симптоматики заболеваний, хронические заболевания);

- 180 млн. фунтов стерлингов на биомедицинских фонда «Catalyst» (международное сотрудничество, НИОКР).

- внесение поправок в регламент Национальной медицинской службы Великобритании (National Health Service) позволяющих компаниям использовать базу данных в рамках утвержденных исследований с учетом прав и конфиденциальности, содержащую анонимную информацию о пациентах.

Основопологающим принципом стратегии «Innovation Health and Wealth» является содействию инновациям. Также большое внимание уделяется государственному – частному партнерству, начиная с сотрудничества в области инновационных методов лечения, заканчивая обменом информации о результатах клинических испытаний.

Как свидетельствует мировой опыт, *развитые страны* широко практикуют кластерные формы организации предприятий в фармацевтической отрасли. Так, в США действует около 9 фармацевтических и биотехнологических кластеров.

В Великобритании создано 3 крупных кластера и 4 находятся в стадии формирования. При этом государством выделено около 3 млрд. \$ для поддержки новых кластерных инициатив.

В Германии создано 4 кластера. Государственная поддержка новых кластерных инициатив составила (в 2001-2005 гг.) около 9 млрд. евро.

Во Франции создано 10 центров биотехнологий (кластеров), а также 8 центров генетических исследований. Государственная поддержка этих инициатив оценивается в размере 500 млн. евро.

Европейское здравоохранение в настоящее время входит в число тех секторов экономики, регулирование которых осуществляется одновременно и на уровне Евросоюза, и на уровне входящих в него государств. К числу крупнейших фармацевтических кластеров Евросоюза относятся Rheinhesen – Pfalz (Майнц, Германия) с численностью персонала 40 тыс. чел.; Lombardia (Милан, Италия) – 33,5 тыс. чел.; Cataluna (Барселона, Испания) – 30,6 тыс. чел.; Dusseldorf (Дюссельдорф, Германия) – 25,2 тыс. чел.; Vlaams Gewest (Антверпен, Бельгия) – 21,9 тыс. чел.

Во Франции сформировано сразу три кластера международного значения, специализирующихся на биотехнологиях и фармацевтике:

«Медицинский регион» Парижа, «Биополюс» Лиона и «Терапевтический кластер» вокруг Страсбурга. В «Большом Париже» в единый кластер объединены Институт Пастера, биотехнологические лаборатории Центра атомной энергии и фирма Evry Grenoble. Этот кластер, специализирующийся на исследованиях инфекций, заболеваний центральной нервной системы и глаз, стал мировым лидером в медицинской информатике, молекулярной и клеточной медицине.

Роль органов власти в Европе и США в поддержке кластеров касается выработки законодательных норм, поддержки развития инфраструктурной сферы, стимулирования участия в кооперации организаций и предприятий малого и среднего бизнеса.

3.2 Перспективы отрасли в рамках реализации проектов

Жизненный цикл отрасли – длительная последовательность определенных стадий развития предприятий отрасли с учетом складывающихся условий формирования спроса на продукцию отрасли и технических/технологических возможностей удовлетворения его, конкуренции участников рынка и складывающихся в результате возможностей роста и получения денежных выгод. Обычно выделяют 4 стадии жизненного цикла отрасли:

- зарождение (stert-up);
- рост и консолидация (consolidation);
- зрелость (maturity);
- упадок (decline).

Этап зарождения – период медленного роста объемов сбыта продукции, поскольку рынок еще малознакомый с новым товаром. Это сложный для фирмы период, поскольку прибыли она еще не получает, ведь нужны большие расходы на формирование спроса на товар и продвижение его на рынке (рекламу, стимулирование сбыта).

Этап выхода лекарственного средства на рынок предусматривает проверку препарата для подтверждения функциональных свойств и оценку его

конкурентоспособности в результате получения большой клинической информации, которая будет поступать от врачей и пациентов и может быть причиной изменения дозирования, врачебной формы препарата или изменения маркетинговой стратегии.

Данный этап нуждается в поиске более самых привлекательных сегментов рынка, исследование его из позиции конкурентной структуры, определение целевых сегментов для позиционирования лекарственного средства, выбор оптимального, адекватного к существующим правилам названия препарата и упаковки, контроля текста внутренней и внешней аннотации относительно применения препарата учитывая его этическую сторону и корректность, а также точной передачи сущности основной выгоды от использования лекарственного средства. Этот этап предусматривает также проверку за указанными позициями рекламной и презентационной сопроводительной информации.

Этап роста — это этап быстрого наращивания объемов сбыта и признания покупателями нового товара. Появляются прибыли, которые в течение этапа растут в результате быстрого оборота капитала и уменьшения расходов на рекламу. В это время на высокоприбыльном рынке появляется больше конкурентов, которые стремятся потеснить позиции производителя данного товара.

Количество потребителей увеличивается, идет проникновение на новые сегменты рынка с модификациями товара, расширяются каналы сбыта.

Важным для расширения рынка является создание новых лекарственных форм препарата.

Этап зрелости. В определенный период темпы роста объемов сбыта замедляются, что свидетельствует о переходе к этапу зрелости. На этом этапе находится большинство товаров на современном рынке. В сбывшие продукции происходит определенная стабилизация. Конкуренция достигает максимуму.

Предприятие на этапе зрелости имеет целью содержание позиций товара на рынке. Расходы на продвижение продукции несколько снижаются, реклама имеет характер напоминания.

Потребителями товара становится массовый рынок, что дает возможность фирме получать максимальные прибыли. Но во второй половине этого этапа происходит насыщение рынка товаром, очерчивается тенденция к уменьшению объемов сбыта. Высокий уровень конкуренции предопределяет снижение цен. Фирмы, что имеют более слабые позиции, выбывают из рынка, и на нем остаются главные конкуренты.

Чтобы дольше удержать товар на этапе зрелости, применяют следующие стратегии:

- модификация рынка, то есть его расширение, выход на новые сегменты; поиск новых способов использования товара.
- модификация препарата в виде новых лекарственных форм, доз, то есть изменение его характеристик, перевод его в группу препаратов,

что разрешены к отпуску без рецепта врача, модернизация, улучшение дизайна упаковки и тому подобное;

- модификация комплекса маркетинга, в частности изменение ценовой политики, каналов распределения, акцентов в рекламной кампании, улучшения сервиса и тому подобное.

Этап спада завершает рыночную жизнь товара, каким бы длительным оно не было. Сбыт и прибыль падают, потребителями товара остаются по большей части консерваторы, которые не любят изменять привычек. Падение объемов сбыта может быть стремительным или медленным, но неизменной остается сущность его этапа: товар морально стареет, появляются новые, совершеннее товары.

На этапе упадка предприятие может использовать разные стратегии:

- прекратить выпуск устаревших лекарственных средств;
- если препарат еще рентабельный, некоторое время «собирать плоды», резко сокращая расходы на его маркетинг (рекламу, сбытовую сеть и тому подобное);
- заключить контракты на его производство с дочерними предприятиями в других странах или регионах.

Помимо перечисленных этапов жизненного цикла, существует этап возрождения. Уценка и другие мероприятия по стимулированию сбыта порой помогают избежать полного падения спроса и даже вывести лекарственное средство на стадию другого насыщения, но уже на ниже уровне, что может продолжаться в течение длительного времени. Такое состояние имеет название *этапа возрождения*.

Этот этап является актуальным также для лекарственных средств, в которых в процессе применения, были выявлены новые свойства и характеристики, что повлекли их применение для терапии более широкого диапазона заболеваний. Жизненный цикл таких препаратов графически отображает кривая с повторным циклом.

Если обратиться к ситуации в фармацевтической промышленности Казахстана, очевидно, что фармацевтическая промышленность, как отрасль, находится в первой фазе своего развития (зарождения) – на рынке формируется спрос на товары. Происходит осознание предпринимателями существования некоторой неудовлетворенной рыночной потребности, появления рынков товаров, новых технологий, ранее не существовавших или не использовавшихся, для удовлетворения определенных потребностей покупателей и бизнес-модели.

Казахстанские компании фармацевтической промышленности не демонстрируют опережающего роста. Для них характерны низкий объем продаж и высокие расходы, незначительная конкуренция.

Удельный вес фармацевтической промышленности Казахстана в общем объеме промышленности находится на уровне 0,2%.

Стимул для развития фармацевтической промышленности дал запуск программы Дорожная карта бизнеса-2025. Более привлекательным и доступным стал кредитный ресурс, что также имеет большое значение для казахстанских компаний.

Оказывается, всемерная поддержка со стороны государства фармацевтического сектора республики, о чем свидетельствуют программные документы и реализация проектов, подкрепленные финансированием. Устойчивое экономическое развитие Казахстана позволяет ежегодно инвестировать развитие фармацевтического сектора в целом.

Характерным является засилье импорта, что приводит к высокой конкуренции со стороны мировых лидеров.

Приверженность покупателей к отечественному товару - слабая.

В Беларуси и России отрасль находится, по нашему мнению, в стадии роста. Это период развития отрасли характеризуется повышением спроса на продукцию работающих в ней компаний и увеличением числа конкурентов.

Появляются больше конкурентов, компании увеличивают объемы поставок продукции на экспорт, количество потребителей соответственно увеличивается, расширяются каналы сбыта.

Главной характеристикой принадлежности отрасли фармацевтической промышленности России ко второй стадии жизненного цикла (роста) являются высокие (в сравнении с казахстанскими и белорусскими) показатели роста производства. Фармацевтический рынок России входит в десятку крупнейших фармацевтических рынков мира, по итогам 2019 года заняв 8 место. Объем фармрынка России в 2019 году составил 824 млрд. руб. (28,1 млрд. долл. США) в ценах конечного потребления, что на 12% больше, чем показатель 2015 года.

В 2018 г. экспорт РФ фармацевтической продукции составил 337 млн. долл. США. По сравнению с 2015 г. экспорт РФ вырос в более чем 3,5 раза.

Экспорт фармацевтической продукции Беларуси составил 124 млн. долл. США, рост по сравнению с 2015 г. вырос в более чем 1,5 раз.

Появились лидеры отрасли, позиции которых меняются, происходит четкое разделение между игроками рынка, не только на отечественном рынке, но и в других странах.

Мировой рынок фармацевтической отрасли находится на стадии зрелости. Крупнейшими фармацевтическими рынками по результатам 2018 г. являются рынки Северной Америки с долей 36% или 347,1 млрд. долл. США, вторым по величине фармрынком рынок Европы, с долей почти 28% (при объеме в 265,4 млрд. долл. США). В целом же объем мирового фармрынка, составил 956 млрд. долл. США.

Крупные мировые компании фармрынка применяют стратегию модификации рынка, ведут работу в направлении выхода на новые сегменты, поиска новых способов использования товаров, затрачивают большие объемы средств на проведение исследований и выведение новых видов лекарств.

В Соединенных Штатах инвестиции фармацевтических компаний в R&D последовательно росли в течение последних 15 лет, что привело к двойному увеличению расходов государственного Национального института здравоохранения в 2017 году. Более того, в рамках фармацевтической R&D индустрии в Японии каждая пятая, заработанная на продажах йена, тратится на новые разработки. В США на исследования и разработку тратится каждый шестой доллар, а в Европейском Союзе – каждый седьмой евро. Ни один другой мировой промышленный сектор не может похвастаться столь интенсивной деятельностью в сфере R&D.

Объем инвестиций в R&D членов (Pharmaceutical Research and Manufacturers of America — PhRMA) в 2017 г. и в 2018 г. составил 49,5 млрд. долл. США.

Также крупными фармкомпаниями ведется активная работа по инвестированию данной отрасли в развивающихся странах, расширяя тем самым рынки сбыта и увеличивая прибыли.

В РК действуют 79 зарегистрированных производителей фармпродукции, включая компании, занимающиеся фасовкой импортных лекарственных средств «in bulk», а также предприятия полного цикла. При этом, только два-три из них соответствуют стандартам GMP. В некоторых предприятиях отдельные производственные участки работают по международному стандарту. Отдельные производители прошли сертификацию по ISO и имеют современное оборудование

Что касается малых и средних фирм, имеющих небольшую капитализацию, они обладают недостаточным потенциалом для технического перевооружения и внедрения современных высокотехнологических процессов. Для них модернизация обернется полной перестройкой предприятия стоимостью как минимум в 10 млн. долл. Инвестиций в НИОКР в фармотрасле ничтожно малы. По оценке экспертов затраты на разработку и продвижение одного инновационного препарата в мире составляют 1 млрд. долл. В Казахстане же эти затраты в настоящее время примерно в 1000 раз ниже. Далеко не все отечественные фармпроизводители могут вкладывать большие средства в длительные и дорогостоящие проекты по созданию оригинальных препаратов.

Согласно коду ОКЭД крупными предприятиями в фармацевтической отрасли Казахстана являются АО «Химфарм», а также ТОО «Фармацевтическая компания «Ромат».

Кроме того, согласно информации ОЮЛ «Ассоциация производителей фармацевтической и медицинской продукции Казахстана «ФармМедИндустрия Казахстана», 85% рынка всех выпускаемых в Казахстане лекарств в денежном выражении приходится на долю 5 следующих компаний: АО «Химфарм», АО «Нобел АФФ», ТОО «СП ГлобалФарм», ПК «Фирма «КЫЗЫЛМАЙ», ТОО «ЛеКос».

АО «Химфарм» действует с 1986 года. В настоящее время количество сотрудников составляет 1060 человек. Производственная мощность - около 6

млн. упаковок таблеток, около 4 млн. флаконов стерильных порошков, растворов, сиропов, настоек, 1,2 тонны лекарственных субстанций.

Объем производства в 2017 году вырос до 4 752,1 млн. тенге. Объем инвестиций в 2018 году составил 543 млн. тенге, в том числе, за счет собственных средств – 371 млн. тенге.

Основные потребители – фармацевтические компании Казахстана, Узбекистана, Туркменистана, Кыргызстана, Украины, Болгарии и России.

В перспективе АО «Химфарм» планирует увеличение отгрузки препаратов на 3 млрд. тенге с сохранением 5%-й доли от общего размера фармацевтического рынка Казахстана.

Завод АО «Химфарм» расположен на территории 20 га, имеет необходимые площади для функционирования основных и вспомогательных производств, а также резервные площади для дальнейшего развития. Имеются необходимые транспортные и энергетические коммуникации, собственная котельная и скважина.

Завод имеет 6 основных цехов, специализирующихся на выпуске определенных лекарственных форм, и производящих:

- инъекционные растворы в ампулах шприцевого и вакуумного наполнения;
- стерильную рассыпку антибиотиков для инъекций во флаконах;
- таблетки, капсулы;
- бальзамы, настойки, сиропы, водные, масляные и спиртовые растворы;
- мази, гели, линиметы и суппозитории
- фармацевтические субстанции из растительного сырья и на основе химического синтеза

В настоящее время завод производит более 200 наименований дженериковых и оригинальных лекарственных препаратов в форме капсул, таблеток, инъекционных растворов в ампулах, сиропов, настоек, масел, мазей, гелей, линиментов, суппозиторий, водных и спиртовых растворов 24 фармакологических групп.

Казахстанская компания SANTO на базе шымкентского химико-фармацевтического завода открыла комплекс по производству мягких лекарственных форм. Проектирование и строительство помещений нового цеха были проведены чешской компанией Lab&Pharma, а основное оборудование изготовлено польской компанией Urlinski и итальянской IMA. Данной компанией в АО «Химфарм» были поставлены эксклюзивные машины, некоторые из них не имеют аналогов, фирма не жалела средств, когда планировала свое производство.

Продукция выпускается исключительно из сырья голландской фирмы ТОЦЕЛО Кемикалз. Это, кстати, можно было бы отнести к одному из недостатков производства (сырьевая зависимость от импорта никогда не была хорошим показателем). Однако, по словам руководства компании, здесь все-таки основной акцент делался на сохранение качества конечной продукции,

где сырье имеет не последнее значение, а предоставить компоненты соответствующего качества могут пока лишь европейские производители.

Для фармацевтической промышленности качество субстанций имеет первостепенное значение: от него, в конечном итоге, зависит здоровье людей. ТООЦЕЛО Кемикалз гарантирует высокое качество продукции, которую поставляет в Казахстан.

Все стадии производства проходят автоматическое тестирование и сертифицируются на микробиологическую чистоту, конечный продукт стопроцентно контролируется в лабораториях компании SANTO.

ТОО Фармацевтическая Компания «РОМАТ» (далее – «РОМАТ») была основана в 1992 году как оптово-розничная аптечная структура. В городе Семипалатинске открылась первая частная аптека «Ромат».

Общий ассортимент выпускаемой продукции РОМАТ составляет – 150 наименований.

Производство компании представлено тремя крупными заводами.

В 1995 году приобретен Семипалатинский завод медицинских препаратов. В состав завода медицинских препаратов в городе Семипалатинске входят цеха по производству: инфузионных, галено-фасовочных и ферментативных препаратов, цех по производству гематогена. На заводе выпускаются уникальные биопрепараты: Пептон, Ферментный препарат ВНИИМС, Панкреатин. Завод выпускает 90 наименований препаратов.

В 1999 году в состав холдинга «РОМАТ» вошел Павлодарский Фармацевтический Завод (ПФЗ), построенный шведской компанией Фармадьюл 1998 г. После реконструкции, проведенной в 2000 году, завод насчитывает несколько производственных блоков: модульной конструкции для таблеточного производства; капсульный и трех самостоятельных упаковочных линий, позволяющих производить упаковку таблеток и капсул во флаконы, блистер и стрип. А также складских помещений площадью 1000 кв.м., оснащенных грузовыми лифтами. Для производственного здания была спроектирована и изготовлена уникальная система вентиляции, включающая в себя очистку, сушку воздуха, систему кондиционирования и отопления.

В номенклатуре продукции завода препараты различных терапевтических групп: витамины, противомикробные и сердечно-сосудистые препараты, жаропонижающие, противотуберкулезные и противодиабетические средства. Производственная мощность Павлодарского завода составляет – 300 млн. таблеток и 100 млн. капсул в год.

В 2000 году в состав холдинга РОМАТ вошел Медицинский завод, построенный в 1993 году как завод по производству полимерных медицинских изделий. Были установлены новые пресс-формы и пресс-автоматы; закуплены технологические линии по сборке шприцев. Это позволило организовать выпуск трехкомпонентных шприцев одноразового применения (ШОП). В 2006 году для снижения себестоимости продукции на заводе была запущена первая

в Казахстане камера газовой стерилизации медицинских изделий. В 2008 г завод получил стандарт ИСО 9001.

В рамках программы импортозамещения Республики Казахстан в 2003 году компания «NOBEL Pharmaceuticals» осуществила инвестиции в Алматинскую фармацевтическую фабрику. Компания «NOBEL Pharmaceuticals», основанная в 1964 году в Турции, с командой сотрудников более 2700 тысяч человек, имеет свои филиалы в 18 странах мира.

С 2009 года «Нобел Алматинская Фармацевтическая Фабрика» производит дополнительные инвестиции в фармацевтическое производство и осуществляет инвестиционные проекты, включенные в «Программу по развитию фармацевтической промышленности Республики Казахстан на 2010-2014 годы».

В настоящее время предприятием выпускается около 50 различных препаратов в более чем 100 лекарственных формах различных фармакологических групп под торговой маркой «Нобел» в форме таблеток, капсул, сиропов, мазей и кремов. Современный ассортимент эффективных, доступных и безопасных лекарственных средств представлен не только на казахстанском рынке, но и в странах СНГ, куда экспортируется более 30% выпускаемой продукции.

Фармацевтический завод «ГлобалФарм», расположенный в г. Алматы, создан в сентябре 2000 г. в рамках реализации политики «Импортозамещения» совместно с крупной фармацевтической компанией «Хан СеоФарм» (г. Сеул, Южная Корея).

Завод «ГлобалФарм» оснащен высокотехнологичным оборудованием и системами контроля для осуществления производственного процесса полного цикла, воплотившими в себе современные разработки в производстве фармацевтической продукции.

При заводе имеется испытательная лаборатория, которая производит все виды контроля (контроль входного сырья, промежуточный контроль и контроль готовой продукции). Также лаборатория совместно с отделом исследований участвует в разработке методик лекарственных средств. Вся продукция перед выпуском сертифицируется в «Национальном центре экспертизы лекарственных средств» на соответствие аналитической нормативной документации.

За 10 лет плодотворной деятельности ассортимент выпускаемой продукции расширился с четырех до более ста наименований. У компании «ГлобалФарм» имеется эксклюзивное разрешение, позволяющее производить и распространять оригинальные лекарственные средства, которые занимают лидирующие позиции в своих кругах.

В 2008 г. ТОО «СП ГлобалФарм» в своей деятельности открыло новое направление - выпуск БАД под торговой маркой NutriSAP. Это Q10 NutriSAP, Худия NutriSAP, Гинкго NutriSAP, Черника NutriSAP, Черника детская NutriSAP, Ананас NutriSAP, Хитозан NutriSAP, Уросепт NutriSAP.

В 2005 году построена и введена в эксплуатацию первая очередь комплекса «Карагандинский фармацевтический комплекс», для производства оригинальных конкурентоспособных фитопрепаратов, включающая цех ампулирования и сублимационной сушки, а также лабораторию контроля качества. В ноябре 2008 года построена и введена в эксплуатацию вторая очередь фармкомплекса – цех экстракции и синтеза субстанции лекарственных препаратов.

Сырьевая база: 1 500 га для производства растительного сырья в ОПХ «Березняки» Бухар – Жырауского района Карагандинской области. Производственная мощность: 2 млн. ампул, 150 млн. таблеток, капсул и 2 млн. мягких лекарственных форм оригинальных конкурентоспособных фитопрепаратов в год.

Выпускаемая продукция: 43 наименования оригинальных фитопрепаратов. За 2017-2019 гг. для клиник Республики Казахстан организовано производство опытных партий фитопрепаратов: более 300 000 таблеток «Салсоколлина», 18 490 таблеток и 6 300 капсул «Атеролида», 22 626 таблеток «Саусалина», 27 788 таблеток «Экдифита».

Производственный Кооператив «Фирма «КЫЗЫЛМАЙ» создан в 1994 году. Структурными подразделениями ПК «Фирма «КЫЗЫЛМАЙ» являются группы: менеджеро-маркетинговая, торгово-рекламная, опытно-конструкторская, производственная, планово-экономическая. Предприятие «КЫЗЫЛМАЙ» осуществляет обширный научный поиск, изучает региональное лекарственное сырье и разрабатывает лечебно-профилактические средства только на основе натуральных продуктов и по собственным щадящим технологиям. Так, за небольшой срок существования фирмы, в производственный процесс было внесено свыше 20 технологических "ноу-хау", что обосновано стремлением директората приблизить производство к новейшим фармацевтическим требованиям. Фирма «КЫЗЫЛМАЙ» занимается научной разработкой, производством и оптовыми поставками оригинальных лечебно-профилактических средств, изготовленных из натурального сырья: лекарственных трав, плодов, ягод, меда, воска, цветочной пыльцы, пант марала и т.п.

С целью усовершенствования и автоматизации производства постоянно обновляется парк производственного оборудования:

- в 1998г. смонтирован разливочно-упаковочный комплекс (Россия);
- в 1998г. после совместных исследований, установлены микробиологические фильтры-очистители всемирно известной фирмы «Сарториус» (Германия);
- в 2000г. запущен комплекс оборудования по дозированию и упаковке растительного сырья (и сборов) в фильтр - пакеты (Аргентина, Италия);
- в 2001г. начата работа на автоматизированной линии по производству суппозиторий (Германия).
- в 2006г. введен в эксплуатацию цех, оборудованный линией по производству первичной суппозиторной упаковки.

- в 2007г. запущена в действие линия блистерной упаковки капсул (Китай).

Использование имеющегося технического арсенала требует не только высокой квалификации персонала, но и принятия в процессе производства нестандартных решений.

Вся продукция ПК «Фирма «КЫЗЫЛМАЙ» (почти 100 наименований) в процессе внедрения проходит через широкую программу медико-биологических исследований в научных центрах: НИИ хирургии им. А.Н.Сызганова, Алматинском государственном институте усовершенствования врачей, Алматинском государственном медицинском университете им. С.Д.Асфендиярова, в Акмолинской государственной медицинской академии, в Актюбинской государственной медицинской академии и в Карагандинском АО «НПЦ «Фитохимия» МОН РК, а также в клиниках Казахстана, России, Белоруссии.

Для расширения клинических аспектов производимых фирмой препаратов, в 1996г. в г.Алматы и в 1997г. в г.Минске проведены международные научно-практические конференции. Для отличия от подделки продукция защищена голограммой с логотипом КМ и патентами РК, т.е. продукция фирмы – патентоохраняема.

3.3 Определение возможности и целесообразности реализации проекта Количество участников – предприятий, работающих в индустрии

По данным КС МНЭ РК производством основных фармацевтических предприятий Казахстана занимаются 331 предприятие, из них 86 предприятий занимаются производством основных фармацевтических продуктов и 245 предприятий – производством фармацевтических препаратов.

5 предприятий представляют 85% фармацевтического рынка Казахстана: АО «Химфарм», АО «Нобел АФФ», ТОО «СП ГлобалФарм», ПК «Фирма «КЫЗЫЛМАЙ», ТОО «ЛеКос» (более подробная информация по данным предприятиям представлена в подпункте 1.2.5., пункта 1.2.).

Одним из крупных производителей фармпродукции является АО «Химфарм», на его долю которого приходится более 50%.

В настоящее время количество сотрудников АО «Химфарм» составляет 1060 человек. Производственная мощность: около 6 млн. упаковок таблеток; около 4 млн. флаконов стерильных порошков, растворов, сиропов, настоек; 1,2 тонны лекарственных субстанций.

В 2017 году общий объем выпуска производимой продукции составил 483 313 штук изделий, в 2018 году 476 436 штук. Общая сумма реализации в 2011 году составила 8 630 млн. тенге.

Основные потребители – фармацевтические компании Казахстана, Узбекистана, Туркменистана, Кыргызстана, Украины, Болгарии и России.

Предприятия России. Российская фарминдустрия представлена более 600 предприятиями, 19 из которых составляют 80% всего российского

фармацевтического рынка. На их долю приходится около 45% экспорта, более 75% российских лекарственных средств в программе ОНЛС (обеспечение необходимыми лекарственными средствами). Все они являются членами Ассоциации Российских Фармацевтических Производителей (АРФП):

1. Компания «АКРИХИН»,
2. ОАО «Биосинтез»,
3. Компания «АстраЗенека»,
4. ЗАО «ГЕДЕОН РИХТЕР - РУС»,
5. ООО «Герофарм»,
6. ОАО ДАЛЬХИМФАРМ,
7. ЗАО «ЗиО-Здоровье»,
8. ООО «КРКА-РУС»
9. STADA CIS,
- 10.«Nucomed»,
- 11.Ново Нордиск,
- 12.ЗАО «Фармацевтическое Предприятие «ОБОЛЕНСКОЕ»,
- 13.НПО Петровакс Фарм,
- 14.ООО «НТФФ «ПОЛИСАН»,
- 15.ЗАО «Р-Фарм»,
- 16.завод «Сердикс»,
- 17.ЗАО «ФармФирма «Сотекс»,
- 18.ЗАО «Фарм-Синтез»,
- 19.ОАО НПК «ЭСКОМ».

По результатам исследования, представленного в ежегодном проекте «Рейтинг влияния субъектов российского фармацевтического рынка», организованном газетой «Фармацевтический Вестник» совместно с компанией «Фармэксперт, Аналитика и консалтинг»: ТОП-10 самых влиятельных на фармацевтическом рынке субъектов локальных фармпроизводителей, в тройку лидеров наиболее влиятельных российских производителей вошли: «Фармстандарт», Штада Си-Ай-Эс и Акрихин.

Наиболее влиятельные российские производственные фармкомпании:

Рейтин г	Локальные производители	Баллы
1	ФАРМСТАНДАРТ	5 612
2	ШТАДА СИ-АЙ-ЭС (НИЖФАРМ, МАКИЗ-ФАРМА, СКЛПИН-ФАРМ)	1 851
3	АКРИХИН	1 605
4	ВЕРОФАРМ ЗАО	849
5	ВАЛЕНТА	763

6	ОЗОН	549
7	ВЕРТЕКС	479
8	АЛТАЙВИТАМИНЫ	389
9	СОТЕКС	251
10	БИОТЭК	250

Источник: сайт Ассоциации российских фармацевтических производителей

ОАО «Фармстандарт» - один из крупнейших российских компаний. На долю «Фармстандарта» приходится более 12% всего производства лекарств в России. Все предприятия «Фармстандарта» постоянно модернизируются, чтобы соответствовать международным стандартам качества GMP. К 2017 году компания потратила на эти цели более 70 млн. долл. В 2017 году «Фармстандарт» купил компанию «Мастерлек», в активах которой было 15 известных брендов. В частности, были получены права на такие препараты как Арбидол, Амиксин и Флюкостат. К этому моменту производственные мощности холдинга превышали 1 млрд. упаковок в год. На заводах «Фармстандарта» выпускались все формы лекарственных средств (таблетки, суспензии, капсулы, спреи). К концу года препарат «Арбидол» вышел на первое место по продажам в России, обогнав «Виагру» и «Настойку боярышника». В 2006 году компания запустила в производство еще несколько высокотехнологичных препаратов: первый в России гормон роста «Растан», разработанный в Институте биоорганической химии, и генно-инженерный инсулин человека «Биосулин».

На данный момент «Фармстандарт» — крупнейший российский производитель инсулина. Мощностей компании хватает на 100% обеспечение потребности россиян в этом препарате, но до сих пор большую часть инсулина Россия импортирует из-за рубежа. С 2017 года «Фармстандарт» активно работает с иностранными партнерами. Так, на «Томскхимфарме» совместно с «Solvey Pharma» (Франция) начато производство препаратов ИРС19 и Имудон. В 2008 году «Фармстандарт» заключил договор с латвийским предприятием «Гриндекс» (Латвия) по эксклюзивной дистрибуции и продвижению препарата «Милдронат», осваивает выпуск Афобазола, внедряет в производство генно-инженерный препарат Нейпомакс.

В 2018 году «Фармстандарт» стал первым и единственным российским членом Международного Совета производителей, распределителей и потребителей активных фармацевтических ингредиентов (эксципиентов) в Европе (IPES Europe). В этом же году компания реализовала операцию по внедрению специализированного IP-решения для центрального офиса и заводов.

Выручка компании по МСФО в первом полугодии 2018 года составила 10,062 млрд. руб. (рост по сравнению с первым полугодием 2017 г. на 62 %), чистая прибыль — 2,588 млрд. руб. (рост на 47 %).

Выручка компании по МСФО в 2008 году составила – 14,3 млрд. руб., чистая прибыль – 3,5 млрд. руб., выручка компании в 2016 году – 11,3 млрд. руб. (в 2016 году — 8,5 млрд. руб., рост 22 %), чистая прибыль — 3,2 млрд. руб. (2 млрд. руб.).

В 2015 году компания заняла 1 место в рейтинге Российских фармацевтических производителей. Препарат «Арбидол», который входит в портфель компании, занял 1-ю строчку по продажам в 2007 году на российском рынке безрецептурных препаратов.

В 2017 году «Фармстандарт» удостоился звания «Компания года» и получил первое место в рейтинге российских производителей, составляемом центром маркетинговых исследований «Фармэксперт». В начале 2017 года «Фармстандарт» вошел в сотню наиболее быстро развивающихся компаний Европы по версии экспертов BusinessWeek, занял первое место по розничным продажам в России и второе – среди операторов российского фармацевтического рынка.

Компания вошла в список системообразующих предприятий России, которым при необходимости будет оказана государственная поддержка. В 2008 году препарат «Пенталгин» стал победителем премии «НАРОДНАЯ МАРКА/МАРКА № 1 в России» в категории «Болеутоляющее средство». В 2009 году в категории «Витамины» победил препарат «Компливит».

Компания «АКРИХИН» - одна из ведущих российских фармкомпаний по выпуску лекарственных средств.

«АКРИХИН» входит в ТОП 5 крупнейших локальных фармацевтических производителей по объему продаж и по объему производства на российском фармрынке.

В продуктовой портфеле компании насчитывается более 150 препаратов основных фармакотерапевтических направлений: кардиология, неврология, дерматология, гинекология, педиатрия. Это препараты, как собственного производства, так и производства компаний-партнеров.

«АКРИХИН» является также одним из крупнейших российских производителей препаратов перечня жизненно необходимых и важнейших лекарственных препаратов (ЖНВЛП), а также лекарственных средств для лечения туберкулеза и диабета.

«АКРИХИН» выпускает более 50 миллионов упаковок лекарственных средств в год. Производство «АКРИХИНа» — это современный комплекс с цехами по производству лекарственных средств практически всех форм: таблеток, капсул, линиментов, мазей, кремов, сиропов, гелей.

Лекарственные препараты производятся на зарубежном оборудовании из качественного сырья на основе современных технологий. Современный

складской комплекс «АКРИХИНа» располагает более чем 8 тыс. паллетомест, обеспечивающих надлежащее хранение лекарственных препаратов.

С 2007 года стратегическим партнером «АКРИХИНа» на российском фармацевтическом рынке является компания «Польфарма». Стратегическое сотрудничество «АКРИХИНа» и ПОЛЬФАРМЫ включают в себя:

- объединенный продуктовый портфель;
- трансфер производственных технологий и сотрудничество в области исследований и разработок;
- доступ к современным стандартам и технологиям менеджмента, обучение сотрудников, программы обмена;

В 2011 году «Польфарма» укрепила и расширила партнерство путем приобретения мажоритарного пакета акций «АКРИХИНа».

По результатам 2011 года «АКРИХИН» занимает 2-ю позицию в «Рейтинге влияния субъектов российского фармрынка» (по данным «Фармэксперт»). Кроме того, компания входит в «топ-100 самых динамичных компаний» по динамике прироста выручки в 2011 году по версии делового журнала «Секрет фирмы».

«АКРИХИН», опираясь более чем на 75-летнюю историю успешной работы на российском фармацевтическом рынке, активно внедряет современные научные и производственные технологии и высокие стандарты корпоративного управления.

Производственный комплекс «АКРИХИНа» площадью 405 тыс. кв.м. расположен в 30 км от г.Москвы, в городе Старая Купавна. Производственные мощности компании включают в себя цеха по выпуску лекарственных средств, практически всех форм: таблеток, капсул, линиментов, мазей, кремов, сиропов, гелей, суппозиториев.

Производственный комплекс «АКРИХИНа» включает в себя:

- 2 производства по выпуску готовых лекарственных средств;
- твердые лекарственные средства,
- мягкие и жидкие лекарственные средства;
- центр контроля качества;
- R&D лаборатория;
- склад готовой продукции;
- таможенный склад;
- склад сырья и материалов.

Компания «АКРИХИН» выпускает более 55 млн. упаковок лекарственных средств, благодаря чему компания входит в ТОП 10 крупнейших российских фармацевтических производителей по объему выпускаемой продукции. Производственный комплекс компании оснащен современным оборудованием от ведущих зарубежных поставщиков фармацевтического оборудования: IMA, Glatt, DGM и других.

Производственный комплекс компании обеспечивает выпуск высококачественных препаратов благодаря успешно функционирующей в компании системе обеспечения качества.

В 2010 году «АКРИХИН» начал реализацию инвестиционной программы на период 2010-2016 гг. по модернизации и развитию производственного комплекса с общим объемом инвестиций более 960 млн. рублей. В результате реализации инвестиционной программы компания значительно увеличит объем выпускаемой продукции и окончательно завершит переход всего производственного комплекса на соответствие требованиям международных стандартов качества GMP.

Фармацевтический завод «ГЕДЕОН РИХТЕР - РУС» – дочернее предприятие ОАО Гедеон Рихтер (Будапешт, Венгрия), крупнейшего производителя лекарственных средств в Восточной Европе.

Главная цель российского предприятия состоит в производстве препаратов, соответствующих всем критериям качества, эффективности и безопасности, по доступным ценам. Новые производственные мощности, построенные с соблюдением самых строгих мировых стандартов, технологических и лабораторных требований, применяемых в фармацевтической отрасли, рассчитаны на выпуск около 15 миллионов упаковок готовой продукции в год. Среди производимых лекарственных средств важное место занимают антибактериальные препараты, гипертензивные средства и транквилизаторы широкого спектра действия, центральные миорелаксанты перорального и парентерального применения (Мидокалм и Мидокалм-Рихтер раствор для инъекций), также сердечно-сосудистые, противодиабетические, противоязвенные и седативные средства, перспективный цефалоспориновый антибиотик последнего поколения в удобных для применения лекарственных формах.

С каждым годом растет оборот предприятия. В настоящее время, доля российской компании ЗАО «ГЕДЕОН РИХТЕР-РУС» в обороте продукции, выпускаемой под маркой «Гедеон Рихтер» в России, составляет около 20%. По объемам реализации продукции ЗАО «ГЕДЕОН РИХТЕР-РУС» входит в ТОП-15 отечественных производителей (в 2017 – 13 место в рейтинге).

За последнее время в значительной степени увеличились обороты. Объем выпускаемой продукции за период с 2010 по 2018 увеличился в 72 раза. Столь динамичное увеличение продаж, обусловлено главным образом, и развитой сетью представительств ОАО «Гедеон Рихтер», которая представляет продукцию почти во всех регионах России.

В декабре 2018 года Федеральная Служба по надзору в сфере здравоохранения и социального развития проводила на предприятии проверку соответствия производства ЗАО «ГЕДЕОН РИХТЕР-РУС» лицензионным требованиям. По результатам проверки предприятию была выдана лицензия на осуществление деятельности по производству лекарственных средств.

В июле 2017 года завод подтверждает сертификацию на соответствие требованиям ГОСТ Р ИСО 9001-2008

В подтверждение высокого качества выпускаемых препаратов в 2015 году ЗАО «ГЕДЕОН РИХТЕР-РУС» становится лауреатом Всероссийской Премии «Компания года 2011 в области качества товаров и услуг», проводимой при официальном участии ГД РФ.

Компания «Герофарм» является единственным производителем оригинальных препаратов Кортексин (эффективный нейропротектор) и Ретиналамин (офтальмологический препарат, стимулирующий регенерацию сетчатки). Препараты производятся по собственной запатентованной технологии компании и стали широко востребованными среди специалистов в области неврологии, нейрохирургии, офтальмологии, неонатологии, педиатрии, благодаря своим фармакологическим свойствам.

Продукция «Герофарм», помимо аптечных продаж, участвует в госпитальных закупках и включена в формулярные списки и протоколы ведущих ЛПУ России.

В 2011 году компания разработала новый продукт – **ГЭБ ИФА Тест** - диагностический набор, предназначенный для определения степени повреждения мозга и центральной нервной системы при черепно-мозговых травмах. Набор поставляется в ведущие научные центры страны.

«Герофарм» имеет лицензии на производственную и фармацевтическую деятельность и помимо производственного цикла занимается оптовой реализацией препаратов. С 2003 года «Герофарм» является эксклюзивным дистрибьютором «Национальных биотехнологий», предлагая, наряду с продуктами собственного производства, препарат Ринсулин, который выпускается на базе предприятия-партнера. Ринсулин также участвует в госпитальных закупках, входит в программу ОНЛС в ряде регионов. Производство этого социально значимого препарата призвано обеспечить российский рынок качественным отечественным инсулином, что будет способствовать укреплению лекарственной безопасности страны.

Ключевыми факторами успеха «Герофарм» считает ставку на оригинальные препараты и фармацевтическое производство по международным стандартам (GMP). Для достижения высокого качества выпускаемой продукции внедряются передовые технологии и новейшие методы контроля. Проверку качества продукции на всех этапах технологической цепочки осуществляет служба контроля качества «Герофарм». В состав службы контроля качества входит лаборатория, которая имеет аттестат технической компетентности и аккредитацию испытательной лаборатории (Федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии).

Сегодня менеджмента качества компании строится в соответствие с требованиями ISO 9001. В настоящее время осуществляется подготовка к валидации оборудования, процессов производства и персонала к получению сертификата GMP международного образца.

Экспортные поставки охватывают ряд стран СНГ и ближнего зарубежья. Работа по расширению рынков сбыта продолжается – в перспективе до 2014

года планируется увеличение доли экспорта до 50% в общем объеме продаж компании.

«Герофарм» - современная динамично развивающаяся компания. Помимо главного офиса, расположенного в Санкт-Петербурге, компания организовала работу 45 представительств в городах России и ряде стран СНГ.

Важным результатом своей деятельности «Герофарм» считает развитие российского фармацевтического бизнеса. В 2008 году компания вступила в «Ассоциацию Российских Фармацевтических Производителей», объединяющую ведущих игроков профильного рынка, и активно участвует в работе объединения. В 2010 году компания стала членом Российской Торгово-Промышленной Палаты.

Важным аспектом деятельности «Герофарм» являются научные исследования: ежегодно в направление R&D инвестируются значительные средства.

В декабре 2011 года состоялось открытие R&D-центра компании «Фарм-Холдинг» (дочерняя компания ООО «Герофарм») в ОЭЗ «Нойдорф». Научно-исследовательский центр специализируется на разработке лекарственных препаратов по принципу полного цикла: от синтеза молекул до разработки готовой лекарственной формы, а также проводит доклинические и клинические исследования. Это позволяет значительно усилить направление компании по разработке инновационных лекарственных средств.

Научные сотрудники компании работают над созданием препаратов для лечения заболеваний в области неврологии, офтальмологии, урологии, гинекологии, эндокринологии и других социально значимых заболеваний. Отдельное направление деятельности — создание современных диагностических систем, позволяющих распознавать заболевания на ранних стадиях и осуществлять мониторинг эффективности терапии. Выпуск разработанных препаратов будет налажен на производственных площадках компании.

АО «ДАЛЬХИМФАРМ» (г. Хабаровск) - это одно из старейших предприятий по выпуску лекарственных препаратов в России. Предприятие входит в десятку ведущих российских фармпроизводителей и специализируется на выпуске готовых лекарственных средств, имеет три основных производства: ампульное, галеновое и таблетное.

Модернизируется основное производство, систематический грузовой поток сырья и готовой продукции позволяет выживать предприятию в сложное время реформирования экономики. Идеальную атмосферу для проведения обширных инновационных исследований завода в области медикаментов создает соединение потенциала специалистов предприятия с естественнонаучными и медицинскими учебными и научно-исследовательскими учреждениями Хабаровска, тесные связи с ведущими фармацевтическими предприятиями России.

Качество лекарственных средств контролируется отделом контроля качества предприятия. Эффективность и безопасность, основные предпосылки для выпуска медикаментов на рынок. Вся продукция сертифицируется центром контроля качества в г. Москва.

ЗАО «ЗиО-Здоровье» — новое фармацевтическое предприятие, построенное и оснащенное с учетом всех действующих отраслевых требований

Основной учредитель: Актавис Холдинг СЕЕ БВ (Actavis Holding СЕЕ BV).

Фармацевтическая компания ЗАО «ЗиО-Здоровье» осуществляет деятельность по производству, хранению и реализации лекарственных средств.

Основная цель фармацевтического предприятия – обеспечить потребителя высококачественными, эффективными и безопасными лекарственными средствами по доступным ценам.

Важной задачей фармацевтического производства является не только контроль качества готового продукта, но и обеспечение такового на всех этапах производства лекарственного средства, начиная от закупки сырья, подготовки оборудования и производственных помещений, заканчивая действиями персонала в ходе технологического процесса. Для достижения этой цели на предприятии существует система менеджмента качества, включающая надлежащее производство и контроль качества.

Объем производства: 2 млрд. таблеток и капсул в год и 20 млн. пакетов типа «саше». Возможность производства любых лекарственных препаратов (совместимых групп).

Кроме того, в настоящее время проводится реконструкция предприятия в целях увеличения ассортимента и количества лекарственных средств. В связи с этим, ведется строительство новых производственных и складских площадей и реконструкция существующих, при этом увеличение производственных площадей составит 3 750 м², за счет строительства второй очереди цеха ГЛС, с оснащением его следующими видами оборудования:

- для производства пеллет (смеситель, экструдер, сферонизатор);
- двумя машинами для нанесения пленочного покрытия;
- блистерной линии, производительностью 360 упаковок в минуту;
- таблет прессом.

Запланированы участки с установкой нового оборудования:

- линии для производства порошков и гелей в пакетах.

Завершено строительство нового склада, рассчитанного на 1680 паллето мест. Производственное и вспомогательное оборудование должно обеспечить выпуск более крупных серий продукции. Предусмотрена перспектива и расширение действующего участка подготовки сырья и материалов.

Планируется создание участка для разработки опытных партий новых лекарственных средств. Лаборатория физико-химических исследований предприятия располагает современным аналитическим оборудованием,

позволяющим контролировать качество лекарственных препаратов, производимых не только ЗАО «ЗиО-Здоровье», но и дающее возможность оказания услуг сторонним организациям по анализу представленных ими лекарственных средств.

Предприятие имеет резервные площади для развития производства.

ЗАО «ЗиО-Здоровье» производит лекарственные препараты различных фармакологических групп:

1. Противотуберкулезные средства;
2. Средства, влияющие на сердечно-сосудистую систему;
3. Противогрибковые средства;
4. Средства, используемые для лечения заболеваний, сопровождающихся эрозивно-язвенными процессами в пищевode;
5. Нестероидные противовоспалительные средства;
6. Противоаллергические средства;
7. Средства от гриппа и простуды;
8. Антидепрессанты и средства нормотимического действия;
9. Антиоксидантные средства;
10. Противовирусные ВИЧ средства;
11. Гипотензивные средства;
12. Гиполипидемические средства;
13. Пищеварительные ферментные средства;

ООО «КРКА-РУС» - один из самых современных заводов в России, обладающий производственной мощностью в 600 млн. таблеток и 240 млн. капсул в год. Деятельность завода успешно инспектируется Европейскими комиссиями по EU GMP. Продукция, выпускаемая на заводе ООО «КРКА-РУС», отвечает требованиям EU GMP. Это означает, что лекарственные средства, выпускаемые на заводе для российского рынка, соответствуют высочайшим международным требованиям и могут быть поставлены также в страны Евросоюза. Большинство препаратов, выпускаемых ООО «КРКА-РУС», входит в список жизненно необходимых и важнейших лекарственных средств, публикуемый ежегодно Министерством здравоохранения и социального развития Российской Федерации.

1/3 всей потребности в лекарственных средствах КРКА в РФ обеспечивает завод ООО «КРКА-РУС». Кроме того, идет активный процесс регистрации препаратов в других странах СНГ. С 2011 года налажены поставки препаратов российского производства в республики Казахстан и Беларусь.

С января 2011 года началось строительство 2-ой очереди – условно названный КРКА-РУС II. Стоимость инвестиций составит 135 миллионов евро. Планируемый срок сдачи завода - 2013-2014 гг.

Проект предусматривает строительство производственного здания для производства таблеток и капсул, что позволит расширить как само производство, так и создать новые упаковочные линии. После запуска новых мощностей ожидается увеличение ассортимента выпускаемой продукции в

два раза, т.е. постепенно будет внедрено в производство 34 бренда в 127 различных формах выпуска.

Производительность нового завода, на последнем этапе установки технологического оборудования будет составлять 1,6-1,8 миллиарда таблеток и капсул в год. Новый высокостелажный автоматический склад на 18 600 паллетто-мест значительно расширит возможности хранения произведенной продукции (в настоящее время склад вмещает 1 800 паллетто-мест).

По прогнозам, с открытием завода КРКА-РУС II и запуском его на полную мощность, около 70% всей потребности в лекарственных средствах КРКА в РФ будет обеспечивать завод ООО «КРКА-РУС».

Представительство компании «Nucomed» в России было основано в 1993 году. На сегодняшний день «Nucomed» работает более чем в 120 городах и регионах России и СНГ. В штате сотрудников компании около 1400 человек. В 2010 году общий оборот «**Nucomed Россия-СНГ**» вырос на 30,5% и составил 479,3 миллиона евро. Доля российского рынка составляет примерно 72,8% от общего объема продаж в регионе Россия-СНГ.

В 2009 году компания «Nucomed» объявила о решении инвестировать в новое, оснащенное по последнему слову техники фармацевтическое производство в г. Ярославль. Планируемый объем инвестиций составляет до 75 миллионов евро. Завод будет специализироваться на производстве стерильных растворов (в ампулах и флаконах) и твердых лекарственных форм (таблеток). На новом заводе будут производиться лекарства, которые важны для российского рынка, среди них: «Кардиомагнил», «Актовегин» и «Кальций Д3-Никомед».

Компания в мире «Никомед» с сентября 2011 года вошла в группу компаний «Такеда». «Такеда» – основанная на исследованиях и разработках глобальная японская компания с основным фокусом на фармацевтике. Объединенная компания имеет активное коммерческое присутствие в терапевтических областях, таких как метаболические заболевания, гастроэнтерология, онкология, сердечнососудистые заболевания, заболевания центральной нервной системы, воспалительные заболевания и иммунные нарушения, респираторные заболевания и обезболивание.

Сильное присутствие «Такеда» в регионе Северная Америка, Японии и других странах Азии в настоящее время дополнено хорошими позициями «Никомед» в Европе и на быстро растущих развивающихся рынках. Объединенная компания представлена более чем в 70 странах по всему миру, занимает 12-е место по продажам рецептурных препаратов, 14-е в странах БРИК и 18-е в Европе.

Как крупнейшая фармацевтическая компания в Японии и один из мировых лидеров индустрии, «Такеда» придерживается стремления к улучшению здоровья пациентов по всему миру путем внедрения ведущих инноваций в области медицины.

ЗАО «Р-Фарм» - российская высокотехнологичная фармацевтическая компания. Оборот компании составил в 2011 году – 47,4 млрд. руб. По всей

территории РФ и СНГ функционируют филиалы и представительства компании общей численностью 31, штат группы компаний – более 2400 специалистов.

Основными направлениями деятельности являются: производство готовых лекарственных форм, активных фармацевтических ингредиентов химической природы и биотехнологических субстанций, исследования и разработка инновационных препаратов и технологий, вывод на российский рынок современных высокоэффективных лекарственных средств, а также обучение и подготовка специалистов для фарминдустрии и здравоохранения.

В настоящее время стратегические усилия «Р-Фарм» направлены на создание линейки продуктов, включающей инновационные и жизненно-важные лекарственные средства. В рамках данных проектов «Р-Фарм» расширяет сотрудничество с крупнейшими международными фармацевтическими компаниями и международными университетами в области разработки препаратов и проведения совместных клинических испытаний в России.

В структуру холдинга входят действующие фармацевтические комплексы в Новосибирске и Костромской области.

«Р-Фарм» специализируется на поставках высокотехнологичных лекарственных средств для нужд ведущих федеральных медицинских исследовательских центров, госпиталей и клинических больниц, крупнейших областных лечебно-профилактических учреждений России.

В портфеле компании представлены лекарственные препараты различных фармацевтических групп, в том числе онкологические, гематологические, кардиологические, иммунологические, антибактериальные, противовирусные, включая терапию ВИЧ-инфекции, средства, применяемые при трансплантации органов, лечении рассеянного склероза, гемофилии и сахарного диабета, а также миорелаксанты, рентгеноконтрастные средства и препараты для наркоза.

Завод «Сердикс» (Софьино, Московская область) является одной из 11 производственных площадок исследовательской группы «Сервье»: 2 химических производства (Франция, Испания) и 9 фармацевтических комплексов (Франция, Ирландия, Испания, Египет, Польша, Марокко, Китай, Бразилия и Россия). Как часть исследовательской группы «Сервье» завод «Сердикс» работает в соответствии с промышленной стратегией компании и культурой эффективного производства, обменивается опытом, инновациями и передовыми технологическими процессами с другими заводами группы.

Высокотехнологичный производственный процесс, организованный в соответствии с самыми высокими международными стандартами, полностью соответствующий нормам GMP (Good Manufacturing Practice).

«Сердикс» представляет собой современный завод, где все производственные процессы осуществляются на высокотехнологичном оборудовании и соответствуют стандартам «Надлежащей производственной практики» — GMP (Good Manufacturing Practice).

На заводе производятся лекарственные препараты, как по полному циклу, так и упаковка. Производство препаратов по полному циклу включает в себя смешивание и гранулирование исходных компонентов для обеспечения равномерного распределения действующего вещества в смеси, таблетирование, в процессе которого получается дозированная форма лекарственного препарата, покрытие оболочкой, обеспечивающей биодоступность препарата, расфасовку в блистеры или флаконы и упаковку в пачки с инструкциями по медицинскому применению.

Производственный процесс организован в соответствии с самыми высокими международными стандартами. Современные технологии, оборудование и дизайн производственных помещений обеспечивают выпуск качественных и эффективных лекарственных препаратов для производства которых используется сырье и материалы производства ведущих европейских фармацевтических заводов.

В настоящее время завод производит 10 препаратов: Арифон ретард 1,5 мг, Диабетон МВ 60 мг, Предуктал МВ 35 мг, Престариум А 5 мг и Престариум А 10 мг, Детралекс 500 мг, Проноран 50 мг, Нолипрел А (2,5 мг + 0,625 мг) и Нолипрел А форте (5 мг + 1,25 мг), Эреспал 80 мг. Планируется запуск производства Вальдоксана 25 мг и Кораксана 5 и 7,5 мг.

В 2011 г. объем препаратов, произведенных на заводе «Сердикс» гарантирует 75% объема лекарственных препаратов Сервье, востребованных в России. К 2014 г. предполагается увеличить долю препаратов Сервье, произведенных на заводе «Сердикс», до уровня 95%.

Система управления качеством предприятия и политика в области обеспечения качества компании «Сердикс» основываются на национальных стандартах и требованиях фармацевтического законодательства РФ наряду с корпоративными стандартами компании «Сервье», соответствующих международным, Европейским требованиям и правилам ВОЗ (Всемирной организации здравоохранения). Это означает, что компания ориентирована на производство высококачественного препарата, удовлетворяющего не только российским, но и европейским нормам.

Производители Беларуси

Производством лекарственных средств в Беларуси занимаются более 30 компаний. Тройка лидеров по итогам 2019 года состоит из следующих белорусских производителей – РУП «Белмедпрепараты», РУП «Борисовский завод медицинских препаратов», СП ООО «Фармлэнд».

В ТОП-10 входит еще одно быстрорастущее белорусское фармпроизводство – СООО «Лекфарм».

Суммарно предприятия, входящие в ТОП-10, по итогам года заняли 16,36% фармрынка в денежном выражении, что ниже прошлогоднего результата – 17,68%.

СООО «Лекфарм» продемонстрировал впечатляющий прирост для кризисного года – более 37%, объем продаж вырос до 17,4 млн. долл. США. В

аутсайдерах оказалось РУП «Белмедпрепараты», продажи которого снизились на 22,75% до 33 млн. долл. США, что, впрочем, не помешало оставаться в лидерах.

Из иностранных компаний в «плюсе» по итогам 2011 года остались «Гедеон Рихтер», «Новартис» и «Байер Хэлскэр».

В 2018 году доля продаж иностранными компаниями в денежном выражении по сравнению с 2017 годом практически не изменилась 76,46%, белорусские производители, соответственно заняли 23,52%.

В натуральном выражении белорусские компании заняли в 2018 году большую долю рынка – 58,75% (в 2017 году – 58,37%).

Среднее потребление лекарственных препаратов одним жителем страны в 2011 году составило около 68,8 долл. США (в 2017 году – 71,35 долл.). Сокращение финансирования бюджетом госпитальных учреждений вызвало значительное сокращение продаж в госпитальном секторе на 31,73% (до 120,06 млн. долл. США).

Розничный сегмент показал рост продаж в размере 5,96% и составил 530,3 млн. долл. США. В итоге доля розничных (аптечных) продаж составила 81,54%, увеличившись за год с 74%.

Препаратом №1 на белорусском рынке по итогам 2011 года с рыночной долей 0,96% является препарат компании «Никомед»: в составе Такеда» – «Актовегин». «Актовегин» продемонстрировал рост продаж 14%, что является очень хорошим показателем. Прирост продаж компании «Nucomed: a Takeda Company» составил – 2,31% в денежном выражении и 9,93% в натуральном. По итогам 2011 года компания занимает 6 позицию с рыночной долей 3,51% (против 3,46% год назад).

По итогам первого квартала 2018 года, по данным компании Intellix, объем фармацевтического рынка Беларуси составил 170 млн. долл. США (в оптовых ценах), что на 11,17% меньше аналогичного периода прошлого года. В отличие от прошлого года, в текущем периоде в минусе оказался розничный сектор (-14,6%), который составил 137,1 млн. долл. США, а госпитальный показал положительную динамику в размере почти 7%.

Стоит отметить, что по данным компании ЦМИ «Фармэксперт» в первом квартале 2017 года фармацевтический рынок Беларуси упал на 18%.

В натуральном выражении рынок уменьшился почти на 8%, главным образом за счет розничного сектора, и составил более 94 млн. упаковок.

Важнейший для страны показатель – доля белорусских производителей, которая к 2022 году должна достигнуть 50% – по итогам первого квартала 2018 года составила 26,19% против 24,85% в прошлом году.

Лидером рынка с долей 7% остаются РУП «Белмедпрепараты». Условно мягкое падение показали РУП «Борисовский завод медицинских препаратов»,

Никомед, Лекфарм, Геден Рихтер (от -5,5% до -8,5%). Наибольшее снижение продаж среди ТОП-10 у Новартис (-30%) и белорусского Фармлэнда (-36%).

Республиканское унитарное предприятие «Белмедпрепараты» - старейшее и крупнейшее фармацевтическое предприятие, родоначальник фармацевтической промышленности Беларуси.

Производственные мощности предприятия размещены на территории общей площадью свыше 40 тыс.кв.м. и включают 12 технологических и 7 вспомогательных цехов. РУП «Белмедпрепараты» является валообразующим как на отраслевом, так и на территориальном уровне. В целом предприятие представляет собой многостадийное производство на основе наукоемких технологий, осуществляющее изготовление и выпуск широкого спектра лекарственных средств различных фармако-терапевтических групп.

За последние 20 лет общая номенклатура выпускаемой продукции выросла с 27 до 400 наименований. В настоящее время ежегодно выпускается до 200 наименований готовых лекарственных форм. До 50% выпускаемой продукции экспортируется в Россию, Украину, Армению, Узбекистан, Молдова, Казахстан и другие страны.

РУП «Белмедпрепараты» обладает рядом уникальных производств и является единственным в Беларуси производителем:

- инсулиновых препаратов;
- ферментных и биогенных препаратов;
- препаратов для лечения онкологических заболеваний и туберкулеза;
- наркотических и психотропных веществ.

Осуществляется выпуск практически всех видов лекарственных форм:

- таблетки с различным покрытием и без них;
- твердые и мягкие желатиновые капсулы;
- растворы для инъекций и инфузий во флаконах и ампулах;
- лиофильно высушенные и стерильно расфасованные порошки для инъекций и инфузий;
- глазные капли;
- мази, крема и гели.

Созданием новых лекарственных средств и разработкой прогрессивных технологических процессов занимаются отделы и лаборатории Управления инновационного развития РУП «Белмедпрепараты». Высокая лечебная эффективность вновь разработанных препаратов обеспечивает им конкурентоспособность на отечественном рынке и за рубежом. Подано более 100 заявок на изобретения, получено 90 патентов Республики Беларусь, Российской Федерации, Украины. Зарегистрировано более 140 товарных знаков на лекарственные препараты, выпускаемые РУП «Белмедпрепараты». Получен сертификат Всемирной организации интеллектуальной собственности (WIPO) о регистрации товарного знака Photolon (Фотолон –

средство для фотодинамической терапии злокачественных опухолей) в странах международной патентной кооперации: Болгарии, Чешской Республике, Франции, Германии, Венгрии, Польше, Швейцарии, Украине.

Для обеспечения качества выпускаемой продукции на предприятии внедрена система менеджмента качества в соответствии с требованиями СТБ ИСО 9001-2001, СТБ 1435-2004 «Производство лекарственных средств. Надлежащая производственная практика» (GMP)», получен экологический сертификат.

Численность работающих составляет 2800 человек, из них 68.8% - женщины.

Основными массовыми профессиями на предприятии являются: аппаратчики всех наименований, дозировщики медпрепаратов, укладчики-упаковщики, слесари-ремонтники, машинисты расфасовочно-упаковочных машин.

ОАО «Борисовский завод медицинских препаратов» обеспечивает граждан Беларуси, стран СНГ, Балтии, США, Ирака, Сомали, Йемена, Ливана, Афганистана примерно 200 наименованиями медикаментов 11 фармакологических групп – дженериков и оригинальных препаратов.

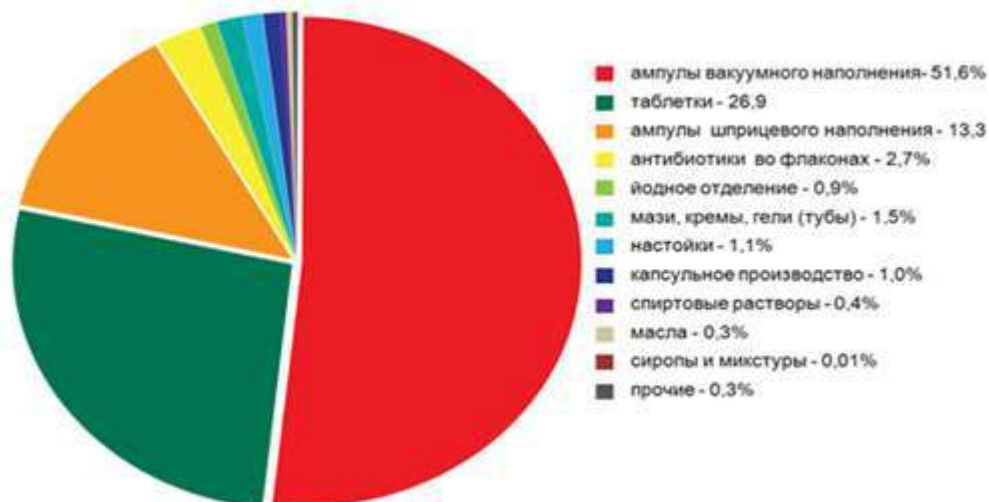
Завод ежегодно выпускает более 5 млрд. таблеток, более 500 млн. ампул, 90 млн. капсул, 20 млн. флаконов антибиотиков в стерильных порошках, 11 млн. туб мазей.

Завод делает ставку на постоянное развитие и модернизацию: 300 освоенных предприятием технологий производства дополняются новыми, регулярно обновляется парк оборудования, последовательно проводится сертификация производства на соответствие стандартам GMP.

Приоритетным рынком завода остается Беларусь.

Все производство завода сосредоточено в трех огромных цехах: ампульном, галеновом и таблеточном.

Контроль на каждом этапе создания препаратов ведется двумя оборудованными по последнему слову техники лабораториями: аналитической и микробиологической.



**Структура производства продукции в натуральном выражении за январь-август 2018 года,
тыс. шт.**

Источник: сайт ОАО Борисовский завод медицинских препаратов

Кроме того, завод активно участвует в уникальном не только для Беларуси, но и для всего СНГ проекте – производстве гемодиализаторов на совместном белорусско-немецком предприятии «Фребор».

СП ООО «Фармлэнд» является одним из ведущих предприятий фармацевтической отрасли Беларуси. Компания осуществляет производственную деятельность и реализует свою продукцию на территории Беларуси, Российской Федерации, Казахстана.

«Фармлэнд» выпускает более 100 наименований лекарственных средств и 36 наименований иммуноферментных диагностических наборов. Приоритетным направлением деятельности является производство и оптовая реализация более 40 наименований инфузионных растворов в контейнерах из поливинилхлорида.

Направления деятельности предприятия:

- производство инфузионных и диализных растворов в упаковке из поливинилхлорида;
- производство порошков для внутреннего применения;
- производство таблетированных, капсулированных лекарственных форм;
- производство диагностических иммуноферментных наборов для клинико-лабораторной диагностики инфекционных, онкологических и эндокринных заболеваний, неонатального скрининга.

С 2015 года СП ООО «Фармлэнд» активно внедряет в производство тест-системы для иммуноферментной диагностики заболеваний. Иммуноферментные наборы реагентов разработаны специалистами предприятия «Фармлэнд» в сотрудничестве со специалистами Белорусского Государственного Университета при непосредственном участии ведущих производителей иммуноферментных диагностических тест-систем и реагентов РФ из Новосибирска (ЗАО «МедикоБиологическийСоюз», ЗАО «Биосервис», ЗАО «Алкор Био»).

СООО «Лекфарм» - производственное предприятие полного цикла: квалификация персонала и современное оборудование завода позволяют самостоятельно разрабатывать производство новых генерических препаратов, а также испытывать их и производить.

При организации производства был принят комплекс мер, гарантирующих неизменно высокое качество выпускаемой продукции. Логически последовательная планировка производственных помещений, оснащение самым современным воздухотехническим оборудованием фирмы GEA (Австрия), четкая система документирования процесса производства и многоступенчатый контроль выполнения, включая компьютерные системы наблюдения, делают невозможными различные отклонения и ошибки.

независимую систему испытания готовой продукции, а также соблюдение при производстве ЛС свода обязательных принципов, норм и правил GMP и GLP.

Производственное республиканское унитарное предприятие «МИНСКИНТЕРКАПС» входит в состав государственного концерна «Белбиофарм».

Миссия предприятия – обеспечение потребителей эффективными, безопасными, качественными и доступными для населения лекарственными средствами. Для этого предприятие располагает современной производственной базой, аккредитованной химико-биологической лабораторией, подготовленным и организованным коллективом специалистов.

Необходимым условием обеспечения безопасности и эффективности выпускаемых «Минскинтеркапс» лекарственных средств является прохождение клинических испытаний и исследования биоэквивалентности в сравнении с оригинальным препаратом. «Минскинтеркапс» разрабатывает и производит препараты разных фармакотерапевтических групп, ориентируясь, прежде всего, на востребованность препарата на рынке. Все вновь разработанные препараты имеют цену существенно ниже зарубежных аналогов.

В ассортименте продукции – средства лечения сердечно-сосудистых заболеваний, витамины и витаминно-минеральные комплексы, ноотропные и антигистаминные препараты, средства, влияющих на желудочно-кишечный тракт и на метаболические процессы; препараты для лечения ОРИ и гриппа; средства, применяемые в урологии и гинекологии; лекарственные средства из растительного сырья; твердые желатиновые капсулы (ТЖК).

Предприятие осуществляет также контрактное производство ЛС и БАД в мягких и твердых желатиновых капсулах.

Производство в полном объеме соответствует требованиям СТБ 1435-2004 и ТКП 030-2006 «Надлежащая производственная практика» (GMP). Производство пищевых добавок соответствует требованиям регулы №852/2004 Европейского Парламента и Совета о гигиене продуктов продовольствия.

ОАО «Несвижский завод медицинских препаратов» - осуществляет производство стерильных инфузионных и инъекционных растворов, применяемых в качестве лекарственных средств и ветеринарных препаратов.

Лекарственные средства производства Несвижского завода востребованы не только в Беларуси, но и в России, Узбекистане, Азербайджане, Казахстане. В планах завода также – в самом ближайшем будущем значительно расширить географию продаж - освоить рынки Польши и Молдовы.

ОАО «Экзон». В настоящий момент на предприятии работают четыре технологические линии: линия сиропов, линия гематогенов, линия производства (фасования) сыпучих препаратов, линия по производству таблеток.

Предприятие производит продукцию европейского качества, используя высококачественное сырье. Вся продукция, производимая предприятием, зарегистрирована Министерством здравоохранения Республики Беларусь.

Производство продукции осуществляется на основании промышленных регламентов, технологических инструкций, стандартных операционных процедур (СОП). На предприятии действует собственная служба обеспечения и контроля качества. Высококвалифицированный персонал выполняет работы по входному промежуточному контролю, а также контроль качества готовой продукции, контролирует хранение и реализацию. На предприятии разработаны и сертифицированы:

- система менеджмента качества (СМК) на соответствие требованиям стандарта СТБ ИСО 9001 – 2001;
- система управления охраной труда при производстве ЛС и БАД к пище соответствует требованиям СТБ 18001 – 2005 (OHSAS 18001);
- система управления качеством и безопасностью пищевых продуктов на основе анализа рисков и критических контрольных точек (НАССР) на соответствие требованиям Постановления №852/2004 Европейского Парламента и Совета о гигиене продуктов и продовольствия от 29.04.2004 г.;
- производство ЛС в таблетках соответствует требованиям ТКП 030-2006(02040) «Надлежащая производственная практика» и СТБ 1435-2004 «Производство ЛС. Надлежащая производственная практика (GMP).

УП «Диалек» - инновационное предприятие, имеющее портфель оригинальных разработок. Предприятие лидирует в области разработки технологий производства новых эффективных лекарственных средств и БАД из натурального сырья растительного и животного происхождения.

Основными направлениями деятельности УП «Диалек» являются:

- научно-исследовательские разработки новых лекарственных, диагностических, лечебно-профилактических препаратов и внедрение их в производство;
- проведение медико-биологических исследований лекарственных препаратов, косметических средств, пищевых добавок;
- опытно-технологические работы по созданию, испытаниям и внедрению малоотходных, экологически чистых и высокоэкономичных технологий получения новых лекарственных препаратов и пищевых добавок из растительного, животного и микробного сырья;
- производство лекарственных средств, бактериальных, ферментных и диагностических препаратов, питательных сред и препаратов крови, а также биологически активных добавок к пище.

Научные исследования проводятся совместно с ведущими учреждениями и НИС институтами Республики Беларусь и России. Предприятие участвует в выполнении Государственных научно-технических программ «Лекарственные препараты», «Промышленная биотехнология», «Фитопрепараты».

Тесное сотрудничество предприятия со специалистами здравоохранения дает ощутимые результаты и позволяет постоянно совершенствовать качество выпускаемой продукции, расширять показания к применению ранее производимых ЛС, которые по своим характеристикам не уступают зарубежным аналогам. Основными потребителями продукции УП «Диалек» являются предприятие «Фармация», оптово-посреднические структуры и аптечные учреждения различных форм собственности страны.

Мировые производители

Среди крупнейших представителей мировой фармацевтической отрасли в последнее время происходит ротация в первой десятке. Так, в «топ-10» 2018 года позиция компании «Sanofi» уступила свое 3-е место американской компании «Merck». Переместилась в рейтинге и компания «Abbott» - с 10-го места на 9-е.

ТОП-50 мировых фармацевтических компаний по результатам 2018 г.*

Место в рейтинге	Компания	Страна	Объем продаж Rx-препаратов в 2018 г. в мире, млрд. долл. США	Препараты-бестселлеры 2018 г., [объем продаж, млрд. дол.]
1	Pfizer Inc.	США	57,7	Lipitor [9,6]; Lyrica [3,7]; Enbrel [3,7]
2	Novartis	Швейцария	54	Diovan/Co-Diovan [5,7]; Gleevec/Glivec [4,7]; Lucentis [2,1]
3	Merck	США	41,3	Singulair [5,5]; Januvia [3,3]; Remicade [2,7]
4	Sanofi	Франция	37	Lantus [5,0]; Lovenox [2,7]; Plavix [2,6]
5	Roche	Швейцария	34,9	MabThera/Rituxan [6,4]; Avastin [5,6]; Herceptin [5,6]
6	GlaxoSmithKline	Англия	34,4	Seretide/Advair [7,8]; Fixotide/Flovent [1,3]; Advodart [1,2]
7	AstraZeneca	Англия	33,6	Crestor [6,6]; Seroquel [5,8]; Nexium [4,4]
8	Johnson & Johnson	США	24,4	Remicade [5,5]; Procrit/Eprex [1,6]; Risperdal [1,6]
9	Abbott	США	22,4	Humira [7,9]; Trilipix/TriCor [1,4]; Kaletra [1,2]

Место в рейтинге	Компания	Страна	Объем продаж Rx-препаратов в 2018 г. в мире, млрд. долл. США	Препараты-бестселлеры 2018 г., [объем продаж, млрд. дол.]
10	Eli Lilly	США	21,9	Zyprexa [4,6]; Cymbalta [4,2]; Alimta [2,5]
11	Bristol-Myers Squibb	США	21,2	Plavix [7,1]
12	Teva	Израиль	16,7	Copaxone [3,6]
13	Amgen	США	15,3	Neulasta/Neupogen [5,2]
14	Takeda	Япония	15,2	Actos/Glustin [4,7]
15	Boehringer Ingelheim	Германия	13,8	Spiriva [4,4]
16	Bayer	Германия	12,8	Betaferon/Betaseron [1,4]
17	Daiichi Sankyo	Япония	11,6	Olmesartan [2,9]
18	Novo Nordisk	Дания	11,5	NovoLog/NovoRapid [2,2]
19	Astellas	Япония	11,4	Lipitor [1,2]
20	Gilead Sciences	США	8,1	Atripla [3,2]
21	Otsuka	Япония	7,4	Abilify [4,4]
22	Merck KGaA	Германия	7,2	Rebif [2,2]
23	Baxter International	США	6,1	Advate [1,9]
24	Mylan	США	5,5	Generics [N/A]
25	Servier	Франция	5	Coversyl [1,6]
26	Mitsubishi Tanabe	Япония	4,7	Remicade [0,7]
27	Celgene	США	4,7	Revlimid [3,2]
28	CSL	Австралия	4,5	Privigen [n/a]
29	Allergan	США	4,4	Botox [1,6]
30	Forest	США	4,2	Lexapro [2,3]
31	Dainippon Sumitomo	Япония	4	Lunesta [0,6]
32	Shire	Ирландия	4	Vyvanse [0,8]
33	Menarini	Италия	3,9	N/A
34	Biogen Idec	США	3,8	Avonex [2,7]
35	Eisai	Япония	3,7	Aricept [3,5]

Место в рейтинге	Компания	Страна	Объем продаж Rx-препаратов в 2018 г. в мире, млрд. долл. США	Препараты-бестселлеры 2018 г., [объем продаж, млрд. дол.]
36	UCB	Бельгия	3,7	Keppra [1,2]
37	Watson	США	3,7	Generic atorvastatin [0,1]
38	Purdue	США	2,9	OxyContin [2,6]
39	Lundbeck	Дания	2,7	Cipralex [1,0]
40	Warner Chilcott	Ирландия	2,7	Actonel [0,8]
41	Kyowa Hakko Kirin	Япония	2,7	Nesp/Espo [0,8]
42	Shionogi	Япония	2,6	Crestor [0,3]
43	Hospira	США	2,6	generic injectables [n/a]
44	Valeant Pharmaceuticals	США	2,4	Welbutrin [N/A]
45	Endo Pharmaceuticals	США	2,2	Lidoderm [0,8]
46	Actavis	Швейцария	2	Generics [n/a]
47	Grifols	Испания	1,9	Plasma fractionation products [n/a]
48	Actelion	Швейцария	1,8	Tracleer [1,6]
49	Galderma	Швейцария	1,8	Restylane [0,1]
50	Aspen	ЮАР	1,7	N/A

Источник: www.pharmexec.com

**Распределение компаний в рейтинге не отображает совокупный доход или прибыль компании, а представляет только объем продаж ее рецептурных препаратов, не учитывая прибыль от реализации диагностических препаратов, изделий медицинского назначения и препаратов для использования в ветеринарии. Кроме того, данные по объему продаж отдельных продуктов некоторых компаний не были предоставлены. Поэтому не все данные, указанные в рейтинге, могут быть полными. N/A — данные недоступны.*

Ниже приведена информация по некоторым ведущим мировым производителям фармацевтической продукции.

Компания Pfizer крупнейшая фармацевтическая компания, лидер мирового фармацевтического рынка.

Компании принадлежит ведущий портфель инновационных препаратов для лечения и профилактики различных заболеваний. Pfizer занимает

лидирующее положение в области разработки новых препаратов для лечения диабета, онкологических и сердечно-сосудистых заболеваний. Компания ежегодно инвестирует порядка 7,5 млрд. долларов в научные исследования, направленные на создание новых эффективных лекарств.

Компания работает более чем в 150 странах мира. Научно-исследовательские центры находятся в Великобритании (Сэндвич) и США (Гротон и Новая Англия, Ла Хойа, Сент-Луис, Ринат, Кембридж (Массачусетс)).

Pfizer - биофармацевтическая компания №1 в мире, предлагающая различные продукты для лечения людей и животных, включая вакцины, безрецептурные, биологические и низкомолекулярные препараты, пищевые добавки.

В 2016 году компания Pfizer объявляет о создании диверсифицированной R&D платформы, получившей название «Всемирные исследования и разработки Pfizer» для оказания поддержки в исследовании и разработке низко- и высокомолекулярных соединений, и вакцин. В рамках объединения с компанией Wyeth в 2017 году Pfizer изначально использовала двухдивизионную структуру для проведения исследований и разработок (BioTherapeutics и PharmaTherapeutics) в целях обеспечения прогресса и постепенной интеграции двух бывших организаций. Благодаря скорости и эффективности этой интеграции Pfizer продолжает двигаться по пути реализации новой модели (при сохранении объема программ исследований).

В 2017 году Pfizer приобретает безрецептурный бизнес компании Ferrosan, включающий биологически активные добавки и продукты для активной жизни.

Группа компаний «Новартис» появилась в результате слияния двух компаний с богатой и разнообразной корпоративной историей: «Сибя-Гейги» и «Сандоз».

За время своего существования «Новартис» удалось трансформироваться из многопрофильной в специализированную исключительно на здравоохранении, компанию.

С момента образования «Новартис» активно развивалась на профильных рынках, а также приобретала новые компании, например, Nexal и Econ Labs, тем самым усиливая и превращая свой бизнес-дивизион по производству дженериков в мирового лидера в этой отрасли, или же Chiron Vaccines в 2006 г., существенно укрепив свои позиции на рынке вакцин и диагностических тест-систем.

Около 120,000 сотрудников «Новартис» в более чем 140 странах предлагают современные решения в здравоохранении, отвечающие новым вызовам общества и потребностям пациентов.

Препараты «Новартис» направлены на профилактику и лечение заболеваний, облегчение страданий и повышение качества жизни пациентов.

Компания обладает диверсифицированным портфелем и в настоящий момент занимает лидирующие позиции в следующих областях: от

производства инновационных препаратов, брендированных дженериков и безрецептурных лекарственных средств до препаратов для охраны зрения, вакцин и диагностических тест-систем.

Сегодня «Новартис» состоит из шести бизнес-дивизионов:

- **Pharma:** инновационные рецептурные препараты;
- **Alcon:** весь спектр продукции для охраны зрения;
- **Sandoz:** высококачественные дженерики и биосимиляры;
- **OTC:** безрецептурные средства;
- **Vaccines and Diagnostics:** вакцины и тест-системы;
- **Animal Health:** препараты для животных.

Штаб-квартира «Новартис» находится в г. Базель, Швейцария.

Сегодня «Новартис» инвестирует значительные финансовые средства и человеческие ресурсы непосредственно в те проекты, которые позволяют обеспечивать растущие потребности пациентов и общества в определенных терапевтических областях, а также способствуют мировому научному прогрессу.

«Новартис» и инновации – это:

- 147 проектов на стадии клинических испытаний;
- с 2007 г. получено больше всех в фармацевтической отрасли одобрений на новые молекулярные субстанции в США и ЕС;
- лидирующие позиции по инвестициям в исследования и разработки (с 2013 г. 15% от продаж ежегодно инвестируется в НИОКР; 8.1 млрд. долл. США в 2010 г.);
- в исследовательском центре – НИБР (NIBR – The Novartis Institute for BioMedical Research) – работают более 5000 ученых по всему миру;
- один из самых больших на рынке портфелей разработок по биологическим препаратам.

Корпорация Санофи была образована путем слияния двух групп компаний: Санофи-Синтелабо и Авентис. Объединение фактически произошло в результате покупки компанией Санофи-Синтелабо СА (Франция) контрольного пакета акций Головной компании Группы Авентис.

На сегодняшний день Санофи – одна из ведущих фармацевтических корпораций мира. Она представлена более чем в 100 странах и насчитывает более 110 000 сотрудников. Санофи обладает одним из лучших портфелей субстанций во всей фармацевтической промышленности. Центральный офис корпорации располагается в Париже.

Основные показатели компании:

- объем продаж в 2011 году: 33,4 млрд. евро;
- обширный портфель фармацевтических продуктов: рецептурные препараты, дженерики, товары для здоровья и ветеринарные препараты;
- мировой лидер в области производства вакцин для человека;
- широкое и сбалансированное присутствие на рынках развитых и развивающихся стран;

- более 110,000 сотрудников в 100 странах мира.

Объединенная корпорация Санофи имеет значительные преимущества, позволяющие ей занимать лидирующие позиции в семи основных терапевтических областях:

- сердечно-сосудистые заболевания;
- тромбоз;
- онкология;
- заболевания центральной нервной системы;
- метаболические нарушения и сахарный диабет;
- внутренние болезни;
- вакцины.

Merck – ведущая фармацевтическая компания с подразделениями: Merck Serono, Merck Millipore и Performance Materials. В компании занято более чем 40 000 сотрудников в 67 странах мира. Успех компании основан на четкой ориентации на научные исследования и разработки. В 2011 году у группы компаний Merck общая выручка увеличилась на 11%, превысив 10 млрд. евро.

Компания Merck Serono создана в 2007 году. История компании началась с приобретением немецкой фармацевтической компании Merck швейцарского биотехнологического лидера Serono.

Компания Merck Serono это:

- крупнейшее подразделение Merck KGaA;
- специализация - биотехнология;
- 16 867 сотрудников (на 31.12.2011г.);
- общий доход за 2011 год – 5,9 млрд. Евро;
- продукция представлена в 150 странах.

3.4 Внутреннее производство

Годовой объем производства

В январе – сентябре 2018 г. по сравнению с аналогичным периодом 2017г. объем производства основных фармацевтических продуктов снизился с 20,1 млрд. тенге до 20,0 млрд. тенге (99,5%).

В целом за последние 11 лет прирост производства фармацевтических препаратов составил в 13 раз и достиг в 2018 году 27,1 млрд. тенге

По видам продукции в 2018 году в сравнении с 2015 годом значительный рост объемов производства в натуральном выражении наблюдался в производстве глюкозидов (38,1 раз), эфиров сахаров (10,4 раза), желез и их экстрактов (275,6%), антибиотиков (273,4%), лактонов (232,2%), сокращение – в производстве кислоты салициловой (4,6%).

Производство фармпродукции по видам за 2015-2018 гг.

Показатель	2015г.	2016г.	2017г.	2018г.	2018 г. к 2015 г.
Производство основных фармацевтических продуктов, млн. тенге	11 286	14 904	19 979	27 064	239,8%
Кислота салициловая, О-ацетилсалициловая; их соли и эфиры сложные, кг	3 924	318	305	180	4,6%
Лизин, кислота глутаминовая и их соли; соли четвертичные и гидроксиды аммония; фосфоаминолипиды; амиды, их производные и соли, кг	-	-	-	1	-
Лактоны, не включенные в другие группировки; соединения гетероциклические только с гетероатомами азота, содержащими неконденсированное пиразольное кольцо, пиримидиновое кольцо, пиперазиновое кольцо, неконденсированное триазиновое кольцо или фенотиазиновую систему неконденсированных колец кислоты; нуклеиновые и их соли; гидантоин и его производны, кг	1 117	892	3 637	2 594	232,2%
Сахара, химически чистые, не включенные в другие группировки, эфиры сахаров простые и сложные и их соли, не включенные в другие группировки, кг	432	4 289	3 860	4 507	10,4 раза
Провитамины, витамины и их производные, кг	3 976	4 584	4 759	4 162	104,6%
Антибиотики, кг	3 305	6 150	8 741	9 035	273,4%
Гликозиды, алкалоиды растительные, их соли, эфиры простые и сложные и их производные, кг	109	199	4 469	4 156	38,1 раз
Железы и органы прочие; их экстракты и прочие вещества человека или животного, не включенные в другие группировки, кг	5 703	2 445	9 342	15 718	275,6%
Объем производства лекарств, кг	6 255 465	
Лекарства, содержащие пенициллин или антибиотики прочие, кг	128 862	

Лекарства, содержащие алкалоиды или их производные, но не гормоны или антибиотики, кг	6 126 370	
Шприцы применяемые в медицине, хирургии, стоматологии или ветеринарии, тыс. штук	13 111	24 615	60 796,5	104 428,8	8 раз
Иглы (кроме трубчатых металлических или для наложения швов), катетеры, канюли и инструменты аналогичные, применяемые в медицине, хирургии, стоматологии или ветеринарии, тыс. штук	442	-	466	424	95,9%
Контейнеры для отходов, штук	7	14	-	-	
Аппаратура, основанная на действии рентгеновского излучения, штук	355	105	142	168	47,3%

Источник: КС МНЭ РК

В январе-сентябре 2018 года, по сравнению с аналогичным периодом прошлого года, по видам продукции наибольший рост отмечается в производстве лизина (313 раз), антибиотиков (в 16,3 раза), кислоты салициловой (14,3 раза), сокращение – в производстве желез и их экстрактов (9,8%), гликозидов (20,6%), игл и катетеров (36,7%).

Производство по отдельным видам фармпродукции за январь-сентябрь 2018 год

	Объем производства		янв.-сент. 2018г. к янв.-сент.2017г.
	Янв.-сент. 2017г.	Янв.-сент. 2018г.	
Производство основных фармацевтических продуктов, млн. тенге	20 122	19 988	99,3%
Кислота салициловая, О-ацетилсалициловая; их соли и эфиры сложные, кг	70	1 001	14,3 раза
Лизин, кислота глутаминовая и их соли; соли четвертичные и гидроксиды аммония; фосфоаминолипиды; амиды, их производные и соли, кг	1	313	313 раза
Лактоны, не включенные в другие группировки; соединения гетероциклические только с гетероатомами азота, содержащими неконденсированное пиразольное кольцо, пиримидиновое кольцо, пиперазиновое кольцо, неконденсированное триазиновое кольцо или фенотиазиную систему неконденсированных	1 912	3 482	182,1%

колец кислоты; нуклеиновые и их соли; гидантоин и его производны, кг			
Сахара, химически чистые, не включенные в другие группировки, эфиры сахаров простые и сложные и их соли, не включенные в другие группировки, кг	2 979	2 900	97,3%
Провитамины, витамины и их производные, кг	3 763	4 392	116,7%
Антибиотики, кг	813	13 290	16,3 раза
Гликозиды, алкалоиды растительные, их соли, эфиры простые и сложные и их производные, кг	3 114	641	20,6%
Железы и органы прочие; их экстракты и прочие вещества человека или животного, не включенные в другие группировки, кг	11 394	1 122	9,8%
Объем производства лекарств, кг	3 638 780	4 176 742	114,8%
Лекарства, содержащие пенициллин или антибиотики прочие, кг	115 898	88 092	76,0%
Лекарства, содержащие алкалоиды или их производные, но не гормоны или антибиотики, кг	3657170	3626651	99,2%
Шприцы применяемые в медицине, хирургии, стоматологии или ветеринарии, тыс. штук	81 289,60	85 687,70	105,4%
Иглы (кроме трубчатых металлических или для наложения швов), катетеры, канюли и инструменты аналогичные, применяемые в медицине, хирургии, стоматологии или ветеринарии, тыс. штук	317,7	116,7	36,7%
Контейнеры для отходов, штук	-	-	-
Аппаратура, основанная на действии рентгеновского излучения, штук	126	116	92,1%

Источник: КС МНЭ РК

На рынке производства медицинского и хирургического оборудования за последние 10 лет наблюдается прирост до 3,9 млрд. тенге или в 3,5 раза.

В общей структуре промышленного производства доля объема производства фармацевтической промышленности крайне низкая и составляет всего 0,2%.

В период с 2016 по 2018 год удельный вес фармацевтической промышленности в объеме промышленного производства составил 0,1 – 0,2%.

В 2018 году доля фармацевтической промышленности снизилась до 0,1%, в сентябре 2012 года составила 0,2 %

3.5 Производственные мощности

Коэффициент использования производственных мощностей

Мощность предприятий фармацевтической промышленности Казахстана в 2018 г. в натуральном выражении составила 11,2 тыс. тонн. Коэффициент использования – 53,7%. В то же время мониторинг данного показателя представляется весьма проблематичным. Это связано с тем, что государственный статистический учет мощности предприятий фармацевтической промышленности ведется не единообразно, т.е. в разных единицах.

Баланс производственных мощностей на промышленных предприятиях Казахстана

Среднегодовая мощность, млн. тенге		Среднегодовая мощность, тонн	Использование среднегодовой мощности, %		
2016 г	2017 г	2018 г	2016 г	2017 г	2018 г
6 801,2	18 232,2	11 211,8	67,7	89,1	53,7

Источник: КС МНЭ РК

Так, коэффициент использования среднегодовой мощности до 2016 года стремительно идет вверх, достигнув 90,2%, однако в 2018 году в сравнении с 2016 годом наблюдается снижение коэффициента до 53,7% (на 40,5%) Возможно, это связано с тем, что учет мощности предприятий фармацевтической промышленности в 2018 году приводится в тоннах, в отличие от предшествующих периодов, где учет велся в тенге.

Баланс производственных мощностей представлен также в разрезе регионов за 2018 год. По данным таблицы, ведущими регионами по производству фармацевтической продукции являются Южно-Казахстанская, Карагандинская и Павлодарская области.

Из данных таблицы наблюдается высокое использование среднегодовой мощности в Южно-Казахстанской (92,1%), Карагандинской (84,1%) и Павлодарской (68,9%) областях. Существующие различия в использовании производственных мощностей между разными регионами предположительно имеют место вследствие неравномерного потребления лекарственных средств, а также неравномерных вложений в инфраструктуру.

Баланс производственных мощностей на промышленных предприятиях Казахстана в разрезе регионов за 2018 год

Лекарства, кг	Среднегодовая мощность, действовавшая в отчетном году	Выпуск продукции Или количество переработанного сырья	Использование среднегодовой мощности в отчетном году, в %
Республика Казахстан	11 211 783	6 016 677	53,7
Актюбинская	15 000	2 304	15,4
Алматинская	367 744	93 116	25,3
Жамбылская	15 005	7 360	49,1
Карагандинская	676 308	568 443	84,1
Мангистауская	4 328	-	-
Южно-Казахстанская	3 159 490	2 908 990	92,1
Павлодарская	440 808	303 531	68,9
Северо-Казахстанская	58 000	37 742	65,1
Восточно-Казахстанская	799 026	248 847	31,1
г. Алматы	5 676 074	1 846 344	32,5

Источник: КС МНЭ РК

Несмотря на то, что региональный разрез представил большое количество предприятий, общий процент использования среднегодовой мощности низкий. Причины низкой загрузки выясняются, но предварительно можно предположить, что это связано:

- с высоким износом оборудования;
- отсутствием стандартов GMP, и соответственно,
- отсутствием договоров на сбыт продукции.

Ввод/выбытие производственных мощностей

Информация по вводу и выбытию мощностей представлена в статистических данных до 2018 года, в последующие годы форма отчетности изменилась и приводятся данные по мощностям на начало и конец года, с указанием увеличения либо уменьшения производственных мощностей.

Так за период 2013-2018 гг. ввода производственных мощностей по фармацевтической продукции не отмечено, выбытие наблюдается в 2016 году на 667 тыс. тенге и в 2011 году на 3 620 тыс. тенге.

Изменение производственных мощностей производителей фармацевтической продукции в течение года, тыс. тенге

Периоды	Мощность на начало года	Изменение производственной мощности в отчетном году			Мощность на конец года	Изменение за год, %
		увеличение	уменьшение	в том числе за счет выбытия (ветхость, исчерпание запасов)		
2011 год	4 034 842	11 351	44	-	4 046 149	0,3
2012 год	4 046 349	1 230 239	189 332	667	5 087 256	25,7
2013 год	5 092 840	306 164	57 000	-	5 342 004	4,9
2014 год	6 799 233	1 995	-	-	6 801 228	0,03
2015 год	6 805 228	1 892 530	7 507	3 620	8 690 251	27,7
2016 год	6 883 736	2 164 372	43 792	-	9 004 316	30,8
2017 год	11 689 800	1 085 692	1 450	-	12 774 042	9,3
2018 год	17 396 701	850 148	14 632	-	18 232 217	4,8

Источник: КС МНЭ РК

В целом за период с 2011 по 2018 гг. наблюдается рост производственных мощностей в 4,5 раза. В разные периоды, в течение каждого года рост мощностей составил 0,03-31%. Изменение мощностей в основном связано с реконструкцией действующих предприятий, техническим перевооружением, а также в связи с изменением номенклатуры продукции (уменьшения трудоемкости).

3.6 Внешняя торговля

Импортозависимость фармацевтического рынка Казахстана остается на высоком уровне и составляет почти 90%. В период с 2015 года наблюдается тенденция роста импорта и экспорта в денежном выражении. Величина импорта в 2018 году составила 985 млн. долларов, рост к показателю 2015 года 199,4%.

Доля экспорта в 2018 году составила 23 млн. долларов, рост к 2013 году (12 млн. долл.) составил 192,5%.

В 2016 году объемы импорта составили 28,9 тонн, рост к 2013 году – 128,4%. Объемы экспорта 0,6 тыс. тонн, снижение к 2013 году 54,5%.

3.7 Размер рынка

Производство

В целом за последние 11 лет прирост производства фармацевтических препаратов составил в 13 раз и достиг в 2018 году 27,1 млрд. тенге.

По видам продукции в 2018 году в сравнении с 2015 годом значительный рост объемов производства в натуральном выражении наблюдался в производстве гликозидов (38,1 раз), эфиров сахаров (10,4 раза), желез и их экстрактов (275,6%), антибиотиков (273,4%), лактонов (232,2%), сокращение – в производстве кислоты салициловой (4,6%).

Производство фармпродукции по видам за 2015-2018 гг.

Показатель	2015г.	2016г.	2017г.	2018г.	2018 г. к 2015 г.
Производство основных фармацевтических продуктов, млн. тенге	11 286	14 904	19 979	27 064	239,8%
Кислота салициловая, О-ацетилсалициловая; их соли и эфиры сложные, кг	3 924	318	305	180	4,6%
Лизин, кислота глютаминовая и их соли; соли четвертичные и гидроксиды аммония; фосфоаминолипиды; амиды, их производные и соли, кг	-	-	-	1	-
Лактоны, не включенные в другие группировки; соединения гетероциклические только с гетероато-мами азота, содержащими неконденсированное пиразольное кольцо, пиримидиновое кольцо, пиперазиновое кольцо, неконденсированное триазиновое кольцо или фенотиазиновую систему неконденсированных колец кислоты; нуклеиновые и их соли; гидантоин и его производны, кг	1 117	892	3 637	2 594	232,2%
Сахара, химически чистые, не включенные в другие группировки, эфиры сахаров простые и сложные и их соли, не включенные в другие группировки, кг	432	4 289	3 860	4 507	10,4 раза
Провитамины, витамины и их производные, кг	3 976	4 584	4 759	4 162	104,6%
Антибиотики, кг	3 305	6 150	8 741	9 035	273,4%
Гликозиды, алкалоиды растительные, их соли, эфиры простые и сложные и их производные, кг	109	199	4 469	4 156	38,1 раз
Железы и органы прочие; их экстракты и прочие вещества человека или животного, не включенные в другие группировки, кг	5 703	2 445	9 342	15 718	275,6%

Показатель	2015г.	2016г.	2017г.	2018г.	2018 г. к 2015 г.
Объем производства лекарств, кг	6 255 465	
Лекарства, содержащие пенициллин или антибиотики прочие, кг	128 862	
Лекарства, содержащие алкалоиды или их производные, но не гормоны или антибиотики, кг	6 126 370	
Шприцы, применяемые в медицине, хирургии, стоматологии или ветеринарии, тыс. штук	13 111	24 615	60 796,5	104 428,8	8 раз
Иглы (кроме трубчатых металлических или для наложения швов), катетеры, канюли и инструменты аналогичные, применяемые в медицине, хирургии, стоматологии или ветеринарии, тыс. штук	442	-	466	424	95,9%
Контейнеры для отходов, штук	7	14	-	-	
Аппаратура, основанная на действии рентгеновского излучения, штук	355	105	142	168	47,3%

Источник: КС МНЭ РК

В январе-сентябре 2018 года, по сравнению с аналогичным периодом прошлого года, по видам продукции наибольший рост отмечается в производстве лизина (313 раз), антибиотиков (в 16,3 раза), кислоты салициловой (14,3 раза), сокращение – в производстве желез и их экстрактов (9,8%), гликозидов (20,6%), игл и катетеров (36,7%).

Производство по отдельным видам фармпродукции за январь-сентябрь 2018 год

	Объем производства		янв.-сент. 2018г. к янв.-сент.2017г.
	Янв.-сент. 2017г.	Янв.-сент. 2018г.	
Производство основных фармацевтических продуктов, млн. тенге	20 122	19 988	99,3%
Кислота салициловая, О-ацетилсалициловая; их соли и эфиры сложные, кг	70	1 001	14,3 раза
Лизин, кислота глютаминовая и их соли; соли четвертичные и гидроксиды аммония; фосфоаминолипиды; амиды, их производные и соли, кг	1	313	313 раза

	Объем производства		янв.-сент. 2018г. к янв.-сент.2017г.
	Янв.-сент. 2017г.	Янв.-сент. 2018г.	
Лактоны, не включенные в другие группировки; соединения гетероциклические только с гетероатомами азота, содержащими неконденсированное пиразольное кольцо, пиримидиновое кольцо, пиперазиновое кольцо, неконденсированное триазиновое кольцо или фенотиазиновую систему неконденсированных колец кислоты; нуклеиновые и их соли; гидантоин и его производны, кг	1 912	3 482	182,1%
Сахара, химически чистые, не включенные в другие группировки, эфиры сахаров простые и сложные и их соли, не включенные в другие группировки, кг	2 979	2 900	97,3%
Провитамины, витамины и их производные, кг	3 763	4 392	116,7%
Антибиотики, кг	813	13 290	16,3 раза
Гликозиды, алкалоиды растительные, их соли, эфиры простые и сложные и их производные, кг	3 114	641	20,6%
Железы и органы прочие; их экстракты и прочие вещества человека или животного, не включенные в другие группировки, кг	11 394	1 122	9,8%
Объем производства лекарств, кг	3 638 780	4 176 742	114,8%
Лекарства, содержащие пенициллин или антибиотики прочие, кг	115 898	88 092	76,0%
Лекарства, содержащие алкалоиды или их производные, но не гормоны или антибиотики, кг	3657170	3626651	99,2%
Шприцы, применяемые в медицине, хирургии, стоматологии или ветеринарии, тыс. штук	81 289,60	85 687,70	105,4%
Иглы (кроме трубчатых металлических или для наложения швов), катетеры, канюли и инструменты аналогичные, применяемые в медицине, хирургии, стоматологии или ветеринарии, тыс. штук	317,7	116,7	36,7%
Контейнеры для отходов, штук	-	-	-
Аппаратура, основанная на действии рентгеновского излучения, штук	126	116	92,1%

Источник: КС МНЭ РК

Доля отечественных лекарственных средств в натуральном выражении на внутреннем рынке в январе – августе 2018 года составила 5,9%, что ниже уровня аналогичного периода прошлого года на 23,8 п.п.

По данным отчета «Мониторинг розничных продаж ЛС в РК» компании Vi-ORTIS Group Consulting, объем розничного рынка ГЛС в денежном выражении в 2016 году составил 969 млн. долларов, что на 3% больше, чем в 2015 году. Однако потребители менее активно покупали ЛС по сравнению с прошлым годом- 383 млн. упаковок, что на 7,3% меньше, чем в предыдущем году. Динамика розничных продаж в натуральном выражении демонстрирует спад, в среднем, на 7,8% в год, начиная с 2016 года.

Следует определить ряд факторов, которые влияют на розничный рынок: заболевания населения, уровень безработицы, уровень доходов, инфляция, ценовая сегментация препаратов. Среди возможных причин снижения покупок лекарственных средств в 2018 году специалисты отмечают следующее:

1) Численность больных людей сократилась. КС МНЭ РК выявляет тенденцию снижения количества заболеваний населения по нескольким категориям. К примеру, по итогам 10 месяцев 2018 года, уровень заболеваемости туберкулезом снизился на 9,6%, показатель заболеваемости ишемической болезнью сердца снизился на 3,5%.

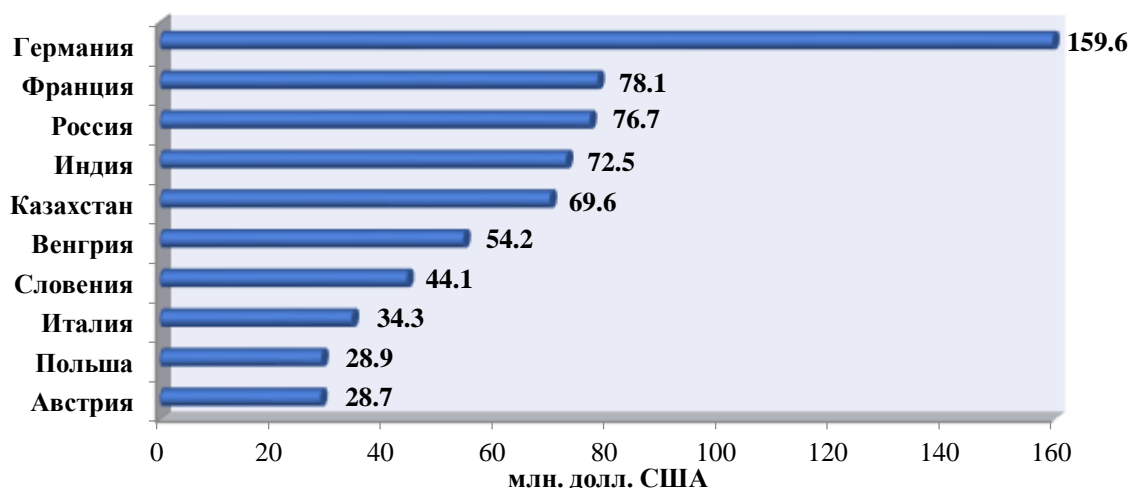
2) Согласно данным КС МНЭ РК за январь-декабрь 2018 года, цена оптовых продаж на фармацевтические препараты и медицинские товары увеличилась на 6,2% по сравнению с прошлым периодом. Годовой прирост оптовых цен на лекарственные средства, по данным, превышает 11%

Государство предпринимает попытку сдерживать цены на особую категорию лекарственных средств. Согласно официальным данным перечень льготных лекарственных препаратов вырос на 40% – со 179 до 276.

Как было отмечено ранее, казахстанцы не стали покупать более дорогие препараты, но также не доверяют более дешевым препаратам, таким образом, потребители нашли золотую середину - препараты от 5-10\$ стали актуальны в 2018 году (увеличение 2,7%)

3) Помимо надбавок оптовиков и различных интермедиаров (государство не может регулировать цены на все ЛС), в стоимость лекарственных средств заложена инфляция.

Лидером на отечественном рынке среди стран-производителей ЛС в денежном выражении считается Германия, объем представленной продукции вдвое больше последующих лидеров - Франции и России в совокупности-159,6 млн. долл.

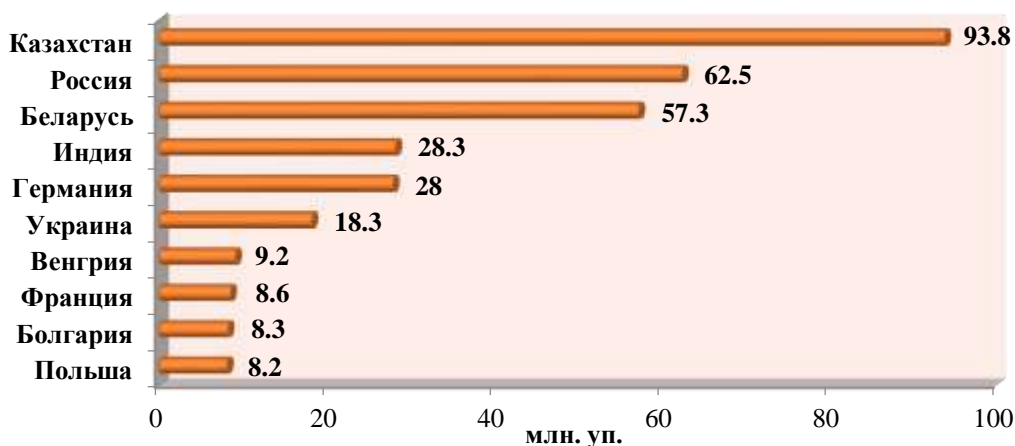


Топ-10 стран в стоимостном выражении, млн. долл. США

Источник: «Мониторинг розничных продаж ЛС в РК», Vi-ORTIS Group Consulting

Казахстан закрепляет ТОП-5 с препаратами на сумму 69,6 млн. долл. в розничных ценах. В стоимостном объеме преобладают европейские страны, поскольку они производят дорогие оригинальные препараты.

В рейтинге ТОП-10 стран в натуральном выражении напротив, лидируют участники Таможенного Союза: Казахстан-93,8 млн.уп., Россия-62,5 млн. уп., Беларусь- 57,3 млн. уп.



Топ-10 стран в натуральном выражении, млн. уп.

Источник: «Мониторинг розничных продаж ЛС в РК», Vi-ORTIS Group Consulting

Несмотря на то, что Казахстан лидирует в розничных продажах в физическом объеме, отмечается негативная тенденция в 2018 году на отечественном рынке. Если в 2017 г. доля отечественных производителей ЛС в натуральном объеме розничных продаж составила 29,8%, то в 2018 г. она снизилась до 24,5%. Следует отметить, розничный рынок отличается от госпитального тем, что именно конечный потребитель вправе выбирать препараты, какого производства ему стоит покупать.

В стоимостном выражении «доля препаратов отечественного производства сократилась с 8,6% до 7,2%. Безусловно, пока мы не в силах противостоять препаратам европейского качества, которые давно перешли на стандарт GMP.

При анализе розничных продаж по торговым наименованиям лидером применяющийся для лечения заболеваний центральной нервной системы препарат Актовегин (норвежская компания Nuscamed), прочно удерживающий лидирующее положение уже в течение долгих лет. На втором месте, как и в 2010 году, находится препарат Виагра (Pfizer International Inc.). На одну строчку поднялся Линекс, производимый компанией Lek. Особое внимание следует уделить хорватскому антибиотику широкого спектра Сумамед, стремительно поднялся с 21-го на 7-ое место. Также в 2011 году стали популярны Канефрон Н (Bionogica AG) и Хилак форте (Ratiopharm GmbH). Хилак форте используется для регулирования равновесия кишечной микрофлоры, а Канефрон Н применяется для лечения почек и мочевыводящих путей.

Топ - 10 торговых наименований в стоимостном выражении

2018	2017	торговое наименование	Объем рынка, млн. долл. США	Доля, %	Прирост, %
1	1	Актовегин	12,1	1,2	-2,5
2	2	Виагра	7,9	0,8	29,2
3	4	Линекс	6,5	0,7	15,9
4	7	Но Шпа	6,1	0,6	23,8
5	6	Дюфастон	5,9	0,6	18,2
6	14	Сумамед	5,8	0,6	41,7
7	21	Канефрон Н	5,7	0,6	59,1
8	3	Эссенциале Н форте	5,2	0,5	-9,6
9	23	Хилак форте	5,1	0,5	49,3
10	9	Цефазолина натриевая соль	4,8	0,5	3,1

Источник: «Мониторинг розничных продаж ЛС в РК», Vi-ORTIS Group Consulting

При анализе Топ-10 торговых наименований в натуральном выражении видно, что особо значимых изменений не произошло. По-прежнему популярными остаются ацетилсалициловая кислота, аскорбиновая кислота с глюкозой. Улучшили свои показатели цефазолина натриевая соль, парацетамол, кальция глюконат. Во второй половине списка появился новый представитель: натрия хлорид, переместившиеся с 12-го места на 10-е.

Топ - 10 торговых наименований в натуральном выражении

2018	2017	Торговое наименование	Объем рынка, млн. уп.	Доля, %	Прирост, %
1	1	Ацетилсалициловая кислота	18,8	4,9	5,3
2	2	Аскорбиновая кислота с глюкозой	12,9	3,4	-24,4
3	6	Цефазолина натриевая соль	9,5	2,5	11,2
4	5	Парацетамол	8,5	2,2	-19,6
5	8	Кальция глюконат	8,5	2,2	33,9
6	7	Этиловый спирт	6,1	1,6	-27,3
7	4	Цитрамон П	6,1	1,6	-45,5
8	3	Уголь активированный	5,8	1,5	-51,4
9	9	Нафазолин DF	5,1	1,3	-7,8
10	12	Натрия хлорид	4,9	1,3	3,6

Источник: «Мониторинг розничных продаж ЛС в РК», Vi-ORTIS Group Consulting

Анализируя ТОП-10 МНН, отмечаем, что потребители не изменяют своим предпочтениям: все также огромным спросом пользуются экстракты на основе трав-29,1 млн. долл. США. Далее следуют Поливитамины в комплексе с Мультивиминералами, однако они упали в продаже (-18,9%). В этом году потребители уделили особое внимание Амброксолу, Силденафилу, Азитромицину и Кетопрофену. Несколько упали продажи Флуконазола, Диклофенака, Депротеинизированного гемодеривата из крови телят.

Топ – 10 МНН в стоимостном выражении

2018	2017	МНН	Объем рынка, млн. уп.	Доля, %	Прирост, %
1	1	Экстракт трав	29,1	3	7,4
2	2	Поливитамин+Мультивиминерал	13,1	1,4	-18,9
3	6	Амброксол	12,9	1,3	10,1
4	5	Панкреатин	12,4	1,3	2,6
5	9	Силденафил	12,2	1,3	36,6
6	3	Депротеинизированный гемодериват из крови телят	12,1	1,2	-2,5
7	4	Флуконазол	10,9	1,1	-11,1
8	10	Азитромицин	10,2	1,1	18,2
9	8	Диклофенак	10	1	6,4

10	12	Кетопрофен	9,8	1	30
----	----	------------	-----	---	----

Источник: «Мониторинг розничных продаж ЛС в РК», Vi-ORTIS Group Consulting

В целом, Топ-10 МНН в натуральном выражении сохранился, однако произошла перестановка внутри десятки: Ацетилсалициловая кислота в комбинации с парацетамолом и кофеином поднялась на одну строчку, Экстракт трав на две, Кальция глюконат и Цефазолин на три позиций вверх. Негативным приростом особо замечен Активированный уголь (падение с 6-го на 10-ое место).

Топ – 10 МНН в натуральном выражении

2018	2017	Торговое наименование	Объем рынка, млн. уп.	Доля, %	Прирост, %
1	1	Ацетилсалициловая кислота	20,6	5,4	5,4
2	3	Ацетилсалициловая кислота+Парацетамол+Кофеин	13,5	3,5	-14,6
3	2	Аскорбиновая кислота+Декстроза	12,9	3,4	-24,4
4	7	Цефазолин	11,5	3	9,9
5	4	Нафазолин	10,5	2,7	-21,8
6	8	Экстракт трав	10,3	2,7	0,9
7	5	Парацетамол	10,1	2,6	-19,6
8	11	Кальция глюконат	8,6	2,3	33,9
9	9	Ампициллин	8	2,1	-5,8
10	6	Активированный уголь	7,4	1,9	-39,7

Источник: «Мониторинг розничных продаж ЛС в РК», Vi-ORTIS Group Consulting

В 2018 году казахстанцы стали чаще покупать рецептурные препараты, показатель увеличился на 1,8% по сравнению с прошлым годом.

Известно, что кодеин содержащие препараты, такие как Солпадеин, Юниспаз, Пенталгин-П, Антиспазм, в Казахстане с 1 ноября 2018 года отпускаются только по рецептам врачей. Так, в ноябре продажа кодеиносодержащего Антиспазма сократилась на 53%, продажа Солпадеина сократилась на 30% в натуральном и в стоимостном выражении. Пенталин-П показал менее резкий спад- 4,7% в натуральном и 4% в стоимостном выражении. А вот Юниспаз, напротив, показал положительный рост -2,7% в натуральном, 3,7% в стоимостном выражении.

Таким образом, розничный бизнес отреагировал на изменение внутренних и внешних условий снижением физического объема продаж. Анализ структуры розничного рынка показал, что отечественные фармацевтические компании требуют особой поддержки со стороны, как государства, так и потребителей.

В условиях возникновения различных рисков (к примеру, укрепление тенге снизит конкурентоспособность отечественных производителей) в 2012 году казахстанские компании должны консолидировать свои силы.

Импорт

Импортозависимость фармацевтического рынка Казахстана остается на высоком уровне и составляет почти 90%. Тренд показателей импорта за период с 2014 по 2018 годы показывает рост импорта в денежном выражении. По сравнению с 2014 г. импорт фармацевтической продукции по группе ТН ВЭД «30» вырос в более чем 8 раз в стоимостном выражении.

В 2011 году было импортировано 29 тыс. тонн фармацевтической продукции на сумму 985 млн. долл. США. Основной импортной статьёй была продукция по коду ТН ВЭД «300490». На данную статью приходилось 59% стоимостного объема импорта РК и 79% натурального.

По итогам 2018 г. экспорт РК фармацевтической продукции по группе ТН ВЭД «30» составил 23 млн. долл. США. При этом динамика роста экспорта опережает динамику роста импорта, по сравнению с 2018 г. экспорт РК вырос в более чем 13 раз.

Основной экспортной статьёй была продукция по коду ТН ВЭД «300490». На данную статью приходилось 59% стоимостного объема экспорта РК и 74% натурального.

Товарная структура экспорта РК в 2018 г.

ТН ВЭД	наименование по ТН ВЭД	2018, млн. долл. США	2018 г., тонн
30	всего экспорт фармацевтической продукции	23,1	575
300490	прочие лекарственные средства (кроме указанных в позициях 3002, 3005, 3006), состоящие из отдельных веществ или смесей веществ, используемые в терапевтических и профилактических целях	13,6	426,8
300290	прочие кровь человеческая, кровь животных, приготовленная для использования в терапевтических, профилактических или диагностических целях; культуры микроорганизмов и аналогичные продукты	3,0	29,0
300210	сыворотки иммунные и фракции крови прочие и модифицированные иммунологические продукты, в том числе полученные биотехнологическим путем	1,6	0,4
300420	лекарственные средства, содержащие прочие антибиотики	1,5	9,8
300431	лекарственные средства, содержащие инсулин	0,8	4,3

ТН ВЭД	наименование по ТН ВЭД	2018, млн. долл. США	2018 г., тонн
300439	прочие лекарственные средства, содержащие гормоны или прочие соединения, указанные в товарной позиции 2937, но не содержащие антибиотиков	0,5	0,6
300450	лекарственные средства прочие, содержащие витамины или другие соединения, указанные в товарной позиции 2936	0,4	41,5
300630	препараты контрастные для рентгенографических обследований; реагенты диагностические, предназначенные для введения больным	0,4	1,5
300440	лекарственные средства, содержащие алкалоиды или их производные, но не содержащие гормонов, прочих соединений, указанных в позиции 2937 или антибиотиков	0,3	26,1
300220	вакцины для людей	0,2	0,1
300660	средства химические контрацептивные, изготовленные на основе гормонов или спермицидов	0,2	0,3
300410	лекарственные средства, содержащие пенициллины или их производные, имеющие структуру пенициллановой кислоты, или содержащие стрептомицины или их производные	0,2	2,8
300230	вакцины ветеринарные	0,1	1,8
300390	прочие лекарственные средства (лекарства), состоящие из смеси двух и более компонентов, для использования в профилактических целях, но не расфасованные в виде дозированных лекарственных форм	0,1	29,0
300432	лекарственные средства, содержащие кортикостероидные гормоны, их производные и структурные аналоги	0,1	0,7
300640	цементы зубные и материалы для пломбирования зубов прочие; цементы, реконструирующие кость	0,03	0,1
300650	сумки санитарные и наборы для оказания первой помощи	0,01	0,05
300510	материал перевязочный ангезивный и прочие материалы, имеющие липкую поверхность	0,01	0,3

ТН ВЭД	наименование по ТН ВЭД	2018, млн. долл. США	2018 г., тонн
300190	прочие вещества человеческого или животного происхождения, предназначенные для терапевтических или профилактических целей	0,00005	0,002
300590	прочий перевязочный материал: вата, марля, бинты, расфасованные в формы или упаковки для розничной продажи, предназначенные для использования в медицине, хирургии, стоматологии или ветеринарии	0,00003	0,006

Источник: КС МНЭ РК, КТК МФРК

Основным потребителем казахстанской фармацевтической продукции в 2018 г. был Кыргызстан, далее - Россия, Швейцария, Украина и Узбекистан. При этом Казахстан в 2018 г. экспортировал фармацевтическую продукцию по средней условной стоимости 40 тыс. долл. США за тонну. Условная стоимость за тонну продукции варьировалась от 11 тыс. долларов США до 1,4 млн. долларов США. Самая высокая условная стоимость за тонну фармацевтической продукции была зафиксирована в поставках в Швейцарию (1,4 млн. долларов за тонну) и Финляндию (1,2 млн. долларов за тонну). Самая низкая условная стоимость за тонну продукции зафиксирована в поставках в Таджикистан (11 тыс. долл. США за тонну) и Узбекистан (14 тыс. долл. США за тонну).

Географическая структура экспорта РК

Страна	2018, млн. долл. США	2018 г., тонн	усл. экспортная ст-ть за тонну
Всего экспорт фармацевтической продукции	23,1	575,0	40 183,9
Кыргызстан	5,6	200,3	27 930,3
Россия	3,8	64,5	58 522,5
Швейцария	3,6	2,5	1 421 034,0
Украина	1,8	21,3	85 790,6
Узбекистан	1,7	114,3	14 451,6
Таджикистан	1,4	127,8	11 090,0
Финляндия	1,1	0,9	1 205 172,8
Словения	1,0	3,6	275 577,9
Монголия	0,9	3,0	297 905,5
Туркменистан	0,6	16,4	39 368,1

Страна	2018, млн. долл. США	2018 г., тонн	усл. экспортная ст-ть за тонну
Нидерланды	0,5	1,1	509 893,9
Остальные страны	1,1	19,4	57995,73595

Источник: КС МНЭ РК, КТК МФРК

Рынок России

В целом фармацевтическая промышленность России является догоняющей по отношению к мировой отрасли. Подавляющее большинство препаратов, которые производятся в России, уже давно производятся во всем мире, а часть производимых препаратов является устаревшими.

Несмотря на это, стоимостной объем производства фармацевтической продукции в 2018 г. по сравнению с 2012 г. увеличился в 4 раза.

По данным Федеральной службы государственной статистики РФ в 2018 г. по сравнению с 2008 г. объем производства:

- ампул для лечения сердечнососудистых заболеваний уменьшился на 28%, тогда как упаковок возрос в 4 раза;

- препаратов выпускаемых в форме флаконов для лечения онкологических заболеваний уменьшился на 93%, в виде упаковок на 76%;

- препаратов для лечения психоневрологических заболеваний увеличился более чем в три раза.

Фармацевтический рынок России входит в десятку крупнейших фармацевтических рынков мира. По итогам 2018 года Россия заняла 8 место. Объем фармрынка России в 2018 году составил 824 млрд. руб. (28,1 млрд. долл. США) в ценах конечного потребления, что на 12% больше, чем показатель 2016 года.

Рост рынка в упаковках, по сравнению с рублевым, выглядит достаточно скромно, демонстрируя лишь 1%. В разрезе сегментов, то наибольший прирост показали продажи лекарственных препаратов в аптеках (+15% или 468 млрд. рублей), на 10% увеличились продажи в аптеках парафармацевтических товаров (130 млрд. рублей), наименьший прирост показал рынок государственных закупок, составив +7% (226 млрд. рублей).

Коммерческий сегмент ГЛС

Емкость коммерческого рынка ГЛС в 2018 году составила 468 млрд. руб. в ценах конечного потребления или 354 млрд. руб. в ценах закупки аптек, что на 14% больше, чем в предыдущем году. При этом было реализовано 4,4 млрд. упаковок, что практически совпадает с показателем предыдущего года.

В стоимостном выражении доля российских ЛС традиционно составляет около одной четвертой части российского коммерческого рынка ГЛС. В 2018 году доля российских лекарств составила 24%. В то же время российские препараты преобладают в аптечных продажах в натуральном выражении –

63,2%. В 2018 году доля в упаковках отечественных лекарств снизилась на 1,3%.

В 2018 году прирост продаж отечественных препаратов оказался более выраженным, чем импортных: в стоимостном объеме 17% против 13%. В натуральном выражении продажи российских лекарств снизились на 2%, в то время как для препаратов импортного производства прирост составил 4%.

Средняя стоимость упаковки российского препарата в 2018 году составила 30 руб., что более чем в 5,5 раз ниже стоимости упаковки импортного лекарственного средства. В 2018 году стоимость импортной упаковки в среднем приближалась к 165 руб.

В таблице приведены ТОП-20 фирм-производителей, лидирующих по объему продаж на коммерческом рынке России в 2018 году.

ТОП-20 фирм-производителей ГЛС по объему аптечных продаж розничного коммерческого рынка России по итогам 2018 года

Компания	Стоимостный объем, млн. руб. 2018 г.	Прирост стоимостного объема	Доля
ФАРМСТАНДАРТ	17 036	13,70%	4,81%
SANOFI-AVENTIS	14 715	8,20%	4,15%
BERLIN-CHEMIE	13 100	5,80%	3,70%
NOVARTIS	12 328	23,30%	3,48%
NYCOMED	12 016	15,30%	3,39%
BAYER	11 491	10,90%	3,24%
GEDEON RICHTER	10 943	15,30%	3,09%
SERVIER	8 882	12,60%	2,51%
LEK D.D.	8 835	15,60%	2,49%
PFIZER	8 757	12,10%	2,47%
ABBOTT	7 795	12,20%	2,20%
TEVA PHARMACEUTICAL	7 549	14,90%	2,13%
KRKA	7 037	12,80%	1,99%
MERCK	6 774	8,10%	1,91%
BOEHRINGER INGELHEIM	6 402	20,50%	1,81%
DR.REDDY'S LABORATORIES	5 432	16,80%	1,53%
ASTELLAS PHARMA	5 414	14,40%	1,53%
STADA ARZNEIMITTEL	5 327	23,20%	1,50%

Компания	Стоимостный объем, млн. руб. 2018 г.	Прирост стоимостного объема	Доля
GLAXOSMITHKLINE	5 223	9,60%	1,47%
ZENTIVA	4 943	18,70%	1,40%

Источник: DSM Group

В 2018 году на российском фармацевтическом рынке присутствовало около 1000 игроков (540 российских и 460 иностранных фирм-производителей). Суммарно на ТОП-20 фирм-производителей приходится 50,8% стоимостного объема продаж ГЛС. По сравнению с 2017 общая доля двадцатки практически не изменилась.

Импорт

Российские производители проигрывают зарубежным фармкомпаниям в валовой доходности, поскольку основную часть выпускаемой ими продукции составляют низкорентабельные дженериковые препараты. По оценке экспертов до 90% выпускаемых в России лекарственных препаратов относят к дженериковому сегменту. Тренд показателей импорта за период с 2015 по 2018 годы показывает рост импорта в денежном выражении. По сравнению с 2014 г. импорт фармацевтической продукции по группе ТН ВЭД «30» вырос в более чем 7 раз в стоимостном выражении.

В 2011 году РФ было импортировано фармацевтической продукции на сумму 13,2 млрд. долл. США, по данному показателю она находится на 11 месте в мире. Основной импортной статьёй была продукция по коду ТН ВЭД «300490». На данную статью приходилось 59% стоимостного объема импорта РФ. При этом по многим позициям РФ входит в ТОП 10 импортеров, к примеру, по позиции «300450» она является крупнейшим в мире импортером.

Товарная структура импорта РФ в 2018 г.

ТН ВЭД	наименование ТН ВЭД	Импорт, млн. \$, 2018 г.	Доля в импорте РФ, %	место страны в мировом импорте
Всего импорт РФ		13 184	100%	11
300490	прочие лекарственные средства (кроме указанных в позициях 3002, 3005, 3006), состоящие из отдельных веществ или смесей веществ, используемые в терапевтических и профилактических целях	7 856	59,58%	12
300210	сыворотки иммунные и фракции крови прочие и модифицированные иммунологические продукты, в том числе полученные биотехнологическим путем	1 306	9,90%	12

ТН ВЭД	наименование ТН ВЭД	Импорт, млн. \$, 2018 г.	Доля в импорте РФ, %	место страны в мировом импорте
300440	лекарственные средства, содержащие алкалоиды или их производные, но не содержащие гормонов, прочих соединений, указанных в позиции 2937 или антибиотиков	753	5,71%	2
300420	лекарственные средства, содержащие прочие антибиотики	603	4,57%	9
300439	прочие лекарственные средства, содержащие гормоны или прочие соединения, указанные в товарной позиции 2937, но не содержащие антибиотиков	523	3,97%	12
300431	лекарственные средства, содержащие инсулин	349	2,65%	6
300432	лекарственные средства, содержащие кортикостероидные гормоны, их производные и структурные аналоги	324	2,46%	5
300290	прочие кровь человеческая, кровь животных, приготовленная для использования в терапевтических, профилактических или диагностических целях; культуры микроорганизмов и аналогичные продукты	311	2,36%	3
300450	лекарственные средства прочие, содержащие витамины или другие соединения, указанные в товарной позиции 2936	271	2,05%	1
300660	средства химические контрацептивные, изготовленные на основе гормонов или спермицидов	172	1,31%	5
300410	лекарственные средства, содержащие пенициллины или их производные, имеющие структуру пенициллановой кислоты, или содержащие стрептомицины или их производные	156	1,18%	3
300220	вакцины для людей	135	1,02%	25
300230	вакцины ветеринарные	91	0,69%	10
300630	препараты контрастные для рентгенографических обследований; реагенты диагностические, предназначенные для введения больным	80	0,61%	6

ТН ВЭД	наименование ТН ВЭД	Импорт , млн. \$, 2018 г.	Доля в импорте РФ, %	место страны в мировом импорте
300640	цементы зубные и материалы для пломбирования зубов прочие; цементы, реконструирующие кость	52	0,40%	11
300610	кетгут хирургический стерильный, аналогичные стерильные шовные материалы и стерильные адгезивные ткани для хирургического закрытия ран; ламинария стерильная и тампоны, кровоостанавливающие сред.	42	0,32%	13
300390	прочие лекарственные средства (лекарства), состоящие из смеси двух и более компонентов, для использования в профилактических целях, но не расфасованные в виде дозированных лекарственных форм	41	0,31%	27
300691	приспособления, идентифицируемые как приспособления для стомического использования	29	0,22%	14
300510	материал перевязочный ангезивный и прочие материалы, имеющие липкую поверхность	27	0,21%	19
300190	прочие вещества человеческого или животного происхождения, предназначенные для терапевтических или профилактических целей	20	0,15%	20
300590	прочий перевязочный материал: вата, марля, бинты, расфасованные в формы или упаковки для розничной продажи, предназначенные для использования в медицине, хирургии, стоматологии или ветеринарии	18	0,14%	31
300620	реагенты для определения группы крови	13	0,10%	6
300320	лекарственные средства, содержащие прочие антибиотики	11	0,09%	19
300670	препараты в виде геля, предназначенные для использования в медицине или ветеринарии в качестве смазки для частей тела в процессах, хирург. операций или физ. исслед. или в кач-ве связ. агент меж телом.	0,5	0,004%	55
300120	экстракты желез или прочих органов или их секретов	0,3	0,002%	46
300310	лекарственные средства, содержащие пенициллины или их производные, имеющие структуру	0,3	0,002%	63

ТН ВЭД	наименование ТН ВЭД	Импорт, млн. \$, 2018 г.	Доля в импорте РФ, %	место страны в мировом импорте
	пенициллановой кислоты, или содержащие стрептомицины или их производные			
300650	сумки санитарные и наборы для оказания первой помощи	0,02	0,0002%	154

Источник: МТЦ

Примечание: без учета импорта из стран ТС

Основными поставщиками фармацевтической продукции на рынок России в 2018 г. были преимущественно европейские страны - Германия (19% от общего объема импорта РФ), далее шли Франция (10%), Швейцария (8%) и Италия (6%).

Географическая структура импорта РФ

Страна	Импорт, млн. \$, 2018 г.	Доля в импорте РФ, %	место страны-партнера в мировом экспорте
Всего импорт РФ	13184,4	100%	
Германия	2517,6	19%	1
Франция	1338,6	10%	7
Швейцария	994,2	8%	2
Италия	733,8	6%	9
Индия	722,2	5%	13
США	668,0	5%	4
Нидерланды	663,2	5%	8
Венгрия	639,1	5%	19
Великобритания	627,7	5%	6
Словения	461,2	3%	22
Бельгия	429,6	3%	3
Австрия	419,3	3%	12
Дания	303,6	2%	11
Польша	259,4	2%	23
Испания	229,5	2%	10

Страна	Импорт, млн. \$, 2018 г.	Доля в импорте РФ, %	место страны-партнера в мировом экспорте
Румыния	225,5	2%	32
Болгария	179,7	1%	35
Хорватия	173,0	1%	41
Швеция	169,6	1%	14
Чехия	168,1	1%	25
Ирландия	164,5	1%	5
Израиль	139,4	1%	15
Аргентина	117,1	1%	33
Китай	84,0	1%	18
Латвия	70,5	1%	39
Остальные страны	685,8	5%	

Источник: МТЦ

Примечание: без учета импорта из стран ТС

Экспорт

По данным МТЦ (без учета экспорта в страны ТС) 2018 г. экспорт РФ фармацевтической продукции по группе ТН ВЭД «30» составил 337 млн. долл. США. По сравнению с 2015 г. экспорт РФ вырос в более чем 3,5 раз.

Основной экспортной статьёй была продукция по коду ТН ВЭД «300490»

Данную продукцию Россия экспортировала на сумму 174 млн. долл. США. В 2018 г. Россия по объему экспорта фармацевтической продукции в стоимостном выражении находилась на 48 месте.

Товарная структура экспорта РФ в 2018 г.

ТН ВЭД	наименование ТН ВЭД	Экспорт, млн. \$, 2018 г.	Доля в мировом экспорте, %	Место страны в мировом экспорте
Всего экспорт РФ		336,9	0,07	48
300490	прочие лекарственные средства (кроме указанных в позициях 3002, 3005, 3006), состоящие из отдельных веществ или смесей веществ,	174,0	0,1	50

	используемые в терапевтических и профилактических целях			
300420	лекарственные средства, содержащие прочие антибиотики	26,0	0,2	39
300210	сыворотки иммунные и фракции крови прочие и модифицированные иммунологические продукты, в том числе полученные биотехнологическим путем	21,2	0	33
300230	вакцины ветеринарные	18,1	0,6	18
300590	прочий перевязочный материал: вата, марля, бинты, расфасованные в формы или упаковки для розничной продажи, предназначенные для использования в медицине, хирургии, стоматологии или ветеринарии	15,4	0,4	27
300190	прочие вещества человеческого или животного происхождения, предназначенные для терапевтических или профилактических целей	14,7	0,3	15
300450	лекарственные средства прочие, содержащие витамины или другие соединения, указанные в товарной позиции 2936	13,9	0,3	37
300410	лекарственные средства, содержащие пенициллины или их производные, имеющие структуру пенициллановой кислоты, или содержащие стрептомицины или их производные	9,7	0,3	31
300290	прочие кровь человеческая, кровь животных, приготовленная для использования в терапевтических, профилактических или диагностических целях; культуры микроорганизмов и аналогичные продукты	8,9	0,2	31
300220	вакцины для людей	8,5	0	29
300440	лекарственные средства, содержащие алкалоиды или их производные, но не содержащие гормонов, прочих соединений, указанных в позиции 2937 или антибиотиков	7,1	0,2	34
300510	материал перевязочный ангезивный и прочие материалы, имеющие липкую поверхность	5,2	0,2	34
300439	прочие лекарственные средства, содержащие гормоны или прочие соединения, указанные в товарной позиции 2937, но не содержащие антибиотиков	4,4	0	46

300432	лекарственные средства, содержащие кортикостероидные гормоны, их производные и структурные аналоги	3,6	0,1	41
300390	прочие лекарственные средства (лекарства), состоящие из смеси двух и более компонентов, для использования в профилактических целях, но не расфасованные в виде дозированных лекарственных форм	1,7	0	54
300120	экстракты желез или прочих органов или их секретов	1,2	0,5	21
300691	приспособления, идентифицируемые как приспособления для стомического использования	0,9	0,1	22
300640	цементы зубные и материалы для пломбирования зубов прочие;цементы, реконструирующие кость	0,8	0	43
300431	лекарственные средства, содержащие инсулин	0,4	0	28
300610	кетгут хирургический стерильный, аналогичные стерильные шовные материалы и стерильные адгезивные ткани для хирургического закрытия ран; ламинария стерильная и тампоны, кровоостанавливающие сред.	0,4	0	50
300650	сумки санитарные и наборы для оказания первой помощи	0,3	0,1	33
300630	препараты контрастные для рентгенографических обследований;реагенты диагностические, предназначенные для введения больным	0,2	0	43
300660	средства химические контрацептивные, изготовленные на основе гормонов или спермицидов	0,1	0	52
300620	реагенты для определения группы крови	0,1	0	32
300670	препараты в виде геля, предназначенные для использования в медицине или ветеринарии в качестве смазки для частей тела в процессах хирург. операций или физ. исслед. или в кач-ве связ. агент меж телом..	0,04	0	52

Источник: МТЦ

Примечание: без учета экспорта в страны ТС

Основными потребителем российской фармацевтической продукции (без учета экспорта в страны ТС) в 2018 г. были преимущественно страны СНГ - Украина, Узбекистан, Азербайджан, Кыргызстан и Молдова.

Географическая структура экспорта РФ

Страны	Экспорт, млн. \$, 2018 г.	Доля в импорте РФ, %	Место страны-партнера в мировом импорте
Всего экспорт РФ	336,91	100%	
Украина	101,108	30%	30
Узбекистан	52,799	16%	80
Азербайджан	34,272	10%	91
Кыргызстан	24,826	7%	103
Молдова	13,311	4%	94
Монголия	11,957	4%	146
Таджикистан	9,984	3%	149
Грузия	9,28	3%	93
Гонконг	7,566	2%	35
Корея	6,363	2%	25
Туркменистан	6,016	2%	140
Латвия	5,599	2%	61
Армения	5,561	2%	122
Нидерланды	3,88	1%	9
Вьетнам	3,823	1%	50
Италия	3,705	1%	6
Германия	3,455	1%	2
Латвия	3,04	1%	56
Сирия	2,294	1%	85
Остальные страны	28,071	8%	

Источник: МТЦ

Примечание: без учета экспорта в страны ТС

3.8 Обзор цен

Как известно в организации лекарственного обеспечения, участвуют три типа бизнеса. Фармацевтические компании, занимающиеся производством лекарственных средств, уполномоченные компании – дистрибьюторы, занимающиеся логистикой (доставкой и хранением) лекарственных средств внутри страны и аптечными сетями, осуществляющими розничный и мелкооптовый отпуск лекарственных средств конечному потребителю.

Ориентация на потребителя — один из эффективных способов формирования лояльности у конечных потребителей аптечной продукции, голосующих своим кошельком в пользу того или иного товара. Но, учитывая особенности условий производства и реализации аптечных товаров, обычными маркетинговыми приемами тут не обойтись. К тому же производитель лекарственных средств, дистрибьютор и аптека, как конечное звено, работающее с потребителем, по-разному смотрят на понятие «ориентация на потребителя».

Если говорить о производителе принципиально нового лекарственного средства (не будем рассматривать тех, кто занимается выпуском дженериков), то он изначально берет на себя нелегкое бремя. Вкладывая средства в разработку и производство нового лекарства, он не может заранее предсказать, будет ли оно пользоваться хорошим спросом и покроются ли его затраты. Это долгий и трудоемкий процесс: мало создать эффективное лекарство, надо провести его испытания, затем создать бренд, провести массу PR-акций, которые будут продвигать товар на рынок. Производитель нового лекарственного средства ограничен сроком действия патента на препарат (в европейских странах это в среднем 15 лет), поэтому особенно заинтересован в получении быстрой и максимальной прибыли.

Традиционно потребителем аптечных товаров становится либо больной человек, либо здоровый, но желающий приобрести некие профилактические средства. Если речь идет о лекарствах, выйти напрямую на конечного потребителя производителю довольно сложно, поскольку законодатели большинства стран сознательно «поражают» его в правах. Это делается во избежание соблазнов как со стороны производителя навязать свой товар как панацею от болезни, так и потребителя от самолечения.

У производителей лекарств выделяются две категории потребителей:

1. прямой (больной), который лично оплачивает лекарства;
2. косвенный (врач), способный, ориентируясь на симптоматику, назначить конкретное лекарственное средство.

Даже при покупке безрецептурных препаратов производитель во вкладыше обязательно указывает на необходимость консультации врача перед применением лекарства. Если же речь идет о рецептурном препарате, говорить с больным покупателем напрямую производитель не вправе, поскольку назначение лекарства врачом становится юридически необходимым условием.

Именно на врача падает полная профессиональная и юридическая ответственность за последствия неверного назначения, поэтому убедить эту категорию потребителя — важная и сложная задача производителя. Серьезные производители не скупятся на проведение различных мероприятий — научно-практических семинаров и конференций для специалистов, где до их сведения доносятся результаты исследований, статистические данные эффективности конкретного лекарственного препарата. Сведения о новом препарате публикуются в научной и научно-популярной прессе, с привлечением известных специалистов, мнение которых пользуется особым доверием. Все

это делается, дабы охватить максимально широкий круг практикующих врачей.

Таким образом, можно утверждать, что зачастую производители ведут большую просветительскую работу. Порой невольно в эту сферу втягиваются и товары конкурентов, обладающие аналогичными лечебными свойствами. И здесь важно не перейти тонкой грани, скатившись до недобросовестной рекламы, в то же время суметь продвинуть собственный бренд в выигрышном свете.

Дистрибуция

Дистрибуция полностью охватывает весь фармрынок, включая розницу и больничный сектор. Редкий производитель напрямую работает с аптечным предприятием или больницей. Если это делается без дистрибьютора, значит, речь идет о конкретном госзаказе.

На практике дистрибьюторы работают не с конечным покупателем лекарственных средств, а с аптечными предприятиями. Нередко крупные дистрибьюторы обладают необходимыми административными связями, помогающими получать заказы от больниц или аптек. Однако большинству приходится выживать самостоятельно, развивать собственные деловые связи с аптеками, создавать широкую и эффективную логистическую сеть, проводить тренинги и семинары с работниками аптечных предприятий. Будучи одним из звеньев доставки товара, дистрибьютор вынужден проявлять свою ориентированность на потребителей. Это проявляется в оперативном управлении покупательского спроса: своевременной поставке стандартных для аптеки заказов, учитывая особенности ее местоположения, сезонные потребности, четком отслеживании тех категорий товаров, которые в данный момент пользуются повышенным спросом.

Берясь за продажу новых лекарств, информация о которых еще не получила широкой огласки, дистрибьютор принимает на себя определенные риски. Именно поэтому, опробуя новые лекарства, он старается поставлять небольшие партии, чтобы иметь возможность оперативно отследить их реализацию.

Нередко во избежание залеживания товара дистрибьютор заинтересован в предоставлении определенных скидок аптечному предприятию. Если же связи между аптекой и конкретным дистрибьютором крепки и давно отлажены, торговое предприятие может рассчитывать на лояльную ценовую политику. Все это неизменно сказывается на конечном потребителе, который видит, что в данной аптеке цена на нужное ему лекарство значительно ниже, нежели в соседней.

Имея приоритетным направлением ориентацию на потребителя, дистрибьютор должен обладать:

- надежными связями с производителями лекарственных препаратов;
- широким территориальным охватом аптечных учреждений;

- системой складов, соответствующей условиям хранения лекарственных средств;
- гибкой и эффективной системой логистики;
- гибкой ценовой политикой в отношении аптечных предприятий.

Аптеки

Ежедневная работа с потребителями позволяет аптекам вырабатывать эффективные и верные направления развития, необходимые для повышения собственных экономических показателей. Важным фактором в этих условиях становится умелое привлечение клиентов, понимание их потребностей, качественное обслуживание, формирование лояльности у потребителей.

Количество постоянных покупателей зависит от многих факторов. Здесь имеет значение буквально все: от факта наличия нужного лекарства в аптеке и правильного его расположения на витрине до умения первостольника выяснить потребности клиента в личном общении.

Аптечный рынок широк, и потребитель имеет возможность выбрать именно ту аптеку, которая будет отвечать его желаниям и потребностям. Важными критериями выбора аптеки для потребителя становятся:

- доступность аптечного учреждения (близость к дому, работе, метро и т.п.);
- удобный график работы;
- принадлежность к хорошо зарекомендовавшей себя аптечной сети или наличие собственного бренда с положительным имиджем;
- достаточная площадь торгового зала, современный дизайн;
- качественное торговое оборудование, современная техника, наличие информационных систем;
- удобная система навигации по представленным видам товаров и рациональное их размещение;
- широкий ассортимент;
- наличие сопутствующих товаров;
- высокая степень удовлетворения сезонных потребностей;
- присутствие наряду с дорогостоящими брендами аналогов более низкой ценовой категории;
- отсутствие агрессивной рекламы, политики навязывания препаратов от конкретных производителей;
- лояльная ценовая политика (система скидок, дисконтов);
- высококвалифицированный персонал;
- высокий уровень обслуживания;
- строгий контроль качества над представленными видами товаров.

Невозможно разрабатывать эффективные маркетинговые мероприятия без формирования портрета клиента аптеки: его предпочтений, запросов, потребностей, намерений, отношений к компаниям и брендам. Часто выбор

того или иного препарата зависит от раскрученности бренда, частоты его появлений в рекламе. Но покупатель может ориентироваться и на личный опыт или советы знакомых. Поэтому важно установить между аптекой и клиентом постоянный контакт. Это помогает раскрыть механизм принятия решения о покупке того или иного лекарства, степень довольства или недовольства обслуживанием.

Как показывают мониторинговые исследования фармрынка, до 70% населения предпочитает прибегать к самолечению. Это говорит о том, что профессиональная консультация со стороны провизора просто необходима. Практика показывает, что аптечным работникам приходится не только быть специалистами в области фармации, но и иметь навыки психолога.

Ориентация на потребителя — важнейшая составляющая работы каждого из звеньев фармрынка: идет ли речь о производителе, дистрибьюторе или аптечном предприятии. Маркетинговые исследования, профессиональные семинары для работников аптек, установление личностных отношений с клиентом способствуют формированию положительного образа предприятия, помогая приобрести лояльного клиента. Его понимание оборачивается проявлением доверия, а значит, повторными покупками и увеличением круга постоянных клиентов.

Основным заказчиком на рынке лекарственных средств в Казахстане является государство. На него приходится свыше 50% закупок от общего объема потребления лекарства. В рамках государственных закупок уже сложился устойчивый приоритет отечественным производителям. Последние закупы в рамках единой дистрибьюции показали, что их доля в упаковках уже составила 40%, а в денежном выражении 20 - 25%. Это объясняется тем, что отечественные производители производят более доступные по цене лекарственные препараты и в среднем отечественные лекарства всегда на 20 - 30% дешевле, чем импортные.

По регионам РК, наиболее повышенная покупательная способность наблюдалась в гг. Алматы и Шымкент, в Алматинской, Восточно-Казахстанской, Павлодарской области. Тройка регионов, где менее всего продвигались препараты: Кызылординская, Атырауская области и г.Караганда.

При этом показатели покупательской способности в натуральном и стоимостном выражениях разнятся, что связано с ценой приобретаемого товара.

Максимальная средневзвешенная стоимость упаковки зафиксирована в г. Алматы, тогда как минимальная – в Южно-Казахстанской области. В регионах проводится политика по сдерживанию цен. Так, в рамках государственной программы «Саламатты Казахстан» между производителями и местными властями г. Алматы, Атырауской, Алматинской, Жамбылской, Карагандинской, Кызылординской, Южно-Казахстанской областей заключены меморандумы по недопущению превышения фиксированных цен при реализации 200 лекарственных средств.

Покупательская способность населения Казахстана

№	Регионы	Натур. объем, млн. упаковок	Доля, %	Стоимостн. объем, млн. долл.	Средняя цена, долл.
1	г. Алматы	71,47	18,5	240,31	3,36
2	Алматинская	49,02	12,7	92,64	1,89
3	ВКО	46,55	12,0	107,37	2,31
4	Шымкент	20,83	5,4	54,74	2,63
5	Павлодарская	19,08	4,9	46,69	2,45
6	ЗКО	18,74	4,8	38,51	2,06
7	г. Нур-Султан	16,84	4,4	51,54	3,06
8	Акмолинская	19,17	5,0	39,01	2,41
9	Актюбинская	16	4,1	44,25	2,76
10	ЮКО	13,87	3,6	25,56	1,84
11	Карагандинская	13,87	3,6	29,24	2,11
12	Жамбылская	13,80	3,6	26,67	1,93
13	Мангистауская	12,92	3,3	32,44	2,51
14	Костанайская	12,36	3,2	35,55	2,88
15	СКО	11,93	3,1	32,75	2,74
16	Кызылординская	11,18	2,9	29,15	2,61
17	Атырауская	10,39	2,7	22,98	2,21
18	г. Караганда	8,73	2,3	19,8	2,27

Источник: «Мониторинг розничных продаж ЛС в РК», Vi-ORTIS Group Consulting

3.9 Потребительское поведение

Рассмотрим рынок лекарственных препаратов в Казахстане, по результатам опросов, проведенных компанией TNS Central Asia по одиннадцати крупнейшим городам Казахстана в рамках исследования ММІ. Исследование показало, что в Казахстане пользуются лекарственными препаратами 80% от всего населения.

Наиболее популярными среди населения препаратами являются средства от головной боли и обезболивающие средства, данные препараты покупают 72,5% от потребителей лекарственных препаратов. На втором месте по покупке находятся средства от простуды и гриппа – 54,3% и третье место по покупке занимают средства от кашля – 40,7%.

Покупка лекарств \ мед. препаратов за полгода, TOP 10

Лекарства \ медицинские препараты	%
Средства от головной боли и др. обезболивающие	72,5
Средства от простуды и гриппа	54,3
Средства от кашля	40,7
Антибиотики	32,1
Перевязочный материал	30,4
Препараты для лечения насморка	30,4
Лекарственные травы и сборы	28,7
Препараты от боли в горле	23,9
Детские обезболивающие и жаропонижающие	23,2
Витамины и тонизирующие средства	22,6

Источник: по материалам сайта <http://www.tns-global.kz>

Чаще всего потребители лекарственных препаратов предпочитают приобретать данные продукты в аптеках, данное место покупки отметили 96,2% респондентов, и только 6,9% потребителей отметили, что приобретают лекарственные препараты также и в аптечных киосках.

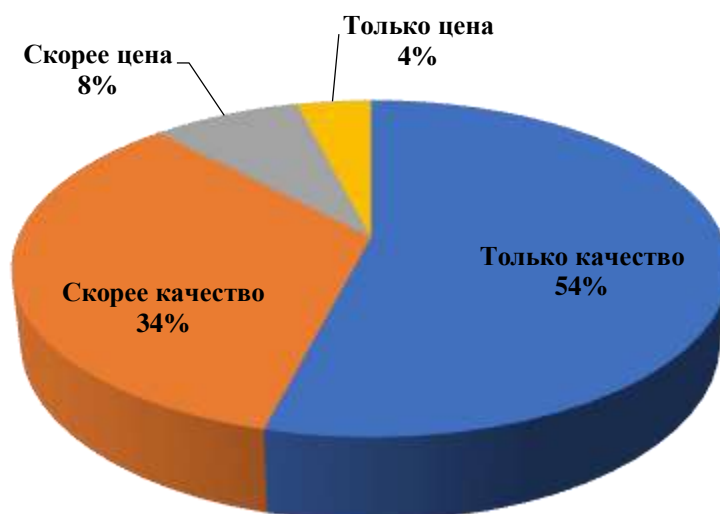
Место приобретения лекарств \ медицинских препаратов

Место покупки	%
В аптеке	96,2
В аптечном киоске	6,9
В супермаркете	0,8
Другое	0,8
С рук	0,2

Источник: по материалам сайта <http://www.tns-global.kz>

При покупке лекарственных препаратов респондентов волнует чаще всего качество покупаемого ими товара (данное условие отметили около 88% потребителей лекарственных препаратов) и только 12% отметили, что при

выборе лекарственных средств больше ориентируются на цену, нежели на качество.



Ориентация на цену при покупке лекарств \ медицинских препаратов

Источник: по материалам сайта <http://www.tns-global.kz>

Необходимо также отметить, что за покупку безрецептурных лекарственных препаратов ответственны чаще всего женщины в возрасте от 25 до 44 лет, нежели мужчины и респонденты других возрастных групп.

Среди множества представленных на рынке лекарственных препаратов направленных на лечение различных недугов наиболее популярными остаются средства от простуды, которая мучит население круглый год.

ЕЭП и мировой рынок

Граждане России больше всего потребляют лекарства от сердечно-сосудистых болезней, болезней органов пищеварения, нервных заболеваний и простуды, и тратят на это с каждым годом все больше денег.

К примеру, в 2015 году россиянин в среднем тратил 20-25 дол. на покупку медикаментов, в 2016 — 58 долл., в 2018 году – 70 дол. Сегодня в среднем россиянин тратит на лекарства порядка 80-100 долл. в год. Этот средний показатель складывается по России в целом, в него попадает и население республик Северного Кавказа, где покупки лекарств вряд ли превышают тысячу рублей в год, и жители Москвы и Санкт-Петербурга, которые тратят в 10 раз больше. Однако, очевидно, что в стране становится все больше людей, которые могут себе позволить покупать более дорогие и, как правило, более эффективные лекарства. В настоящее время в России 88% пользователей лекарственных средств приобретают их на собственные средства.

Основные причины «роста покупательской способности» населения в отношении лекарств — инфляция и увеличение числа пожилых людей.

Потребление лекарств в России на душу населения в стоимостном выражении значительно ниже, чем в других странах. Технологии не стоят на месте — лекарства меняются в лучшую сторону по качеству и эффективности,

что делает их дороже. Кроме того, потребителей лекарств становится больше из-за известной всем проблемы старения населения.

Похожая ситуация наблюдается и в странах постсоветского пространства. Например, среднестатистический украинец тратит на лекарства около 58 долл., гражданин Беларуси — 71 дол. Эти показатели являются самыми низкими в Европе. Однако, по сравнению с Казахстаном, где потребление лекарств на душу населения оценивается государственными органами в 27-35 долл. в год, даже такая ситуация выглядит вполне благополучной.

Следует отметить, что, согласно опросу, ВЦИОМ, россияне экономят на здоровье — почти каждому пятому гражданину не хватает средств на покупку необходимых лекарств, причем среди тех, кто постоянно употребляет медикаменты, эта доля составляет 30%.

В то же время в **странах Евросоюза** расходы на покупку лекарств и медикаментов составляют 200-250 долл. в год на человека. В США в среднем лекарств потребляют на 704 долл., в Японии — 620 долл., в Канаде — на 498 долл., во Франции — на 459 долл., в Германии — на 411 долл.

3.10 Описание сложившейся конъюнктуры рынка по продукту/услуге проекта;

Анализ фармацевтической промышленности Казахстана за 2018 г. показывает снижение ИФО основных фармацевтических продуктов по сравнению с 2017 г., что связано с состоянием производственных мощностей фармацевтического профиля, которые физически и морально устарели.

Импорт зависимость фармацевтического рынка Казахстана остается на высоком уровне и составляет почти 90%. Тренд показателей импорта за период с 2014 по 2018 годы показывает рост импорта и экспорта в денежном выражении. Из Казахстана экспортируются преимущественно традиционные лекарственные препараты, т.е. продукция из самого дешевого сегмента в такие страны как Узбекистан, Таджикистан, Кыргызстан.

Основными поставщиками фармацевтической продукции на территорию РК являются Россия, Беларусь, Германия, Китай.

В общей структуре промышленного производства доля объема производства фармацевтической промышленности крайне низкая и составляет всего 0,2%.

Рынок готовых лекарственных средств Казахстана в 2018 году представлен на 80,5% розничным рынком и 19,5% госпитальным рынком в натуральном выражении. Доля розничного рынка в натуральном выражении в 2018 году составила 383,7 млн. упаковок лекарственных средств, величина госпитального рынка составила 93,2 млн. упаковок.

Отчеты агентства "VI-ORTiS" о госпитальных и аптечных продажах лекарственных средств в 1 полугодии 2017 и 2018 гг. свидетельствует об увеличении доли отечественных лекарств в объеме государственных закупок в стоимостном выражении. В то же время уменьшилась доля отечественной

продукции в объеме розничного рынка – как в стоимостном, так и натуральном выражении.

Объем продаж ГЛС казахстанского производства и их доля в объеме рынка в 1 полугодии 2017 и 2018 гг.

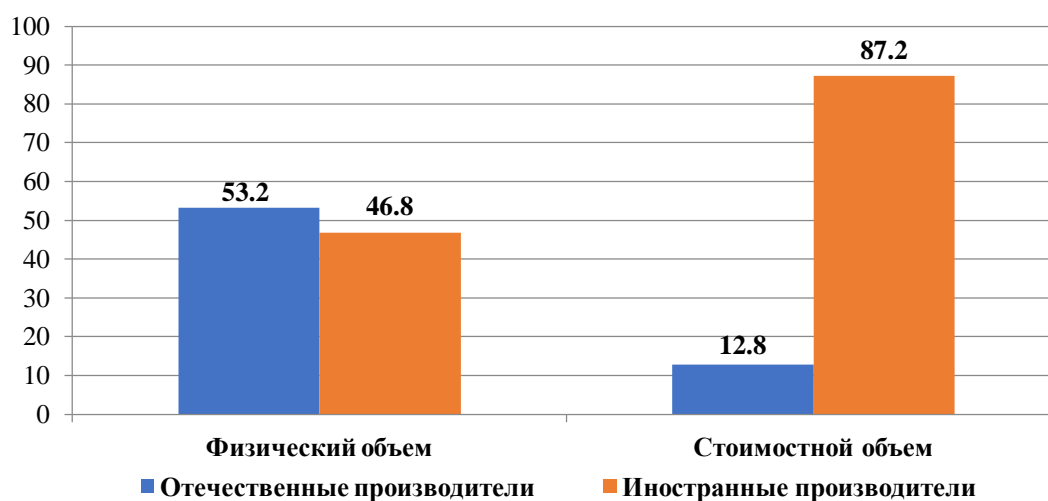
Сегмент рынка	Объем продаж:	2017г.		2018г.	
		млн. упаковок	млн. \$	млн. упаковок	млн. \$
Государственные закупки	доля казахстанских ГЛС в объеме гос. закупок	52,6%	9,5%	53,2%	12,8%
Розничный рынок	доля казахстанских ГЛС в объеме аптечных продаж	31,2%	8,7%	24,5%	7,2%
Весь рынок ГЛС	доля казахстанских ГЛС в объеме рынка	34%	9%	30%	11,10%

Источник: отчеты агентства "VI-ORTiS"

Доля казахстанской продукции существенно выше на госпитальном рынке, нежели на аптечном, что обеспечивается преференциями при государственных закупках.

На рисунке представлена структура госпитального рынка в физическом и стоимостном выражении. Доля отечественных производителей составляет 53,2% в физическом объеме и только 12,8% в стоимостном.

Отечественная фармпромышленность удовлетворяет спрос на традиционные дешевые препараты, востребованные у населения, здравоохранения и обеспечивающие обороты за счет большого объема проданных упаковок.



Структура госпитального рынка в 2018 году, %

Источник: отчеты агентства "VI-ORTiS"

Доля отечественных производителей лекарственных средств в объеме розничного рынка ниже, чем в госпитальном и составляет 24,5% в физическом выражении, а в стоимостном выражении 7,2%.

Низкая доля лекарственных средств отечественного производства в розничном сегменте в стоимостном выражении объясняется производством недорогих лекарственных препаратов и низкой конкурентоспособностью выпускаемых препаратов.

Для увеличения роста на аптечном рынке отечественным производителям необходимы:

- переход на стандарт GMP (что предусмотрено отраслевой программой развития фармпромышленности);
- техническое перевооружение;
- ассортиментное перевооружение;
- повышение активности по продвижению на аптечном рынке;
- продвижение уже выпускаемых отечественных генериков в соседние страны.

В настоящее время в фармацевтической отрасли Республики Казахстан осуществляется процесс реорганизации, ее адаптации к условиям рыночной экономики. Упорядочена деятельность по регистрации, сертификации, обеспечению контроля качества лекарственных средств, изделий медицинского назначения и медицинской техники, а также их рекламы. Создан Национальный информационный лекарственный центр. Введено государственное регулирование цен на медикаменты, закупаемые за счёт бюджета. Создана единая система дистрибуции лекарственных средств и изделий медицинского назначения в лице ТОО «СК-Фармация», позволившая обеспечить прозрачность рынка государственных закупок лекарственных средств, приблизить его к существующим международным стандартам логистики, хранения и дистрибуции.

В период с 2017 по настоящее время ТОО «СК-Фармация» заключены 14 долгосрочных договоров с 13 отечественными производителями лекарственных средств и изделий медицинского назначения.

ТОО «СК-Фармация» осуществлен закуп медицинской техники у отечественных производителей на общую сумму 2 448,8 млн. тенге, в том числе с АО «Актюбрентген», включенный в Карту индустриализации.

Общее количество предприятий, сертифицировавших системы менеджмента в 2011 году – 5, из них 1 экспортоориентировано.

Экспортером продукции является предприятие Южно-Казахстанской области (АО «Химфарм»). Основными заказчиками его продукции являются Россия, Таджикистан, Германия, Узбекистан.

В 2011 году два фармацевтических предприятия получили сертификаты GMP АО «Нобел АФФ» и АО «Санто» (Химфарм).

Опыт отечественных разработчиков и производителей лекарственных препаратов показывает перспективность и приоритетность работ по созданию

и организации производства конкурентоспособной на мировом рынке фармацевтической продукции на основе растительного сырья.

На мировом рынке фармпрепаратов доля средств растительного происхождения в настоящее время составляет более 40%, причем в последние годы появилась тенденция к ее увеличению. По прогнозам Всемирной организации здравоохранения, в течение ближайших десяти лет доля фитопрепаратов в общем объеме лекарственных средств составит более 60%.

Уникальная флора РК и наличие редких эндомичных растений способствуют развитию нано фармацевтики, имеющей колоссальные экспортные возможности для страны. Учитывая мировые тенденции развития биотехнологии и популяризации производства органической продукции, можно утверждать, что Казахстан может конкурировать на глобальном рынке фармацевтической продукции именно в этом секторе.

Другой возможностью развития производства фитопрепаратов будет производство оригинальных субстанций (сырья), которые имеют постоянный мировой спрос и огромные доходы от их экспорта.

Привлечение иностранного капитала даст толчок созданию совместных предприятий с зарубежными компаниями, что откроет возможности доступа к современным технологиям.

3.11 Анализ существующей и прогнозируемой конъюнктуры спроса на образующуюся в результате реализации проекта продукцию (товары/услуги) - проблемы, решения, статус реализуемых проектов

Эффект масштаба

Рационализация международного производства предполагает, что определенные компоненты больше не производятся в двух местах с разными затратами, а переносятся туда, где издержки ниже. Но есть еще и дополнительное преимущество. Так как объем производства в более благоприятном месте выше, дальнейшее снижение средней стоимости единицы продукции может быть достигнуто за счет «эффекта масштаба» — повышения эффективности по мере расширения производства, которое выражается в снижении средних затрат при увеличении объема выпуска.

Снижению затрат способствуют также уход от дублирования инвестиций и затрат на НИОКР, распространение и обмен технологиями и ноу-хау, открытие благоприятных сырьевых рынков, международное разделение труда, возможности финансового и налогового планирования с учетом особенностей функционирования финансовых рынков и государственной экономической политики в различных странах.

Казахстан и ЕЭП

В условиях нестабильности многие компании теряют прибыль, а для того, чтобы использовать «эффект масштаба», требуются достаточно большие средства, поэтому сейчас происходят активные процессы слияний и поглощений фармацевтических компаний. По мнению иностранных игроков фармрынка, фармацевтическая отрасль Казахстана имеет немалый потенциал.

В настоящее время крупные международные фармацевтические компании стараются инвестировать именно в рынки развивающихся стран, таких как Китай, Индия, Бразилия, Россия и Казахстан, так как именно данные рынки сейчас показывают стабильный рост, обусловленный подъемом благосостояния и увеличением затрат на здравоохранение.

Казахстанский фармацевтический рынок интересен иностранным инвесторам. Прежде всего, странам с наиболее устойчивой экономикой: США, некоторым странам Европы — Германии, Дании, Франции. Из стран Восточной Европы наиболее вероятные инвесторы — Польша, Словения. Интерес инвесторов к Казахстану объясняется тем, что рынок фармацевтической продукции в Казахстане растет и он еще далеко не достиг своего предела. Емкость фармрынка Казахстана на сегодняшний день составляет 1 млрд. долл. США, ежегодно увеличиваясь на 15 %. Через пять-семь лет эта цифра может достигнуть 2 млрд. долл. США.

Интерес иностранных инвесторов объясняется также расширением рынка. После вступления Казахстана в ТС у государства в разы увеличились шансы привлечь в отрасль крупных иностранных игроков. Фармацевтический рынок стран ТС в совокупно составляет 17 млрд. долл. США.

Между тем Казахстан сохранил за собой пятилетний переходный период по таможенным пошлинам на лекарственные средства.

Страны также договорились о взаимном признании регистрационных удостоверений для отечественных производителей, производящих продукцию по стандартам GMP. Это означает, что отечественным производителям нет необходимости регистрировать свою продукцию во всех трех странах. Достаточно регистрации только в одной стране.

По мнению экспертов, такие меры привлекут больше инвестиций в страны ТС, так как для крупных международных компаний возникнет стимул строить заводы и исследовательские центры в данном регионе.

Кроме того, казахстанский рынок интересен иностранным инвесторам также по следующим причинам:

Во-первых, в Казахстане реализуется государственная программа форсированного индустриально-инновационного развития на 2010-2014 гг., в рамках которой реализуются многие проекты, в том числе и по поддержке фармацевтической отрасли. Основным индикатором является увеличение к концу 2014 года отечественных лекарственных средств на внутреннем рынке с 30 до 50% в натуральном выражении. Данная программа стимулирует модернизацию производственных площадок, создает благоприятные инвестиционные условия и обеспечивает гарантированный объем сбыта через единый дистрибьютор «СК-Фармация». Компания предоставляет отечественным производителям преференции при закупе лекарственных средств и изделий медицинского назначения (ЛС и ИМН). Если на тендер по тому или иному препарату выходят несколько потенциальных поставщиков, то приоритет отдается отечественному производителю, безусловно, не в ущерб качеству предлагаемой продукции. Данные меры уже на сегодняшний

день позволили увеличить долю казахстанских производителей в закупках единого дистрибьютора до 68% в натуральном выражении.

Вторая форма поддержки — это подписание долгосрочных договоров поставки, в которых гарантируется частичный объем сбыта при обязательном условии внедрения местными компаниями стандартов надлежащей производственной практики (GMP). Эти меры гарантируют возврат инвестиций. По данным «СК-Фармация», уже подписано 14 долгосрочных договоров поставки. Планируемые инвестиции в фармацевтическую отрасль на 2011—2014 годы — 7,2 млрд. долл. США.

На сегодняшний день контрольный пакет акций крупнейшей фармацевтической компании Казахстана — АО «Химфарм» — приобрела польская Polpharma. Это — один из ведущих восточноевропейских производителей ЛС и ИМН. Инвестор планирует вложить порядка 100 млн. долл. США, как в модернизацию существующих линий, так и в строительство новых площадок. Компания одновременно получила доступ к более, чем 300 продуктам, имеющимся в настоящее время в портфеле группы Polpharma, а также 400 новым продуктам, находящимся на этапе разработки.

В 2016 году АО «Химфарм» стало привлекать мировых лидеров фармации для развертывания на площадках завода контрактных производств. Тогда на базе завода было организовано контрактное производство препаратов компании Sanofi-Aventis (Франция).

Иностранные инвесторы есть в составе еще двух казахстанских фармацевтических производителей: ТОО «Глобалфарм» и АО «АФФ «Нобел». Что же касается новых игроков, то на стадии переговоров находится вопрос по вхождению в одну из казахстанских компаний крупнейшего фармацевтического производителя России.

Мировой рынок

Фармацевтическая отрасль является одной из самых стабильных в мировой экономике с соответствующим уровнем затрат. Отрасль выделяется высокой динамичностью в свете научно-исследовательских достижений; лончей новых продуктов; изменения демографических характеристик ключевых потребительских рынков, регуляторной политики и бизнес-моделей.

Однако, несмотря на это 2018 г. стал нелегким годом для фармацевтической отрасли, в течение которого произошел ряд значимых событий. Аналитики компании «Fierce Pharma» подвели итоги уходящего года. По мнению экспертов, основной темой в Европе стали реформы, направленные на жесткую экономию средств и сокращение бюджетного дефицита. Само собой разумеется, эти меры не могли обойти стороной и европейскую фармацевтическую отрасль. В отрасли произошел целый ряд поглощений-слияний с участием средних и небольших компаний. Одна из ведущих сделок — приобретение французской фармацевтической компанией «Sanofi» американской биотехнологической компании «Genzyme» за 20,1 млрд. долл. США. Японская «Takeda» взяла под контроль швейцарскую «Nycomed».

Сумма сделки – 9,6 млрд. евро. Израильская «Teva» купила американскую биотехнологическую компанию «Cephalon» за 6,8 млрд. долл. США.

Наиболее «щедрыми» на покупки в 2011 г. были американская компания «Pfizer» и канадская «Valeant», специализирующаяся на разработке лекарственных средств для дерматологии. Компания купила литовскую «ABSanitas» (314 млн. евро), «Afexa Life Sciencesfor» (76 млн. канадских долл.), «Pharma Swiss S.A.» (350 млн. евро) и дерматологическое подразделение французской «Sanofi» (425 млн. долл. США). Кроме того, в конце года «Valeant» выступил с инициативой поглощения американской компании «IstaPharmaceuticals». «Pfizer» завершил сделки по приобретению «Ferrosan Consumer Health» и дерматологической компании «Excaliard Pharmaceuticals», а также купил американскую биотехнологическую компанию «Icagen».

Кроме того, наращивание бизнеса в странах с развивающимися экономиками также оказало влияние на деятельность фармацевтических компаний в 2018 г. В частности, в Китай продолжает привлекать интересы крупных международных производителей лекарств, которые увеличивают инвестиции в местные компании. Так, «Merck&Co» вложила 1,5 млрд. долл. США в развитие научно-исследовательской деятельности в КНР. «AstraZeneca» также осуществила ряд инвестиций в китайскую фармацевтическую отрасль, в т.ч. приобрела дженериковую компанию «Bei Kang Pharmaceutical Company», производственное предприятие в Тайчжоу и заключила два соглашения по разработке противодиабетических и противоопухолевых лекарств. «Boehringer Ingelheim» инвестировала 70 млн. евро в производственное предприятие в Шанхае, а «Pfizer» обозначил планы сотрудничества с двумя китайскими компаниями «Zhejiang Hisun Pharmaceuticals» и «Shanghai Pharmaceuticals Co».

Не последнее место среди событий 2011 года занимает «патентный обвал», наступление которого уже почувствовали некоторые крупнейшие компании. У «Pfizer» в 2018 г. истек срок патентной защиты в США на препарат Липитор (аторвастатин) в ноябре. В Европе патент действителен до мая 2012 г. благодаря тому, что компании удалось доказать его эффективность в педиатрии.

Среди других компаний, испытавших на себе патентный обвал, «Novartis» (препарат Диован) и «Eli Lilly» (Зипрекса). Ожидается, что истечение срока действия патентов на ряд распространенных лекарственных средств стоимостью 45 млрд. долл. США и биопрепаратов стоимостью 30 млрд. долл. США снизит уровень загрузки их производственных мощностей. В этих условиях контрактное производство представляется оптимальным решением для предприятий сферы фармацевтики и биотехнологий. В новом исследовании «Frost & Sullivan» «Европейский рынок контрактного производства фармацевтической и биотехнологической продукции» (European Pharmaceutical and Biotech Contract Manufacturing Markets) указывается, что объем выручки предприятий на европейском рынке контрактного

производства фармацевтической продукции составил 10 млрд. долл. в 2018 г. Ожидается, что к 2022 г. этот показатель составит 20,7 млрд. долл. США. Что касается европейского рынка контрактного производства биотехнологической продукции, объем выручки вырастет с 1,2 млрд. долл. в 2018 г. до 2,7 млрд. долл. к 2022 г.

Компании сферы фармацевтики и биотехнологий концентрируют усилия на ключевых направлениях своей деятельности. В этих условиях контрактное производство может стать ключевым стратегическим решением. Последствия мирового экономического кризиса, а также слабые показатели рынка венчурного капитала в Европе обусловили рост интереса к договорному производству. Контрактное производство стало «синонимом» сокращения затрат и своевременного вывода продукции на рынок.

Эффект масштаба играет ключевую роль в R&D. Вопрос повышения эффективности исследований и разработок в биофармацевтической сфере стал как никогда остро. Стоимость разработки лекарственных средств по-прежнему остается на очень высоком уровне, при этом количество новых препаратов, одобренных регуляторными органами США, продолжает уменьшаться, не говоря уже про лончи настоящих мегаблокбастеров. Однако, в прошлом году фармацевтические компании дали повод говорить об улучшении ситуации, благодаря некоторому приросту количества препаратов, одобренных регуляторными органами США. Но несмотря на то, что прошло уже достаточно много времени с момента старта кампаний, целью которых было повысить экономичность и эффективность R&D, расходы на создание новых лекарственных средств продолжают расти.

В 2018 г. расходы на создание новых препаратов топ-10 мировых фармацевтических компаний по объему затрат на R&D составили более 70 млрд. долл. США, что незначительно превышает аналогичный показатель по итогам 2017 г.

Топ-10 фармацевтических компаний по объему расходов на R&D

Компания	Расходы на R&D по итогам 2018 г., млрд. долл. США	Расходы на R&D по итогам 2017 г., млрд. долл. США	Прирост/убыль 2018/2017 гг., %	Доля R&D-расходов в прибыли компании, %
«Novartis»	9,6	9	6,4	16,3
«Pfizer»	9,1	9,4	-3	13,5
«Roche»	8,8	9,2	-4,3	19
«Merck&Co.»	8,4	8,1	3,4	17,5
«Johnson&Johnson»	7,5	6,8	10	11,5
«GlaxoSmithKline»	6,3	6,4	-1,4	14,2
«Sanofi»	6,2	5,9	5	13,5

Компания	Расходы на R&D по итогам 2018 г., млрд. долл. США США	Расходы на R&D по итогам 2017 г., млрд. долл. США США	Прирост/убыль 2018/2017 гг., %	Доля R&D-расходов в прибыли компании, %
«AstraZeneca»	5,5	5,3	3,6	16,3
«Eli Lilly»	5	4,9	3	20,6
«Bristol-Myers Squibb»	3,8	3,6	6,7	17,9

Источник: по материалам сайта www.apteka.ua

Американская фармацевтическая компания «Pfizer» провела сокращение почти по всем направлениям исследований на сумму 1,5 млрд. долл. США и ее руководство обещает, что эта тенденция продолжится. Топ-менеджмент «AstraZeneca», столкнувшись с неудовлетворительными результатами в сфере R&D, заговорил о грядущем значительном сокращении бюджета. Таким образом, в 2021 г. тенденция к росту расходов в этой сфере может быть повернута вспять и это станет делом рук «большой десятки» — мировых фармацевтических компаний с наибольшими расходами на R&D. Но на каждую компанию, снижающую расходы в этой сфере, найдется и компания, чьи затраты в 2018г. остались неизменными или возросли. К таким можно отнести «Novartis», «Eli Lilly» и «Merck&Co», руководство которых и не планирует сокращение расходов на R&D. Однако в 2021 году как минимум двум из них придется столкнуться с недостаточным количеством впечатляющих результатов исследований и либо смириться с этим, либо начать изменять свою стратегию в данной сфере.

Таким образом, вложение средств в разработку лекарственных средств продолжает быть одной из наиболее долгосрочных и ненадежных инвестиций в сфере высоких технологий, которая при удачном стечении обстоятельств сулит беспрецедентный финансовый успех. Поиск разумного баланса между эффективностью разработок и расходами на них — тема, которая, судя по всему, не утратит своей актуальности

В связи с тем, что процесс исследований и разработок в фармацевтике требует значительных инвестиций и является весьма продолжительным, необходимо весьма тщательно учитывать возможные риски потенциальных инвесторов. Между ведущими исследования компаниями усиливается жесткое конкурентное противостояние, в первую очередь, на стадиях НИОКР, что наблюдается, например, в США, Великобритании, Германии, Швейцарии, Франции, Италии, Японии. Мировая фармацевтическая отрасль среди прочих сегментов мирового хозяйства по уровню инвестиций в исследования и разработки занимает одно из ведущих мест. Так с 1970 г. расходы на НИОКР в фармацевтическом секторе удваивались приблизительно каждые 5 лет.

Ключевым для инновационной фарминдустрии является процесс создания принципиально новых лекарственных средств. Для целей окупаемости затрат на лидирующую и предшествующие разработки новая молекула должна приносить в год многомиллионные доходы. Однако основные оригинальные препараты (так называемые «мировые биоблокбастеры») выведены были на рынок 15-20 лет назад и в настоящее время выходят из-под патентной защиты. Это актуализирует вывод, что мировой фарминдустрии остро необходимы новые оригинальные разработки.

Оптимальным вариантом для фармацевтических компаний в нынешних реалиях является производственная структура, включающая 2-3 первичных предприятия с возможным многоцелевым использованием, быстрой переконфигурацией и приспособлением к производству препаратов в широком диапазоне. Критическая мощность такого предприятия – 40-60 реакторных систем общей вместимостью 150-200 куб.м. При этом производство должно быть размещено вблизи предприятий, где ведутся исследования и разработки технологических процессов.

Для вторичного производства в структуре компании необходимо иметь примерно три производственные единицы, расположенные в крупнейших с точки зрения сбыта географических регионах (Юго-Восточная Азия, Россия, Бразилия, США, Мексика, Западная Европа). Каждое вторичное предприятие, как правило, специализируется на конкретных технологиях, например на производстве твердых, жидких или стерильных форм. Оптимальное число занятых – не более 200-300 человек. Мощность предприятия 30-50 млн. упаковок в год.

Индивидуализация продукции

Анализ данного фактора направлен на оценку значимости и силы влияния брендов и торговых марок в индустрии.

Лекарственные препараты являются особой категорией товара, они оказывают влияние на самое ценное, что есть у человека — его здоровье. Здоровье каждого человека — стратегическая ценность любого государства. Таким образом, и фармацевтическая промышленность является одной из ключевых в экономике.

Основными задачами фармацевтической промышленности являются:

- научные исследования и разработка новых лекарственных препаратов;
- превращение этих препаратов в действенные терапевтические инструменты;
- производство и распределение безопасных, эффективных и качественных лекарственных препаратов.

Необходимость создания бренда в фармацевтической индустрии была осознана еще более 100 лет назад Томасом Бичамом. Одним из первых он использовал торговое название “Beecham Pills” (пилюли Бичама) для

продвижения изобретенного им безопасного и эффективного слабительного средства. Таким образом, у потребителей впервые появилась возможность выбора лекарственного препарата, эффективность, безопасность и качество которого могли быть идентифицированы среди массы лекарственных препаратов с сомнительными эффективностью, безопасностью и качеством.

Однако, несмотря на столь давние попытки создания брендов в фармацевтической индустрии, до начала 80-х годов этому вопросу не уделялось достаточного внимания. Фармацевтические компании уделяли основное внимание разработке новых химических веществ (лекарственных препаратов), однако не уделяли должного внимания проблеме создания бренда после успешной регистрации лекарственного препарата. Продвижение инновационных лекарственных препаратов осуществлялось в основном личными контактами торговых и медицинских представителей и размещением рекламы в специализированных изданиях.

Бренд (brand) — это набор признаков, которые влияют на принятие потребителем решения о покупке.

Товар не может быть брендом просто потому, что разработано название, знак, символ или их комбинация, которые зарегистрированы в законном порядке. Чтобы стать брендом, товар должен удовлетворять нужду потребителя, причем лучше, чем аналогичные товары-конкуренты. Потребитель должен четко представлять преимущества, связанные с потреблением бренда, бренд должен иметь дополнительную ценность для потребителя, и, в заключение, потребитель должен быть осведомлен о бренде.

Понятия, характерные для фармацевтической индустрии:

Оригинальный лекарственный препарат — это лекарственный препарат, который является исключительной собственностью компании, разработавшей его, или являющийся собственностью компании-владельца первой лицензии на его продажу. Активное вещество оригинального лекарственного препарата имеет патент, полученный в установленном законом порядке. До истечения срока действия патента никакая другая фармацевтическая компания не вправе синтезировать и использовать это активное вещество в коммерческих и некоммерческих целях. Очень часто понятие оригинальный лекарственный препарат отождествляют с понятием “лекарственный препарат — бренд”.

С понятием оригинальный лекарственный препарат не следует путать понятие “оригинальное (торговое) название лекарственного препарата”, которое представляет собой патентованное название, зарегистрированное в целях защиты права его исключительного использования только компанией, владеющей торговой маркой или патентом на это название (а не на активное вещество). По названию можно идентифицировать определенный лекарственный препарат или лекарственную форму, которую реализует его производитель. В отличие от патента на активное вещество, собственность на

который ограничена временем, собственность на оригинальное (торговое) название сохраняется и после истечения срока действия патента на активное вещество. В соответствии с законодательными положениями многих стран, производителю разрешается сохранять торговую марку при замене вспомогательных веществ в однокомпонентных лекарственных препаратах и даже активных веществ в комбинированных лекарственных препаратах.

Генерический лекарственный препарат или препарат-генерик — это лекарственный препарат, срок действия патентной защиты на активное вещество которого закончился, и он (вернее активное вещество), таким образом, не является исключительной собственностью фармацевтической компании, которая его разработала или владела первой лицензией на его реализацию.

Генерический лекарственный препарат содержит активное вещество, идентичное активному веществу оригинального лекарственного препарата. Однако вспомогательные вещества (т. е. неактивные ингредиенты, входящие в состав препарата в качестве консервантов, наполнителей, связывающих веществ, красителей и т. п.) и производственный процесс могут отличаться.

Генерический лекарственный препарат может быть под оригинальным или под общепринятым названием. Общепринятое, или генерическое название в отличие от оригинального (торгового) названия может использовать любой производитель после истечения срока действия патента на активное вещество. В США общепринятые (официальные) названия содержатся в перечне «Принятых названий лекарственных препаратов в США» (USAN). Однако следует обратить внимание на то, что перечень генерических названий может отличаться от перечня международных непатентованных названий лекарственных препаратов.

Бренд предоставляет потребителю определенный набор свойств, характеристик, преимуществ и услуг, то есть в этом понятии заключены различные значения.

Рейтинги самых влиятельных брендов регулярно составляются в разных странах и различными организациями.

Казахстан

Совокупная доля производителей, входящих в TOP-10 по объему продаж в РК в стоимостном выражении составляет 31,6%, в натуральном – 42,7%. Первое место рейтинга производителей в стоимостном выражении с долей 3,9% занимает компания «**sanofi- aventis**», оставив позади «Nycomed Pharma» (3,5%) и прошлогоднего лидера «Gedeon Richter» -3,5%.

Топ - 10 производителей в стоимостном выражении

2018	2017	Производитель	Объем рынка, млн. долл. США	Доля, %	Прирост, %
1	2	sanofi-aventis	37,7	3,9	3,7
2	3	Nycomed Pharma AS	34,1	3,5	-3,4
3	1	Gedeon Richter	33,9	3,5	-9,4
4	4	Berlin-Chemie AG Menarini Group	33,7	3,5	-1
5	6	GlaxoSmithKline	32,4	3,3	12,7
6	5	Lek d.d.	31,5	3,2	5,1
7	9	ratiopharm GmbH	28	2,9	21,3
8	11	STADA Нижфарм	25,7	2,7	12,8
9	12	Solvay Pharma	25,1	2,6	10,7
10	10	Bayer Consumer Care	24,7	2,5	8,3

Источник: «Мониторинг розничных продаж ЛС в РК», Vi-ORTIS Group Consulting

Отечественный «Химфарм» позволил белорусскому БЗМП взять пальму первенства: у внутреннего производителя 10,4%, у внешнего-14,5% доли рынка в натуральном выражении. Огромный спрос на препарат Цефазолин АКООС позволил компании «Синтез» подняться с 18 на 9.

Топ - 10 производителей в натуральном выражении

2018	2017	Производитель	Объем рынка, млн. уп.	Доля, %	Прирост, %
1	2	Борисовский завод медпрепаратов РУП	55,6	14,5	2
2	1	Химфарм АО	39,9	10,4	-39,3
3	3	Ирбитский ХФЗ ОАО	14,5	3,8	-37,9
4	4	Отечественные лекарства ОАО	9,5	2,5	-18,6
5	6	STADA Нижфарм	8,1	2,1	-1,7
6	5	Berlin-Chemie AG Menarini Group	8	2,1	-5,7
7	8	Досфарм ТОО	7,4	1,9	4,4
8	10	Фармация 2010 ТОО	7,2	1,9	16,9
9	18	Синтез АКООО	6,7	1,8	30,2
10	7	Фармак ОАО	6,7	1,7	-10,8

Источник: «Мониторинг розничных продаж ЛС в РК», Vi-ORTIS Group Consulting

Россия

В таблице представлены ТОП-20 брендов, лидирующих по объему продаж на коммерческом рынке России в 2018 году.

ТОП-20 брендов по объему продаж в стоимостном выражении на коммерческом рынке России в 2018 г.

Бренд	Стоимостный объем, млн. руб. 2018 г.	Прирост стоимостного объема	Доля
РБИДОЛ	4 804	6,00%	1,36%
ЭССЕНЦИАЛЕ	3 614	5,20%	1,02%
ВИАГРА	3 186	16,70%	0,90%
НУРОФЕН	3 081	20,60%	0,87%
АКТОВЕГИН	2 904	10,40%	0,82%
КОНКОР	2 825	17,50%	0,80%
ЛИНЕКС	2 602	15,00%	0,73%
ТЕРАФЛЮ	2 196	13,80%	0,62%
АЛФЛУТОП	2 129	22,50%	0,60%
МЕЗИМ ФОРТЕ	2 026	3,40%	0,57%
ОЦИЛЛОКОКЦИНУМ	2 009	11,70%	0,57%
ДЕТРАЛЕКС	1 985	19,20%	0,56%
АНАФЕРОН	1 954	23,00%	0,55%
МОВАЛИС	1 895	17,10%	0,53%
НО-ШПА	1 868	2,20%	0,53%
НАЙЗ	1 818	29,00%	0,51%
МЕКСИДОЛ	1 806	19,70%	0,51%
СУМАМЕД	1 727	14,60%	0,49%
ЛАЗОЛВАН	1 700	24,80%	0,48%
МИЛЬГАММА	1 676	10,00%	0,47%

Источник: DSM Group

ТОП-20 ведущих брендов занимают 13,5% стоимостного объема коммерческого сегмента ГЛС. Тройка хитов продаж сохранила свои позиции: «АРБИДОЛ», «ЭССЕНЦИАЛЕ» и «ВИАГРА». В 2018 году, несмотря на то,

что «масштабных» эпидемий гриппа и других ОРВИ не было, препараты этих групп росли более высокими темпами, чем рынок, и за счет этого продвинулись по рейтингу вверх – «НУРОФЕН» (+1 позиция), «ТЕРАФЛЮ» (+1 позиция), «АНАФЕРОН» (+2 позиции), ЛАЗОЛВАН (+5 позиций). В рейтинге по объему проданных упаковок лидирующие позиции занимают недорогие препараты – «УГОЛЬ АКТИВИРОВАННЫЙ», «ЦИТРАМОН» и «НАФТИЗИН». Среди ГЛС, вошедших в ТОП-20 по стоимостному объему, только «НУРОФЕН» попал в рейтинг ТОП-20 по натуральному объему и занял 17 место. Отметим, что рейтинг ГЛС ТОП-20 в натуральном выражении почти на 100% состоит из так называемых «традиционных» лекарственных препаратов, то есть тех которые продаются только на территории России и СНГ. И в рублевом рейтинге они занимают места ниже 100 строки. Средневзвешенная цена ТОП-20 в упаковках составляет около 8 рублей.

Беларусь

Среди ТОП-10 корпораций-производителей наиболее выдающиеся результаты у СООО Лекфарм (+37,44%) и компании GEDEON RICHTER (+8,92%). Хотя с учетом ситуации на рынке в 2018 году, отсутствие отрицательной динамики в объеме продаж, номинированном в валюте, уже можно считать успехом. Стоит также отметить достаточно большое падение продаж в стоимостном выражении у белорусской компании «БЕЛМЕДПРЕПАРАТЫ».

Препаратом №1 на белорусском рынке по итогам 2018 года с рыночной долей 0,96% является препарат компании «Никомед»: в составе Такеда» – «Актовегин». «Актовегин» продемонстрировал рост продаж 14%, прирост продаж компании «Nuscomed: a Takeda Company» – 2,31% в денежном выражении и 9,93% в натуральном. По итогам 2018 года компания занимает 6 позицию с рыночной долей 3,51% (против 3,46% год назад).

ТОП-10 компаний на фармацевтическом рынке Беларуси в 2018г.

Компания	объем продаж в 2018 г., млн. долл. США	Количество уп., млн.	Прирост стоимостного объема	Доля
БЕЛМЕДПРЕПАРАТЫ	33,01	48,73	-22,75%	5,08%
БОРИСОВСКИЙ ЗМП	28,55	77,54	2,19%	4,39%
ФАРМЛЭНД	27,41	23,1	-9,87%	4,22%
SANOFI-AVENTIS	26,25	4,39	-3,68%	4,04%
NOVARTIS	25,33	5,1	4,11%	3,89%

NYCOMED	22,84	3,24	-2,31%	3,51%
BAYER	22,33	3,92	3,48%	3,43%
GEDEON RICHTER	20,37	3,98	8,92%	3,13%
ГЛАКСО ФАРМА	18,3	1,73	-1,08%	2,81%
ЛЕКФАРМ	17,36	10,11	37,44%	2,67%

Источник: Интелликс-М

Мировой рынок

Согласно представленным данным Венского Института Международных Экономических Исследований (Wiener Institut für Internationale Wirtschaftsvergleiche) в рейтинг 50-ти лучших европейских брендов 2018 года попали 4 фармацевтические компании, из них:

- 20 Место: Novartis. Novartis International AG — транснациональная фармацевтическая корпорация, второй по размерам рыночной доли в Европе производитель фармацевтических препаратов. Ее оценочная стоимость в 2018 году составила 14,556 млрд. евро.

- 25 Место: Sanofi Aventis. Sanofi (до лета 2018 года Sanofi-Aventis) — диверсифицированная фармацевтическая компания. Ее оценочная стоимость в 2018 году составила 11,693 млрд. евро.

- 34 Место: GlaxoSmithKline. GlaxoSmithKline — британская фармацевтическая компания, одна из крупнейших в мире. Ее оценочная стоимость в 2018 году составила 10,326 млрд. евро.

- 43 Место: Bayer. Bayer AG – немецкая химическая и фармацевтическая компания, основанная в Бармене. Ее оценочная стоимость в 2018 году составила 9,614 млрд. евро.

В 2018 г. по объему продаж (в денежном выражении) рецептурных препаратов лидировала американская компания «Pfizer». На втором месте по объему продаж швейцарская компания «Novartis», далее следуют - «Merck», «AstraZeneca», «Johnson&Johnson», «Abbott», «Eli Lilly».

Объем начальных капиталовложений

Для прямых финансовых инвесторов привлекательны начальные стадии развития бизнеса, еще не обеспеченные на ранних этапах становления должной динамикой своего роста. То есть, если цель стратегического инвестора - сокращение издержек и ликвидация потенциальных конкурентов для большей рентабельности бизнеса, то цель венчурного капитала - это рост стоимости бизнеса, в основном для его последующей перепродажи с большей выгодой. Поэтому для прямого рискованного финансирования определяющим инвестиционным приоритетом является работоспособный бизнес с вразумительной стратегией развития, предсказуемым потенциалом и квалифицированными управленческими кадрами. Также очень важны соблюдение корпоративной этики, прозрачности коммерческих операций и

наличие возможности выхода из конкретного бизнеса без финансовых и иных потерь.

Таким образом, если инвестиционная среда не гомогенна и жестко структурирована по категориям в зависимости от своих критериев, предпочтений и приоритетов, то и фармрынок, как объект приложения инвестиционного потенциала, также не является однородным. У составляющих его элементов разная инвестиционная привлекательность. Если что и объединяет индустриальный и товаропроводящий сегменты рынка, то это, прежде всего, степень зрелости их бизнеса. Подавляющее большинство казахстанских фармкомпаний, за небольшим исключением, находятся в диапазоне между начальным этапом развития бизнеса и следующей за ним стадией расширения и формирования (накопления либо восстановления) его стоимости. Еще одним общим и связующим для всех сегментов фармотрасли фактором, с которым столкнется едва ли не каждый тип инвестора, является особая специфичность рынка лекарственных средств.

Его исключительной особенностью является чрезмерная, порой болезненная чувствительность властных структур, да и населения в целом, к происходящим на нем событиям, зачастую даже рядового характера. Поэтому высокая степень контроля со стороны государства — это специфические издержки бизнеса, где цена ошибки по своим последствиям может быть сопоставима с глобальной катастрофой. Оказаться в силу вышеизложенного на всеобщем обозрении — это уютно далеко не для каждого инвестора.

Восстановление рыночных позиций национальной фарминдустрии должно происходить путем прямой импортозамещающей конкуренции, вытесняя дешевые дженерики из ближнего зарубежья, а также из ряда восточноевропейских и развивающихся стран. Это вполне реально, хотя и сопряжено со значительными тратами на модернизацию производства и на достижение его соответствия международным стандартам GMP ("надлежащей производственной практики").

Диапазон расходов для достижения соответствующих стандартов при реконструкции действующего старого производства составляет от 1 до 15 млн. долл. (в зависимости от степени модернизации - новое или бывшее в употреблении оборудование, строительные работы и т.п.) и занимает 3-5 лет, поскольку параллельно с проектом реконструкции необходимо поддерживать производственный процесс. Кроме того, дополнительных затрат времени и финансов потребуют обучение персонала, замена ассортимента, не отвечающего требованиям потребителей; выстраивание системы маркетинга и налаживание эффективной сбытовой технологии.

Если строить современный фармзавод "с нуля", то в зависимости от ассортимента выпускаемой продукции и размеров возводимого предприятия расходы составят от 10 до 100 млн. долл. Реализация подобного проекта

займет от 2 до 4 лет с учетом времени для проектирования, конструкторских работ, введения производственных мощностей в эксплуатацию и валидации конкретного фармобъекта. При правильно проведенных расчетах потребности рынка в том или ином препарате и его адекватном позиционировании целевым группам потребителей, либо при наличии гарантированных закупок для государственных нужд, возврата вложенных средств реально ожидать не ранее чем через 7-10 лет.

К специфическим особенностям, присущим исключительно рынку лекарственных средств, в полной мере относятся нестандартные побудительные мотивы потребительских предпочтений. Пренебрежение национальными особенностями потребительской психологии и менталитета, так или иначе, но отразится на качестве бизнеса и может не оправдать запланированных инвестиционных ожиданий. Так, для более предсказуемых и доступных по уровню профессионального снобизма областей бизнеса, нежели фармацевтический, например для рынка пива или шоколада, вполне достаточно общепринятых маркетинговых ходов и инструментов, чтобы сделать данный бизнес весьма прибыльным и нехлопотным. Имеется в виду, что пиво и шоколад в сознании потребителей прочно ассоциируются с получением удовольствия и эффективное позиционирование этих продуктов за счет широкомасштабных рекламных кампаний однозначно будет способствовать увеличению их потребления. В то время как лекарство всегда сопряжено с болезнью, от которой хочется дистанцироваться, и в подобной ситуации продвигаемый медикамент становится только узнаваемым и в лучшем случае вытеснит или отберет часть рыночной доли своего конкурентного аналога или синонима. Рассчитывать при этом на рост потребления, то есть на увеличение объема продаж, можно только в надежде на категорию мнительных граждан либо на повальное ухудшение здоровья, обусловленное данным конкретным заболеванием.

Подобное поведение свойственно многим людям. Но в цивилизованных странах первое, что делает заболевший, это обращается к врачу и затем неукоснительно следует его предписаниям. При низкой же медицинской культуре в Казахстане или также в России многие заболевшие сначала не придают значения симптоматике заболевания, затем предпочитают превозмочь недуг своими силами и, в крайнем случае, или в последнюю очередь обращаются к фармацевту. Совершенно очевидно, что характерное пренебрежение собственным здоровьем, предпочтение "народных" способов лечения, отсутствие традиций здорового образа жизни - все это обусловлено медицинской безграмотностью вкупе с наивностью, неверием врачам и прочими подобными факторами как объективного, так и субъективного свойства и в итоге никак не способствует увеличению емкости фармрынка.

Инвестиционные компании при выборе объекта для вложения средств ориентируются на показатели внутренних отраслевых рейтингов либо обмениваются или получают информацию об устойчивости своих целевых клиентов и их инвестиционном потенциале через кредитное бюро. В свою очередь, фармпроизводители из числа заинтересованных в получении инвестиций, мотивированы на объективное определение своего рейтингового статуса, достоверную оценку результативности, заслуженное признание достоинств и на повышение собственного имиджа. В итоге инвестиционная привлекательность данного рыночного сегмента повышается, несмотря на присутствие ненадежных (невыполнение договорных обязательств) и/или недобросовестных (ненадлежащее ведение бизнеса) игроков, к сожалению, имеющих место среди производителей фармпродукции.

По данным КС МНЭ РК в 2018 году объем инвестиций в основной капитал фармотрасли Казахстана составил 1 918 млн. тенге, что выше показателя 2017 года (179%), но ниже 2016 года (85,6%). В структуре инвестиций основной объем инвестиций приходится на собственные средства, так в 2016 г. его доля в общем объеме инвестиций составила – 89%, в 2018 г. – 70%, в январе-сентябре 2012 г. – 94%. Вложения иностранных инвесторов не превысили 1,5% и составили в 2018 году 17 млн. тенге.

При этом на долю фармацевтической промышленности Казахстана приходится лишь 0,1% от общего объема инвестиций по отраслям промышленности.

В Казахстане для оказания содействия со стороны государства инвесторам, вкладывающим инвестиции в проекты обрабатывающей промышленности, был принят ряд государственных и отраслевых программ.

Так в 2018 году реализовано 6 инвестиционных проектов, на общую сумму – 2 870 млн. тенге. В результате реализации проектов организовано в период строительства проектов – 326 рабочих мест и в период эксплуатации проекта – 679 рабочих мест.

3.12 Описание уже реализованных проектов

На стадии реализации находятся 9 проектов (7 проектов – лекарственные средства и мед. препараты, 2 проекта – изделия мед. назначения).

Кроме того, в Казахстане осуществляется реализация инвестиционных проектов с участием иностранных инвесторов, в том числе и в фармацевтической отрасли.

По данным АО «KAZNEX INVEST» в фармацевтической отрасли реализуется 2 инвестиционных проекта с участием иностранных инвесторов:

- в Акмолинской области проект «BS Medical» (Словакия) – по производству твердых медикаментов и физиологических растворов, на сумму 101 млн. долл.;

- в Алматинской области проект «Sanofi - Aventis» (Франция) – по производству таблетированной формы лекарства «Амарил» и «Плавикс» на сумму 20 млн. долл.
Также определены 7 перспективных инвестиционных проектов с участием иностранных инвесторов на территории РК:
- в г. Нур-Султан и Акмолинской области проект «Мойе Керамик» (РФ) – по разработке и производству комплекса медицинских изделий на сумму 30 млн. долл.;
- на территории Павлодарской области проект «FAVEA» (ЧР) – по строительству фармацевтического завода на сумму 17 млн. долл.;
- в Восточно-Казахстанской области проект «FAVEA» (ЧР) – по проектированию и строительству фармацевтического комплекса производства инъекционных препаратов и инфузионных растворов на сумму 31 млн. долл.;
- в г. Алматы и в Алматинской области 3 проекта:
 - проект «Nikma Pharmaceuticals» (Иордания) – фармацевтический завод на сумму 40 млн. долл.;
 - проект по производству вакцин (Великобритания);
 - проект Puro-Klima (ЧР) – по строительству медицинского завода на сумму 26 млн. долл.

Затраты, не зависящие от размера предприятия, называются постоянными затратами. Постоянные затраты – это элемент точки безубыточности, представляющий собой затраты, которые не зависят от величины объема выпуска. Увеличение объемов производства приводит к уменьшению постоянных расходов на единицу продукции и, соответственно, увеличивается прибыль с единицы продукции за счет положительного эффекта масштаба.

К постоянным затратам обычно относятся:

- Задолженность по обязательствам;
- Налоги на имущество предприятия;
- Амортизационные отчисления;
- Оплата аренды;
- Оплата охраны объекта;
- Оплата управленческого персонала.

В целом, перечисленные статьи затрат можно отнести к непроизводственным затратам. Непроизводственные затраты, по методологии официальной статистики РК включают расходы по реализации продукции и оказанию услуг, административные расходы, расходы на финансирование. За 2018 год сумма непроизводственных затрат в обрабатывающей промышленности Казахстана составила 943,5 млрд. тенге, в том числе 819 млрд. тенге составили непроизводственные расходы крупных и средних предприятий, а 124,5 млрд. тенге – непроизводственные расходы малых

предприятий. Структура непроизводственных затрат рассмотрена на примере показателей крупных и средних предприятий обрабатывающей отрасли. Удельный вес непроизводственных затрат в общем объеме затрат за 2018 год, по сравнению с 2017 годом, снизился на 4% и составил 21%. В структуре непроизводственных затрат увеличилась доля затрат на перевозку грузов (с 45 до 68%). В то же время снизились расходы на амортизацию нематериальных активов.

Основной проблемой казахстанских предприятий обрабатывающего сектора является задолженность по обязательствам. К ней относятся денежные средства, временно привлеченные предприятием и подлежащие возврату соответствующим юридическим и физическим лицам. Кредиторскую задолженность составляют неосуществленные платежи за отгруженные товары, неоплаченные налоги, невыплаченная начисленная заработная плата и др.

К постоянным издержкам предприятия из данной категории затрат является выплата процентов по кредитам. В представленной структуре эта статья расходов включена в «Прочие расходы». Удельный вес этой статьи расходов в общем объеме достигает 70%. В 2018 году эта статья расходов составила 547,5 млрд. тенге (69% от общего объема), в 2017 году – 586,3 млрд. тенге (74% от общего объема непроизводственных расходов). Обслуживание кредитной задолженностью продолжает оставаться одной из самых обременительных статей постоянных расходов предприятий.

Постоянный рост объема задолженности оказывает сильное влияние на рентабельность отрасли. Поэтому эффективная поддержка со стороны государства по возмещению ставки вознаграждений по кредитам обрабатывающего сектора экономики является важной и необходимой мерой для успешного развития обрабатывающего сектора экономики Казахстана.

В России также наблюдается перманентный рост задолженности организаций по кредитам. К концу 2018 года она составила 21 трлн. рублей. В августе 2017 года просроченная кредиторская задолженность предприятий текстильной и швейной отрасли составила 3,4 млрд. рублей, в производстве кожаной и относящейся к ней продукции – 0,4 млрд. рублей.

Такая картина свидетельствует об аналогичной ситуации в обрабатывающих отраслях России. Кроме того, в России наблюдается рост коммерческих и управленческих расходов, которые можно рассматривать в качестве постоянных издержек предприятий.

3.13 SWOT- анализ

В целом, состояние фармацевтической отрасли в Казахстане можно назвать критической, в связи с тем, что страна не покрывает собственными лекарственными средствами и 15% потребления. Тогда как для обеспечения национальной безопасности государства доля отечественных препаратов должна составлять не менее 30%. Можно считать, что казахстанский рынок фармпродукции развивается весьма динамично, но, к сожалению, за счет

импортной составляющей. Импортозависимость фармацевтического рынка Казахстана составляет почти 90%, несмотря на ежегодный рост показателей производства фармацевтической продукции.

В то время как успех в области научных исследований продолжает играть важнейшую роль в конкурентоспособности фармацевтической отрасли, необходимо инвестирование в фундаментальные исследования и содействие инновационному процессу в фармацевтической промышленности со стороны государства.

Фармацевтическая промышленность Казахстана представлена в основном дженериками на основе импортируемых субстанций и традиционными недорогими лекарственными препаратами, ориентированными на внутренний рынок и рынок стран СНГ. Доминирующее положение дженериковых препаратов на казахстанском рынке предположительно связано с отсутствием условий для создания инновационных продуктов. Фармацевтическая отрасль остается с высоким уровнем импорта, а технологический уровень производственных предприятий фармацевтической промышленности Казахстана не отвечает современным стандартам производства.

Одной из насущных проблем, сдерживающих развитие фармацевтического рынка, является высокая потребность в профильных специалистах, которая обусловлена недостаточным уровнем профессиональной подготовки и дефицитом квалифицированных кадров.

Необходимо также отметить об отсутствии на фармацевтических предприятиях Казахстана сертификата GMP, научной отсталости, неразвитости научных исследований, новых разработок и препаратов.

Для осуществления технической модернизации фармацевтических предприятий необходимо уделять большое внимание разработке концептуальных положений инвестиционной политики с учетом накопленного теоретического и практического отечественного и зарубежного опыта.

Барьеры входа в индустрию

Каждая отрасль экономики уникальна и имеет присущую только ей структуру. Фармацевтическая промышленность является одной из самых прибыльных отраслей после торговли наркотиками и оружием, но доступ новых конкурентов сильно затруднен. Отрасль защищена патентами, требуются огромные затраты на НИОКР и масштабная экономика при сбыте продукции врачам. На разработку заменителя эффективного лекарства уходит много времени, а покупателей в любые времена не пугают высокие цены.

Фармацевтическая отрасль имеет ряд особенностей, которые определяют методы ее анализа и оценки. Условно, можно выделить две “функции”, которые выполняют крупнейшие фармацевтические компании:

1. R&D (Research and Development). Заключается в разработке новых продуктов и получении разрешения на их производство и продажу;
2. Последующее производство и реализация.

В фармацевтике существуют довольно **высокие барьеры на вход** в отрасль. Крупнейшие компании (Pfizer, Novartis) инвестируют значительные суммы на R&D, чтобы постоянно создавать новые препараты и поддерживать свои продажи. Процесс разработки может длиться годами и лишь немногие проекты имеют шанс выйти на коммерческую реализацию, что объясняется структурой процесса. После многочисленных серий клинических испытаний препарат должен пройти долгий процесс утверждения в государственных регулирующих органах. При этом проект может быть свернут в процессе разработки вследствие провала испытаний с точки зрения безопасности и эффективности либо с точки зрения экономической выгоды для компании (когда ожидаемые денежные потоки от продаж меньше стоимости производства и вывода на рынок). Совокупность препаратов компании, которые в определенный момент времени находятся на стадии исследования/разработки, называются “drug pipeline” (например, пайплайн компании в определенный момент времени может состоять из противоракового препарата на стадии доклинических исследований и противовирусного препарата на стадии клинических испытаний).

На практике, фармацевтические компании подают документы на патент еще в начале разработки химической формулы препарата (и когда это формула показывает некоторую степень эффективности). Это объясняется долгим сроком рассмотрения (4-5 лет) – поэтому к началу клинических испытаний компания уже имеет патент, который начиная с момента выдачи (то есть еще задолго до начала производства) действует 20 лет (в мировой практике, а также в Иберии). Патент дает компании эксклюзивное право на производство и продажу препарата – и это право длится тем короче, чем дольше проходят клинические испытания и утверждение в регулирующем органе.

Таким образом, а) необходимость огромных инвестиций на R&D, б) сложный процесс утверждения новых препаратов и в) патентная защита обеспечивают **высокие барьеры на вход** в отрасль и позволяют фармацевтическим компаниям получать достаточно большую маржу (margin profit) по своим патентованным препаратам. Тем не менее, действие патента ограничено по времени и после истечения его срока (а продление патента практически невозможно) возможно появление аналогичных препаратов – “generic drugs”. Они полностью идентичны исходным “брендовым” препаратам, и часто приводят к снижению цен из-за увеличения конкуренции. Производителям “generic drugs” нет необходимости осуществлять затраты на разработку и клинические испытания препарата, а по сравнению с ними затраты на производство ничтожны. Компании, у которых ранее был патент на определенный препарат, испытывают серьезное падение продаж в случае появления дженерика. Кроме того, они вынуждены серьезно снижать цену из-за возрастающей конкуренции. Этот процесс получил название “genericisation” – в отношении фармацевтических продуктов, на которые закончился (или заканчивается) патент и которые испытывают конкуренцию со стороны более дешевых дженериков. Сценарий дженерикизации может

быть различным – в зависимости от наличия других барьеров (кроме самого патента), которые делают запуск дженериков невозможным или неопределенным по времени.

Существуют следующие типы препаратов (как брендированных, так и дженериков):

1. Over-the counter drugs, продающиеся без рецепта врача
2. Prescription drugs, то есть препараты, которые могут быть проданы только по рецепту врача.

Огромные затраты на R&D, которые осуществляют фармацевтические компании, отражаются как затраты в income statement (до получения патента). Пример: компании “Фарма” потратила на исследования препарата “А” 100 млн. и еще 150 млн. на его разработку. В компании шансы на получение патента (и, таким образом, на продажи препарата) оценивают в 95%. Одновременно компания развивает препарат “Б” с аналогичными затратами, но шансы на получения патента оцениваются уже в 20%.

Таким образом, шансы на то, что препарат “Б” сможет в будущем генерировать прибыль (превращение затрат в актив, отраженный на балансе) довольно малы, в то время как шансы препарата “А” наоборот, чрезвычайно высоки. И тем не менее, затраты по этим двум препаратам отражаются одинаково несмотря на то, что шансы первого препарата гораздо выше, чем шансы второго препарата. Неопределенность – вот что является причиной отнесения всех R&D к затратам.

В случае же получения патента, компания капитализирует затраты, понесенные на исследования и разработку, и амортизируют новый актив в течение определенного периода.

Основными барьерами входа на рынок фармацевтической продукции Казахстана для иностранных производителей является государственная поддержка отечественных предприятий. Государство поддерживает отечественного производителя правами на поставку лекарств в медицинские учреждения, введением нормативов по продажам отечественных лекарств для аптек. Однако на данном этапе развития отечественного фармацевтического производства отечественные препараты, несмотря на все усилия государства, не могут конкурировать с зарубежными аналогами, а значит, лекарственные средства иностранных производителей всё равно будут доминировать на казахстанском рынке.

Доведение к 2020 году в РК объема производства отечественных фармпродуктов до уровня 50%, невозможно без комплексного решения ряда задач:

- технологическая модернизация существующих производств и их развитие в соответствии с международными стандартами;
- рост государственных и частных инвестиций, ориентированных на импортозамещение НИР и НИОКР;
- создание рынка инновационных проектов;
- решение вопросов по подготовке квалифицированных кадров;

- использование зарубежного научно-технического и производственно-технологического потенциала через различные формы сотрудничества при производстве и разработке лекарственных средств.

Барьеры выхода из индустрии

К барьерам выхода из отрасли относятся затраты, связанные для собственников предприятий с процедурой прекращения деятельности и банкротства. К ним относятся:

- Затраты, связанные с увольнением работников. Затраты на выплату выходных пособий работникам могут быть очень значительными, они могут в несколько раз превосходить ежегодные убытки от продолжения бизнеса. Если предприятие испытывает дефицит денежных средств, возможно, для нее будет лучше продолжать деятельность еще какое-то время, и надеяться на то, что другие предприятия первыми сократят производственные мощности, таким образом, отодвигая во времени или вообще устраняя необходимость тратить деньги на увольнение работников.

- списание капитальных затрат. Уход из бизнеса может послужить причиной списания дорогостоящих заводов и оборудования, которые могут быть использованы только в этом бизнесе.

- Реальные затраты, связанные с уходом из бизнеса. Уход с рынка может иногда приводить к реальным единовременным затратам, кроме расходов на увольнение работников. Одним из наиболее серьезных видов затрат являются долгосрочные договоры на аренду собственности, которая не может быть снова сдана в наем по таким же высоким ставкам, как платит данная фирма, и выплаты, по которым должны осуществляться и после того момента, как бизнес будет закрыт.

- Совмещенные затраты. Часто трудности с уходом из убыточного бизнеса возникают в связи с тем, что этот уход влечет за собой рост издержек другого, прежде прибыльного направления деятельности, из-за того, что часть издержек, связанных с ними, были общими.

- Неэкономические причины. Барьеры на выходе очень часто являются неэкономическими. Среди более завуалированных неэкономических причин можно назвать честолюбие менеджмента и их эмоциональную привязанность к бизнесу, опасение (обычно необоснованное или преувеличенное), что выход из бизнеса повлияет на имидж отрасли и взаимоотношения с партнерами, или же просто бездействие и выбор пути наименьшего сопротивления.

По мнению многих исследователей рынков, сложность выхода предприятий из отрасли и связанные с ним высокие явные и неявные затраты, является одним из важнейших факторов, препятствующих эффективной конкуренции. Высокий риск, сопряженный со сложностью выхода с рынка, служит фактором, дестимулирующим вход в отрасль потенциальных конкурентов.

Барьеры выхода с фармацевтического рынка весьма высоки, так как в случае неудачи, фирма, специализирующаяся на производстве лекарственных средств, не сможет перепрофилировать свою деятельность и начать, скажем, выпускать пищевую продукцию. Так как данный рынок является примером монополистической конкуренции, то контроль цен на рынке данного типа возможен только при активном вмешательстве государства. Одна же компания при наличии большого числа конкурентов и производстве большого количества товаров не способна значительно повлиять на изменение цен. Так как речь идет о лекарствах – средствах, от которых непосредственно зависит здоровье и жизнь человека, то предоставление достоверной и исчерпывающей информации контролируется государством и различными организациями здравоохранения, а нарушение законов влечет к административным и уголовным последствиям.

Рентабельность в индустрии

Рентабельность – показатель эффективности работы предприятий, который определяется отношением прибыли (убытка) до налогообложения к затратам на производство и реализацию продукции (работ, услуг) с учетом непроизводственных расходов.

Рентабельность производства основных лекарственных средств в Казахстане в 2018 г. составила 75,2% против 17,3% в 2010 году. Столь резкое увеличение рентабельности предположительно связано с ростом цен, с изменением качественного ассортимента выпускаемой продукции, а также со снижением затрат на производство и реализацию продукции.

Показатель рентабельности фармацевтической отрасли России и Беларуси в официальных статистических агентствах двух стран включен в показатель рентабельности химического производства.

Рентабельность от продажи в 2018 году в химическом производстве в Беларуси выросла до 17,7%, с 5,7% в 2016 году. Рентабельность от продажи в химическом производстве в России в 2016 году составила 19,2%.

Рентабельность продаж в химической промышленности России выше показателей рентабельности в Беларуси.

В связи с присоединением РФ к ВТО и ужесточением конкуренции на рынках стран-членов ЕЭП в дальнейшем для предприятий фармацевтической промышленности Беларуси и Казахстана эксперты прогнозируют возникновение рисков в виде упущенной прибыли и потерь от снижения цен и рентабельности.

В тоже время мировой фармацевтический рынок является одним из самых прибыльных, с рентабельностью продаж на уровне 17%.

Сегменты, в которых Казахстан конкурентоспособен на глобальном уровне

На глобальном уровне продукция фармацевтической промышленности Казахстана, в основном, представлена продукцией по коду ТН ВЭД «300490» (прочие лекарственные средства (кроме указанных в позициях 3002, 3005, 3006), состоящие из отдельных веществ или смесей веществ, используемые в

терапевтических и профилактических целях). На данную статью приходилось 59% стоимостного объема экспорта РК и 74% натурального. Основным потребителем казахстанской фармацевтической продукции в 2011 г. был Кыргызстан, далее шли Россия, Швейцария, Украина и Узбекистан.

С учетом оказываемой в последние годы поддержки со стороны государства, отрасль имеет потенциал для экспортной ориентированности.

Сегменты, в которых Казахстан конкурентен на уровне ЕЭП

С учетом принимаемых в рамках ЕЭП упрощений таможенных процедур и соглашений по взаимному сотрудничеству и расширению рынков сбыта появилась возможность закрепления своего присутствия на этом рынке. Этому способствует схожий менталитет, возможность вести диалог на одном языке и другие. Для производителей Казахстана появилось дополнительное конкурентное преимущество перед иностранными производителями с точки зрения цены.

Перспективами Таможенного союза являются:

- Резкое увеличение взаимного товарооборота стран участниц, прежде всего, за счет стимулирования отечественного производства.
- Ужесточение контроля за качеством и безопасностью лекарственных средств. Будет создана единая сеть официальных контрольных лабораторий по контролю качества лекарственных средств и интегрированная система инспектирования субъектов фармрынка по аналогии с Евросоюзом.
- Снижение цен за счет снятия излишних барьеров для бизнеса и стимулирования собственного производства.

Сегменты, в которых Казахстан конкурентоспособен на собственном рынке

Более 90% всех выпускаемых в Казахстане лекарств в денежном выражении обеспечивается 7 наиболее крупными заводами. Импорт фармацевтической продукции составляет 67 % в натуральном выражении, и порядка 90% в денежном выражении. Государство является основным игроком на фармацевтическом рынке: сектор государственных закупок лекарств составляет более 45%. Оригинальные препараты составляют порядка 15% рынка, дженериковые препараты (утратившие патентную защиту) — 85%.

Сегменты, в которых имеется потенциальный спрос, но которые не существуют

Пользуются спросом на фармрынке Казахстана орфанные (сиротские) препараты, применяемые для лечения редких видов заболеваний.

Всего в мире, по подсчетам специалистов, существует порядка восьми тысяч редких болезней, при этом каждый месяц ученые выявляют до двадцати новых видов подобных генетических отклонений. К списку необычных болезней ученые относят как наследственные нарушения обмена веществ, так и многие опухоли, нарушения свертываемости крови и т.д.

К наиболее распространенным редким заболеваниям в Казахстане можно отнести гемофилию, муковисцидоз, мукополисахаридоз, тирозинемия, болезнь Гоше, Помпе, Фабри.

Производители сиротских лекарств не заинтересованы в выходе на рынок при отсутствии гарантированного сбыта своей продукции, который в данном случае может быть обеспечен только за счет государственных закупок. Проходить процедуру регистрации, требующую значительных финансовых и временных затрат, для того чтобы ввести мелкую партию лекарств, объем которой нередко составляет лишь несколько упаковок, невыгодно ни для производителей, ни для дистрибьюторов. Поэтому многие орфанные препараты зачастую даже не зарегистрированы в нашей республике. То есть основная проблема, связанная с орфанными лекарствами - их физическая недоступность.

Лишь после вступления в силу (в мае 2011 года) приказа Министерства здравоохранения Казахстана (№ 285), государство взяло под контроль процесс закупок и распространения редкоприменяемых (орфанных) препаратов, которые ранее больным было просто невозможно достать в Казахстане.

4 Основные выводы и рекомендации

Ключевые факторы успеха есть общие для всех предприятий отрасли факторы, реализация которых открывает перспективы улучшения своей конкурентной позиции. Задача заключается в определении факторов, дающих в данной отрасли ключ к успеху в конкуренции. Выделение КФУ для конкретной отрасли есть первый шаг, за которым должна последовать разработка мероприятий по овладению КФУ, характерных для отрасли.

КФУ не одинаковы для разных отраслей, а для конкретной отрасли могут меняться во времени.

Критерии КФУ приведены в нижеследующей таблице, чтобы наглядно представить соответствие им профиля фармацевтической промышленности Казахстана. Представленная таблица носит субъективный характер, так как наличие или отсутствие не говорит о факте полного присутствия или отсутствия фактора, а скорее о преобладающих тенденциях.

Критерии КФУ	Наличие (+) или отсутствие (-)	
	в Казахстане	Для сравнительного примера: предприятие «Фармстандарт» в России
КФУ, основанные на научно-техническом превосходстве		
Опыт организации научных исследований (НИОКР)	-	+
Способность быстрого осуществления технологических и (или) организационных нововведений	-	+

Наличие опыта работы с передовыми технологиями	-	+
КФУ, связанные с организацией производства		
Низкие издержки производства	-	-
Высокое качество производимых товаров	-	+
Высокая фондоотдача	-	+
Выгоды, связанные с месторасположением предприятия	+	+
Наличие доступа к квалифицированной рабочей силе	+	+
Отлаженное партнерство с хорошими поставщиками	+	+
Высокая производительность труда	-	+
Низкие издержки на НИОКР и технологическую подготовку производства	-	-
Гибкость в производстве различных моделей и типоразмеров, возможность учета индивидуальных запросов покупателей	-	+
КФУ, основанные на маркетинге		
Хорошо организованная собственная распределительная сеть или наличие твердых партнерских отношений с независимой распределительной сетью	-	+
Низкие издержки распределения	-	+
Преимущества в логистике	-	+
Хорошо подготовленный персонал, занятый сбытом	-	+
Доступный и хорошо организованный сервис	-	+
Аккуратное выполнение заказов	+	+
Широта ассортимента и возможность выбора товаров	-	+

Привлекательная, надежная и удобная упаковка	-	+
Наличие гарантий на товары и гарантий выполнения обязательств	+	+
КФУ, основанные на обладании знаниями и опытом		
Профессиональное превосходство, признанная репутация, обладание секретами производства	-	+
Умение создавать оригинальный и привлекательный дизайн товаров	-	+
Наличие опыта в определенной технологии	+	+
Умение быстро разрабатывать и продвигать новую продукцию	-	-
КФУ, связанные с организацией и управлением		
Наличие эффективных и надежных информационных систем	-	+
Способность руководства быстро реагировать на изменение рыночных условий	-	-
Опытная в данной сфере деятельности и хорошо сбалансированная управленческая команда	-	+

С этой точки зрения наиболее важными на ближайшую перспективу могут быть следующие факторы:

- КФУ, основанные на научно-техническом превосходстве, а именно, способность быстрого осуществления технологических и (или) организационных нововведений;
- КФУ, связанные с организацией производства, т.е. высокое качество производимых товаров и высокая производительность труда;
- КФУ, основанные на маркетинге;
- КФУ, направленные на умение создавать оригинальный и привлекательный дизайн;
- КФУ, связанные с организацией и управлением.

Перечисленные КФУ являются наиболее важными для развития фармацевтической промышленности, требования к продукции которой предъявляются непосредственными потребителями, которые пользуются ею в повседневной жизни.

На примере российской компании «Фармстандарт» показаны КФУ, которые позволили компании попасть в список 100 наиболее быстро развивающихся компаний Европы по версии экспертов BusinessWeek, занять первое место по розничным продажам в России и второе среди операторов российского фармацевтического рынка.

ПЭСТ-анализ фармацевтической промышленности

Основными факторами ПЭСТ-анализа являются:

- Экономические факторы;
- Технологические факторы;
- Социальные факторы;
- Политические факторы.

Факторы		Факторы		Примечание
		Способствующие достижению целей (знак «+»)	Препятствующие достижению целей (знак «-»)	
1. Экономические факторы				
1.1.	Перспективы роста рынка за счет роста потребления	+3		Перспективы роста объемов продаж компаний
1.2.	Рост влияния иностранных компаний на казахстанский рынок	+3	-3	Поступление иностранных инвестиций, контрактное производство. Увеличение продаж иностранных лекарственных средств, рост давления на казахстанских производителей.
1.3.	Рост системы дистрибуции, в том числе, сетевые аптеки	+3		Расширение возможностей розничной реализации продукции
1.4.	Недостаток оборотных средств в лечебно-профилактических учреждениях		-3	Сложность работы с компаниями-потребителями (больницы, лечебные организации)
2. Технологические факторы				

2.1.	Появление новых технологий и новых лекарственных средств	+3		Возможность сделать прорыв на рынке
2.2.	Повышение роли системы сбыта и продвижения	+5		Эффективный сбыт и продвижение дают компаниям значимое конкурентное преимущество
2.3.	Обучение персонала	+4		Уровень квалификации персонала оказывает большое влияние на эффективность производства и реализации продукции
2.4.	Постепенный переход отечественных производителей на стандарт GMP	+4	-4	Рост возможности выхода на экспортные рынки. Рост затрат на производство казахстанских препаратов.
2.5.	Автоматизация деятельности и внедрение информационных систем	+2		Переход на клиентоориентированный подход, автоматизация бизнес-процессов
2.6.	Внедрение компаниями инноваций в свою деятельность	+2	-3	Появление новых лекарственных средств. Увеличение затрат
3. Социальные факторы				
3.1.	Рост уровня заболеваемости населения	+4		Рост потребления лекарственных средств
3.2.	Склонность населения к самолечению	+4	-2	Рост потребления лекарственных средств. Угроза претензий со стороны потребителей.
3.3.	Стремление к здоровому образу жизни	+3	-2	Рост потребления витаминов, БАДов. Снижение потребления лекарственных средств отдельными группами населения

3.4.	Доверие потребителей к рекламе, советам знакомых и специалистов	+3		Возможность увеличения объемов продаж через эти каналы
4. Политические факторы				
4.1.	Ограничения импорта	+3	-4	Развитие казахстанского производства. Снижение объемов реализации зарубежных производителей в Казахстане
4.2.	Необходима борьба с контрафактной продукцией на уровне государства	+5		Рост доверия казахстанцев к лекарственным средствам
4.3.	ГПФИИР 2010-2014 Государственная программа по развитию фармацевтической промышленности на 2010-2014	+5		Развитие казахстанского фармацевтического рынка. Усиление конкуренции
4.4.	Дорожная карта бизнеса 2025	+5		Возможность получения льготного кредитования малому бизнесу
4.5.	ЕЭП	+2	-3	Расширение рынка реализации продукции отечественного производства. Угроза захвата рынка предприятиями России и Беларусь
4.6.	Вступление в ВТО: захват рынка западными компаниями		-2	Угроза захвата рынка иностранными компаниями

Оценка степени влияния каждого события производится по 5-балльной шкале (5 - сильное воздействие; 1 - отсутствие угрозы).

Рекомендации по развитию фармацевтической промышленности

Принимая во внимание результаты проведенного анализа, считаем необходимым усилить меры по поддержке отрасли и повышения темпов ее развития:

1. Усилить ответственность за незаконный ввоз продукции фармацевтической промышленности на территорию Таможенного союза;
2. Для борьбы с фальсифицированными препаратами, рассмотреть вопрос по внедрению системы подповерхностной быстрой внутренней гравировки.
3. Рассмотреть возможность предоставления субсидий из республиканского бюджета субъектам фармацевтической промышленности на возмещение части расходов на энергоресурсы;
4. Для обеспечения деятельности по продвижению отечественной продукции фармацевтической промышленности и повышения ее узнаваемости осуществлять информационную поддержку отрасли в СМИ, путем подготовки и выпуска цикла телевизионных программ об отечественных производителях товаров фармацевтической промышленности;
5. Для повышения доверия к отечественному производителю, нужно составить и выпустить национальное руководство и рекомендации по применению препаратов. Составить список лекарств, которые не подлежат замене, разработать систему сбора информации о побочных реакциях лекарств, определить механизмы выявляемости побочных действий (*фарматерапевтические осложнения входят в десятку причин смертности населения*).

Исполнитель

Абишев У.С.