

НАЦИОНАЛЬНАЯ ПАЛАТА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ РК «АТАМЕКЕН»
ПРОГРАММА РАЗВИТИЯ ПРОДУКТИВНОЙ ЗАНЯТОСТИ И МАССОВОГО
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА НА 2017-2021 ГОДЫ «ЕҢБЕК»

**УЧЕБНОЕ ПОСОБИЕ
ПО ОБУЧЕНИЮ ОСНОВАМ
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА
ПО ПРОЕКТУ «БАСТАУ БИЗНЕС»**



УДК 334
ББК 65.292
У 91

Разработано Проектной группой Департамента развития бизнес коммуникации на государственном языке НПП «Атамекен» и бизнес-тренерами проекта «Бастау»:

Оразгалиев Б.Е., Жулдызбаев Н.Е., Рахимжанов Т.Е., Садвакасов А.Ж.,
Керембаев А.Т., Куйшигарин А.Ж., Торез Ш.А., Акпанов А.А., Жангожина Н.А.,
Сейсенов Б.С., Багжаева Г.С., Кажрахимов Б.О., Самойлова Г.В.

Операторы программы:
Министерство труда и социальной защиты населения РК и
Министерство сельского хозяйства РК

У 91 **Учебное пособие по обучению основам предпринимательства по проекту «Бастау Бизнес» / НПП «Атамекен». – Астана: ТОО «Шанырақ-Медиа», 2018. – 250 с.**

ISBN 978-601-7513-57-3

Учебное пособие содержит комплексное изложение необходимых материалов модульного обучения основам предпринимательства по проекту «Бастау Бизнес» в рамках второго направления «Программы развития продуктивной занятости и массового предпринимательства на 2017-2021 годы «Еңбек», а также к данному пособию прилагается рабочая тетрадь для выполнения практических заданий.

Учебное пособие предназначено для слушателей проекта «Бастау Бизнес» и будет полезно всем желающим пополнить свои знания в области современной теории и практики предпринимательской деятельности.

УДК 334
ББК 65.292

ISBN 978-601-7513-57-3

© НПП «Атамекен», 2018

СОДЕРЖАНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ	6
МОДУЛЬ 1. ВВЕДЕНИЕ. ПСИХОЛОГИЯ БИЗНЕС-МЫШЛЕНИЯ	8
1.1. Введение в предпринимательство. Как начать свое дело?	8
1.2. Основы психологии предпринимателя	11
1.3. Риски недобросовестного предпринимателя	14
1.4. Целеполагание и активность в бизнесе	16
МОДУЛЬ 2. МЕРЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ СТАРТАПОВ, МСБ И АГРОБИЗНЕСА	23
2.1. Инструменты господдержки МСБ: «Программа развития продуктивной занятости и массового предпринимательства на 2017-2021 годы «Еңбек»	23
2.2. Единая программа поддержки и развития бизнеса «ДКБ-2020»	28
2.3. Программа развития агропромышленного комплекса Республики Казахстан на 2017-2021 «Агробизнес 2017-2021»	34
2.4. Микрокредитование, гарантирование, субсидирование	36
2.5. Особенности кредитования для субъектов МСБ. Причины отказа в выдаче кредита. Этапы и перечень документов для получения микрокредитования.	41
МОДУЛЬ 3. ВЫБОР БИЗНЕС-ИДЕИ. ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА	55
3.1. Как выбрать бизнес-идею	55
3.2. Анализ рентабельности (жизнеспособности) бизнес-идеи. SWOT-анализ	57
3.3. Анализ рынка сбыта товара/услуги	59
МОДУЛЬ 4. ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА	64
4.1. Определение и стратегия маркетинга. Комплекс маркетинга 4P	64
4.2. Сегментация рынка	68
4.3. Занятие собственной ниши на рынке	69
4.4. Методы маркетингового продвижения и реклама через соцсети (SMM)	74
4.5. Практическое маркетинговое исследование (подомовой обход)	76

МОДУЛЬ 5. РЫНКИ СБЫТА	79
5.1. Виды рынков сбыта	79
5.2. Емкость рынка	80
5.3. Анализ потребностей целевой аудитории	82
5.4. Формирование карт сбытовых цепочек в регионе	84
МОДУЛЬ 6. ОСНОВЫ СЕЛЬХОЗКООПЕРАЦИИ И АГРОКОМПЕТЕНЦИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ	88
6.1. Виды сельхозкооперации	88
6.2. Инструменты поддержки сельхозкооперации	90
6.3. Агрокомпетенции в растениеводстве	94
6.4. Агрокомпетенции в животноводстве	114
МОДУЛЬ 7. ОСНОВЫ БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЯ	144
7.1. Понятие и виды бизнес-плана	144
7.2. Структура бизнес-плана	147
7.3. Разделы бизнес-плана (маркетинговый, организационный, производственный, финансовый)	148
МОДУЛЬ 8. ФИНАНСОВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ	160
8.1. Финансовая грамотность	160
8.2. Основные понятия финансовой модели бизнес-плана	161
8.3. Финансовый раздел бизнес-плана	163
8.4. План поступления, прогноз движения денежных средств	165
8.5. Точка безубыточности и рентабельность проекта	170
МОДУЛЬ 9. ОСОБЕННОСТИ НАЛОГОВЫХ РЕЖИМОВ	174
9.1. Государственная регистрация в качестве ИП	174
9.2. Налоговое обязательство, виды налогов и других обязательных платежей в бюджет, налоговые режимы	179
9.3. Особенности применения специального налогового режима для субъектов малого бизнеса	181
9.4. Особенности применения специального налогового режима для крестьянских или фермерских хозяйств и для производителей сельскохозяйственной продукции	188

9.5. Особенности применения общеустановленного режима для ИП	189
9.6. Временное приостановление и возобновление деятельности ИП	191
МОДУЛЬ 10. ПРАВОВОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ БИЗНЕСА	194
10.1. Права предпринимателей	194
10.2. Разрешительная система: разрешения, лицензии, правила и стандарты, регулирующие сферы МСБ	198
10.3. Правила, основы составления основных юридических документов (договоры, соглашения, сделки и др.)	201
10.4. Государственные проверки предпринимательской деятельности	207
10.5. Управление персоналом. Трудовые договора	213
МОДУЛЬ 11. ОСНОВЫ ЭЛЕКТРОННЫХ УСЛУГ ДЛЯ БИЗНЕСА	216
11.1. Базовые цифровые навыки и открытое правительство	216
11.2. Порядок получения и использования ЭЦП, порталы электронного правительства, навыки работы в личном кабинете (www.pki.gov.kz и www.egov.kz)	218
11.3. Порядок и способы получения электронных услуг	221
11.4. Единый портал государственных закупок www.goszakup.gov.kz	223
11.5. Электронная коммерция	224
МОДУЛЬ 12. ЗАЩИТА БИЗНЕС-ПРОЕКТА	228
12.1. Основы публичных выступлений: ораторское мастерство и навыки структурной презентации (самопрезентации)	228
12.2. Навыки ведения переговоров	233
12.3. Практическая работа по защите бизнес-проекта	236
ГЛОССАРИЙ	240
ОБОЗНАЧЕНИЯ И СОКРАЩЕНИЯ	245
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	246
СПИСОК НОРМАТИВНО-ПРАВОВЫХ АКТОВ	248

ПРЕДИСЛОВИЕ

*«Национальная палата предпринимателей «Атамекен» проводит очень важную работу, обучая наших граждан азам бизнеса»
Н. Назарбаев*

Уважаемый читатель! Вы мечтаете стать успешным предпринимателем? Не знаете с чего и как начать свой бизнес? У Вас есть проблемы с налоговой отчетностью, регистрацией бизнеса и разработкой бизнес-плана? Ответы на все эти и другие вопросы вы можете получить прочитав данную книгу.

Данная книга содержит комплексное изложение необходимых материалов модульного обучения основам предпринимательства по проекту «Бастау Бизнес» в рамках второго направления Программы развития продуктивной занятости и массового предпринимательства на 2017-2021 годы «Еңбек» (далее РППЗиМП «Еңбек»), а также к данному пособию прилагается рабочая тетрадь для выполнения практических заданий. В данном учебном пособии по курсу «Основы предпринимательства» рассматриваются основы психологии предпринимателя; факторы успеха для достижения целей; маркетинговые исследования по анализу и выбору бизнес-идеи; основы сельхозкооперации и агрокомпетенции предпринимателей; методика разработки бизнес-плана и финансовое планирование; правовое сопровождение и регистрация бизнеса; налогообложение предпринимательской деятельности; основы электронных услуг для бизнеса и защита бизнес-проекта, а также содержит все необходимые материалы по формированию и расширению собственного бизнеса для начинающих предпринимателей.

Проект «Бастау Бизнес» стартовал в 2016 году в пилотном режиме г. Жанаозен, Мунайлинском районе Мангистауской области и в Темирском районе Актюбинской области, в котором участвовали 282 претендента. Неоценимый вклад в зарождении и развитии проекта внесли Председатель президиума Национальной палаты предпринимателей (далее НПП) Республики Казахстан «Атамекен» Кулибаев Т.А., Председатель Правления НПП «Атамекен» Мырзахметов А.И. и Заместитель Председателя Правления НПП «Атамекен» Жумагазиев Э.Т. По инициативе НПП «Атамекен» проект «Бастау Бизнес» включен в государственную Программу развития продуктивной занятости и массового предпринимательства на 2017-2021 годы «Еңбек».

Национальная палата предпринимателей Республики Казахстан «Атамекен» с 2017 года реализует проект «Бастау Бизнес», который направлен на обучение сельского населения предпринимательским навыкам, в том числе принципам формирования сельскохозяйственных кооперативов, а также сопровождение их бизнес – проектов. По итогам реализации проекта в 2017 году в проекте «Бастау Бизнес» участвовали 15 000 человек из 80 сельских районов Казахстана, из них 3314 человек открыли/расширили свой бизнес. Проект «Бастау Бизнес» является масштабным проектом обучающим с 2018 года 30 тыс.человек из 160 сельских районов, областных центров и 27 моногородов.

Целью проекта «Бастау Бизнес» (2-направление ПРПЗиМП «Еңбек») является повышение экономической активности сельского населения через привлечение к занятию предпринимательской деятельности самозанятое и безработное население.

НПП «Атамекен» является оператором нефинансовой поддержки обучения основам предпринимательства по проекту «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, крестьянские и фермерские хозяйства.

Участники Программы, проходящие обучение основам предпринимательства по проекту «Бастау Бизнес», обеспечиваются государственной поддержкой по оплате обучения и стипендии.

В процессе обучения участникам Программы предоставляются идеи для ведения предпринимательства и структурированные знания по основам предпринимательской деятельности.

Участники информируются о мерах финансовой поддержки предпринимательства.

Обучение основам предпринимательства по проекту «Бастау Бизнес» состоит из следующих этапов:

- 1) тестирование;
- 2) практическое обучение в группах по принципу бизнес-менторства и индивидуальное консультирование;
- 3) подготовка к защите (презентации) бизнес-проекта;
- 4) сопровождение в реализации бизнес-проекта сроком до 12 месяцев.

Общая продолжительность процесса обучения не превышает 30 календарных дней.

Процесс обучения в обязательном порядке включает в себя индивидуальные консультации, а также тренинги по навыкам публичных выступлений в целях защиты проекта на предмет финансирования.

По итогам обучения выдаются сертификат о завершении обучения (для допущенных к этапу защиты бизнес-планов) и сертификат об участии в обучении в проекте «Бастау Бизнес».

Оператор нефинансовой поддержки ходатайствует перед микрофинансовой организацией (далее МФО) и/или кредитным товариществом (далее КТ) и/или Акционерным обществом «Фонд финансовой поддержки сельского хозяйства» (далее АО «ФФПСХ») и/или банком второго уровня (далее БВУ) о рассмотрении заявки участника проекта «Бастау Бизнес» на получение микрокредита.

Сопровождение в реализации бизнес-проекта направлено на оказание консультационной поддержки на этапе реализации бизнес-проекта.

До 2021 года количество обученных по проекту «Бастау Бизнес» составит 135 тыс.чел и из них 27 тыс.чел (20 %) откроют бизнес, среди которых можете быть и Вы.

МОДУЛЬ 1. ВВЕДЕНИЕ. ПСИХОЛОГИЯ БИЗНЕС-МЫШЛЕНИЯ

-
- 1.1. Введение в предпринимательство. Как начать свое дело?
 - 1.2. Основы психологии предпринимателя
 - 1.3. Риски недобросовестного предпринимателя
 - 1.4. Целеполагание и активность в бизнесе
-

1.1. ВВЕДЕНИЕ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО. КАК НАЧАТЬ СВОЕ ДЕЛО?



Прежде чем начать свое собственное дело, помните, что предпринимательство – это профессия, и как любую профессию ее нужно осваивать ежедневно. Чтобы стать профессионалом своего дела Вам придется приложить много усилий. И, самое главное, никогда не останавливайтесь на достигнутом и двигаться от победы к победе!

Вы, как предприниматель, являетесь самой важной составляющей вашего бизнеса, поскольку отвечаете за руководство своим делом и за его успех. Помните, что Вы несете ответственность за свой персонал и за результаты деятельности Вашего предприятия.

Идея создать собственное дело уже является Вашим очень важным решением, способным существенно изменить как Вашу жизнь, так и жизнь окружающих. Этот процесс обогатит Вас опытом, даже если повлечет за собой трудную и внеурочную работу.

Успех Вашего дела зависит от Ваших личностных характеристик, ситуации и навыков. Чем больше у Вас качеств и навыков предпринимателя, тем больше вероятность успеха дела. Особенности качеств и навыков будет различаться в зависимости от того, каким видом деятельности вы займетесь.

Вы, как личность, обладаете определенными качествами и навыками. Если не хватает определенных навыков, то их можно будет приобрести с помощью тренировок или занятий. Вы также можете получить необходимые навыки для своего дела, наняв людей, обладающих ими.

Прежде чем идти дальше и вводить Вас в азы предпринимательской деятельности проанализируем, какими качествами и навыками Вы обладаете для занятия предпринимательской деятельностью. И в этом помогут психологические тесты (в рабочей тетради пройдите тест «Уровень предпринимательских способностей»).

Как показала практика именно тестирование дает возможность ответить на такие вопросы, как:

- Способен ли я стать инициатором перспективных начинаний и повести за собой увлеченных последователей?
- Как у меня обстоит дело с «предпринимательской жилкой»?
- Умею ли я обращаться с деньгами? Могу ли я «делать деньги»?

- Каким образом я буду реализовывать свои идеи?
- Какие качества необходимы успешному предпринимателю? и пр.

Итак с чего начать бизнес? Прежде всего, отбросьте свои страхи и сомнения! Поставив конкретную цель, смело идите к ней! Быть предпринимателем очень выгодно, потому что Вы становитесь независимым. Перед Вами открывается возможность воплотить в реальность Ваши мечты и желания. Возьмите готовую идею существующего бизнеса, соответствующую Вашим стартовым возможностям, оглянитесь вокруг, посмотрите, какие недочёты есть у Ваших будущих конкурентов. Устраните эти недочёты в своём бизнесе, продумайте тактику и стратегию маркетингового продвижения – и в бой!

Только активно действуя, Вы сможете создать свой успешный бизнес. Кстати, для начала собственного дела совсем не обязательно, как полагают многие, иметь большой стартовый капитал. Намного важнее иметь желание и прилагать усилия. А деньги найдутся сами собой. Причём деньги нужны совсем небольшие – достаточно иметь немного средств, чтобы продержаться на плаву от двух до шести месяцев, пока бизнес не начнёт приносить ощутимую прибыль.

Таким образом, можно выявить основные правила, которые следует запомнить, а лучше заучить наизусть, начиная собственный бизнес.

1. Думайте о деле, а не о деньгах. Успешное дело обязательно принесёт Вам деньги.
2. Будьте нацелены на успех и боритесь с трудностями. Все трудности – это временное явление!
3. Придумайте и реализуйте успешную идею!
4. Поставьте перед собой цель, усердно трудитесь – и перед Вами откроются любые возможности!
5. Важны не средства, а желания! Ваши желания помогут природе аккумулировать для Вас средства
6. Предпринимательство требует полной отдачи и требует внимания на высокие цели. В связи с этим, необходимо различать свои цели с мечтами, узнать что реализовать и от чего отказаться.

Вначале нужно определить, чем вы будете заниматься?

Обычно, это связано с профессией человека. Труднее тем, у кого её нет, но из этой категории тоже немало предпринимателей.

Если выбор сделан, уже легче, но сразу возникает вопрос – где взять деньги?

Истинная проблема не в том, где их достать, а в том, можно ли быть уверенным, что вернёшь их в срок в требуемом количестве. За этим вопросом стоят две психологические проблемы – проблема ответственности и проблема готовности пойти на риск. Если вы сделаете это – то вы сделаете ещё один шаг в освоении роли предпринимателя, если нет – то на этом этапе можете попрощаться с этой ролью.

Самое сложное – это способность найти своего клиента и продать товар по приемлемой для вас цене.

Эту способность он должен будет проявлять всегда и когда вы в совершенстве овладеете этим навыком, у вас появится выбор – продолжать ли вам свою деятельность в этом русле или становиться на более высокую ступень.

Если у вас есть желание (мотивация), вы уверены в себе и готовы влиться в многочисленную армию предпринимателей – принимайтесь за создание технико-эко-

номического обоснования (далее ТЭО) своего бизнеса. Не торопитесь, просчитайте все возможные перспективы и риски, связанные с собственным делом. Это обоснование поможет вам понять, с какими трудностями вам придётся столкнуться на пути к успеху, более основательно подойти к своей будущей предпринимательской деятельности.

Для ТЭО бизнеса необходимо составить один из главных документов в предпринимательстве – бизнес-план, включающий в себя бизнес-идею, маркетинговый план, финансовый план и план по персоналу. Также следует понимать, какой стартовый капитал вам понадобится для полноценной работы, который включает в себя: собственные средства и накопления, помощь родственников и семьи, кредиты, лизинг, гранты.

Весь этот процесс необходим для того, чтобы правильно начать бизнес с ряда последовательных действий:

- Оценка собственных сил и возможностей;
- Формирование бизнес-идеи;
- Составление бизнес-плана будущего бизнеса;
- Решение о создании собственного бизнеса;
- Выбор формы собственности;
- Юридическая регистрация.

Предприниматель – это человек, готовый рисковать и экспериментировать, создавая собственное дело, желающий изменить свою жизнь и готовый много и упорно трудиться.

Предприниматель – это человек, который:

- добился успеха в проведении как минимум нескольких коммерческих операций;
- принимает личное участие в исполнении своего дела;
- несет материальную ответственность за результаты своего дела;
- обладает правом принятия решения при выборе направлений развития дела;
- обладает правом распоряжаться получаемой в деле прибылью.

Присутствие каждого из этих критериев необходимо для соответствия статусу предпринимателя. Но, как вы понимаете, недостаточно для гарантированного обеспечения успеха.

Предпринимательство требует от человека полной отдачи и высокой концентрации внимания на целях. В связи с этим, необходимо чётко знать и осознавать свои мечты и цели, в чём их сходство и отличия, каким из них следует следовать, а от каких стоит отказаться.

1.2. ОСНОВЫ ПСИХОЛОГИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ



*«Единственный человек, с которым вы должны сравнивать себя, это Вы в прошлом. И единственный человек, лучше которого Вы должны быть, это тот, кто Вы есть сейчас»
Зигмунд Фрейд*

Одним из главных моментов, ускользающих из поля зрения многих начинающих предпринимателей является психологическая готовность и готовность действовать.

Для этого человек должен быть способен:

- убедить семью в необходимости изменений;
- убеждать потребителя в необходимости вашего товара (услуги);
- убедиться самому в готовности к риску, переменам и труду.

Одним из базовых качеств, способствующих формированию правильной философии предпринимателя является его уверенность в себе и своих силах.

Уверенность человека проявляется и в его поведении:

- он умеет эффективно доносить до других свои мысли;
- он умеет выражать свои чувства и эмоции;
- он имеет свою точку зрения;
- он даёт другим право на другое мнение;
- он активен и инициативен;
- он настойчив в достижении своих целей;
- он самостоятелен в принятии решений.

Если вы обнаружили, что некоторых качеств вам не хватает, а некоторые необходимо скорректировать, то не торопитесь делать поспешных выводов в негативную сторону. Давайте посмотрим и разберёмся, какие ваши взгляды на жизнь и сложившиеся убеждения мешают вам начать бизнес или поменять вашу жизнь.

Что является причиной того, как мы живём?

Экономика (наше финансовое положение) или наши взгляды на жизнь?

Единственная возможность перевернуть свою жизнь однажды – это изменить свои взгляды, своё мировоззрение.

Когда происходят изменения?

Существует 2 фактора, приводящие к изменениям:

- вдохновение;
- отчаяние.

Изменения происходят всегда и мы сами выбираем, по какой причине нам меняться.

Как формируется личная философия?

Наша личная философия формируется, вначале, теми людьми, которые нас окружают (родители, братья, сёстры и т.п.). Затем на неё влияют детский сад, школа, друзья, институт и т.п. Все принимаемые решения базируются на нашей философии, и от нее зависит, придём мы к краху или к успеху. Если неправильно запрограммировать компьютер, то он выдаёт неверные решения. В нашей жизни это

отражается тем, что ложная информация приводит уже не к ложным решениям, а к ошибочным решениям. Как распознать? Нужно учиться на собственном опыте, не манипулируя фактами прошлого (то есть не вводить в заблуждение самого себя, мнимо состоявшимися успехами, а также и не принижать свои достижения из-за низкой самооценки).

В формировании личной философии важно понять роль такого понятия, как «зона комфорта».

- Что такое «зона комфорта»?
- Нужна ли она?
- Это хорошо или плохо?

«Зона комфорта» – это ограниченное жизненное пространство человека, а также же привычный и чаще всего оседлый образ жизни.

«Зона Комфорта» – звучит достаточно приятно и естественно, но суть в том, что если человек застрял в собственной зоне комфорта, у него нет шансов как-то изменить и улучшить свою жизнь! И так будет до тех пор, пока он не научится выходить за пределы своей зоны комфорта, преодолевая собственные внутренние барьеры (ограничения).

Поскольку у личности, пребывающей в «зоне комфорта», обстоятельства складываются привычным образом, соответственно, нет причины совершать активные действия, применять знания и навыки, использовать потенциал, а тем более совершенствоваться. Это, безусловно, ведет к обеднению и регрессу разума. Более того, если застой длится продолжительное время, то наступает полная деградация личности. Постоянно стрессы – тоже плохо. В «зоне комфорта» мы черпаем силы. Но именно, выходя из зоны комфорта, мы развиваемся.

Что мешает начать свое дело?

- Дефицит финансов;
- Личные страхи;
- Низкая мотивация.

Чтобы перебороть страхи необходимо неизвестное сделать известным.

Вот некоторые рекомендации по преодолению страх в бизнесе:

- Займитесь любимым бизнесом;
- Будьте образованным;
- Общайтесь с успешными людьми;
- Используйте инструменты тайм-менеджмента;
- Разработайте бизнес-план;
- Верьте в личный успех!

Ваш оптимизм будет напрямую влиять на результаты вашей деятельности. Это великое мастерство – в каждом событии видеть позитивное рациональное зерно и обернуть любую ситуацию посредством собственного настроения в нужное для себя русло. Будьте бодрее и веселее, старайтесь мыслить стратегически – видеть будущее, прогнозировать и планировать его. Позитивный настрой – залог успеха.

Чтобы ваш бизнес не был построен на домыслах и иллюзиях, вы должны объективно и скрупулёзно проверять правильность поступающих данных, пусть то касается бизнеса или личных и деловых качеств партнёра (или себя). Планируйте те цели, которые вы можете достичь самостоятельно, а не с чьей-то помощью.

Конечно же, универсального портрета предпринимателя не существует. Не бы-

вает стратегий, которые всегда приводят к победе или неизбежно заканчиваются провалом.

Психологи считают, что у большинства успешных предпринимателей есть общее в характере, темпераменте, происхождении, обстановке, в которой человек вырос, особенностях мотивации. Различные психологические школы исследовали способность человека к организации своего дела.

Например, темперамент как физиологическая основа характера, формирующая энергетические возможности человека: холерик может быстро загореться идеей, но не доведет дело до конца, а у меланхолика мало шансов на успех из-за пониженной трудоспособности. По мнению многих психологов, хорошую службу сослужат нестандартное творческое мышление, красноречие, математические способности.

По мнению психологов, еще один важный фактор, который влияет на Ваши предпринимательские способности, это окружение, т.е. как обстоятельства жизни формировали личность с самого начала и до сегодняшнего момента. Например, одно из исследований показало, что дети, у которых хотя бы один родитель обладал свободной профессией, занимался фрилансом, строили успешный бизнес. Важно, как в вашей семье принято решать проблемы – замалчивать их или обсуждать. Все это влияет на развитие ребенка, на его мироощущение: чувствует ли он себя полным жизненной энергии человеком, самостоятельным, инициативным, способным к конкуренции. Привычка чередовать работу и отдых (то есть жить полноценной жизнью) тоже закладывается в детстве.

Давайте узнаем вместе, что связывает рыбалку с бизнес-мышлением?

Есть хороший рыбак, и есть плохой рыбак. Что делает хороший рыбак перед самой рыбалкой?

- Изучает само море и периодичность прилета и отлета птиц, так как там где часто летают над морем птицы, есть рыбы;

- Спрашивает у местных рыболовов, какая именно рыба здесь водится;

- Заранее подготавливает удочку и наживку, подходящую именно для рыб, которые обитают в данном море;

- Хороший рыбак умеет ждать. Он будет сидеть за удочкой час, два часа, весь день, но все таки дождетса своего улова.

Что же делает плохой рыбак?

- Он не изучает море, прилет и отлет птиц ему не интересен;

- Он не спрашивает у местных рыбаков какая рыба здесь водится и как лучше ее ловить на удочке или с сеткой;

- Он не готовит заранее удочку и наживку, с которой лучше клюет именно та рыба, которая водится в данном море;

- Плохой рыбак не умеет ждать. Он может закинуть удочку, посидеть минут 30 и уснуть или вообще уйти с рыбалки.

Итак, что же связывает рыбалку с бизнес-мышлением?

Представьте, что море – это рынок, люди.

И перед тем, как начать бизнес, как и в случае с хорошим рыбаком, хороший предприниматель, сначала изучит рынок и людей. Что люди больше всего покупают, что им нравится, как они проводят время и т.д. Хороший рыбак наблюдает за прилетом и отлетом птиц, в то время как хороший предприниматель заранее изучит найдутся ли клиенты для его товара или услуги.

Хороший рыбак перед рыбалкой спросит у местных рыбаков, какая именно рыба здесь водится, в то время как хороший предприниматель заранее изучит, где удобнее покупать клиентам, на какую сумму они рассчитывают, какая упаковка им будет интересна, как превзойти их ожидания.

Хороший рыбак заранее подготовит удочку и снасти, подходящие именно для рыбы, которая водится в данном море, в то время как хороший предприниматель узнав потребности своих клиентов, будет продавать свой товар или услугу так, как будет нравиться клиентам.

И наконец, хороший рыбак, так же как и хороший предприниматель умеют ждать. Они не бросят свое дело, подождав пару часов или пару месяцев. Они дождутся своего улова и будут наблюдать за конкурентами, в то же время будут стараться делать чуть лучше, чем они.

1.3. РИСКИ НЕДОБРОСОВЕСТНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ

Многие люди в силу многих обстоятельств, не зная законов и ответственностей бизнеса, предрасположены к недобросовестному отношению к бизнесу.

Ниже приведем некоторые действия недобросовестного предпринимателя:

- Неисполнения либо ненадлежащего исполнения Заемщиком обязательств по оплате задолженности;
- Нецелевое использование кредита;
- Закрытие ИП до погашения кредита;
- Уклонение от уплаты налогов;
- Мошенничество, подделка подписей, печатей, документов и договоров купли-продажи;
- Лжепредпринимательство.

Одно из нежелательных действий предпринимателя это неисполнение либо ненадлежащее исполнение Заемщиком обязательств по оплате задолженности.

Риски по уплате микрокредита

Действие	Риски (Чем это грозит?)
Неисполнение либо ненадлежащее исполнение Заемщиком обязательств по оплате задолженности согласно графику погашения	Задолженность по кредиту и вознаграждениям будет предъявлена к досрочному взысканию
Размер неустойки (штрафа, пени) за несвоевременное погашение основного долга и вознаграждения	Удвоенная ставка вознаграждения от суммы просроченной задолженности за каждый день просрочки в течении 90 (девяносто) дней просрочки, но не более 0,5% от суммы просроченной задолженности за каждый день просрочки, по истечении 90 дней просрочки в размере 0,03% от суммы просроченной задолженности за каждый день просрочки, но не более 10% от суммы выданного кредита за каждый год действия Договора

Подтверждение использования кредита по целевому назначению	Предоставить в течении 90 календарных дней со дня получения кредита документы, подтверждающие целевое использование кредита. В случае не предоставления подтверждающих документов использования кредита по целевому назначению в срок, кредит будет считаться использованным не по целевому назначению
Предоставление поддельных документов и договоров купли-продажи подтверждающих использования кредита по целевому назначению (покупка скота, оборудования и прочее)	Кредит будет считаться использованным не по целевому назначению
Нецелевое использование кредита	Осуществляется досрочный возврат полной суммы кредита и оплата начисленных штрафных санкций в размере 25%
В случае неисполнения либо ненадлежащего исполнения Заемщиком условий Договора	Отвечает перед Займодателем всем своим имуществом, принадлежащим ему на праве собственности, в том числе деньгами на счетах в тенге и в иностранной валюте
Изменение вида деятельности по целевому использованию кредита	Без предварительного письменного согласия Займодателя не вносить изменения в свои учредительные и/или иные документы в части исключения или изменения вида деятельности, в целях реализации которой был получен заем, а также не прекращать осуществление такой деятельности, до полного исполнения обязательств по Договору
В случае не создания новых постоянных рабочих мест и не предоставление заключенного трудового договора в течении 180 календарных дней со дня получения кредита	Выплата штрафа в размере, предусмотренным Договором и возврат полученного суммы кредита в полном объеме в течении 3 рабочих дней

Одно из нежелательных действий предпринимателя – это уклонение от уплаты налогов и прекращение деятельности ИП до погашения срока кредита. Давайте рассмотрим, чем это грозит для предпринимателя?

Риски по уплате налогов

Действие	Риски (Чем это грозит?)
Осуществление деятельности лицами в период действия решения органа государственных доходов о приостановлении представления налоговой отчетности	Согласно статье 271 Кодекса об административных правонарушениях влечет предупреждение. При повторном нарушении в течение года после наложения административного взыскания, влечет штраф на субъектов малого предпринимательства или некоммерческих организации в размере 40 МРП (96 200 тенге в 2018 году)

Прекращение деятельности ИП до погашения срока кредита	Налоговый орган в течение трех рабочих дней со дня получения налогового заявления обязан направить запрос: в банки и (или) организации, осуществляющие отдельные виды банковских операций, – о предоставлении сведений об остатках и движении денег на банковских счетах индивидуального предпринимателя, прекращающего деятельность, на дату получения налогового заявления о прекращении деятельности. Соответственно при выявлении остатков задолженностей по кредиту ИП обязан досрочно погасить сумму кредита, либо ему дают отказ на прекращение деятельности ИП до полного погашения кредита по всем обязательствам
Имея годовой доход больше 12 минимальных размеров заработной платы (далее МЗП) (12×28 284 тг = 339 408 тенге в 2018 году)	Подлежит обязательной постановке на налоговый учет
Уклонение от уплаты налогов	Наложение штрафов, пеней в размере установленным Налоговым кодексом РК. Арест банковских счетов.

Чтобы не быть недобросовестным предпринимателем Вам необходимо:

- Соблюдать все правила, нормы и обязательства Предпринимательского Кодекса, Гражданского, Административного, Налогового Кодексов и осуществлять деятельность в рамках Конституции РК;
- Исполнять все обязательства кредитного Договора по уплате кредиторской задолженности;
- Не закрывать ИП до полного погашения кредита;
- Соблюдать все сроки уплаты налогов и других обязательств;
- Целевое использование кредита;
- Не подделывать подписей, печатей, документов и договоров купли-продажи;
- Выбрать наиболее рентабельную, прибыльную бизнес-идею, применяя маркетинговые исследования и анализ сбыта продукции;
- Быть финансово-юридически грамотным и составлять реалистичный бизнес-план и др.

Исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод, что работать в «белую» или работать официально по закону намного проще, чем платить огромные штрафы и пени. Как говорят юристы незнание закона не освобождает от ответственности.

1.4. ЦЕЛЕПОЛАГАНИЕ И АКТИВНОСТЬ В БИЗНЕСЕ

Использование понятия «мотивация достижений» применительно к объяснению активности Человека бизнеса «в лоб» заставляет предположить, что чем больше исходная сила мотива «хочу стать успешным бизнесменом», тем больше вероятность успешного достижения цели.

Подобные проблемы идентичности Человека бизнеса не проходят бесследно для процессов постановки и достижения целей и способны самым прямым обра-

зом сказываться на его активности, отсутствие позитивного образа, помогающего построить привлекательную цель, приводит к появлению другой проблемы, порождающей не менее серьезные последствия. Это проблема *негативного определения целей, целеполагания через отрицание*.

«Надоело жить в нищете», «Я понял, что в моей профессиональной области у меня нет будущего и что нужно заняться чем-то другим». Подобные обоснования причин своего прихода в бизнес – типичные варианты такой постановки целей. В них четко обозначено только то, от чего человек хочет избавиться, но нет практически никаких признаков того, к чему он хотел бы прийти. Априори конечно же предполагается, что хорошим результатом должно стать нечто обратное. Но ничего глубже формулировок типа «Хочу, чтобы все было хорошо», подозрительно похожих на «Хочу быть счастливым», в этих предположениях обычно нет. Следствия подобной постановки целей вполне предсказуемы.

Мотивация достижений – это, собственно говоря, и есть стремление человека добиваться успеха в жизни, вырастающее из базовых потребностей в признании, уважении и социальной значимости.

По определению Стивена Кови навык – это как пересечение знания, умения и желания. Знание – это теоретическая парадигма, определяющая что делать и зачем. Умение определяет как делать. А желание это мотивация – хочу делать. Чтобы что-то в своей жизни превратить в навык, необходимы все три компонента. Я могу быть неэффективен во взаимодействиях со своими сослуживцами, женой и детьми, поскольку постоянно говорю им о своей точке зрения, а их никогда не слушаю. Если я не изучу правильных принципов человеческого взаимодействия, я, возможно, даже и не узнаю, что мне нужно слушать других.

Целеполагание в бизнесе – практическое осмысление своей деятельности человеком с точки зрения формирования (постановки) целей и их реализации (достижения) наиболее экономичными (рентабельными) средствами. Цели должны быть составлены по критериям SMART.

SMART – это критерий точного определения целей в процессе целеполагания. Критерии цели по S.M.A.R.T.:

S	Specific	Конкретная	Конечный результат? Критерии достижения?
M	Measurable	Измеримая	Сколько?
A	Achievable	Достижимая	Возможно?
R	Relevant	Важная/ Относится к делу	Необходимо?
T	Time-bound	Привязанная к сроку	Когда?

Тайм-менеджмент – это учёт, распределение и оперативное планирование собственных ресурсов времени. Люди, которые умеют продуктивно распоряжаться собственными запасами времени, живут более насыщенной и полной жизнью, делают свою работу с минимальными временными затратами.

Эффективно использовать методы тайм-менеджмента – не значит делать больше или увеличивать производительность за счет скорости выполнения работ.

Речь идёт о повышении личной результативности через исключение ненужных задач и устранения так называемых «похитителей времени».

Пустая трата времени во многом зависит от похитителей времени, к ним относятся сотни бессмысленных и мелких дел, которые мы делаем в течение дня, даже не задумываясь об их целесообразности: частая проверка почты, общение и просмотр новостей в соцсетях, лишённые смысловой нагрузки разговоры с коллегами.

Приверженность человека к отвлеченным от основной задачи делам отчасти объясняется прокрастинацией – желанием отложить «до лучших времён» важные и нужные мероприятия.

Принцип Парето – эмпирическое правило, введённое социологом Вильфредо Парето, в наиболее общем виде формулируется как «20% усилий дают 80% результата, а остальные 80% усилий – лишь 20% результата».

В приложении к управлению временем это правило звучит так:

20% дел (и затраченного времени) дают 80% результатов; 80% дел (и затраченного времени) дают 20% результатов. В связи с этим следует вначале выделить те 20% дел, которые дают максимальный результат и начинать с них.

Ещё один инструмент для эффективной расстановки приоритетов называется «Матрица Эйзенхауэра». Политический и военный деятель, президент США Дуайт Эйзенхауэр был человеком практичным и весьма успешным. Он придумал разделять все текущие дела на 4 категории:

- срочные и важные;
- важные, но не срочные;
- срочные, но не очень важные;
- неважные и несрочные.

Первая категория: срочные и важные – это первостепенные задачи следует выполнять обязательно сегодня и сейчас: их откладывание обязательно создаст ненужные трудности в будущем. Поручать их подчиненным не стоит – это нужно делать самому и немедленно.

По-другому этот сектор матрицы называют «Сектором пожара», находиться в котором долго чревато неблагоприятными последствиями, прежде всего для собственного здоровья.

Вторая категория: важные дела, не являющиеся срочными. Внимание, вот оно – ваше место силы!

Это самый эффективный сектор матрицы. Здесь вы спокойны, здесь вы планируете, обдумываете, действуете грамотно и взвешенно, здесь вы занимаетесь по-настоящему важными делами.

Третья категория: срочные и не очень важные дела – они могут отнять много времени, если заниматься ими с самого утра и лично. Именно такие задачи можно перепоручать подчиненным.

Дела из *4-ой категории* (несрочное и неважное) можно смело вычеркивать из ежедневного списка.

Можно ежедневно составлять примерно такую таблицу, основанную на «Матрице Эйзенхауэра».

№	Дела	Срочные дела	Несрочные дела
1	Важные дела	Разрешение кризисных ситуаций, главные проекты	Планирование новых задач, налаживание отношений
2	Неважные дела	Деловые телефонные звонки, письма, совещания	Рутинная механическая работа, пожиратели времени

Не поленитесь, и внедрите эту простую таблицу в свою систему планирования дня.

7 главных принципов тайм-менеджмента

Принцип 1. Планируйте свои действия

Планирование дел на ближайший день (или ближайшую неделю) имеет практическое значение в любой работе. Неважно, сидите ли вы в офисе, стоите у конвейера, подрабатываете курьером в свободное от учёбы время – чёткий план действий всегда принесёт реальную пользу в виде повышения результативности (личной и профессиональной).

Даже если ваши действия строго регламентированы должностной инструкцией, всегда нужно иметь заранее составленный план – это поможет справляться с работой более эффективно и оперативно.

Помните, что все успешные люди планируют свою жизнь.

Запомните несколько важнейших аксиом тайм-менеджмента:

Фиксируйте цели письменно. Если на бумаге (или в электронном ежедневнике) не обозначена ваша цель, значит, её не существует.

Планируйте свой день. Заранее составленный список заданий и действий увеличивает продуктивность любого вида деятельности на 25%.

Дробите большие задачи. Объемные по времени выполнения дела нужно всегда разделять на несколько мелких подзадач – не хватайтесь за масштабный проект, не продумав заранее последовательность действий.

Необходимо, чтобы планирование стало вашей второй натурой: возьмите за правило составлять план действий на завтрашний день перед сном. Утром на работе вы уже будете точно знать, с чего начинать, чем продолжить и как закончить.

Всегда оставляйте определенный резерв времени на «форс-мажор» – непредвиденные обстоятельства.

Помните, что несколько минут, что вы затратите на составление плана, с лихвой окупятся в будущем: результаты грамотного планирования вы оцените уже на первой неделе внедрения в жизнь.

Принцип 2. Формулируйте желаемый результат в конкретные цели и задачи

Стратегическое и эффективное планирование невозможно без грамотного целеполагания. Если говорить более простым языком, вы должны уметь четко формулировать основную цель и уметь разбивать её на более конкретные и локальные задачи.

Принцип 3. Фиксируйте ваш план действий

О необходимости обязательно фиксировать план действий уже было сказано выше. Здесь же рассмотрим, каким образом это лучше всего сделать. Существует несколько рабочих и действенных инструментов, позволяющих сделать свои планы и задачи более наглядными и конкретными.

Один из таких методов называется «**Диаграмма Ганта**».

Диаграмма Ганта (англ. *Gantt chart*, также **ленточная диаграмма, график Ганта, календарный график**) – это популярный тип столбчатых диаграмм (гистограмм), который используется для иллюстрации плана, графика работ по какому-либо проекту. Является одним из методов планирования проектов.

Диаграмма Ганта предназначена для иллюстрации разных этапов работы в сфере малого и среднего бизнеса. Визуально представляет собой простой набор полосок, состоящих из двух главных осей: дел и времени. Каждому временному промежутку приписывается определённая задача, которая должна быть выполнена. На диаграмме, помимо основных блоков, может присутствовать специальный дополнительный столбец, показывающий процент выполнения работы. Особые отметки – вехи – применяются для выделения двух и нескольких задач и демонстрации последовательности их выполнения.

ДИАГРАММА ГАНТА

	ОКТАБРЬ						НОЯБРЬ														
	1	7	14	21	28	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12			
Проект дома																					
Материалы																					
Постройка дома																					
Разбивка сада																					
Посадка сада																					
Новоселье																					

1. Разбейте большие цели на задачи (если необходимо);
2. Запишите основные задачи и расставьте приоритеты;
3. Проанализируйте текущее состояние и ресурсы;
4. Выберите ресурсы и/или определите ответственных, рассмотрите несколько вариантов;
5. Сформулируйте и запишите цели для сотрудников (SMART);
6. Согласуйте сроки. Начинайте планирование сроков с последней задачи в обратном порядке;
7. Отмечайте прогресс выполнения задач цветами.

В диаграмме Ганта указываются все задачи текущего масштабного проекта вместе со сроками их осуществления, продолжительностью во времени и очередности выполнения.

Принцип 4. Расставляйте приоритеты

Своевременно и чётко определить главную цель – это необходимо и правильно. Но главная задача – это двигаться к достижению данной цели, последовательно выполняя текущие задачи разной степени трудности.

Для расстановки приоритетов в ежедневном планировании подойдет простой способ, который называется «**Способ АБВГД**».

Способ АБВГД (ABCD): «А» – это самое важное дело текущего дня, «Б» – менее важное, «В» – задача средней значимости и т.д.

Принцип 5. Фокусируйтесь на главном

Одна из самых действенных техник высвобождения времени – делегирование.

Делегирование – это способ поручить часть наших дел другим людям.

Правило 4D

DENY – откажи	Нужно ли это делать? (кв. IV)
DELEGATE – делегируй	Должен ли я это делать? (кв. III)
DELAY – отложи, но запланируй!	Можно ли это отложить ? (обязательно запланировать) (кв. II)
DO IT – сделай	Нужно сделать сейчас? (кв. I)

Запомните!

Любые задачи, которые целесообразнее (с точки зрения финансов и затрат времени) предоставить другим, нужно предоставлять другим.

Чем выше стоимость вашего личного времени, тем больше второстепенных и не слишком важных задач можно делегировать.

Ещё один важный навык для реальной экономии времени: **умение говорить «нет»**. Не подумайте, что отказывать нужно всем без разбора.

Умение сказать «нет» относится в первую очередь к тем людям и делам, которые лишают вас ваших энергетических и временных ресурсов не давая ничего взамен.

Говорите «нет» болтливой соседке или сотруднице, чтению бульварной прессы, интернет-серфингу по соцсетям и развлекательным ресурсам, просмотру сериалов по ТВ.

Принцип 6. Анализируйте свой опыт и создавайте свои правила тайм-менеджмента

Периодически стоит оглядываться назад и делать прагматичные выводы из своего опыта управления временем. Изучайте свои ошибки и обязательно принимайте меры по их исправлению.

Обязательно анализируйте ситуации, в которых вы особенно интенсивно теряли личные ресурсы.

Всегда следует оставаться осознанными и со стороны смотреть, что именно происходит с вашей жизнью – в каком направлении и с какой скоростью она движется.

Если вы почувствовали, что утратили контроль и слишком углубились в решение задачи, не думая о затратах времени, самое время остановиться, сделать перерыв и попытаться оптимизировать собственные действия.

Принцип 7. Планируйте отдых

В погоне за успехом и личной результативностью никогда не пренебрегайте отдыхом, я скажу более того – планируйте отдых, также как и ваши бизнес-задачи! Для управления временем полноценный отдых – важнейший элемент успеха.

Факторы успеха – это фундамент вашей лучшей жизни. Как невозможно стать олимпийским чемпионом без длительных тренировок, так и невозможно достичь успеха без создания основы, то есть развития факторов успеха, которые и помогут вам начать свой путь к успеху.

Полагаясь на опыт многих мастеров, от мотиваторов до партизанских маркетологов, выделяют два фактора успеха. Это настойчивость в достижении выбранной **цели** и уверенность в себе. Об этом далее.

Настойчивость – это упорство и решительность в достижении цели.

А разве, не это имел в виду У. Черчилль, говоря учениками: *«Никогда, никогда, никогда, никогда не сдавайтесь»?*

Уверенность в себе – это вера в собственные силы и в личную жизненную компетентность. Слова близкие к нему, синонимы, равноценные: вера в себя, в свои возможности, самоуверенность, чувство личного достоинства, здоровый эгоизм, свобода от комплексов.

Для того чтобы обрести уверенность в себе, кому-то нужно долго и упорно работать над собой, а кто-то уверен в себе с раннего детства. Чаще всего, уверенность в себе обусловлена социальными аспектами и личными достижениями. Поэтому, прежде всего, необходимо отстраниться от социального мнения, и начать работать над саморазвитием.

Уверенный в себе человек больше вспоминает о своих достижениях, а неуверенный чаще вспоминает свои неудачи.

Раз мы с Вами имеем цель и намерение стать финансово свободными, стало быть все и нам сгодится. Давайте приведем тезисные постулаты от Брайана Трейси. 6 факторов успеха от Брайана Трейси:

1. Определите свои **ценности** в жизни

2. Определите для себя, что для Вас финансовая свобода

3. Подумайте, как собираетесь достичь финансовой свободы – что для этого Вы должны сделать, сколько времени потребуется, какие знания Вам нужны и т.п. Необходимо составить план мероприятий на 5 лет, затем разбить по годам, текущий год детализировать помесячно, далее расписать по понедельно и по дням.

4. Выберите одну **цель** и начинайте действовать немедленно! Самое важное это сделать первый шаг и выйти из зоны комфорта.

5. Выпишите свои сильные и слабые **стороны**. Сосредоточьтесь на том, что Вам нравится и что у Вас получается наиболее хорошо.

6. Постоянно **совершенствуйтесь** в выбранной сфере интересов.

Помните, путь к успешному бизнесу – это не только победы, но и поражения, это уверенность и сомнения, это путь к самореализации.

Не оставляйте ни одного шанса для мысли «ой, у меня не получится» или «я этого не смогу». Любой опыт принимайте как позитив, любой результат приближает Вас к успеху.

МОДУЛЬ 2. МЕРЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ СТАРТАПОВ, МСБ, АГРОБИЗНЕСА

- 2.1. Инструменты господдержки МСБ: «Программа развития продуктивной занятости и массового предпринимательства на 2017-2021 годы «Еңбек»
 - 2.2. Единая программа поддержки и развития бизнеса «Дорожная карта бизнеса 2020»
 - 2.3. Программа развития агропромышленного комплекса Республики Казахстан на 2017-2021 годы «Агробизнес 2017-2021»
 - 2.4. Микрокредитование, гарантирование, субсидирование
 - 2.5. Особенности кредитования для субъектов МСБ. Причины отказа в выдаче кредита. Этапы и перечень документов для получения микрокредитования
-

2.1. ИНСТРУМЕНТЫ ГОСПОДДЕРЖКИ МСБ: «ПРОГРАММА РАЗВИТИЯ ПРОДУКТИВНОЙ ЗАНЯТОСТИ И МАССОВОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА НА 2017-2021 ГОДЫ «ЕҢБЕК»

Инструменты господдержки МСБ – это помощь населению для создания и развития предпринимательской деятельности в целях повышения и улучшения социально-экономического состояния и повышения уровня жизни. То есть, простыми словами это – поддержка и сопровождение, как для начинающих, так и действующих предпринимателей. Далее рассмотрим программы, в рамках которых вы можете получить дополнительную информацию, которая окажет поддержку Вам.

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

Цель Программы

Содействие продуктивной занятости населения и вовлечение граждан в предпринимательство.

Задачи

Для достижения цели и целевых индикаторов Программы работа будет проводиться по следующим трем направлениям:

- 1) обеспечение участников Программы техническим и профессиональным образованием и краткосрочным профессиональным обучением;
- 2) развитие массового предпринимательства;
- 3) развитие рынка труда через содействие занятости населения и мобильность трудовых ресурсов.

Для нас важно ознакомиться со вторым направлением программы, так как оно направлено именно на будущих предпринимателей.

Рассмотрим второе направление: развитие массового предпринимательства, которое предусматривает реализацию следующих задач:

- 1) обучение основам предпринимательства по проекту «Бастау Бизнес»;
- 2) поддержка предпринимательских инициатив;
- 3) гарантирование микрокредитов в городах и на селе.

Операторами второго направления Программы являются Министерство национальной экономики Республики Казахстан – по вопросам реализации проекта «Бастау Бизнес» и микрокредитования в городах и Министерство сельского хозяйства Республики Казахстан – по вопросам реализации проекта «Бастау Бизнес» с 2018 года и микрокредитования на селе и в малых городах.

Поддержка предпринимательских инициатив

Микрокредиты предоставляются участникам Программы, реализующим или планирующим реализовать бизнес-проекты в сельских населенных пунктах, малых городах и городах.

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, целями финансирования **которых являются расширение деятельности начинающих предпринимателей и участников якорной кооперации.**

Кредиты/микрокредиты предоставляются:

1) в сельских населенных пунктах (вне зависимости от их административной подчиненности) и малых городах для открытия микробизнеса, **расширения деятельности начинающих предпринимателей**, создания сельскохозяйственных кооперативов и **развития деятельности участников якорной кооперации;**

2) в городах, моногородах (кроме малых городов) для создания новых микропредприятий, **расширения деятельности начинающих предпринимателей.**

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».

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.

Микрокредиты в приоритетном порядке предоставляются проектам, реализуемым в соответствии с региональными картами развития предпринимательства. *(Местные исполнительные органы (МИО) областного уровня совместно с РПП ежегодно до 20 февраля разрабатывают региональную карту специализации районов и населенных пунктов, согласовывают ее с уполномоченным органом в области развития агропромышленного комплекса и предоставляют ее микрофинансовым организациям (МФО)/банкам второго уровня (БВУ)/кредитным товариществам (КТ)/АО «ФФПСХ»/АО «КазАгрогарант»).*

Микрокредиты в сельских населенных пунктах (вне зависимости от их административной подчиненности) и малых городах предоставляются через АО «ФФПСХ», а также МФО и кредитные товарищества, фондирование которых проводится через АО «Аграрная кредитная корпорация».

Микрокредиты в городах предоставляются через банки второго уровня (БВУ), микрофинансовые организации, фондирование которых осуществляется через АО «ФРП «Даму».

Микрокредиты не предоставляются на *потребительские цели, погашение пре-*

дыдущих займов, приобретение и строительство жилой недвижимости, приобретение земельных участков, производство подакцизной продукции.

Организациями микрокредитования/банками второго уровня/микрофинансовыми организациям/кредитными товариществам/АО «ФФПСХ» предоставляется льготный период по погашению основного долга сроком не более одной трети продолжительности срока кредитования.

Условия выдачи микрокредитов участникам Программы:

1) срок микрокредита – до 5 лет, срок микрокредита для проектов в сфере животноводства и создания сельскохозяйственных кооперативов – до 7 лет;

2) максимальная сумма кредита/микрокредита:

- в сельских населенных пунктах (вне зависимости от их административной подчиненности) и в малых городах – до 2,5 тысяч МРП, для развития якорной кооперации – до 5,0 тысяч МРП;

- в городах, моногородах (кроме городов Астана, Алматы, Актау, Атырау) – до 6,5 тысяч МРП;

- в городах Астана, Алматы, Актау, Атырау – до 8,0 тысяч МРП;

3) годовая эффективная ставка вознаграждения – не более 6% годовых;

4) БВУ/МФО/КТ/АО «ФФПСХ» запрещается взимать какие-либо комиссии, сборы и/или иные платежи, связанные с займом/микрокредитом индивидуальных предпринимателей, за исключением комиссий, сборов и/или иных платежей, взимаемых по причине нарушения индивидуальным предпринимателем обязательств по займу/микрокредиту. При этом размер таких комиссий, сборов и/или иных платежей должен быть предварительно письменно согласован с организациями кредитования, за исключением АО «ФФПСХ».

5) микрокредит/кредит в сельских населенных пунктах (вне зависимости от их административной подчиненности) и малых городах не предоставляется субъектам среднего и крупного предпринимательства, определенным в соответствии с Предпринимательским кодексом Республики Казахстан.

6) возможность получения льготного периода по погашению основного долга и вознаграждения сроком не более одной трети продолжительности срока микрокредитования по решению кредитора;

7) в Договорах между МФО/КТ/БВУ/АО «ФФПСХ» и участником Программы в обязательном порядке указывается условие по созданию новых рабочих мест, за исключением проектов начинающих предпринимателей;

8) сроки и суммы займов определяются в соответствии с направлением деятельности участника Программы, согласно Правилам кредитования/микрокредитования в малых городах и сельских населенных пунктах, утверждаемым уполномоченным органом в области развития агропромышленного комплекса.

Механизм предоставления микрокредитов для участников Программы, реализующих или планирующих реализовать бизнес-проекты в сельских населенных пунктах и малых городах:

1) претенденты, напрямую либо через районные филиалы РПП/акимов сельских округов и населенных пунктов обращаются в центры занятости населения для получения консультаций по мерам содействия предпринимательской деятельности и прохождения проверки на предмет соответствия требованиям к участникам Программы;

2) претенденты, планирующие открытие микробизнеса, не имеющие сертификатов о прохождении курсов обучения основам предпринимательства, и заинтересованные претенденты направляются для участия в проекте «Бастау Бизнес» или курсах обучения основам предпринимательства по первому направлению Программы;

3) претенденты по направлениям центров занятости населения и с сертификатами о прохождении курсов обучения (*обязательно для открывающих микробизнес*) обращаются в МФО/КТ/АО «ФФПСХ» с заявлением на получение микрокредита с приложением документов, указанных в Правилах кредитования/микрокредитования в малых городах и сельских населенных пунктах, утверждаемых уполномоченным органом в области развития агропромышленного комплекса;

4) МФО/КТ/АО «ФФПСХ» проводят оценку потенциального бизнес-проекта, дают заключение и принимают решение о возможности или невозможности выдачи микрокредита;

5) МФО/КТ/АО «ФФПСХ» в течение девяноста дней со дня выдачи микрокредита проводят мониторинг целевого использования микрокредита. Отчет по целевому использованию микрокредитов ежеквартально предоставляется МФО/КТ организации микрокредитования в срок до 10 числа, следующего за отчетным периодом, согласно форме, установленной в Правилах микрокредитования;

Механизм предоставления микрокредитов в городах, кроме малых городов:

1) претенденты напрямую либо через районные филиалы РПП/акимов городов и районов в составе городов обращаются в центры занятости населения для получения консультаций по мерам содействия предпринимательской деятельности и прохождения проверки на предмет соответствия участникам Программы;

2) заинтересованные претенденты направляются для участия в курсах обучения основам предпринимательства;

3) претенденты по направлениям центров занятости населения и с сертификатами о прохождении курсов обучения (при наличии) обращаются в МФО/БВУ с заявлением на получение микрокредита с приложением документов, указанных в Правилах кредитования/микрокредитования в городах, утверждаемых уполномоченным органом по вопросам предпринимательства;

4) участники Программы разрабатывают бизнес-план проекта и обращаются с заявкой на получение микрокредита в БВУ/МФО;

5) БВУ/МФО проводят оценку потенциального бизнес-проекта, дают заключение и принимают решение о возможности или невозможности выдачи микрокредита.

Гарантирование микрокредитов в городах и на селе

Гарантия предоставляется только по микрокредитам, выдаваемым МФО/КТ/БВУ с 1 января 2017 года на:

1) открытие микробизнеса, расширение существующего бизнеса, создание кооперативов в сельских населенных пунктах (вне зависимости от их административной подчиненности) и малых городах;

2) 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».

Гарантия для участников Программы предоставляется на безвозмездной основе.

Размер гарантий для начинающего предпринимателя не может быть выше 85% от суммы кредита/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%**.

Предоставление государственных грантов на реализацию новых бизнес-идей в рамках Программы развития продуктивной занятости и массового предпринимательства на 2017-2021 годы «Еңбек»

Государственные гранты предоставляются участникам Программы, реализующим или планирующим реализовать стартовый бизнес, на безвозмездной и безвозвратной основе.

Претендентами на получение государственных грантов являются также переселенцы и оралманы, прошедшие курсы обучения основам предпринимательства в рамках Программы или завершившие обучение в рамках первого направления Программы и ранее не получавшие финансовую поддержку в рамках других государственных программ.

Государственные гранты на реализацию новых бизнес-идей предоставляются в размере **до 100 МРП**.

Организация	Программы/ целевое назначение	Сумма
МИО (Центры занятости населения)	Государственные гранты на реализацию новых бизнес-идей по программе ПРПЗиМП «Еңбек»	до 100 МРП

Государственные гранты используются на приобретение необходимого инвентаря, орудий труда, технологического оборудования. Государственные гранты не предоставляются на потребительские цели, погашение кредитных займов, приобретение и строительство жилой недвижимости, приобретение земельных участков, производство подакцизной продукции.

Право на получение государственных грантов участник Программы имеет один раз. Обязательными условиями для участников Программы на получение государственного гранта являются:

- 1) его регистрация в налоговых органах в соответствии с налоговым законодательством Республики Казахстан;
- 2) наличие положительного заключения РПП;
- 3) наличие документа об окончании обучения по проекту «Бастау Бизнес» или в рамках первого направления Программы.

Средства государственных грантов используются по целевому назначению. РПП с участием заинтересованных органов и организаций создают комиссию по рассмотрению заявок претендентов на получение государственного гранта.

Механизм предоставления государственных грантов:

- 1) для получения государственного гранта претенденты обращаются с заявлением в центр занятости населения;
- 2) центры занятости населения рассматривают представленные заявления и документы, формируют списки претендентов на получение государственных грантов и направляют на рассмотрение комиссии при РПП;

3) комиссия при РПП рассматривает необходимые документы, готовит заключение о предоставлении/непредставлении государственного гранта и в течение пяти рабочих дней со дня их получения направляет в центр занятости населения соответствующее заключение;

4) для выдачи заключения комиссия при РПП при необходимости проводит индивидуальное собеседование либо запрашивает дополнительные документы у лиц, претендующих на получение государственного гранта;

5) центр занятости населения в течение трех рабочих дней после получения заключений письменно уведомляет об этом заявителя;

6) РПП в течение 12 месяцев со дня предоставления государственного гранта ведет мониторинг целевого использования средств и оказывает содействие в предоставлении сервисных услуг по сопровождению проекта (маркетинговые, юридические, бухгалтерские и другие виды услуг).

Порядок предоставления государственных грантов на реализацию новых бизнес идей определяется Правилами предоставления государственных грантов, утвержденными в соответствии с законодательством Республики Казахстан.

2.2. ЕДИНАЯ ПРОГРАММА ПОДДЕРЖКИ И РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА «ДОРОЖНАЯ КАРТА БИЗНЕСА 2020»

Единая программа поддержки и развития бизнеса «Дорожная карта бизнеса 2020» разработана для реализации Послания Президента РК народу Казахстана «Новое десятилетие – Новый экономический подъем – новые возможности Казахстана» и обще национального плана развития Казахстана до 2020 года.

Целью программы является обеспечение устойчивого и сбалансированного роста регионального предпринимательства, а также поддержание действующих и создание новых постоянных рабочих мест.

Основные задачи Программы:

1. Повышение доступности финансирования предпринимателей сельских населенных пунктов, малых городов и моногородов;
2. Увеличение производственных мощностей предпринимателей сельских населенных пунктов, малых городов и моногородов;
3. Расширение бизнес инициатив предпринимателей в сельских населенных пунктах, малых городах и моногородах;
4. Увеличение объемов произведенной продукции обрабатывающей промышленности;
5. Создание новых конкурентоспособных производств;
6. Увеличение занятости населения в малом и среднем предпринимательстве;
7. Недопущение трансформации валютных рисков, связанных с колебаниями иностранных валют в кредитные риски;
8. Информационно-аналитическое обеспечение предпринимательства;
9. Повышение компетенций предпринимателей;
10. Повышение производительности предпринимателей;
11. Расширение деловых связей.

**Основные направления Единой программы поддержки
и развития бизнеса «Дорожная карта бизнеса 2020»**

1 направление "Поддержка новых бизнес-инициатив"	
Целевая группа	Начинающие и действующие предприниматели из моногородов, малых городов и сельских населенных пунктов (поддержка новых бизнес-инициатив)
Порог субсидируемой ставки вознаграждения	50% от номинальной ставки вознаграждения
Срок субсидирования	до 5 лет
Максимальная сумма кредита/лизинга	750 млн.тенге
2 направление "Отраслевая поддержка"	
Целевая группа	Предприниматели, занятые в приоритетных секторах экономики, а также отраслях обрабатывающей промышленности, определенных ГПИИР на 2015-2019 годы
Порог субсидируемой ставки вознаграждения	по проектам в приоритетных секторах экономики – 40% от номинальной ставки вознаграждения, по проектам в приоритетных отраслях обрабатывающей промышленности, определенных ГПИИР – 50% от номинальной ставки вознаграждения
Срок субсидирования	до 5 лет
Максимальная сумма кредита/лизинга	2,5 млрд.тенге
Собственное участие предпринимателя	на уровне не ниже 10% от общей стоимости проекта, если кредит свыше 180 млн.тенге
3 направление "Снижение валютных рисков предпринимателей"	
Целевая группа	Предприниматели, осуществляющие деятельность в приоритетных секторах экономики, 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 региональному координатору Программы.
Порог субсидируемой ставки вознаграждения	30% от номинальной ставки вознаграждения
Срок субсидирования	до 5 лет
Максимальная сумма кредита/лизинга	2,5 млрд.тенге, при условии создания не менее 10% новых (постоянных) рабочих мест по отношению к действующим

4 направление "Нефинансовые меры поддержки предпринимательства"	
<p>Предусматривает оказание государственной нефинансовой поддержки предпринимателям/ субъектам индустриально-инновационной деятельности, частного предпринимательства и населению с предпринимательской инициативой.</p> <p>Реализация нефинансовых мер поддержки предпринимательства осуществляется в рамках инфраструктуры поддержки предпринимательства при соблюдении следующих принципов: обслуживание субъектов частного предпринимательства посредством "одного окна", устранение дублирования, упрощение и оптимизация правил и требований, автоматизация установленных процедур и регламентов.</p> <p>В инфраструктуру поддержки предпринимательства входят:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) центры обслуживания предпринимателей в областных центрах и городах Астане, Алматы, Семей, Туркестан; 2) центры поддержки предпринимательства в моногородах, малых городах и районных центрах; 3) мобильные центры поддержки предпринимательства на уровне сел и поселков; 4) бизнес-инкубаторы. 	<p>Государственная нефинансовая поддержка заключается в следующем:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Разъяснение мер государственной поддержки по компоненту «Бизнес-Насихат»; 2. Разъяснение об условиях ведения предпринимательской деятельности в государствах-членах Евразийского экономического союза; 3. Разъяснение мер государственной поддержки субъектов агропромышленного комплекса; 4. Обучение основам предпринимательской деятельности; 5. Повышение квалификации специалистов, топ-менеджеров предприятий; 6. Предоставление сервисной поддержки ведения действующей предпринимательской деятельности; 7. Предоставление консультаций по вопросам получения разрешительных документов и технических условий; 8. Привлечение внешних консультантов по вопросам внедрения новых методов управления, технологий производства, повышения производительности и энергосбережения предприятий; 9. Технологическое развитие предприятий; 10. Установление деловых связей с иностранными партнерами.

Основные условия по инструменту субсидирование по Единой программе

«Субсидирование процентных ставок» позволяет Вам воспользоваться помощью государства при уплате процентов по кредитам Банка Развития и банков второго уровня (далее БВУ) РК. При этом часть суммы Вы выплачиваете сами, часть за Вас выплачивает государство.

«Субсидирование ставки вознаграждения по договорам финансового лизинга» предусмотрена для тех, кто взял в пользование имущество у лизинговой компании с правом последующего выкупа и хочет уменьшить расходы по выплате вознаграждения за его использование.

Организация	Программы/целевое назначение	Сумма	% ставка	Срок
БАНК Субсидирование % ставки	1 направление: Начинающие и действующие предприниматели в моногородах, малых городах и сельских населенных пунктах. Без отраслевых ограничений	До 750 млн.тг	Базовая ставка Нацбанка + 5% (50% субсидируется)	Последние: 3 года
	2 направление: Предприниматели занятые в приоритетных секторах экономики, а также отраслях, обрабатывающей промышленности, определенных ГПИИР	До 2,5 млрд.тг	ГПИИР: Базовая ставка Нацбанка + 5% (50% субсидируется) Приоритетные сектора: Базовая ставка Нацбанка + 5% (40% субсидируется)	
	3 направление: Предприниматели, занятые в в приоритетных секторах экономики, а также отраслях, обрабатывающей промышленности, определенных ГПИИР, и имеющие валютную выручку в размере не менее 10% (экспортеры) от общего объема ден.выручки за предыдущие 6 мес.	До 2,5 млрд.тг	Базовая ставка Нацбанка + 5% (30% субсидируется)	Инвестиции: 5 лет

Гарантирование кредитов

Гарантирование – форма государственной поддержки предпринимателей, используемая в виде предоставления частичной гарантии в качестве обеспечения исполнения обязательств по кредиту предпринимателя на условиях, определяемых Единой программой «ДКБ 2020», Правилами гарантирования и договором гарантии.

Виды гарантий:

- **для начинающих предпринимателей** (и молодых начинающих предпринимателей в возрасте до 29 лет) – до 85% по кредитам до 20,0 млн. тенге:

1 направление – без отраслевых ограничений

2 направление – по перечню приоритетных секторов экономики

- **для действующих предпринимателей** (свыше 20 млн.тенге – до 360 млн.тенге) – до 50%:

1 направление. Гарантия для действующих предпринимателей – до 50% по кредитам до 180,0 млн. тенге;

2 направление. Гарантия для действующих предпринимателей – до 50% по кредитам до 360,0 млн. тенге;

3 направление. Гарантия для действующих предпринимателей – до 20% по кредитам свыше 360,0 млн. тенге и до 1,850 млн. тенге (для проектов ГПИИР).

- Целевое назначение проектов – инвестиции, а также модернизация и расширение производства
- Гарантирование кредитов до 60,0 млн. тенге, 100% которых направлено на пополнение основных средств (далее ПОС) – допускается, при этом срок гарантирования составляет не более срока кредита.
- Срок гарантирования – не более срока кредита.

- По кредитам до 180,0 млн. тенге – собственное участие в размере 10% от стоимости проекта – не требуется. Проекты свыше 180 млн. тенге – выносятся на рассмотрение регионального координационного совета (далее РКС).
- Ставка вознаграждения банков по кредитам, по которым осуществляется гарантирование, не может быть выше 14,5%.

Рассмотрение и вынесение проектов по кредитам свыше 180 млн. тенге на РКС будет осуществляться Региональным координатором программы, без участия местного координатора Программы.

ЭКСПРЕСС-ГАРАНТИИ для начинающих предпринимателей

Начинающий предприниматель – предприниматель, срок государственной регистрации которого в качестве индивидуального предпринимателя или юридического лица составляет на момент обращения в банк за кредитом менее 3 (трех) лет.

Максимальный размер гарантии – до 85% от суммы кредита; Сроки гарантии – до 5 лет; до 3 лет – по кредиту, 100% которого направляется на пополнение оборотных средств, создание сельхоз кооперативов – до 7 лет;

Стоимость гарантии – бесплатно (без комиссии) для предпринимателей; Срок рассмотрения Фондом проекта – 5 рабочих дней. Целевое назначение кредита: инвестиции; приобретение новых и/или модернизация основных средств; пополнение оборотных средств. Максимальный размер кредита – до 20 млн. тенге.

Предоставление государственных грантов

Государственные гранты предоставляются субъектам малого предпринимательства, в том числе начинающим молодым предпринимателям, начинающим предпринимателям, а также женщинам, инвалидам и лицам старше 50 лет на безвозмездной и безвозвратной основе для реализации новых бизнес-идей в приоритетных секторах экономики и отраслях обрабатывающей промышленности в рамках Программы.

Финансирование мер поддержки в форме грантов осуществляется за счет средств бюджета, путем перечисления целевых трансфертов региональным координаторам программы. Государственные гранты предоставляются государством через региональных координаторов Программы по итогам проводимых конкурсов по отбору заявок субъектов малого предпринимательства, в том числе начинающих молодых предпринимателей, а также женщин, инвалидов и лиц старше 50 лет на представление государственных грантов. При этом обязательным условием для участия в конкурсе является наличие сертификата, обучающего компонента в рамках Программы.

Максимальная сумма гранта для одного предпринимателя не может превышать **3 000 000 (три миллиона) тенге.**

Участниками конкурсного отбора на предоставление грантов могут быть предприниматели, осуществляющие свою деятельность в рамках Программы, представившие на конкурсный отбор документы в полном объеме. Каждый предприниматель может быть участником конкурсного отбора с целью предоставления грантов по одному бизнес-проекту.

Обязательными условиями бизнес-проекта являются: инновация проекта, конкурентоспособность и готовность бизнес-проекта, а также софинансирование (денежные средства) предпринимателем расходов на его реализацию в размере не менее 10% от объема предоставляемого гранта, в том числе личным движимым или недвижимым имуществом, а также создание новых рабочих мест.

Предприниматели должны использовать средства гранта на следующие цели:

- 1) приобретение основных средств и материалов;
- 2) приобретение нематериальных активов;
- 3) приобретение технологии;
- 4) приобретение прав на франшизу;
- 5) расходы, связанные с исследовательскими работами и/или внедрением новых технологий.

Гранты не могут быть предоставлены предпринимателям:

- 1) находящимся в стадии реорганизации, ликвидации или банкротства, а также деятельность, которых приостановлена в соответствии с действующим законодательством Республики Казахстан;
- 2) имеющим задолженность по налогам и другим обязательным платежам в государственный бюджет;
- 3) основным видом деятельности, которых является предоставление недвижимости в аренду.

Средства гранта не могут быть использованы на приобретение недвижимого имущества, земельного участка и в качестве платы за аренду.

Порядок предоставления государственных грантов регламентируются Правилами в рамках Программы, утвержденными постановлением Правительства РК.

Перечень необходимых документов на предоставление государственных грантов:

1. Копия свидетельства о регистрации юр. лица или ИП
 2. Справка о состоянии расчетов с бюджетом по налогам, сборам, взносам
 3. Выписка из банковского счета о наличии на текущем счете Предпринимателя денежных средств или документы, подтверждающие оценочную стоимость движимого и/или недвижимого имущества
 4. Справка о средней численности работников на момент подачи заявки, заверенная подписью руководителя и печатью заявителя.
 5. Копия документа сертификата, подтверждающего прохождение предпринимателем краткосрочного обучения «Бизнес Советник» (оператор НПП или Программы занятости)
 6. Бизнес-план
 7. Доверенность на представителя (при необходимости)
 8. Копия Устава для ТОО
 9. Копия лицензии, если вид деятельности подлежит лицензированию
- Государственных гранты МИО:

Организация	Программы/ целевое назначение	Сумма
МИО (Управление предпринимательства)	Безвозмездный государственный грант для реализации новых бизнес-идей в приоритетных секторах экономики, отраслях обрабатывающей промышленности	До 3 млн. тг
	Безвозмездный государственный грант для реализации индустриально-инновационных проектов в рамках бизнес инкубирования	до 80% стоимости проекта, не более 50 млн. тг

Телефоны горячей линии (call-centre) 1408, +7 (800) 080-18-90, ссылка на сайте Даму

2.3. ПРОГРАММА РАЗВИТИЯ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН НА 2017-2021 ГОДЫ «АГРОБИЗНЕС 2017-2021»

Целью программы является обеспечение производства востребованной на рынках конкурентоспособной продукции агропромышленного комплекса (далее – АПК).

Задачи:

- вовлечение мелких и средних хозяйств в сельскохозяйственную кооперацию;
- насыщение внутреннего рынка и развитие экспортного потенциала отечественной продукции;
- эффективное использование финансовых мер государственной поддержки;
- эффективное использование водных ресурсов;
- создание условий для эффективного использования земельных ресурсов;
- повышение обеспеченности сельхозтоваропроизводителей техникой и средствами химизации;
- развитие торгово-логистической инфраструктуры;
- научно-технологическое, кадровое и информационно-маркетинговое обеспечение АПК.

Совершенствование системы субсидирования

В целях повышения эффективности субсидий и максимального охвата СХТП мерами государственной поддержки будет применяться более детальное определение критериев и нормативов субсидирования. В приоритетном порядке субсидии будут направляться на поддержку производства востребованной продукции, снижение производственных затрат.

Общие меры совершенствования субсидирования. С 2017 года внедрены следующие изменения системы субсидирования:

- преимущественный переход от субсидирования в относительном выражении, в процентах от стоимости товаров, работ и услуг, к субсидированию в абсолютном, в стоимостном выражении;
- оптимизация сроков выдачи субсидий в соответствии со сроками проведения технологических процессов в отрасли;
- приоритетное субсидирование по следующим приоритетам: импортозамещение, экспортная ориентированность, прочие направления; по достижении показателя обеспечения внутреннего потребления уровень субсидирования будет сокращаться;
- переход от субсидирования ставки вознаграждения к субсидированию инвестиционных затрат во избежание аккумулирования долгосрочных обязательств государства, за исключением субсидирования ставки вознаграждения по кредитам на пополнение оборотных средств со сроком кредитования до одного года;
- осуществление субсидирования отдельных видов продукции АПК, имеющих важное региональное значение, за счет средств местного бюджета по правилам, разрабатываемым уполномоченным органом.

В дальнейшем система субсидирования претерпит следующие кардинальные изменения:

- поэтапное внедрение автоматизированной системы рассмотрения всех заявок на субсидирование, ведения мониторинга и консолидации данных по получателям;
- переход от субсидирования отдельных видов затрат к политике комплексного субсидирования предприятия на основе производственных показателей и мониторинга эффективности выплачиваемых субсидий;
- кардинальное уменьшение видов выдаваемых субсидий и запрашиваемых у субъектов АПК документов;
- в целях повышения эффективности субсидий и расширения охвата СХТП мерами государственной поддержки будет применено более детальное определение нормативов и критериев субсидирования.

Кроме того, передача функций оператора в конкурентную среду по некоторым видам субсидирования (финансовое оздоровление, инвестиционное субсидирование) показала разный подход местных исполнительных органов в выборе оператора, определении стоимости их услуг, выполнении функций оператора, таким образом, ранее реализовывался некачественный и разнообразный подход к мониторингу, предусмотренному правилами субсидирования, нарушались сроки представления отчетности.

В связи с низкой заинтересованностью страховых компаний и гарантов в участии в субсидировании в рамках гарантирования и страхования займов будет внедрен инструмент гарантирования займов финансовых организаций через АО «КазАгроГарант». Гарантия будет предоставляться на основе субсидиарной ответственности гаранта с возмещением расходов гаранта из средств РБ.

Совершенствование системы кредитования и гарантирования обязательств

Основные меры совершенствования системы кредитования и гарантирования обязательств будут направлены, в первую очередь, на расширение охвата клиентов, вовлечение мелких и средних хозяйств, кооперативов.

Так, планируется последовательная переориентация деятельности АО «НУХ «КазАгро» от реализации инструментов прямой поддержки СХТП к реализации комплексных мер по повышению доступности финансирования в сельской местности.

Будут привлечены средства с рынков капитала для фондирования частных финансовых институтов, в частности, кредитных товариществ и сельскохозяйственных кооперативов для последующего кредитования субъектов АПК.

Также будут созданы саморегулируемые организации кредитных товариществ и кооперативов с функцией разработки стандартов и правил деятельности, осуществления контрольно-надзорных функций за деятельностью кредитных товариществ.

В целях предоставления возможности СХТП реализовать урожай в период сезона более высоких цен будет пересмотрен механизм бюджетного финансирования весенне-полевых и уборочных работ.

Будет проведена работа по расширению и развитию сети кредитных товариществ и кооперативов, а также включению приема депозитов в перечень операций, осуществляемых кредитными товариществами.

АО «КазАгроГарант» будет предоставлять гарантии по займам финансовых организаций. Также АО «КазАгроГарант» будет участвовать в системе страхования в растениеводстве и животноводстве.

Данные изменения позволят системе кредитной кооперации вовлечь средства сельского населения для решения задач развития АПК, снизить зависимость кредитных товариществ от государственной финансовой поддержки, увеличить доступ к кредитным ресурсам широких слоев сельского населения.

2.4. МИКРОКРЕДИТОВАНИЕ, ГАРАНТИРОВАНИЕ, СУБСИДИРОВАНИЕ

Что такое микрокредиты?

Из программ развития выше вы уже ознакомились с микрокредитами их механизмами получения. Для закрепления стоит еще раз подытожить меры поддержки программ – кредиты, гарантирование и субсидирование.

Микрокредиты (или миникредиты) – это кредитный продукт микрофинансовых компаний, то есть тот же самый кредит, только ограниченный на выдачу не превышающей восемь тысяч МРП. Это один из самых доступных займов, которые проще получить, суммы и срок меньше, но с другой – такие кредиты сопряжены с риском невозврата для организации. Разберемся по порядку.

Банки предоставляют своим клиентам несколько видов кредитов: потребительские кредиты, ипотека, автокредиты, кредитные карты и так далее. Как правило, у банков очень строгая политика насчет выдачи займов – особенно, когда дело касается крупных сумм, поэтому существуют микрофинансовые организации, с которыми вы так же знакомы из материала выше.

Гарантирование кредитов через АО «ФРП «Даму»

Программа гарантирования кредитов позволяет предпринимателям получить финансирование в банке, даже если у них не хватает залогового имущества. Фонд «Даму» вместо Вас гарантирует возврат до 85% от суммы кредита. Гарантирование предоставляется при выдаче банками кредитов для реализации новых проектов, а также для модернизации и расширения производства уже существующих. Программа ориентирована как на начинающих, так и на действующих предпринимателей, субъектов малого и среднего бизнеса. Реализацией программы занимаются Фонд «Даму» и банки. Фонд «Даму» является оператором программы, банки осуществляют кредитование.

Кому доступно/недоступно участие в программе?

Гарантированию подлежат Предприниматели:

- 1) предприниматели, начинающие предприниматели, реализующие и (или) планирующие реализовать собственные проекты в сельских населенных пунктах, малых городах и моногородах без отраслевых ограничений;
- 2) молодые начинающие предприниматели, реализующие и (или) планирующие реализовать собственные проекты во всех регионах без отраслевых ограничений.
- 3) в приоритетных секторах экономики ОКЭД/ приоритетных отраслях обрабатывающей промышленности, определенных ГПИИР.
- 4) не имеющие просроченной задолженности на дату обращения за кредитом/ гарантией по текущим кредитам, договорам лизинга;
- 5) не имеющие на последнюю отчетную дату, перед датой обращения за получением кредита, задолженности по уплате налогов, задолженности по обязательным пенсионным взносам и социальным отчислениям в бюджет (допускается задолженность не более 10 МРП).

Участниками Программы могут быть Предприниматели, получающие государственную финансовую поддержку через Банки в рамках Стабилизационных и антикризисных программ, а также программ, реализуемых за счет средств Национального Фонда Республики Казахстан.

Как принять участие в программе

Чтобы принять участие в программе гарантирования кредитов, Вам необходимо:

1. Обратиться в один из банков с заявлением на получение кредита (*перечень банков, участвующих в Программе: <http://www.damu.kz/3144>; форма заявления: <http://www.damu.kz/2637>*);

2. После одобрения кредита банк направляет документы по проекту в Фонд «Даму».

3. Фонд «Даму» принимает решение по вашему проекту в течение 5-15 рабочих дней и направляет уведомление в банк. Предприниматель, банк и Фонд «Даму» подписывают Договор гарантии.

4. Предприниматель получает финансирование в банке.

В процессе предоставления индивидуальных гарантий для действующих предпринимателей, сумма кредитов которых составляет от 180 млн тенге, после принятия решения Фондом «Даму» участвует Региональный Координационный Совет (далее РКС), куда предприниматель направляет свой проект на рассмотрение, и РКС принимает итоговое решение об одобрении проекта предпринимателя. В остальных случаях решения РКС не требуется.

Гарантии АО «КазАгроГарант»

29 декабря 2016 года постановлением Правительства Республики Казахстан утверждена государственная Программа развития продуктивной занятости и массового предпринимательства на 2017-2021 годы. АО «КазАгроГарант» участвует во втором направлении Программы, а именно, в части гарантирования кредитов, микрокредитов в сельской местности и малых городах, которые направлены на открытие стартапов начинающими предпринимателями, а также на расширение бизнеса начинающих предпринимателей.

Любой предприниматель в селах и малых городах может получить кредит в кредитных товариществах или МФО, которые фондирует «Аграрная кредитная корпорация». Если не хватает залогового обеспечения, за гарантиями предприниматель может обратиться в АО «КазАгроГарант».

УЧАСТНИКИ ПРОГРАММЫ



безработные



самозанятые



предприниматели



сельхозкооперативы



КХ и ФХ

Участниками Программы являются безработные, независимо от регистрации в центрах занятости населения, самозанятые, действующие и 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.

Максимальная сумма гарантируемого кредита – до 5000 МРП. В 2018 году это 12 млн 025 тысяч тенге. Гарантии предоставляются только по кредитам, выданным

КТ/МФО с 1 января 2017 года в рамках Программы и за счет средств Национального фонда, ЕНПФ, акимата области и организации микрокредитования, соответствующие условиям Программы. Срок кредитования/гарантирования – до 5 лет. В сфере животноводства и создания СПК – до 7 лет. Гарантированию подлежат кредиты, выданные по ставке до 6% годовых для конечного заёмщика.

Для стартапов и начинающих предпринимателей предоставляется гарантия в размере до 85% от суммы кредита. То есть тем, кто только начинает свой бизнес с нуля, достаточно найти залоги, покрывающие 15% суммы кредита. По оставшимся 85% поручится АО «КазАгроГарант». К примеру, имея твердый залог на сумму 450 тысяч тенге, начинающий бизнесмен может рассчитывать на получение кредита в размере 3 млн тенге. Особо хотелось бы отметить то, что АО «КазАгроГарант» – это некоммерческая организация, не преследующая получение прибыли. Гарантии предоставляются на безвозмездной основе. Комиссии отсутствуют.

В 2017 году инструментом гарантирования уже воспользовались 187 фермеров, причем 44% получивших гарантии – это предприниматели, которые начинают бизнес с нуля. Доля начинающих бизнесменов – от 1 до 3 лет деятельности, составляет 24%. Доля действующих предпринимателей, обратившихся за гарантиями – 32%.

Общая сумма выданных гарантий на сегодня составила около 981 млн тенге. Средняя сумма займа под гарантию – 6,6 млн тенге, средняя сумма гарантии – 4,0 млн тенге.

Схема получения гарантий предпринимателями сёл и малых городов в АО «КазАгроГарант» по Программе развития продуктивной занятости и массового предпринимательства на 2017-2021 годы



Что такое субсидирование процентной ставки?

Субсидирование – форма государственной финансовой поддержки предпринимателей, используемая для частичного возмещения расходов, уплачиваемых предпринимателем банку, в качестве вознаграждения по кредитам в обмен на выполнение в будущем определенных условий, относящихся к операционной деятельности предпринимателя.

Субсидии – периодические выплаты на безвозмездной и безвозвратной основе, осуществляемые Фондом «Даму» банку, в рамках субсидирования предпринимателей на основании договоров субсидирования.

Что такое лизинг?

Лизинг – это вид инвестиционной деятельности по приобретению имущества и передаче его на основании договора лизинга физическим и юридическим лицам за определенную плату на определенный срок и на определенных условиях, обусловленных договором, с правом выкупа имущества лизингополучателем.

Программа «Сельскохозяйственная и специальная техника» АО «КазАгроФинанс»

Целевое назначение	навесная и прицепная техника при стоимости одной единицы предмета лизинга до 25 000 000 тенге	навесная и прицепная техника при стоимости одной единицы предмета лизинга 25 000 000 тенге и выше	самоходная техника при стоимости одной единицы предмета лизинга, а также общей стоимости нескольких предметов лизинга, используемых в комплексе (в том числе вместе с навесной/прицепной техникой) до 25 000 000 тенге	самоходная техника при стоимости одной единицы предмета лизинга, а также общей стоимости нескольких предметов лизинга, используемых в комплексе (в том числе вместе с навесной/прицепной техникой) 25 000 000 тенге и выше
Срок	до 5 лет	до 7 лет		до 10 лет
Софинансирование/ Первый лизинговый платеж	не менее 25% от стоимости предмета лизинга	не менее 20% от стоимости предмета лизинга	не менее 15% от стоимости предмета лизинга	
Обеспечение	не требуется			
Льготный период по основному долгу	до 1 года			
Льготный период по вознаграждению	до 1 года			
Ставка вознаграждения	14,5 %			
Годовая эффективная ставка вознаграждения	от 14,8%			
Особые условия	Страхование предмета лизинга при стоимости одной единицы, не превышающей 25 000 000 тенге – не требуется			
График погашения основного долга и вознаграждения	- оплата основного долга: не менее 1 (одного) раза в год; - оплата вознаграждения: не менее 1 (одного) раза в квартал			
Срок рассмотрения заявки	в течение 18 рабочих дней с момента предоставления документов			

Другие программы предоставления лизинга АО «КазАгроФинанс»

Программы	Специальная техника	Техника и оборудование, требующие монтажа	Транспортные средства
Целевое назначение	Техника для мелиоративных и иных с/х работ	Оборудование и специальная техника, требующие монтажа	Для перевозки биологических активов, с/х и рыбной продукции и продуктов их переработки
Срок предоставления лизинга:	до 60 месяцев	до 120 месяцев	до 84 месяцев
Льготный период:	Аванс: от 25%	до 24 месяцев	Аванс: от 15%
Программы	Сделано в Беларуси	Вторичный лизинг	Урожай
Целевое назначение	Техника, оборудование и транспортные средства производства Республики Беларусь	Техника, оборудование и транспортные средства, изъятые у лизингополучателей КАФ	Комбайны, сборки и/или производство на территории РК и зерносушилки
Срок предоставления лизинга:	до 60 месяцев	до 144 месяцев	до 84 месяцев
Льготный период:	Аванс: от 15%	до 24 месяцев	до 12 месяцев
Программы	Строительно-монтажные работы	Свои корма	Надежный фермер
Целевое назначение	Строительно-монтажные работы	Сельскохозяйственная техника для кормопроизводства	Самоходная, навесная и прицепная техника
Срок предоставления лизинга:	до 120 месяцев	до 120 месяцев	до 120 месяцев
Льготный период:	до 24 месяцев	Обеспечение: не требуется	Обеспечение: не требуется

Механизм субсидирования процентной ставки по кредитам

1. Заявитель обращается в банк.
2. Банк проводит оценку финансово-экономической эффективности проекта и, в случае положительного решения, направляет уведомление заявителю о готовности кредитовать проект.
3. Заявитель с положительным решением банка обращается к координатору Программы на местном уровне, который выносит данный проект на рассмотрение РКС.
4. РКС рассматривает проект на соответствие критериям Программы и принимает решение по возможности (или невозможности) субсидирования. Решение РКС оформляется соответствующим протоколом.
5. Координатор Программы на местном уровне направляет перечень проектов, одобренных РКС к субсидированию, в соответствующие банки с условиями субсидирования, а также финансовому агенту.
6. Координатор Программы все проекты, рассматривавшиеся на РКС, на местном уровне также направляет в Уполномоченный орган, с приложением принятых

по ним решений. Уполномоченный орган в случае несоответствия проекта критериям программы имеет право приостановить решение РКС до заключения договора субсидирования.

7. По проектам, имеющим положительное решение банков – по кредитованию и РКС – по субсидированию, банком, участником и финансовым агентом заключается договор субсидирования, в рамках которого финансовый агент и участник Программы выплачивают банку соответствующие части ставки вознаграждения.

2.5. ОСОБЕННОСТИ КРЕДИТОВАНИЯ ДЛЯ СУБЪЕКТОВ МСБ. ЭТАПЫ И ПЕРЕЧЕНЬ ДОКУМЕНТОВ ДЛЯ ПОЛУЧЕНИЯ МИКРОКРЕДИТОВАНИЯ

Микрокредитование считается новым направлением в сфере предоставления населению банковских услуг. Благодаря заинтересованности людей в получении быстрых займов небольшого объёма, микрокредиты в Казахстане оставили по рейтинговым показателям позиции стандартных кредитов. Обозначенный банковский продукт теперь находится среди предоставляемых услуг и у крупных финансовых организаций.

Как получить займ в программах «Даму»?

Если вы – предприниматель, вы можете обратиться в любой банк, участвующий в подходящей вам программе и оформить кредит в рамках программы на более выгодных для своего бизнеса условиях. Подробнее на <https://www.damu.kz/11782>.



Массовое предпринимательство «Еңбек»

<p>Участники</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1) Безработные (независимо от регистрации в центрах занятости населения); 2) Самозанятые с предпринимательским потенциалом; 3) Начинаящий и действующий предприниматель; 4) сельскохозяйственный кооператив и их члены; 5) крестьянские и фермерские хозяйства; 6) сокращенный работник, не достигший пенсионного возраста, установленного пунктом статьи 11 Закона Республики Казахстан "О пенсионном обеспечении в Республике Казахстан", которые до подачи заявки на кредит получают статус субъекта частного малого предпринимательства, в том числе микропредпринимательства
-------------------------	---

Сумма займа	до 8 тысяч МРП
Ставка кредитования	Не более 6% годовых
Максимальный срок кредитования	1) На инвестирование – до 5(пяти) лет; 2) На пополнение оборотных средств – до 3-х (трех) лет. При этом микрокредиты не выдаются на цели пополнения оборотных средств по проектам, реализующимся или планируемым к реализации в торговой отрасли (секция Г «Оптовая и розничная торговля; ремонт автомобилей и мотоциклов», за исключением техобслуживания и ремонта автотранспортных средств и мотоциклов, предусмотренных классами 45.20 и 45.40 ОКЭД), за исключением для Начинающих предпринимателей
Обучение	Кредиты/микрокредиты для Начинающих предпринимателей 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
Льготный период по погашению основного долга и вознаграждения	Не более одной трети продолжительности срока микрокредитования по решению БВУ/МФО
Допускается	Допускается повторное кредитование за счет средств, возвращенных конечным заемщиком по ранее выданным кредитным ресурсам
Обязательные условия	Создания новых рабочих мест, за исключением проектов начинающих предпринимателей.
Запрещается финансирование на цели	1) Участия в уставных капиталах юридических лиц; 2) На потребительские цели; 3) Приобретение недвижимости, строительство жилой недвижимости, приобретение земельных участков (целевое назначение, которых не связано с предпринимательской деятельностью), за исключением случаев, когда целевое назначение таких земельных участков/жилой недвижимости будет изменено участником Программы на бизнес-цели в течение одного года с даты заключения договора о предоставлении кредита/микрокредита 4) Производство подакцизной продукции; 5) Рефинансирование действующих обязательств; 6) Покрытие убытков хозяйственной деятельности участников программы (при этом разрешается предоставлять микрокредиты участникам Программы, имеющим отрицательный финансовый результат); 7) Оплаты услуг поверенным (агентам); 8) Оплаты комиссий, сборов и/или иных платежей, связанных с микрокредитом участников Программы;

	<p>9) Приобретение основных средств, активов у аффилированных/связанных компаний/лиц; юридическом адресе и/или реквизитах банковского счета контрагентов, зарегистрированном/открытого в офшорных зонах;</p> <p>10) Возмещение ранее понесенных затрат Конечных заемщиков, погашения задолженности, возникшей в связи с получением Конечными заемщиками финансовой помощи от физических и (или) юридических лиц, в том числе участников, акционеров, должностных лиц и работников Конечных заемщиков;</p> <p>11) Оплата мнимых и притворных сделок</p>
Особые условия ***	<p>Предприниматель может воспользоваться Гарантией по Единой программе поддержки и развития Дорожная Карта Бизнеса 2020.</p> <p>1) Начинаящий предприниматель до 85% – 8 000 МРП;</p> <p>2) Действующий предприниматель до 50% – 8 000 МРП.</p>
Микро-кредиты не предоставляются участникам Программы	<p>1) Учредителями (в том числе участниками, акционерами), которых являются государственные предприятия/учреждения национальные управляющие холдинги, национальные компании и организации, пятьдесят и более процентов акций (долей участия в уставном капитале) которых прямо или косвенно принадлежат государству, национальному управляющему холдингу, национальному холдингу, национальной компании (за исключением социально-предпринимательской корпорации, а также предпринимателей, учрежденных в рамках договора о государственно-частном партнерстве), а также некоммерческие организации</p> <p>2) Имеющие займы:</p> <p>1. выданные государственными институтами развития, БВУ в рамках стабильционных или антикризисных программ и программ, реализуемых за счет средств Национального фонда РК, местных исполнительных органов и Фонда "Даму";</p> <p>2. по которым оказывается государственная финансовая поддержка в рамках Единой программы поддержки и развития бизнеса «Дорожная Карта Бизнеса 2020», утвержденным постановлением Правительства РК от 31 марта 2015 года №168</p> <p>3) Имеющим налоговую задолженность. Задолженность по обязательным пенсионным взносам, обязательным профессиональным пенсионным взносам и социальным отчислениям в бюджет. (отсутствие данной справки подтверждается выданной не позднее, чем за 30 (тридцать) календарных дней до даты подачи заявки участником Программы на финансирование)</p> <p>4) Реализующим проекты, предусматривающие производство или поставку оружия(в том числе составные для производства оружия), наркосодержащих веществ или другого имущества , изъятого из гражданского оборота;</p> <p>5) Реализующим проекты, предусматривающие деятельность, связанную с террористической и любой иной деятельностью, запрещенной законодательством РК;</p> <p>6) Реализующим проекты, связанные с игорным бизнесом;</p> <p>7) Осуществляющие выпуск и оптовую реализацию подакцизных товаров или продукции, за исключением проектов предусматривающих выпуск моторных транспортных средств и производство вина из винограда собственного производства</p>

	<p>8) Осуществляющим свою деятельность в горнодобывающей промышленности, за исключением проектов на разработку гравийных и песчаных карьеров;</p> <p>9) Реализующие проекты в металлургической промышленности, которые включены в перечень крупных налогоплательщиков, подлежащих мониторингу, в соответствии с постановлением Правительства Республики Казахстан от 29 декабря 2016 года №918</p>
Дополнительные условия	<p>1) Запрещается получать микрокредиты несколькими аффилированным участникам программы для реализации одного проекта на общую сумму, превышающая 8 000 МРП.</p> <p>Одним проектом считаются совокупность двух или более проектов, соответствующих одновременно всем следующим критериям:</p> <p>А) Проект реализуется на территории одного объекта</p> <p>Б) Проект реализуется в рамках одного подкласса ОКЭД</p> <p>В) Имеются финансовые потоки между участника Программы, реализующими один проект.</p> <p>2) Участниками программы не оформляются приобретенное за счет средств микрокредита имущество/актива на третьих лиц, за исключением случаев строительства на земельном участке, находящемся в государственной собственности;</p> <p>3) Участники программы используют микрокредит или его части по целевому назначению в течении 6 месяцев с даты финансирования, если иной срок приобретения товаров и/или работ и/или услуг не предусмотрен соответствующим договором, заключенным участником Программы с контрагентом;</p> <p>4) Микрокредиты не выделяются начинающим предпринимателям на реализацию проектов в секторах экономики ОКЭД, соответствующим деятельности действующих аффилированных предпринимателей (на уровне класса ОКЭД)</p> <p>5) Иные условия финансирования участников Программы определяются решением уполномоченного органа кредитора.</p>

Кредитные продукты АО ФФПСХ

- **«Игілік»** – приобретение поголовья КРС, МРС, лошадей, других сельскохозяйственных животных, птиц и разведение медоносных пчел; приобретение кормов;
- **«Егінжай»** – кредитование субъектов АПК на пополнение оборотных средств для проведения весенне-полевых и уборочных работ;
- **«Кәсіпкер»** – организация и расширение несельскохозяйственных и сельскохозяйственных видов бизнеса (за исключением целевых назначений, предусмотренных программами «Игілік», «Егінжай»);
- **«Бірлік»** – создание и развитие молокоприемных пунктов;
- **«Ынтымақ»** – создание и развитие сервисно-заготовительных и перерабатывающих организаций;
- **«Ырыс»** – создание и расширение молочно-товарных ферм от 50 до 100 голов;
- **«Сыбаға»** – обеспечение увеличение численности поголовья КРС мясного направления.

Программа кредитования «Игілік»

Целевая группа	ИП, КХ, ФХ, СПК
Цель программы	Развитие животноводства
Целевое назначение	- приобретение поголовья КРС, МРС, лошадей, верблюдов, других сельскохозяйственных животных, птиц и медоносных пчёл; - приобретение кормов в размере не более 20% от суммы займа
Сумма	до 4 000 000 (четыре миллиона) тенге
Срок кредитной линии/кредита	не более 78 (семьдесят восемь) месяцев;
Ставка вознаграждения	6,0% годовых, годовая эффективная ставка вознаграждения не более 6,7% годовых
Льготный период по погашению ОД	не более одной трети от продолжительности срока кредитования
Льготный период по погашению вознаграждения	не более 9 (девять) месяцев
Периодичность погашения ОД	ежемесячно/ежеквартально/1 (один) раз в полгода/1 (один) раз в год, с возможностью частичного/полного досрочного погашения в течение срока кредитования
Периодичность погашения вознаграждения	ежемесячно/ежеквартально/1 (один) раз в полгода, с возможностью погашения начисленного вознаграждения в течение срока кредитования за фактически использованный период
Метод погашения	Аннуитетный (с погашением равными платежами)/ дифференцированный (с погашением основного долга равными долями)/предоставление гибкого графика
Обеспечение	Согласно Залоговой политике Общества

Программа кредитования «Кәсіпкер»

Целевая группа	КХ, ФХ, ИП, СПК
Цель программы	Развитие предпринимательской деятельности
Целевое назначение	Организация и расширение несельскохозяйственных и сельскохозяйственных видов бизнеса (за исключением целевых назначений, предусмотренных программами «Игілік», «Егінжай»)
Сумма	до 6 000 000 (шесть миллионов) тенге
Цель программы	Развитие предпринимательской деятельности с учетом якорной кооперации
Целевое назначение	Приобретение техники и/или оборудования
Сумма	до 10 000 000 (десять миллионов) тенге
Срок кредитной линии/кредита	- не более 60 (шестьдесят) месяцев; - на пополнение оборотного капитала – не более 36 (тридцати шести) месяцев
Ставка вознаграждения	6,0% годовых, годовая эффективная ставка вознаграждения не более 6,7% годовых
Льготный период по погашению ОД и вознаграждения	не более 6 (шесть) месяцев

Программа кредитования на развитие мясного животноводства «Сыбаға»

Источник	Собственные средства	
Целевая группа	КХ, ФХ, Юридические лица	
Цель программы	Обеспечение увеличения численности поголовья КРС мясного направления	Обеспечение увеличения численности поголовья МРС
Целевое назначение	- приобретение маточного поголовья КРС для воспроизводства молодняка мясной породы; - приобретение основных средств;* - пополнение оборотных средств*	- приобретение поголовья МРС; - приобретение основных средств;* - пополнение оборотных средств*
Сумма	до 40 000 000 (сорок миллионов) тенге	до 30 000 000 (тридцать миллионов) тенге
Срок невозобновляемой кредитной линии/кредита	не более 180 (сто восемьдесят) месяцев	не более 120 (сто двадцать) месяцев
Ставка вознаграждения	14,0% годовых, годовая эффективная ставка вознаграждения не более 16,4% годовых с условием субсидирования ставки вознаграждения на 10,0% годовых, по займам на приобретение маточного поголовья КРС, МРС, сельскохозяйственной техники, в том числе прицепного и навесного оборудования и основных средств ставка вознаграждения составит 4,0% годовых, годовая эффективная ставка вознаграждения не более 4,4% годовых и субсидировании ставки вознаграждения на 5,0% годовых, по займам на пополнение оборотных средств ставка вознаграждения составит 9,0% годовых, годовая эффективная ставка вознаграждения не более 9,7% годовых	
Источник	Средства программы «Продуктивная занятость»	
Целевая группа	ИП, КХ, ФХ, юридические лица	
Цель программы	Обеспечение увеличения численности поголовья КРС мясного направления	Обеспечение увеличения численности поголовья МРС
Целевое назначение	- приобретение маточного поголовья КРС для воспроизводства молодняка мясной породы; - приобретение основных средств; - пополнение оборотных средств	- приобретение поголовья МРС; - приобретение основных средств; - пополнение оборотных средств
Сумма	12 000 000 (двенадцать миллионов) тенге	
Срок возобновляемой кредитной линии/кредита	не более 84 (восемьдесят четыре) месяцев;	
Ставка вознаграждения	4% годовых, годовая эффективная ставка вознаграждения не более 4,4% годовых.	6,0% годовых, годовая эффективная ставка вознаграждения не более 6,7% годовых.
Льготный период по погашению ОД и вознаграждения	не более 24 (двадцать четыре) месяцев	

Перечень документов для получения кредита/микrokредита

№	Наименование документа	Вид документа
для физических лиц:		
1*	Анкета-заявление на получение кредита/микrokредита	оригинал
2	Документ, удостоверяющий личность	копия**
3	Документ, подтверждающий регистрацию лица по постоянному месту жительства (адресная справка)	оригинал
4*	Согласие субъекта кредитной истории на предоставление информации о нем в кредитное бюро, а также на выдачу кредитного отчета получателю кредитного отчета	оригинал
5*	Согласие субъекта на предоставление и получение информации, сведений о выданном кредите и всех сведений об исполнении/неисполнении обязательств по договору о предоставлении кредита в государственные (в том числе правоохранительные) / негосударственные органы, средства массовой информации, а также акционерное общество "Национальный управляющий холдинг "КазАгро" и его дочерние организации	оригинал
6	Бизнес-план	оригинал подписанный заемщиком
7	Решение уполномоченного органа крестьянского хозяйства / фермерского хозяйства / индивидуального предпринимателя об одобрении сделки по получению кредита / микrokредита, передаче в залог имущества	оригинал (предоставляется после одобрения кредита)
8	Справки из обслуживающего банка о наличии счета	оригинал (после одобрения кредита)
9	Справки о наличии ссудной задолженности, в том числе просроченной из финансовых организаций (при наличии кредитов)	оригинал (допускается копия, сверенная с оригиналом уполномоченным лицом, сроком до 30 календарных дней со дня выдачи)
10	Документ подтверждающий заработную плату и/или иные доходы заемщика (созаемщика) (выписка накопительного пенсионного фонда)	оригинал (при его наличии)
11	Отчет об оценке	оригинал
12	Документы по залогодателю и залоговому обеспечению	копия**
13	Сертификат Национальной палаты предпринимателей "Атамекен" (только для участников программы "Бастау Бизнес")	оригинал
14	Сертификат о прохождении обучения основам предпринимательства (только для начинающих предпринимателей)	копия**

Примечание:

* заполняются в присутствии кредитора;

** копии документов сверяются с оригиналом.

Для сведения: Данный перечень представляет собой минимальный список документов для анализа Вашего проекта. В процессе рассмотрения указанных документов могут возникнуть дополнительные вопросы и Общество вправе запросить дополнительно необходимые документы и справки для полного анализа.

Кредитование АО «Агрокредитная корпорация» (АКК) через КТ, МФО

Кредитование и микрокредитование участников Программы в сельских населенных пунктах и малых городах. Кредитование конечных заемщиков осуществляется через МФО и КТ, фондирование которых производит АО «Аграрная кредитная корпорация».

Закон Республики Казахстан «О микрофинансовых организациях» (МФО) – регулирует общественные отношения, связанные с осуществлением деятельности по предоставлению микрокредитов, устанавливает особенности правового положения, создания, деятельности микрофинансовых организаций, а также определяет особенности государственного регулирования микрофинансовых организаций, контроля и надзора за их деятельностью.

Кредитное товарищество (КТ) – коммерческая организация, осуществляющая отдельные виды банковских операций без лицензии Национального банка Республики Казахстан. Форма – ТОО на основании учредительного договора и в соответствии со своим уставом.

Для вступления в кредитное товарищество участник вносит минимальный размер обязательного вклада. Первоначальный уставный капитал кредитного товарищества, формируемый и оплачиваемый деньгами в национальной валюте, равен сумме обязательных вкладов участников и не может быть менее суммы, установленной уполномоченным органом. Отношение обязательного вклада каждого участника к общей сумме уставного капитала кредитного товарищества является долей участника в уставном капитале кредитного товарищества.

Основные принципы работы кредитных товариществ

КТ	МФО
<ul style="list-style-type: none"> • Объединение людей • Один участник – один голос • Клиенты – только участники • Простейшие финансовые услуги • Цель – максимальная выгоды для участников • Снижение стоимости услуг за счет полученной прибыли • Собственники=участники: контроль и формирование политики самими участниками 	<ul style="list-style-type: none"> • Объединение капитала • Права в пропорции к владению акциями • Неограниченное число клиентов • Широкий перечень финансовых услуг • Цель – максимальная прибыль для акционеров • Распределение прибыли в пропорции к владению акциями • Собственники=акционеры: контроль и формирование политики крупными акционерами

Условия программы кредитования «Искер»

Параметры условий кредитования	Условия кредитования
Целевая группа	КТ, МФО
Целевое назначение	Кредитование КТ/МФО для последующего финансирования конечных заемщиков КТ/МФО на: <ul style="list-style-type: none"> - производство и переработку сельхозпродукции; - кредитование сельскохозяйственных кооперативов, направленных на организацию сервисно-заготовительных услуг по мясной, молочной и плодоовощной продукции; - несельскохозяйственный бизнес в сельской местности.
Валюта	тенге
Сумма	от 500 000 тенге до 25% от собственного капитала Корпорации, но не более суммы лимита риска на МФО/КТ, установленной решением Уполномоченного органа Корпорации (для конечных заемщиков – до 8 000 (восемь тысяч) МРП, установленного на текущий год)
Срок кредита/кредитной линии	- до 60 месяцев, но не более срока, оговоренного в соглашении/договоре по заимствованию кредитных ресурсов; - для проектов в сфере животноводства и на кредитование сельскохозяйственных кооперативов – до 84 месяцев, но не более срока, оговоренного в соглашении/договоре по заимствованию кредитных ресурсов.
Ставка кредитования	2% годовых (для конечных заемщиков – ГЭСВ не более 6% годовых)
Льготный период по погашению основного долга и вознаграждения	до 1/3 срока кредитования, но не более срока, оговоренного в соглашении/договоре по заимствованию кредитных ресурсов с МИО
Обеспечение	<ol style="list-style-type: none"> 1. Согласно Залоговой политике; 2. Под гарантию РИЦ, при этом ограничения, установленные Залоговой политикой, на данную программу не распространяются; 3. Обеспечение от КТ не требуется на ту часть финансирования, где обеспечением по проектам конечных заемщиков КТ является гарантия АО «КазАгроГарант»; 4. Требования к МФО, финансируемым без обеспечения: <ul style="list-style-type: none"> - наличие рейтинга «Высоконадежный» или «Надежный» согласно Методике определения рейтинга МФО; - собственный капитал должен быть не менее 50 000 000 тенге; - соотношение провизий на кредитный портфель с просрочкой более 90 дней должно быть не менее 0,8; - коэффициент максимального лимита совокупных обязательств к3 с учетом вновь запрашиваемого финансирования не должен превышать 5; - осуществление основной деятельности не менее 2 (двух) лет, предшествующей подаче заявки (допускается финансирование МФО, осуществляющих основную деятельность не менее 1 (одного) года до подачи заявки, при условии обязательного проведения Корпорацией аудита бизнес-процессов МФО); - наличие аудированной финансовой отчетности за предыдущий отчетный год, составленной аудиторскими организациями; - наличие гарантии учредителей, за исключением государственных/некоммерческих организаций.

Кредитные продукты АО АКК

- **«Инвестиционные проекты»** – приоритетные инвестиционные направления для финансирования субъектов агропромышленного комплекса за счет средств, заимствованных из Национального фонда Республики Казахстан
- **«Агробизнес»** – кредитование основных средства, в том числе модернизация объектов, строительные-монтажные работы, в том числе реконструкция и пополнение оборотных средств.
- **«Кең дала»** – кредитование заемщиков на пополнение оборотных средств для проведения весенне-полевых работ и уборочных работ (ВГР и УР) (*по причине отсутствия свободных средств на финансирование по данной программе прием заявок временно приостановлен)

Условия программы кредитования «Инвестиционные проекты»

Целевое назначение	Финансирование по приоритетным инвестиционным направлениям: - основные средства, в том числе модернизация объектов; - строительные-монтажные работы, в том числе реконструкция	Финансирование по приоритетным инвестиционным направлениям: - пополнение оборотных средств
Валюта	тенге	
Срок кредитной линии/ кредита	В соответствии с приоритетными инвестиционными направлениями в пределах до 144 месяцев	В соответствии с приоритетными инвестиционными направлениями в пределах до 60 месяцев
Ставка кредитования	5,5% годовых (годовая эффективная ставка вознаграждения – от 5,5% годовых)	
Сумма	от 50 000 000 тенге до 40 000 000 000 тенге	
Обеспечение	согласно Залоговой политике	
Льготный период по погашению ОД и вознаграждения	В соответствии с приоритетными инвестиционными направлениями в пределах – до 36 месяцев	В соответствии с приоритетными инвестиционными направлениями – до 12 месяцев
Особые условия	софинансирование в размере не менее 15% от суммы проекта (исключительно денежными средствами, в том числе с учетом расходов, понесенных до финансирования проекта); привлечение на аутсорсинг/консалтинг за счет собственных средств заемщика компетентных компании и/или сотрудника с должной квалификацией в сфере технического и отраслевого анализа в зависимости от направления.	
Срок рассмотрения заявки	не более 30 календарных дней с момента предоставления документов	

Условия программы кредитования «Агробизнес»

Целевая группа	индивидуальные предприниматели, крестьянские хозяйства, фермерские хозяйства, юридические лица	
Целевое назначение	- основные средства, в том числе модернизация объектов; - строительно-монтажные работы, в том числе реконструкция.	- пополнение оборотных средств
Срок	до 120 месяцев	до 48 месяцев
Ставка вознаграждения	до 16% годовых (годовая эффективная ставка вознаграждения – от 16% годовых)	
Валюта	тенге	
Льготный период по погашению основного долга	до 24 месяцев	до 12 месяцев
Льготный период по погашению вознаграждения	до 24 месяцев	до 12 месяцев
Сумма	от 1 000 000 тенге до 25% от собственного капитала Корпорации	
Обеспечение	согласно Залоговой политике	
Периодичность погашения основного долга	Не реже одного раза в год, за исключением случаев, когда по решению Кредитного комитета устанавливается индивидуальный график погашения в зависимости от направления деятельности и бизнес-плана.	
Периодичность погашения вознаграждения	Не реже одного раза в год, за исключением случаев, когда по решению Кредитного комитета устанавливается индивидуальный график погашения в зависимости от направления деятельности и бизнес-плана.	
Срок рассмотрения заявки	не более 30 календарных дней с момента предоставления документов	

Подача онлайн-заявки на получение кредита, лизинга, гарантии

Фермеры могут подать заявку на кредит онлайн, оформить её можно на портале холдинга «KazAgro». С помощью портала E-KazAgro потенциальный заемщик получает возможность подачи заявки для получения кредита или лизинга без посещения офисов кредитующих компаний холдинга, значительно сокращая при этом временные и финансовые затраты.

Для подачи заявки на кредитования необходимо:

1. Зарегистрироваться с ЭЦП на портале.
2. Заранее подготовить необходимые документы.
3. Подать заявку, загрузить необходимые документы, подписать заявку с ЭЦП и

отправить (инструкции указаны ниже).

Инструкции по работе с порталом:

Регистрация: <https://wiki.e-cloud.kz/pages/viewpage.action?page...>

Подача заявки на получение услуги:

<https://wiki.e-cloud.kz/pages/viewpage.action?page...>

Загрузка документов к заявке:

<https://wiki.e-cloud.kz/pages/viewpage.action?page...>

Подписание заявки с помощью ЭЦП:

<https://wiki.ecloud.kz/pages/viewpage.action?page...> (как получить ЭЦП можно ознакомиться в модуле 11 «Основы электронных услуг для бизнеса»)

Поддержка женского предпринимательства в Республике Казахстан

Совет деловых женщин НПП РК «Атамекен» заключил меморандумы с Евразийской Группой (ERG) и Народным банком Казахстана по выделению финансирования на женские бизнес-проекты.

Участие в программе микрокредитования АО «Народный Банк Казахстана» осуществляется на основе принципа целевого использования заемных средств, включающее развитие всех видов предпринимательской деятельности. Заявители, предполагающие привлечение заемных средств на потребительские цели, погашение предыдущих кредитов, рефинансирование ссудной задолженности, приобретение жилой недвижимости, к участию в программе микрокредитования АО «Народный Банк Казахстана» не допускаются.

Основные условия акции по поддержке субъектов женского предпринимательства за счет собственных средств АО «Народный Банк Казахстана»

Целевой сегмент	Женщины-индивидуальные предприниматели, которые реально ведут бизнес/планируют открыть бизнес; ЮЛ – не менее 50% доли в уставном капитале приходится на учредителей-женщин
Виды деятельности	Кредитование действующего и стартового бизнеса
Сумма займа	До 10 млн.тенге
Целевое назначение займа	Пополнение оборотных средств, инвестиционные цели, рефинансирование действующих кредитов в других БВУ
Ставка вознаграждения	От 5% годовых
Срок кредитования	До 84 месяцев
Способ освоения	100% безналичным способом

* Период проведения акции до конца 2018 года

Для того, чтобы получить кредит по программе Народного банка, предпринимательницам нужно зарегистрироваться в НПП в своем регионе и подать заявку.

Причины отказа в выдаче кредита

По Программе развития продуктивной занятости и массового предпринимательства на 2017-2021 годы «Еңбек» микрокредиты не предоставляются:

- 1) субъектам среднего и крупного предпринимательства, определенным в соответствии с Предпринимательским кодексом Республики Казахстан;
- 2) не соответствующим условиям Программы;

3) на потребительские цели, погашение предыдущих займов, приобретение и строительство жилой недвижимости, приобретение земельных участков, производство подакцизной продукции;

4) имеющим налоговую задолженность, задолженность по обязательным пенсионным взносам, обязательным профессиональным пенсионным взносам и социальным отчислениям в бюджет (допускается задолженность в размере не более 10 МРП).

Наиболее частые случаи отказа в получении кредита:

1. Плохая кредитная история

Кредитная история – это обобщенная информация обо всех Ваших кредитах и дисциплине их погашения. Кредитная история предоставляется физическому лицу в виде персонального кредитного отчета (ПКО), который предназначен для Вашего личного пользования. В соответствии с Законом о КБ, любое физическое лицо имеет право один раз в течение календарного года получить персональный кредитный отчет о себе бесплатно. Повторное получение ПКО в течение года – 400 тенге с НДС.

2. Желание досрочно погашать кредиты

Вопреки мнению некоторых, досрочное погашение не является признаком хорошего заёмщика, а наоборот. Банку же выгодно получать проценты от платежей, а при досрочном погашении они сводятся к минимуму. Да, у банков бывают программы с возможным досрочным погашением, но в договоре прописывается момент, до которого делать это нельзя (например, не ранее истечения 1 года). Также банки, как правило, вводят комиссию на досрочное погашение.

3. Действующие кредиты

Отказ из-за действующих кредитов связан с вероятностью, по мнению банка, невозможностью выплачивать их все. Это зависит от дохода заёмщика: если его не хватает даже для погашения действующих задолженностей, то и незачем усугублять вашу ситуацию. Ведь многие берут кредит, чтобы погасить предыдущий и так зацикливаются.

4. Недостаточный доход

Если ежемесячные выплаты по кредиту будут превышать половину ежемесячного дохода, кредит не выдадут. При ипотечном кредитовании в расчёт платежеспособности принимается совокупный доход семьи, поскольку, как правило, супруги выступают в качестве созаёмщиков по ипотеке.

5. Возраст

Не все банки выдают кредиты с 21 года и, тем более, с 18 лет (как правило, с 23-24 лет). Что касается пенсионеров или людей, близких к пенсии, то важно знать, что на момент полного погашения кредита (то есть внесения последнего платежа) возраст заёмщика не должен превышать определённую планку, установленную банком (запрашивается дополнительно гарант, человек, работающий и получающий доход на момент срока кредита).

6. Ложные сведения, недостоверная информация в бизнес-плане или поддельные документы

Банки постоянно совершенствуют методы проверки будущих заёмщиков, поэтому, скорее всего, выявят поддельные документы или ложные сведения. И, между прочим, могут не только отказать в кредите, но и привлечь к уголовной ответственности по статье мошенничество.

7. Проблемы с оценкой стоимости залогового имущества

Если заёмщик произвел независимую оценку стоимости залогового имущества в не акредитованной либо в компании с сомнительной репутацией, а также не достаточная оценка стоимости залогового имущества от запрашиваемой суммы, то Вам могут отказать в выдаче кредита. Оценка стоимости залогового имущества необходимо провести на текущий год получения кредита.

8. Не та цель для кредита

Важно понимать, что если заёмщик хочет взять кредит с определённой целью (на ремонт, на отдых, на бизнес), то нужно и обращаться к определённой программе кредитования. Например, не получится взять потребительский кредит на старт бизнеса или автомобиль. У банков есть даже специальные кредиты на бытовую технику, мебель, телефон, компьютер и прочее. А для различных бытовых нужд проще оформить тот же нецелевой кредит.

АО «КазАгроГарант» отказывает в предоставлении гарантии в случаях:

- 1) экономической нецелесообразности и неэффективности проекта;
- 2) несоответствия проекта условиям Программы;
- 3) наличия отрицательной кредитной истории участника Программы и/или аффилированных с ним юридических и/или физических лиц;
- 4) расторжения договора заключенного с МИО по оплате комиссии за выданные гарантии по микрокредитам;
- 5) прекращения фондирования МФО/КТ организацией микрокредитования.

В рамках данного модуля мы узнали, что каждый предприниматель имеет доступ к мерам государственной поддержки. В целях участия в данных программах необходимо проводить мониторинг сайтов АО «КазАгро», ФРП «Даму» и др., а также консультироваться с региональными представительствами НПП «Атамекен» либо позвонить в call центр 1432.

Итак, мы ознакомились с программами государственной поддержки и механизмами кредитования начинающих предпринимателей. Следующим шагом является выбор бизнес-идеи, ведь все успехи зависят от правильности выбора бизнес-идеи.

МОДУЛЬ 3. ВЫБОР БИЗНЕС-ИДЕИ. ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА

-
- 3.1. Как выбрать бизнес-идею
 - 3.2. Анализ рентабельности (жизнеспособности) бизнес-идеи. SWOT-анализ
 - 3.3. Анализ рынка сбыта товара/услуги
-

3.1. КАК ВЫБРАТЬ БИЗНЕС-ИДЕЮ



Основа любого планирования – упирается в бизнес идею. Идея – дает представление о том, чем мы будем заниматься в будущем.

Бизнес-идея – это начало бизнес-планирования, все успехи зависят от правильности выбора бизнес-идеи.

На вопрос «Как начать своё дело?» есть, как минимум, три ответа:

1. Приобрести готовый бизнес. Покупка бизнеса, конечно, имеет свои достоинства, первое – то, что бизнес начинает приносить доход на следующий день после покупки, второе – снижаются риски, так как бизнес уже имеет своих покупателей и др. Но покупка готового бизнеса требует одновременного привлечения большой суммы денег, а это бывает затруднительно.

2. Приобрести бизнес с использованием франчайзинга (приобретение франшизы) – то есть с использованием торговой марки и технологии уже известного предприятия. Покупка франшизы – вариант для тех, кто желает инвестировать, но не вполне готов создавать собственный бизнес с нуля. Франчайзинг дает возможность снизить риски банкротства нового предприятия и уменьшить начальные инвестиции. С другой стороны, покупатель франшизы не столь свободен в действиях, как владелец собственного бизнеса.

3. Начать своё дело с нуля. Придумать нечто абсолютно новое – пожалуй, самый трудный способ создания собственного бизнеса. Основные трудности связаны, во-первых, с самим придумыванием абсолютно новой идеи, а во-вторых, с большим риском в её реализации. Если у вас недостаточно начального капитала, то придется искать сторонних инвесторов и партнёров. Найти инвесторов будет довольно сложно, так как мало кто согласится вкладывать свои деньги во что-то непредсказуемое. Однако именно этот путь может привести вас к богатству и известности.

Но какой бы путь Вы не выбрали, от Вас попросят представить документ, который показывает: как будет развиваться ваш бизнес, какие шаги вы собираетесь для этого предпринять, какие ресурсы вам необходимы и сколько денег вам необходимо для ведения бизнеса. В практике бизнеса такой документ называется бизнес-план. Иногда можно встретить синонимы этого названия – бизнес-план инвестиционного проекта, экономическое обоснование проекта.

Для формирования бизнес-идеи необходимо:

- Наличие понятия о рыночном спросе;
- Должны понять что производить/продавать;
- Вы должны знать своих покупателей/клиентов;
- Вы должны знать как и где продавать товар/услугу;
- Вы должны знать какую пользу принесет ваш бизнес обществу.

Успешная идея должна быть:

- Покупатель должен быть заинтересован в вашем товаре/услуге, а иначе – нет бизнеса. Иногда покупатель не зная о вашем товаре, должен знать о необходимости этого товара. Например, покупатель незная о наличие какого-либо лекарства, должен знать о его необходимости.
- Покупатели должны быть платежеспособны для покупки вашего товара. Если Вы спросите у людей, купите ли вы экологически чистый молочный продукт, то десять человек ответят да, но если вы спросите у них, готовы ли они заплатить вдвое дороже, то желанного ответа вы не получите.

Правила работы с идеями:

- во-первых, всегда записывайте хорошие идеи (хотя бы вкратце – но так чтобы было понятно).

- во-вторых, не пытайтесь никому навязывать свои идеи, насколько бы гениальными они вам не казались.

- в-третьих, прежде чем пытаться реализовать, подарить, продать или опубликовать идею, детализируйте ее в достаточной степени для того чтобы идея могла быть реализована (по вашему описанию), или, по крайней мере, была понятной собеседнику.

Способы организации бизнеса:

1. организация бизнеса без финансовых вложений.
2. организация бизнеса с привлечением стартового капитала.
3. покупка действующего бизнеса.
4. покупка бизнес-франшизы.

Что такое бизнес идея?

«Я хочу создать свое дело, но не знаю, что делать, с чего начать...». Этот вопрос мучает не только вас одного, можно сказать, что больше половины присутствующих в аудитории задают себе такой же вопрос каждый день. Ответ формируется только на основе ваших идей в голове. Для того чтобы придумать хорошую идею, как говориться для души, которая будет удовлетворять только вас не нужны дипломы Гарварда, сертификаты МВА. Всего лишь на всего нужно обратить внимание на окружающую вас среду и задуматься...

Хороший бизнес начинается с хорошей бизнес идеи. Бизнес идея – это краткое и точное описание предполагаемого бизнеса. Прежде, чем начать свой бизнес вам необходимо убедиться в том, что у вас есть четкое представление о том виде бизнеса, которым вы хотите заняться.

Бизнес-идеи могут быть разными, на них влияет следующие факторы:

- возраст;
- пол;
- геолокация;
- социальный статус;
- желания;

- интересы;
- проблемы;
- фантазия;
- окружающие люди;
- ежедневный график;
- энергия (физические способности);
- ограничения (физические, моральные).

3.2. АНАЛИЗ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ (ЖИЗНЕСПОСОБНОСТИ) БИЗНЕС-ИДЕИ. SWOT-АНАЛИЗ

Важно задать самому себе вопрос: **«Какой тип предприятия был бы успешным?»**

Прошу ответить на следующий вопрос: «Имеете ли Вы абсолютно четкое представление о Вашем будущем бизнесе?». Хотелось бы услышать пару примеров с вашей стороны для общей аудитории, чтобы все начали представлять и смогли сформировать план проекта будущего бизнеса.

Для общего видения предлагаем детально разобрать одну бизнес-идею.

Почему стоит заняться таким бизнесом?

Во-первых, выбор отрасли обусловлен тем, что чем больше транзакция, тем проще работать. Затраты на поиск клиента для бани и клиента на покупку компьютера не сильно отличаются. Но в первом случае вы заработаете 100 000 тенге, а во втором 10 000 тенге. А времени потратите и ресурсов, никак не в 10 раз больше, а возможно меньше.

Во-вторых, потому что не требуется никаких вложений, кроме печати продающих материалов.

Что необходимо знать о бизнес идее?

Успешное предприятие одновременно удовлетворяет потребности клиентов и реализует ваши ожидания. Другими словами, ваше предприятие продает людям то, что им необходимо или то, что они хотят купить, по цене, которую они могут себе позволить, и которую готовы платить. Но это предприятие также должно приносить вам достаточный доход и личное удовлетворение.

Поэтому вам необходимо определить и развивать такие бизнес идеи, которые будут выгодны и вашим клиентам и вам. Для этого очень важно хорошо сформулировать эти идеи и изучить их одну за другой. Залог успешного предприятия – успешная бизнес идея!

Развивая ваши бизнес идеи, вам необходимо ответить на 4 основополагающих вопроса:

- **Каковы** потребности клиентов, на которых рассчитано предприятие?
- **Какой** товар или услуги будет продавать предприятие?
- **Кому** предприятие будет продавать товар или услугу?
- **Как** вы собираетесь доставлять товар или услугу клиентам?

Каковы потребности клиентов?

Первый вопрос, на который вы должны ответить: какие потребности клиентов будет удовлетворять предприятие?

Ваша бизнес идея должна всегда ориентироваться на клиентов и их нужды. Очень важно определить потребности ваших потенциальных клиентов на этапе разработки бизнес идеи. Прислушайтесь к ним! Они везде:

- Мне нужно скоро выходить на работу. Детей оставить некому, хотелось бы, чтобы рядом с домом был детский сад.
- Мой трактор снова поломался, если бы я мог найти квалифицированного механика, чтобы его отремонтировать.

Создать свое дело нелегко – это требует большой работы и организации. Вы потеряете все силы и вложенные деньги, если не создадите предприятие, в котором есть реальная потребность.

Какой товар или услугу продавать?

Второй вопрос, на который вам необходимо дать ответ: что предприятие собирается продавать или какие услуги оказывать?

Ваша бизнес идея должна быть связана с товарами, которые вам хорошо знакомы, или с услугами, которые вы умеете предоставлять. Это также должны быть товары или услуги, которые клиенты готовы покупать.

Товар – это то, что вы производите сами или то, что вы покупаете и перепродаете, например: инструменты, кондитерские изделия, ткани, одежда, хлебопродукты, молочные продукты и пр.

Услуга – это то, что вы делаете для людей, которые платят вам за это деньги, например: управление маленьким рестораном, доставка продуктов, руководство интернет кафе, парикмахерская, автомойка, ремонтная мастерская и пр.

Кому Вы будете продавать товар или услугу?

Третий вопрос: кто будут ваши клиенты? Кто те люди, которые, в конечном итоге, будут покупать ваш товар или услуги? Привлекаемые вами клиенты принесут вам свои деньги. Убедитесь в том, собираетесь ли вы продавать ваш товар или оказывать услугу определенной группе клиентов или всем жителям вашего региона (района, города). Чтобы ваше предприятие получало прибыль, должно быть достаточно людей, способных и готовых платить за ваш товар или услуги.

- Если я открую консультационный кабинет, кто будут мои клиенты?

Прежде чем, что – либо производить, очень важно четко представить себе клиентов, которым вы намерены продавать ваш товар или услугу.

Как вы будете продавать свой товар или услугу?

Четвертый вопрос, на который вам необходимо ответить: как предприятие будет продавать товары или услуги?

Как вы рассчитываете продавать ваш товар или услугу? Если вы планируете открыть магазин, тогда все ясно. Но производитель или продавец услуг может продавать несколькими способами. Производитель, например, может напрямую продавать свой товар клиентам, а может реализовывать их через розничную сеть. Некоторые предприятия продают товар клиентам напрямую. Другие реализуют товар через розничную сеть.

Если сейчас вам трудно ответить на тот или иной вопрос, вам необходимо в период наших курсов детально рассмотреть все вопросы шаг за шагом, чтобы усовершенствовать вашу идею и начать бизнес с самой лучшей идеи из возможных бизнес-идей.

Давно принято анализировать управленческие решения, бизнес-идеи, стратегии и проекты с помощью SWOT-анализа. Метод этот довольно прост, но очень эффективен, поскольку дает возможность определить потенциальные возможности и слабые стороны проекта.

Что представляет собой SWOT-анализ?

SWOT-анализ – это инструмент стратегического анализа и планирования, применяемый для оценки явлений и факторов, оказывающих влияние на компанию или проект.

Это можно визуализировать в виде таблицы:

	Положительные факторы	Негативные факторы
Внутренняя среда	Сильные стороны – Strengths (характеристики коллектива или проекта, являющиеся преимуществами перед другими компаниями в отрасли)	Слабые стороны – Weaknesses (характеристики, ослабляющие компанию или проект)
Внешняя среда	Возможности – Opportunities (внешние потенциальные возможности, т.е. факторы, которые могут помочь достичь цель)	Угрозы – Threats (внешние потенциальные угрозы, т.е. факторы, которые могут стать препятствием на пути достижения цели)

Аббревиатура SWOT произошла от английских слов: Strengths – сильные стороны, Weaknesses – слабые стороны, Opportunities – потенциальные возможности, Threats – потенциальные угрозы.

3.3. АНАЛИЗ РЫНКА СБЫТА ТОВАРА/УСЛУГИ

Необходимость в проведении исследований появляется тогда, когда производитель или продавец желают оценить возможности продвижения своих товаров и услуг, а также определить возможный потенциал роста.

Технически крупным игрокам необходимо постоянно мониторить свои рынки сбыта товаров, иначе велик риск не заметить значимые изменения потребительского спроса.

Отдельный рынок сбыта услуг и товаров можно условно разбить на несколько частей.

- Потребители, которые не знают про предлагаемый товар.
- Те, которые приобретают товары и услуги у конкурентов.
- Потребители, которые знают про него, но по каким-либо причинам не приобретают.
- Клиенты компании – т.е. те люди, которые и знают, и покупают.

Получив подобную сегментацию рынка конкретного товара, необходимо углублять анализ на более низкий уровень. На самом деле, правильная работа с полученными группами потребителей открывает огромные возможности для роста компании. Причем не только за счет привлечения новых покупателей, но и с помощью усилий, направленных на устранение собственных ошибок.

Например, если начать работу с теми, кто предпочел покупать у конкурентов, то необходимо выяснить, почему клиенты делают выбор в пользу других. Некоторые критерии довольно сложно поддаются корректировке. Например, географическое расположение компании или специфика товара. Однако такие вещи, как уровень

и быстрота обслуживания, дополнительный сервис, соотношение цена-качество, можно улучшить относительно быстро.

Сегодня сложно представить, что на рынке где работает малый бизнес, есть монополист. Малый бизнес развивается в условиях жесткой конкуренции, гонки решений, технологий, клиентских программ, совершенствования сервиса. Поэтому выходя на рынок, не теряя деньги, потребитель, не видя разницы, Вас просто не заметит. Поэтому, расскажите о вашей уникальности. Расскажите, почему и за счёт чего ваша продукция будет лучше, чем аналогичная. Имея уникальные черты, которые присущи только вашей продукции или услуге, вам гораздо легче будет выходить на рынок и привлекать к себе клиентов. Часто такие отличия называют уникальным торговым предложением (далее УТП), сформируйте его.

Как сформировать УТП?

Для начала ответьте на 2 вопроса:

- Чем Ваш товар/услуга лучше конкурентов?
- Почему Ваш товар/услуга лучше конкурентов?

Универсальная формула УТП

Имя товара	+ в чем Вы лучше конкурентов?	+ Почему?
КРС Аулиеатинская черно-пестрая порода	Наиболее устойчива к кровепаразитарным заболеваниям (тейлериоз и приоплазмоз), а также высокая производительность	Потому что данная порода приспособлена к жарким условиям и пастбищному содержанию на предгорных и горных лугах

При этом, всегда следует помнить о том, что ваше УТП должно быть по-настоящему интересным для клиента.

Помните, что низкая цена не является вашим УТП. Ваши конкуренты могут снизить стоимость товара или услуг, только для того чтобы не пустить вас на рынок.

Пример парикмахерская

Продают обычные парикмахерские услуги: стрижки, укладки, покраску и т.д.

Цель: увеличить обороты бизнеса в 2 раза.

Решение: Компания закупила парики с разными прическами и цветами волос. Каждый клиент мог примерить бесплатно парик и посмотреть, подойдет ли ей (ему та или иная стрижка). Также специалисты могут сделать набросок новой прически или цвета в Photoshop, если клиент предоставит фотографию.

Почему?

Клиенты зачастую не довольны тем, что получается на их головах после посещения парикмахера. Предварительный просмотр дает гарантию положительного результата.

Результат: Клиенты довольны результатом, запустилось «сарафанное радио», теперь запись в парикмахерской ведется на 3 недели вперед.

Что такое позиционирование?

Определений позиционирования много, но прежде всего вы должны запомнить: позиционирование – это технология. На входе – мотивация потребителей, полученная из маркетинговых исследований. На выходе – объяснение потребителю его же мотивации. Есть много версий позиционирования, но автором дан-

ной концепции был знаменитый Джек Траут. Еще 30 лет назад он заявлял: «Что маркетинг без позиционирования не будет эффективным». Джек говорил, что позиционирование – это то, как покупатели воспринимают определенный бренд и ассоциируют его с определенными свойствами.

Позиционирование – проектирование и создание для бренда наиболее выгодной позиции в сознании потребителей по отношению к позициям, уже занятым конкурентами.

Цель позиционирования – дифференцирование в конкурентной среде с целью привлечения потребителей.

Важно отметить, что речь идет о позиции в сознании потребителя, о его субъективном взгляде на товар, а не о том, какое место он в реальности занимает.

Восприятие важнее реальности.

Объясним термин на примере. Допустим, что компания “Х” производит жидкость для мытья посуды. В магазинах есть огромный ассортимент таких товаров, и у потребителей возникает вопрос: *как их отличать?* А у производителей – *на чем сделать акцент, чем отличаться?* Какую позицию выбрать среди конкурентов? При выборе отличия нужно:

1. Выбрать тот аспект, который не занят конкурентами

На данном этапе проводится анализ конкурентов, их товарного ассортимента, чтобы выявить их позиции и отличия друг от друга.

Предположим, выяснили, что у одного конкурента жидкость для мытья посуды отличается *приятным запахом*, у другого – *хорошо удаляет жир с посуды*, третий позиционирует товар как *японскую экологически чистую химию* и т.д. Но нет на рынке ни одной компании, которая производит *гипоаллергенные жидкости*, или, например, *жидкость для мытья детской посуды* (либо что-то другое).



Вот и нашли свободные позиции (лучше найти их как можно больше). Составили список. **Что именно выбрать?**

2. Выбрать тот аспект, который важен для аудитории

В своей книге «Маркетинг со скоростью мысли» Адриан Сливотски отмечает, что **в современной экономике произошел реверс цепочки ценностей**, и если раньше она выглядела как:



то есть мы задавали вопросы в следующем порядке:

- Какие активы есть у компании?
- Какие продукты можно производить с помощью этих активов?
- Какие потребности можно удовлетворить с помощью этих продуктов?
- Кто наш потребитель?

то на сегодняшний день она выглядит как:



а порядок вопросов:

- Кто наш потребитель?
- Какие потребности у него есть?
- Какими продуктами можно удовлетворить данную потребность?
- Какие активы для этого нужны?

Да, это действительно так. **Сегодня предложение превышает спрос, и нужно учесть пожелания аудитории, её нужды и потребности, чтобы охватить нужный сегмент.**

Потребителей могут не заинтересовать гипоаллергенные жидкости, так как большинство людей использует перчатки для мытья посуды, но для них может оказаться важным, чтобы одна капля мыла быстро удаляла жир с посуды, и чтобы мощным средством можно было долго пользоваться. **В зависимости от того, что именно важно для аудитории** (а это выясняется с помощью исследований: опросов, фокус-групп, методом наблюдения и т.д.), **компания выбирает конкретный параметр, который будет отличать его от конкурентов.**

Чтобы Вам легче было разобраться с позиционированием, вот простое упражнение. Назовите, пожалуйста, несколько марок зубной пасты и с чем они у Вас ассоциируются?

Colgate – отбеливание зубов, Blend-a-med – защита от кариеса.

Еще есть варианты?

Остальные торговые марки попадают у Вас в одну и ту же категорию – «одинаковые». То есть Вы не понимаете различия между ними. В тоже время, Colgate и Blend-a-med уже спозиционированы в Вашем сознании.

Именно поэтому так важно отличаться от конкурентов. Но еще важнее, чтобы эти отличия понимали Ваши клиенты. Более того, осознавали, какие выгоды сулят им эти отличия.

Это и есть основная задача позиционирования!

Из вышеизложенного можно понять, что позиционирование строится исходя из нужд и потребностей аудитории, учитывая конкурентные преимущества компании, и направлено на то, чтобы показать товар в качестве наилучшего (и релевантного) способа удовлетворения данной потребности. Если аудиторию выбрать неправильно, то ошибки последуют по цепочке, что окажет негативное влияние на продажи.

Провести качественный анализ потребительского спроса, определить потребности рынка, организовать производство товара и сформировать на него конкурентную цену, оказывается, недостаточно для успешного продвижения продуктов. Для занятия прочного места в своей нише предприятию необходимо формировать рынок сбыта для своей продукции. Будет ли компания успешной, займет ли прочное положение на рынке, сможет ли удовлетворить потребности – все это решат потребители.

От качества организации рынка сбыта напрямую зависит рост компании, ее прибыли и место в своей нише в глазах потребителей. Здесь есть очень важные моменты, на которые предприятиям необходимо обращать внимание. Например, обратная связь с конечным покупателем. Без организации каналов для получения такой информации невозможно вовремя реагировать на свои недоработки, а также на изменение потребительских предпочтений.

Таким образом, мы все смогли увидеть, что «Бизнес-идея» это не только то, о чем мы мечтаем и к чему стремимся. Бизнес-идея – это рождение бизнеса, за ее уникальностью гарантирована рентабельность и долгосрочность сроков получения высоких доходов.

Теперь, для того чтобы узнать успешна ли наша бизнес-идея, нам необходимо провести маркетинговые исследования нашего проекта.

МОДУЛЬ 4. ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА

- 4.1. Определение и стратегия маркетинга. Комплекс маркетинга 4P
- 4.2. Сегментация рынка
- 4.3. Занятие собственной ниши на рынке
- 4.4. Методы маркетингового продвижения и реклама через соцсети (SMM)
- 4.5. Практическое маркетинговое исследование (подомовой обход)

4.1. ОПРЕДЕЛЕНИЕ И СТРАТЕГИЯ МАРКЕТИНГА. КОМПЛЕКС МАРКЕТИНГА 4P



«Маркетинг – это любой контакт вашей компании с внешним миром, любой даже самый незначительный».

Другими словами: «Маркетинг – это привлечь клиента и удержать его».

*Джей Конрад Левинсон,
лучший маркетолог мира
в области партизанского маркетинга*

По типу потребителей маркетинг делится:

1) **рынок b2b** (business to business – бизнес для бизнеса): взаимоотношения происходят между корпоративными продавцами и потребителями – оптовыми компаниями, промышленными предприятиями, услуги для корпоративных клиентов;

2) **рынок b2c** (business to customer – бизнес для покупателя): взаимоотношения между продавцом и конечным потребителем.

Конечный потребитель – потребитель, покупающий товар или услугу для личного пользования.

Часто компании, работающие на рынке b2b, не могут определить, кто у них является конечным потребителем и на чьи интересы им ориентироваться. К примеру, предприятие производит детали корпуса для мобильного телефона. С одной стороны, предприятие с конечным потребителем напрямую не сталкиваются. Но, если вдруг окажется, что эти детали имеют легкие неуделы, такой телефон никто не купит. А это значит, что в следующий раз у компании, собирающей эти телефоны, не будет денег, чтобы закупить детали. Поэтому ориентироваться нужно на всех: и на своего непосредственного покупателя, и на конечного потребителя.

В сегодняшнем сложном мире вы должны разбираться в маркетинге: продавая машину или покупая дом, строя баню во дворе или продавая своего бычка, которого вы откормили за сезон, необходимо знать, что представляет из себя рынок, кто на нем действует, как он функционирует, каковы его запросы.

И не важно, что рынком для Вас будет являться – торговые улицы вашего аула, отдельный ряд магазинов или ваши соседи. С точки зрения маркетинга – это все Ваш рынок сбыта.

Таким образом, если описать Маркетинг простыми словами, то это умение грамотно (без убытка) продать свой товар, работу или услугу.

Для того чтобы сделать это, необходимо понять рынок и разбить его на сегменты; оценить нужды на ваш товар, запросы и предпочтения потребителей в рамках целевого рынка; сконструировать и испытать товар с нужными для этого рынка потребительскими свойствами (пробная партия); сформировать привлекательную цену и донести до потребителя идею о ценности товара; выбрать умелых посредников, чтобы товар оказался широкодоступным и хорошо представленным; рекламировать и продвигать товар, чтобы потребители знали его и хотели приобрести.

В бизнесе есть знаменитая поговорка:



Нет клиентов – нет продаж, нет продаж – нет бизнеса, нет системы привлечения клиентов – нет самих клиентов. Круг замкнулся.

Почему так происходит?

Есть масса причин и факторов, но давайте выделим 5 ключевых источников провалов:

1. Продукты и услуги низкого качества
2. Отсутствие четкой системы привлечения и удержания клиентов.
3. Непонимание своей целевой аудитории, ее потребностей и мотивов
4. Отсутствие позиционирования и дифференцирования от конкурентов
5. Отсутствие контроля эффективности использования маркетингового бюджета



Комплекс маркетинга – 4P

Комплекс маркетинга – набор инструментов для воздействия на целевой рынок. В современной литературе комплекс маркетинга называют комплексом «четыре пи» (4P). Конечно, каждый маркетолог знает, что такое 4P. Но с тех пор, когда возникло это определение, 4P модернизировались.

Первое Р называется product – продукт. Мы будем говорить «свойства товара».
Второе Р называется price – цена. Мы будем говорить не столько о цене, сколько о соотношении между ценой и ценностью товара или услуги.

Третье Р – promotion – маркетинговые коммуникации. Маркетологи и рекламисты по-разному их классифицируют. Из-за этого путаница существует даже в учебниках. Там не менее, маркетинговых коммуникаций, с точки зрения маркетинголога, четыре:

- реклама;
- стимулирование сбыта;
- паблик-релейшенз (связи с общественностью);
- мерчандайзинг.

Реклама занимается формированием спроса и работает с потенциальным потребителем. Чуть позже мы разберемся, что такое потенциальные и активные потребители. Стимулирование сбыта занимается активными потребителями и расширением спроса. Это различные конкурсы, призы, скидки и т.д. Здесь нужно отметить, что нельзя ставить телегу впереди лошади – нельзя проводить стимулирование сбыта, не сформировав спрос, потому что ценность продаваемого предмета еще не выявлена. «Приходите к нам, у нас дешевле!» – не придут. Вы ничем не доказали, что у вас лучше, а раз дешевле – значит, может быть и хуже.

Паблик-релейшенз, public relations или сокращенно PR, занимается формированием и укреплением имиджа. Имиджевой рекламы, с точки зрения маркетинголога, не бывает. Это, скорее всего, акция PR, построенная на том же носителе, допустим, телевизионный ролик, либо это поддерживающая реклама.

Мерчандайзинг – система продвижения товара на месте продажи. В систему входит создание атмосферы магазина, расстановка торгового оборудования, система внутримаркетинговой информации, выкладка товара и поведение продавцов.

Четвертое «пи» – place – каналы сбыта. Канал сбыта – это путь, по которому товары движутся от производителя к потребителю.

Когда нужно планировать маркетинг? Многие компании откладывают планирование на конец года. Многие – ждут старта нового года, чтобы заняться планированием. И в этом их ключевая ошибка.

Планированием маркетинга нужно заниматься всегда. И лучшего времени, чем сейчас, для этого не будет.

Дайте определение вашим текущим целевым рынкам/нишам.

Принадлежат ли заказчики, с которыми вы работали в прошлом году, к текущим целевым рынкам/нишам?

Определите рынки/ниши, на которые вы планируете выйти в наступающем году, по следующим признакам:

- География
- Целевая аудитория
- Уровень доходов клиентов

Определите Ваши маркетинговые преимущества по следующим критериям:

- Ваше позиционирование
- Ваше УТП
- Выгоды клиентов от сотрудничества с Вами
- Как вы мотивируете клиентов к действию

- Какие из этих компонентов необходимо усилить, доработать, уточнить?

Проанализируйте общие расходы на маркетинговые мероприятия и частоту их проведения, внесите соответствующие поправки в ваш выбор рекламных каналов и средств.

Что такое стратегия маркетинга

Любой бизнес зарождается из идеи. Бизнес начинают мужчины и женщины, которые видят, что люди хотят купить определенный продукт, работу или услугу. С появлением идеи о новой возможности в бизнесе следует развить ее в стратегию. Стратегия маркетинга представляет собой краткое и точное описание основных операций. Хорошая стратегия отвечает на четыре важных вопроса:

- **Какой** продукт или услугу вы будете продавать?
- **Кому** вы будете их продавать?
- **Как** вы будете продавать продукты и услуги?
- **Какую** потребность клиентов вы будете удовлетворять?

В классической литературе вы найдете много различных вопросов, которые авторы считают важными для маркетинга, но в рамках данного курса мы говорим только о практических вещах.

• Какой?

Какой продукт, работу или услугу будет продавать ваш бизнес? Стратегия вашего маркетинга должна основываться на том, что у вас лучше всего получается. Чтобы правильно понять какой товар, работу или услугу вы можете продавать, необходимы две вещи:

Первое, Ваши собственные предпочтения, навыки или желание. Наверняка у вас есть определенное хобби, интересное занятие или навык, который вы приобрели ранее (любите вкусно готовить, чините машины, ремонтируете обувь или домашнюю технику, пр.).

Второе, оценить спрос и предложение на продукт, работу или услугу, который вы все-таки выбрали для продажи и открытия бизнеса. Сколько людей будут покупать ваш товар, какие у вас есть конкуренты, какие преимущества есть у вашего продукта.

• Кому?

Кто будет покупать ваш продукт, работу или услугу? Вашими клиентами могут быть частные лица либо другие предприятия (даже государственные). Они могут представлять небольшую местность или же огромную территорию, а, возможно, и всю страну. Будете ли вы продавать только определенной группе клиентов, либо всем. Очень важно иметь четкое представление о том, кому вы продаете.

Шаг 2, после определения товара, работы или услуги, определите целевую аудиторию своего продукта, кому нужен ваш продукт.

• Как?

Как вы будете продавать продукцию или услугу? Если планируете открыть магазин, это понятно, но производитель и работник службы сервиса могут продавать по-разному. Производитель, например, может продавать непосредственно клиентам или предприятиям розничной торговли. У вас будет цех/гараж, с которого вы будете напрямую без магазина продавать свой продукт.

Либо вы откроете магазин, где сосредоточиться ваш бизнес и куда покупатели будут приходить ради вашего продукта.

Есть ли третий вариант? безусловно, – электронные продажи без открытия магазина или цеха, ваш продукт фотографируется и продается посредством сайтов, страничек в социальных сетях, рассылки по смс и так далее.

Шаг 3, после определения целевой аудитории, поймите как вы будете продавать свою продукцию.

- **Какую?**

Какую потребность клиентов будет удовлетворять ваша продукция? Стратегия маркетинга всегда отражает заботу о клиенте и его потребностях, так как через заботу о клиенте вы получаете прибыль. При выработке стратегии важно выяснить, что хотят потенциальные клиенты, и присматриваться к конъюнктуре будущего рынка.

Шаг 4, определите потребность целевой аудитории в продукте и сделайте его уникальным.

Теперь давайте обсудим, что конкретно входит в структуру маркетинга (*не важно напишите вы эти пункты на бумаге или соберете их воедино у себя в голове*) имейте ввиду, что все пункты одинаковы, важны для того, чтобы ваша продукция хорошо продавалась.

Первое, отвечаем на вопрос, какой продукт продаем?

К примеру, вы выбрали Нишу для бизнеса «Пекарня»

Итак, вы выбрали пекарню, потому что (нужна причина/мотив):

- 1) вы любите готовить
- 2) в детстве помогали родителям печь домашний хлеб и помните, какой он бывает вкусный
- 3) «хлеб всему голова», постоянное потребление хлеба порождает устойчивый спрос на продукт, вы сами всегда ходите в магазин за хлебом
- 4) в населенном пункте с численностью населения (10 тысяч человек или 2 500 домов) есть всего 3 пекарни. Магазины, покупая хлеб в пекарнях не удовлетворяют спрос на хлебные изделия на 100% и вынуждены привозить хлеб из города или другого аула.
- 4) пекарни продают только хлеб, здесь не пекут булочек с присыпкой, лепешек и лавашей, нет выпечки тортов и пирогов.
- 5) вы считаете, что у вас получится!

4.2. СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА

Сегментация это процесс, когда вы делите определенные сложные для вас вещи на более мелкие, которые позволяют вам решать задачи постепенно, пошагово. В маркетинге, сегментация – это, когда вы группируете предпочтения ваших покупателей по видам продукции, которую вы можете им предложить.

Немного терминологии:

Сегмент – группа покупателей, обладающая похожими потребностями, желаниями и возможностями. Разделение рынка на различные сегменты и их последующее изучение позволяет компаниям сконцентрировать своё внимание на наиболее перспективных, с точки зрения прибыльности, сегментах (то есть на целевых сегментах).

Сегмент рынка – группа реальных или потенциальных потребителей, которые, как ожидается, могут одинаково реагировать на выдвинутое предложение.

Сегментация – разделение рынка на группы покупателей, обладающих схожими характеристиками, с целью изучения их реакции на тот или иной товар/услугу и выбора целевых сегментов рынка.

Сегментация бывает нескольких видов: географическая: регион (область, район), размер города, плотность; демографическая: возраст, пол, размер семьи, жизненный цикл семьи, род занятий, уровень дохода, образование, национальность, вероисповедание; сегментация по отношению к товару: выделение групп покупателей на основе их знаний, квалификаций, как пользователей и их реакций на товар; сегментация по стилю потребления: выделение групп покупателей на основе данных о потреблении связанных товаров, позволяющих наилучшим образом прогнозировать потребность в продвигаемом товаре и/или отклик на промоакции; межрыночная сегментация: выявление группы потребителей, которые схожи по множеству характеристик, которые выходят за пределы географических границ.

Итак, мы провели **географическую сегментацию**. Наш бизнес пока будет развиваться в масштабах родного аула. Сегментация позволила нам получить следующие данные:

1) потенциальный рынок сбыта – 2500 домов, которые могут покупать вашу продукцию.

2) магазины и универсамы (всего в вашей деревне 16 магазинов, которые уже сотрудничают с 3 пекарнями и одним хлебзаводом с города).

3) 4 садика (один из них частный), которые также покупают хлеб в магазине или в пекарне, где учатся порядка 800 детей дошкольного возраста и около 50 сотрудников учреждения.

4) 4 общеобразовательные школы, в которой учатся около 2 200 школьников.

5) 1 сельская больница с дневным стационаром (около 70 человек)

6) 1 отделение пожарной части (2 расчета около 20 человек)

7) 1 отделение АО Казпочты

8) 2 отделения банков (Халык Банк и КазкоммерцБанк)

9) 1 Дом культуры и 1 зал для проведения мероприятий (50 человек)

10) 2 Акимата (сельский и районный) – 100 человек

11) 2 тойханы для проведения свадеб и торжественных мероприятий

12) прочая инфраструктура

ИТОГО: Целевая аудитория – 10 000 человек потенциальных потребителей хлебобулочных изделий.

4.3. ЗАНЯТИЕ СОБСТВЕННОЙ НИШИ НА РЫНКЕ

Следующим шагом, после сегментации бизнеса, нужно СОЗДАТЬ НИШУ. Ниша будет отделять ваш бизнес от конкурентов, помогая тем самым зарабатывать и иметь свою целевую аудиторию.

К примеру, в качестве отстройки от потенциальных конкурентов вы выбрали продукт, в ассортименте которого 5 позиций:

1) Домашний хлеб, пшеничный, из муки в.с., вес 500 гр. (у всех стандартный 350-400 гр.)

2) Булочки с присыпкой, пшеничные, из муки в.с., вес около 70 гр. (у всех 40 гр.)

3) Баурсаки домашние, также сладкие для мероприятий из муки в.с., вес около 20-50 гр. (у многих только под заказ, отсутствуют сладкие баурсаки)

4) Торты и пироги под заказ из муки в.с., вес от 1 кг (другие пекарни этого не делают)

5) Лепешки узбекские/таджикские, лаваша на тонком тесте (другие пекарни этого не делают).

Таким образом, все 5 позиций являются в чем-то уникальными и отсутствуют у конкурентов. Это и отстраивает вас от конкурентов.

При этом вы закладываете следующие параметры пекарни:

Необходимая квадратура: 25-60 кв. метров полезной площади.

Из них:

1) помещение для готовки – 25-40 кв. метров для размещения оборудования.

2) склад хранения – 15 кв. метров – для размещения стеллажей готовой продукции (вагонеток стеллажных, разборных)

3) туалет с раковиной – 3-5 кв. метров

4) раздевалка – место для переодевания 3-5 кв. метров

ИТОГО: минимальная требуемая площадь – 50 кв. м.

Стоимость аренды 50 тыс. тенге плюс коммунальные услуги (в районе 30 тыс. тенге), стоимость 1 Квт/часа – 19,48 тенге, водоснабжение централизовано, канализация – септик (2 кольца). Отопление печное (стоимость угля) – 16 000 тг/т, доставка – 5000 тг. Оборудование – электрическое.

Оборудование также является вашим уникальным преимуществом, поскольку позволяет вам производить больше, чаще и качественнее продукцию для ваших клиентов.

После того, как вы определили свои 5 конкурентных позиций, давайте обратим внимание на технологическое вооружение то, что позволит нам выпекать изделия в 3 раза быстрее, нежели другие конкуренты.

Печь для мини-пекарни. Пожалуй, это самое основное оборудование, к выбору которого необходимо подойти с особой тщательностью. На сегодняшний день, отечественных производителей вполне достаточно;

Тестомесильная машина. Служит для перемешивания теста, так как вручную это сделать практически невозможно;

Расстоечный шкаф. Данный шкаф неотъемлемая часть производственной линии мини-пекарни. Именно в этом шкафу тесто находится под определенным процентом влажности и температуры;

Просеиватель муки. Перед началом производства сырье необходимо просеивать;

Стол, чтобы разделять тесто. Стол для разделявания теста;

Тестораскатыватель и тележка для выпечки позволит вам складировать большие партии готовой продукции.

Вы планируете арендовать здание на главной торговой улице в ауле. Оно расположено напротив ресторана и тойханы «Тайказан», там же один из магазинов. Кроме того, оно находится рядом с автобусной остановкой (бывшей) и отделением АО Казпочты.

Если вы будете продавать свой товар крупными партиями для торговых предприятий, то будете снижать цену своего товара. Универсамам и предприятиям об-

ществленного питания нужен хлеб в булках и булочки, и они покупают их большими партиями. Многие проводят торжества и пекут торты и пироги дома, тратя время и средства на закуп продуктов.

Ваша цена не должна будет существенно отличаться от стоимости выпечки у самих клиентов, поэтому оценив стоимость данной продукции они придут к выводу, что без траты времени и с качеством не хуже, чем пекут сами, лучше заказывать у вас.

Что вы получаете от того, что наценка минимальна? – верно, воронку продаж, где клиенты, не видя особой разницы в цене, но с бесплатной доставкой создают вам постоянный оборот, частота которого и генерирует ваш доход.

Конечно, конечный расчет стоимости в рамках данного предположения требует технико-экономического расчета, (модуль расчет ТЭО).

Другим уникальным торговым предложением может являться бесплатная доставка продукции.

Для формирования уникального торгового предложения сделайте бесплатную доставку изделий по чеку свыше 1 500 тенге (расчет: безубыточной доставки: стоимость ГСМ + зарплата водителя + налоги – стоимость чека).

Потребителю итак удобно приходить в пекарню за покупкой, так как расположение вашей пекарни в центре аула делает посещение ее удобным, там же расположены другие муниципальные службы, банки, отделение почты, магазины.

Однако, бесплатная доставка по чеку делает ваше торговое предложение оригинальным, удобным и экономит время ваших покупателей.

В перспективе для оптимизации расходов на телефонию и оплату расходов колл-оператора можно разработать мобильное приложение по заказу и доставке продукции до двери.

Если объем продаж оказывается ниже запланированного, можно прибегнуть к одной или нескольким мерам:

- сократить производство;
- усилить рекламу и мероприятия по продвижению товара;
- проверить, достаточно ли людей занято сбытом, и провести требуемые изменения;
- изменить цены для стимуляции сбыта;
- организовать профессионально-техническую переподготовку сбытового персонала;
- ввести улучшения в систему стимулирования персонала, занятого сбытом;
- проверить качество товара путем ускоренных испытаний и внести необходимые усовершенствования (с непременно оповещением об этом через рекламу и научно-технические статьи в соответствующих журналах и газетах).

Если же объем производства не поспевает за ростом спроса, возможны следующие меры:

- увеличить масштаб производства;
- сократить расходы на рекламу и стимулирование сбыта;
- сократить число работников, занятых сбытом в зарубежных филиалах;
- поднять цены.

В 2015-2016 году национальная валюта ослабла, хорошие импортные продукты подорожали. Это коснулось зелени, фруктов, овощей, ягод. Владельцам магазинов и ресторанов приходится буквально искать фермерские хозяйства, которые могли бы

поставлять свежие и недорогие продукты местного производства. Поэтому малое (а со временем – серьезное) фермерское хозяйство, специализирующееся на экологических и диетических продуктах, – это перспективная бизнес-идея для Казахстана.

Давайте разберем следующий кейс:

Следующим примером, в качестве отстройки от потенциальных конкурентов выберем сферу АПК.

Допустим, в селе Жамбыл Аккулинского района проживает начинающий предприниматель 1963 года рождения. Семья клиента состоит из пяти человек, супруга – работает бухгалтером в школе, старший сын 1983 года рождения – тракторист, дочь 1986 года рождения – ветеринар, дочь 1990 года рождения – доярка.

На данный момент хозяйство состоит из следующих активов:

- КРС (молочные коровы 1 год симментальской породы) – стоимостью 250 000 тенге 1 голова, всего 4 коровы. Также имеется бык-производитель – стоимость 640 000 тенге.
- Также имеется в долгосрочной аренде пастбищная земля площадью 300 га;
- Техника представлена Трактором МТЗ-80 с прессподборщиком и косилкой 1 единица, стоимость 3 000 000 тенге;
- Имеется коровник для содержания скота на 20 мест КРС. Рыночная стоимость коровника с земельным участком составляет 2 000 000 тенге;
- Жилой дом, общей площадью 95 кв.м., с надворными постройками, с земельным участком 0,09 га. Рыночная стоимость составляет 4 000 000 тенге;
- Также у клиента есть сбережения в сумме 500 000 тенге, которые он планирует направить на пополнение оборотных средств.

Начинающий предприниматель планирует увеличить поголовье КРС молочных до 14 голов. Он планирует приобрести дополнительно 10 голов КРС симментальской породы.

Стоимость проекта составляет 3 000 000 тенге. 10 голов КРС по 250 000 тенге за счет заемных средств. Пополнение оборотных средств 500 000 тенге за счет собственных средств.

Начинающий предприниматель не занимается переработкой молока, планирует реализацию проводить торговым компаниям, которые приобретают молоко по 60 тенге за литр, самовывоз.

Он планирует в бизнесе выбрать семейную направленность и задействовать всех членов семьи, при этом будет следующая структура организации.

Глава КХ – ежемесячный оклад 70 000 тенге (сам)

Ветеринар – 60 000 тенге (старший сын)

Рабочий – 60 000 тенге (младший сын)

Доярка – 60 000 тенге (дочь)

Дайте ответы на следующие вопросы:

1. Укажите плюсы и минусы (риски) данного проекта
2. Какие виды финансирования может получить начинающий предприниматель дополнительно (кредит, грант и т.д)?
3. В качестве отстройки от потенциальных конкурентов какие направления в бизнесе может также выбрать начинающий предприниматель для увеличения прибыльности?
4. Какие возможности для развития есть у клиента?

5. Какие исходные данные нужны для осуществления расчетов по данному проекту?

Составьте приблизительный прогнозный план доходов и расходов.

Примеры бизнес-идеи для определения собственной ниши на рынке

Перепелиная ферма. В стране растет интерес к здоровому диетическому питанию, поэтому на смену свиноводческим приходят перепелиные фермы. Плюс нового дела в рентабельности (окупается за 2-3 месяца) и новизне (конкуренция пока не зашкаливает). Также для предпринимателей фермеров в стране открыт льготный налоговый режим.

Для содержания птиц понадобятся клетки (в одной клетушке держат одного самца и трех самок). Их устанавливают в теплой комнате с хорошей вентиляцией. Количество особей зависит от размера помещения и наличия свободных рабочих рук (традиционно перепелиный бизнес – это семейное дело). Чем больше поголовье, тем выше доход. Его приносят яйца и сдача на мясо «лишних» птиц (этой участи подвергают самцов и тех самок, которые давно несут яйца). Чтобы вырастить молодых птиц самостоятельно, предпринимателю понадобится инкубатор.

За 30 дней одна перепелка приносит 20-25 яиц, а ест 750 г корма. Статья расходов на питание (при цене 1 кг в 30 тг.) составит 2 250 тенге. Оплата коммунальных услуг, ветеринарии, транспортировки – 20000 тенге. Всего в месяц понадобится 22250 тг. на миниферму в 100 голов. При этом десяток яиц стоит 200-300 тг. – таким образом, 100 птиц принесут в месяц 2500 яиц или 50000 тг. (без учета тушек, сданных на мясо).

Выращивание саженцев. Востребованной бизнес-идеей с минимальными вложениями в Казахстане называют выращивание плодовых саженцев. Это дело не потребует финансовых вливаний, но предполагает собственный земельный надел, свободное время и рабочие руки, ведь саженцы придется проращивать «с нуля», предварительно собрав и высушив семена. Средняя цена 1 саженца составляет 1500 KZT. За 500 деревьев (столько 1 человек вырастит за год самостоятельно) можно выручить 750000 тг.

Выращивание семян и рассады. Для дачных мест следует ориентироваться на рассаду декоративных кустарников, цветущих растений, для обычной деревни с постоянно проживающим составом жителей – продовольственных высокоурожайных культур. Подойдут ягодные кустарники (малина, черная смородина, вишня), плодовые деревья (яблони, груши, сливы), картофель, томаты, лук, огурцы.

Стартовый пакет затрат (тенге): оборудование для распахши, нарезания борозд, сбора семян (рекомендуется арендованное) – 350 000 тенге; посадочный материал, семена – 100 000 тенге; инвентарь, оснащение для выращивания, полива, подкормки, ухода – 150 000 тенге; специальные препараты, удобрения, средства – 50 000 тенге; организационные расходы – 25 000 тенге.

Рентабельность (в зависимости от культуры) – от 20 до 50%, окупаемость – 1 сезон. Помимо непосредственного производства сельхозпродукции, можно реализовать свое дело в иных направлениях деятельности.

Ремонт сельхозтехники. Объектами ремонта могут быть как грузовые автомобили, комбайны, трактора, так и производственное сельхоз оборудование. Несомненно, это востребованное и перспективное дело. Необходимо вложить (тенге):

- строительство гаража, ангара – 500 000;

- аренда специального инвентаря – 1 000 000;
- заработная плата с начислениями помощника – 150 000;
- вспомогательные материалы и средства – 100 000;
- дополнительные затраты – 50 000.

Преимущество – стабильный высокий спрос. Рентабельность – 75%, окупаемость – 6-9 месяцев.

Бизнес чутко реагирует на конъюнктуру рынка. Меняется поведение клиентов. Появляются новые виды интернет-технологий, позволяющие воплотить в жизнь бизнес идеи с нуля в Казахстане так же, как и в других странах. Национальные границы коммерческих проектов размываются: организовать доходный проект можно в любой точке мира. Хорошая идея найдет отклик и принесет доход предпринимателю в любой стране.

4.4. МЕТОДЫ МАРКЕТИНГОВОГО ПРОДВИЖЕНИЯ И РЕКЛАМА ЧЕРЕЗ СОЦСЕТИ (SMM)

Методы маркетингового продвижения:

- прямые контакты с потребителями;
- рекламные мероприятия по системе «директ мейл» (прямая почтовая рассылка);
- SMM маркетинг
- активное участие в выставках и ярмарках;
- повышение эффективности сервиса;

SMM (Social Media Marketing) – это инструмент для клиентов и продаж из социальных сетей.

С чего начать? С разработки **SMM-стратегии** – плана достижения бизнес-целей компании при помощи социальных сетей. Стратегия поможет определить цели присутствия в социальных медиа, пути их достижения, расставить приоритеты, а главное – спрогнозировать потенциальный эффект и не свернуть с намеченного маршрута.

Чтобы написать SMM-стратегию, нужно:

- Оценить текущее положение бренда в социальных сетях: численность и активность подписчиков, актуальность и качество контента, найдите все упоминания вашего бренда в социальных сетях – что и как о вас говорят.
 - Провести конкурентный анализ.
 - Составить портрет потребителя
 - Сформулировать уникальное торговое предложение – то, что выгодно отличает компанию и ее товар/услуги от конкурентов. Помогает мозговой штурм с коллегами, опрос клиентов – почему они выбрали вас. Отстраиваться от конкурентов можно не только за счет низкой цены.
 - Определить формат присутствия в социальных сетях
- Форматы присутствия в социальных сетях:
- Коммерческий формат: вы не скрываете своего коммерческого интереса и открыто предлагаете пользователям купить ваш товар или услугу. Как правило, в таких группах размещают каталог продукции, ведутся обсуждения с вопросами

и отзывами от покупателей, а контент носит коммерческий характер. Цель коммерческого формата – продажи.

- Формат по интересам. Такие сообщества строят воронку продаж. Цель – собрать как можно больше потенциальных клиентов из целевой аудитории, а потом понемногу публиковать рекламу. Как правило, сначала подписчики даже не догадываются о том, что сообщество принадлежит компании. Пользователей вовлекают в группу через интересы, публикуя полезный и актуальный контент: о музыке, бизнесе, моде, кулинарии и т.д.
- Смешанный формат. Компания выступает в качестве эксперта – публикует полезный тематический контент, периодически разбавляя его коммерческим. Если контент полезный, уникальный и актуальный, то будет расти ваша репутация как экспертов, а значит и лояльность аудитории. Вашему мнению будут доверять, к советам прислушиваться и, самое главное, – это будет соотноситься с продвижаемым брендом. Уровень профессиональной компетенции – один из ключевых факторов, который влияет на принятие решения о покупке. Администраторы сообщества понимают, что только коммерческий контент вызовет скуку и негатив, поэтому дают полезную для бизнеса информацию, упоминая бренд.

Что вы должны знать о SMM продвижении?

- Нет тематик, для которых не стоит использовать SMM. Есть компании, для которых можно делать прямые продажи через социальные сети, а есть бизнес, для которого можно создать имидж и общаться с покупателями.
- Социальные сети – это не только создание группы, наполнение ее картинками и приглашение туда коллег по работе, это ваше лицо, как и сайт. Это дополнительный канал продаж.
- Нет универсального рецепта “когда-куда-сколько-что”, все зависит от сферы бизнеса и целевой аудитории.
- Есть способы, чтобы получить пользователей почти задаром, но это действительно бесплатно, если вы действуете сами и вам очень везет, в остальном – придется платить за услуги специалиста.
- SMM лучше отдать на аутсорс. У руководителя чаще всего нет времени заниматься социальными сетями. Можно конечно поручить вести соц.сети сисадмину, менеджеру по продажам или даже бухгалтеру. Но так как SMM не входит в их основные обязанности, качество будет невысоким и результат соответствующий.
- Нельзя создавать группу, не продумав стратегии и не имея планов на будущее.
- 1 пост в неделю, день или в час – неважно, главное – регулярность.
- Делайте контент интересным и вам не придется платить за репосты.
- Делайте конкурсы и не бойтесь, что затраты не окупятся.
- Создавая сообщество, помните – нужно реагировать, отвечать на вопросы, комментировать отзывы.
- При небольшом бюджете не выбирайте только одну соц.сеть: дублируйте контент во все популярные соц.сети, а вкладывайте бюджет и развивайте каждую по очереди.
- Создание контента, в том числе видео, без которого не должна обходиться ни одна группа – мероприятие затратное и требует огромной внутренней работы. Не думайте, что специалист за умеренную плату будет выезжать на производство и в режиме нон-стоп фотографировать сотрудников.

- Соц. сети, как и любой интернет-маркетинг окупится тогда, когда бизнес налажен во всех процессах. Если менеджер грубит клиентам, курьеры доставляют товар разбитым, у конкурентов тот же товар вдвое дешевле – группы в соц. сетях не помогут, а будут аккумуляцией негативных отзывов.
- Соц. сети множат точки касания с брендом, дают дешевый и качественный охват, участвуют в воронках продаж, не стоит измерять эффект только по прямым продажам.

Реклама в социальных сетях

Контент не достаточно опубликовать, его нужно продвигать. Чтобы вашу публикацию увидела целевая аудитория, необходим охват, т.е. как можно большее число просмотров. Хорошо, когда есть большая и лояльная собственная аудитория, которая активно делится вашими публикациями. Что делать, если собственного охвата недостаточно?

Таргетированная реклама в социальных сетях – это тексто-графические объявления, которые видят только те пользователи, которые соответствуют определенным критериям: пол, возраст, география и т.д. Модели оплаты за рекламу в социальных сетях:

- CPC (от англ. cost per click) – оплата за клик
- CPM (от англ. Cost Per Millenium (Thousand) – оплата за 1000 показов
- оплата за взаимодействие (комментарий, лайк, репост, просмотр фото или видео) – доступна в facebook и instagram

Запуская таргетированную рекламу учитывайте, что на цену за клик, показ или взаимодействие влияют:

- соответствие контента выбранной аудитории – чем актуальнее и полезнее контент, тем ниже цена клика;
- количество текста на изображении – чем больше текста, тем выше цена клика;
- уровень конкуренции – чем больше рекламодателей показывают объявления той же самой аудитории, тем выше цена клика.

Какие публикации нужно продвигать? В первую очередь коммерческие. Вы можете совмещать информативный пост с ссылкой на товар. В ссылках объявлений не забудьте поставить UTM-метки, чтобы отследить эффективность рекламы в системах аналитики – Яндекс.Директ или Google Analytics. Наравне с коммерческими постами продвигайте развлекательный, уникальный, интересный контент. Это позволит получить большой и дешевый охват, заинтересованную аудиторию и медийный эффект.

4.5. ПРАКТИЧЕСКОЕ МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ (ПОДОМОВОЙ ОБХОД)

Вы провели опрос учреждений, соседей, обошли магазины и кафе. Помните, задавая вопросы, вас, прежде всего, интересует мнение людей потенциальных клиентов, поэтому задавайте вопросы с умом!

Рекомендуется разработать анкету из 10-15 вопросов, с закрытыми ответами (то есть когда варианты ответов на вопрос вы даете сами), к примеру:

Примеры вопроса?

1. Скажите, пожалуйста, какой хлеб вы любите больше всего?

А) ржаной (у ваших конкурентов и хлеб завода выпуск ржаного хлеба)

Б) пшеничный (тут также 2 конкурента, имейте это ввиду)

2. Скажите, пожалуйста, какого по вашему мнению хлебобулочного изделия не хватает в нашей деревне?

А) Булочек с присыпкой

Б) Тортов и пирогов

В) Чак чак на праздники

Г) Другое, укажите сами

3. Скажите, пожалуйста, покупали ли бы вы баурсаки, торты, пироги и прочую продукцию по цене какая выходит у вас, когда вы печете сами дома, да еще и с бесплатной доставкой?

А) Да

Б) Нет

В) Затрудняюсь ответить

Далее, собираем количество ответов и смотрим на картину:

К примеру, мы получили вот такие результаты:

Количество опрошенных – 100 человек (50 домов 2 улицы)

Ответы по вопросу 1 – ржаной 35%, пшеничный 65%

Ответы по вопросу 2 – торты и пироги – 30%, булочки с присыпкой 18%, чак чак – 2%, другое – 50%

Ответы по вопросу 3 – да 75%, нет 15%, затрудняюсь ответить – 10%

Суммируем ответы:

Итак, 65 человек потребляют пшеничный хлеб и только 35 ржаной, значит выпускаемая ржаной хлеб мы можем попасть в маленькую когорту потребления.

Люди не хотят покупать чак-чак – всего 2 из 100 согласились бы его купить, опасная ниша, убираем из списка, другое занимает 50%, выясните и посмотрите ответы людей, что конкретно они бы хотели потреблять.

Доставка – решает! 75% людей готовы брать ваш продукт с бесплатной доставкой, и еще 10% сомневаются, что это такое, так что можно и их перетянуть в свои клиенты, главное умеренная стоимость и воронка продаж вам обеспечена.

Но мы не остановились и обошли все учреждения в нашей деревне и посмотрели, кто физически мог бы потреблять нашу продукцию, в результате вы получили следующие данные:

1) потенциальный рынок сбыта – 2500 домов, которые могут покупать мою продукцию.

2) магазины и универсамы (всего в моей деревне 16 магазинов, которые уже сотрудничают с 3 пекарнями и одним хлебзаводом с города).

3) 4 садика (один из них частный), которые также покупают хлеб в магазине или в пекарне, где учатся порядка 800 детей дошкольного возраста и около 50 сотрудников учреждения.

4) 4 общеобразовательные школы, в которой учатся около 2200 школьников.

5) 1 сельская больница с дневным стационаром (около 70 человек)

6) 1 отделение пожарной части (2 расчета около 20 человек)

7) 1 отделение АО Казпочты

- 8) 2 отделения банков (Халык Банк и КазкоммерцБанк)
- 9) 1 Дом культуры и 1 зал для проведения мероприятий (50 человек)
- 10) 2 Акимата (сельский и районный) – 100 человек
- 11) 2 тойханы для проведения свадеб и торжественных мероприятий
- 12) прочая инфраструктура

Запомните, хороший подомовой опрос – это вид полевого маркетинга, который сэкономит вам кучу денег и обезопасит вас от убытков, так как вы заранее будете знать, что предложить вашим клиентам!

Что такое «Точки контакта»

В маркетинге есть такое понятие, как “точки контакта” (points of contact). Оно означает все способы, возможности и вариации соприкосновения клиентов и потенциальных покупателей с Вашей компанией. Во время таких контактов потенциальный клиент решает, будет ли он работать с вами дальше или нет.

Постарайтесь производить самое лучшее впечатление во время контакта с клиентом. Знайте, от чего и от кого зависит первое впечатление клиента о фирме. Там начинается будущий успех организации, и там трудятся очень важные ее сотрудники. Компания с первого контакта неизменно должна создавать о себе самое лучшее представление. У нее не будет второй возможности произвести первое впечатление. А оно складывается из мелочей.

Все, что хоть как-то касается клиента и продвижения товара, – это маркетинг. Немаловажным аспектом маркетингового исследования является изучение рынков сбыта, которое представлено в модуле 5 «Рынки сбыта».

МОДУЛЬ 5. РЫНКИ СБЫТА

- 5.1. Виды рынки сбыта
- 5.2. Емкость рынка
- 5.3. Анализ потребностей целевой аудитории
- 5.4. Анализ сбытовых цепочек в регионе

5.1. ВИДЫ РЫНКИ СБЫТА

Рынок сбыта продукции – это часть рынка. Под этим термином обычно подразумевают определенное экономическое пространство, на котором продавцы предлагают товары и услуги, а потребители их приобретают. Рынок сбыта формируется и развивается в рамках определенного товарного рынка.

В зависимости от рода товара и характера потребности, определяющей спрос на него, рынок сбыта может быть:

- Потребительским.
- Предприятий.
- Государственных учреждений.
- Промежуточных продавцов.

По территориальному признаку рынки сбыта делятся на:

- Мировые.
- Национальные.
- Региональные.
- Зональные.
- Внешние.
- Внутренние.

Отдельный рынок сбыта услуг и товаров можно условно разбить на несколько частей.



Так как основной задачей компании-продавца является привлечение возможно большего количества покупателей, необходимо постоянно проводить маркетинговые исследования рынка сбыта, чтобы безошибочно выбирать перспективные целевые аудитории для реализации товаров и услуг, привлекать новых и удерживать существующих клиентов, а также стимулировать сбыт всеми доступными компании средствами.

Любой компании, не важно, производит ли она товары, предоставляет услуги или выступает посредником между продавцом и потребителем, необходим свой

рынок сбыта. Тот, на котором востребованы предлагаемые продукты и существует потенциал к росту. Без него создать успешный бизнес просто невозможно.

5.2. ЕМКОСТЬ РЫНКА

Рынку сбыта свойственна такая характеристика, как емкость рынка. Под емкостью рынка понимается тот объем товаров и услуг, который можно реализовать на данном рынке за конкретный период. Емкость рынка сбыта зависит от конъюнктуры, и является величиной переменной: при повышении конъюнктуры, то есть росте спроса, емкость рынка сбыта возрастает, и наоборот.

Необходимость в проведении исследований появляется тогда, когда производитель или продавец желают оценить возможности продвижения своих товаров и услуг, а также определить возможный потенциал роста. Технически крупным игрокам необходимо постоянно мониторить свои рынки сбыта товаров, иначе велик риск не заметить значимые изменения потребительского спроса.

От рынков сбыта зависят объем продаж, средний уровень цен, выручка от реализации продукции, сумма полученной прибыли и т.д. В первую очередь, необходимо изучить динамику положение каждого вида продукции на рынках сбыта за последние 3-5 лет.

Основные методы оценки емкости рынка:

1. «Снизу-вверх». В этом случае расчет ведется от целевой аудитории или потребителя.

Формула может быть записана в таком виде:

$$EP = ЧА \times НП \times Цед,$$

где EP – емкость рынка, ЧА – численность аудитории (целевой), НП – норма потребления выбранного товара, Цед – стоимость единицы продукции. Для расчетов используются данные статистики.

2. «Сверху-вниз». Базой для расчетов служат данные о производстве товаров или информация от производителя. В этом случае показатель равен сумме розничных продаж всех компаний, выпускающих подобную продукцию. Если невозможно охватить все фирмы, выбирают самые крупные, общая доля которых примерно составляет 80-90%. Данные берутся из открытой отчетности или опроса.

3. Оценка на основе реальных продаж

В этом случае выбираются крупнейшие сетевые магазины, с которыми заключается соглашение на предоставление данных по реальным чекам потребителей. На их основе делают репрезентативную выборку и затем экстраполируют полученные результаты на территорию страны. Выделить целевую аудиторию в этом случае не получится, но зато можно проследить реальные продажи в динамике. Вне зависимости от выбора метода, целесообразно руководствоваться следующим правилом: если целевой рынок делится на несколько субрынков, то порой удобно определить емкость рынка по каждому такому сегменту и затем сложить результаты для нахождения суммарного значения.

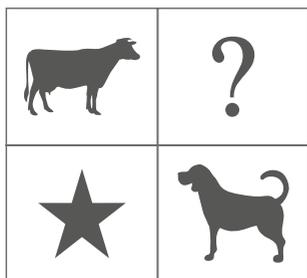
Работа с результатами анализа

Получив подобную сегментацию рынка конкретного товара, необходимо углублять анализ на более низкий уровень. На самом деле, правильная работа с полученными группами потребителей открывает огромные возможности для роста

компании. Причем не только за счет привлечения новых покупателей, но и с помощью усилий, направленных на устранение собственных ошибок.

Например, если начать работу с теми, кто предпочел покупать у конкурентов, то необходимо выяснить, почему клиенты делают выбор в пользу других. Некоторые критерии довольно сложно поддаются корректировке. Например, географическое расположение компании или специфика товара. Однако такие вещи, как уровень и быстрота обслуживания, дополнительный сервис, соотношение «цена-качество», можно улучшить относительно быстро.

В семидесятые годы Бостонской консультативной группой был разработан оригинальный и остроумный способ классификации продуктов. По их мнению, движение денежной наличности определяется местом, которое занимает на поле матрицы продукт или услуга.



По результатам анализа выделяют четыре категории товаров:

1. «звезды», которые приносят основную прибыль предприятию и способствуют экономическому росту;

2. «денежные коровы», которые переживают период зрелости, в незначительной степени способствуют экономическому росту, не нуждаются в инвестициях, приносят прибыль, и те товары, которым требуется финансирование – это «подростки»;

3. «Подростки» или «вопросительный знак» – это, как правило, новые товары, нуждающиеся в рекламе, в продвижении на рынок, не приносят пока прибыли, но в будущем могут стать «звездами»;

4. «Бедные собаки» или «неудачники» – нежизнеспособны, не способствуют экономическому росту, не приносят прибыли.

При этом нужно учитывать, на какой стадии жизненного цикла находится каждый товар на отдельных сегментах рынка:

а) нулевая стадия характеризуется изучением и апробацией идеи разработки нового товара, а потом и самого товара;

б) на первой стадии (выпуск товара на рынок и внедрение) выясняется, будет ли товар иметь успех на рынке. Прибыль на этой стадии невысока, так как значительные средства идут на исследования, продвижение товара на рынок;

в) на второй стадии (рост и развитие продаж) товар начинает приносить прибыль, он быстро покрывает все издержки и становится источником прибыли, хотя требует еще больших затрат на рекламную поддержку его продвижения на рынке;

г) третья стадия (зрелость) – товар имеет стабильный рынок, пользуется спросом и приносит регулярный доход, т.е. находится в самом прибыльном периоде, так как не требует затрат на продвижение на рынок, а только на рекламную поддержку его известности;

д) на четвертой стадии (насыщение и спад) сначала объем продаж существенно не изменяется, а затем резко сокращается по предсказуемым и непредсказуемым причинам: товар, не претерпевающий никаких изменений, надоедает потребителям или же исчезает потребность, которую он призван был удовлетворять.

Задача состоит в том, чтобы вовремя уловить и предвосхитить спад спроса на товар путем его совершенствования или замены другим.

При анализе рынков сбыта продукции необходимо учитывать, что существует множество различных признаков классификации товарных рынков. Использование тех или иных признаков зависит от целей исследования. Одним из важных признаков товарных рынков является территориальный охват. Анализ рынков в каждом конкретном исследовании проводится в рамках внутреннего (совокупного) рынка, внешнего (мирового), регионального (определенного территориального подразделения). Исследования совокупного внутреннего и внешнего рынков, как правило, носят стратегический характер и проводятся по укрупненным товарным группам. При исследовании регионального товарного рынка наряду с региональными особенностями необходимо учитывать состояние совокупного рынка.

Классификация рынка может проводиться и по способности товаров удовлетворять потребности определенных групп потребителей. Особенностью исследования таких товарных рынков является учет взаимосвязей различных форм и средств удовлетворения определенной потребности.

В процессе анализа необходимо также выявить реальных и потенциальных конкурентов, провести анализ показателей их деятельности, определить сильные и слабые стороны их бизнеса, финансовые возможности, цели и стратегию конкурентов в области экспансии на рынке, технологии производства, качества продукции и ценовой политики. Это позволит предугадать образ их поведения и выбрать наиболее приемлемые способы борьбы по отвоевыванию у конкурента ниши на рынке.

5.3. АНАЛИЗ ПОТРЕБНОСТЕЙ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ

Провести качественный анализ потребительского спроса, определить потребности рынка, организовать производство товара и сформировать на него конкурентную цену, оказывается, недостаточно для успешного продвижения продуктов. Для занятия прочного места в своей нише предприятию необходимо формировать рынок сбыта для своей продукции. Будет ли предприятие успешной, займет ли прочное положение на рынке, сможет ли удовлетворить потребности – все это решат потребители.

От качества организации рынка сбыта напрямую зависит рост компании, ее прибыли и место в своей нише в глазах потребителей. Здесь есть очень важные моменты, на которые предприятиям необходимо обращать внимание. Например, обратная связь с конечным покупателем. Без организации каналов для получения такой информации невозможно вовремя реагировать на свои недоработки, а также на изменение потребительских предпочтений.

Методы создания рынка сбыта

Для этого у любой организации существует несколько способов:

- *Прямой.* В этом случае компания-производитель берет на себя управление и реализацию всех процессов, связанных со сбытом своей продукции. Плюсы такого подхода заключаются в том, что контроль происходит на всех этапах: от создания продукта до его приобретения потребителем. Также у организации есть прекрасная возможность получать быструю и полную «обратную связь» и оперативно ре-

агировать на изменения потребностей и тенденции рынка. Минус такого подхода состоит в необходимости содержания штата дополнительных сотрудников, отдела логистики и т. д. Обычно только прямым методом пользуются небольшие компании, работающие на небольшом рынке с ограниченной географией.

- *Опосредованный метод.* К нему прибегают, когда использование прямого метода нерентабельно либо требует очень больших материальных затрат. Например, в силу обширного географического рынка сбыта. Заключается он в использовании разного рода посредников.

- *Комбинированный метод.* Объединяет в себе наиболее рентабельные методы сбыта продукции. Такой подход наиболее эффективен, поскольку позволяет использовать максимальное число каналов для реализации товаров и общения с участниками рынка.

Увеличение прибыли

Задачей и естественным желанием любой компании является увеличение прибыли и достижение лидирующих позиций в своей сфере. Поэтому, помимо улучшения внутренних факторов, необходимо работать и над внешними факторами. Это подразумевает расширение рынков сбыта.

Можно выделить следующие основные направления этого процесса:

- Увеличение присутствия в своей нише. Обычно достигается за счет улучшения качества товаров, предоставления дополнительного обслуживания, выпуска новых версий продукта, ориентированных на определенные группы покупателей.

- Выход на другие рынки. В этом случае компания расширяется на более высокие уровни сбыта.

- Выпуск дополнительных товаров, позволяющих увеличить среднюю сумму чека.

Увеличение продаж

На практике существуют три основные стратегии для увеличения объемов продаж.

- Любой новый либо уже присутствующий на рынке товар имеет потенциал к привлечению новых покупателей. То есть существует группа потребителей, которые попросту не знают о нем, а среди них есть определенный процент людей, которые стали бы покупать этот товар. В этом случае задачей маркетинговой службы будет поиск и реализация способов донесения информации до таких потребителей. Также можно работать с группой клиентов, покупающих у конкурентов.

- Поиск новых способов использования существующего товара.

- Стимулирование увеличения потребления продукции.

В некоторых случаях компания, продавая товары, может выходить на рынок услуг, предлагая дополнительное обслуживание для своей продукции. Обычно на такой ход тратится гораздо меньше средств, чем на создание и продвижение нового товара.

Любой успешный бизнес строится на постоянных клиентах. Да и Вы сами, наверняка, не раз слышали о статистике, что существующим клиентам значительно легче и дешевле продавать, чем новым клиентам.

Давайте детально посмотрим на цифры:

- Затраты на привлечения нового клиента обходятся в зависимости от отрасли от 5 до 10 раз дороже, чем на удержание уже существующего

- Сокращение оттока клиентов на 5-10% может принести компании до 75% дополнительной прибыли

- По мере насыщения рынка затраты на привлечение каждого нового клиента возрастают, а затраты на удержание сохраняются на стабильно невысоком уровне
- Большой процент постоянных клиентов обеспечивают высокую стабильность бизнеса и его привлекательность для внешних инвестиций

Поэтому многих предпринимателей вполне логично мучает вопрос: как сделать так, чтобы клиенты возвращались и покупали у Вас снова?

Один из фундаментальных факторов – клиентоориентированность. Будущее исключительно за клиентоориентированными компаниями

Второй – управление отношениями с клиентами. Для того этого Вам может понадобиться CRM-система.

Какие основные выгоды дает внедрение в своем бизнесе CRM?

- Четкое отслеживание своей клиентской базы
- Сегментирование покупателей
- Отслеживание всех стадий «воронки продаж»
- Прогнозирование объемов продаж и прибыли
- Просмотр состояния каждой сделки
- Занесение всех данных клиентов

С помощью CRM вы всегда сможете разбудить *«спящих» клиентов* (тех, кто давно у Вас не покупали), своевременно поздравлять клиентов с праздниками, эффективно планировать маркетинговые кампании.

Вы должны постоянно общаться со своими клиентами: сообщать им о проходящих акциях и новинках, проводить опросы и анкетирование, приглашать на мероприятия.

Удивляйте своих клиентов и стимулируйте их рассказывать о Ваших продуктах.

Создание хорошего рынка сбыта с последующим его анализом и коррекцией является залогом успешного развития предприятия. Именно поэтому необходимо направлять максимум усилий на поиск и исправление ошибок на начальной стадии проекта.

5.4. ФОРМИРОВАНИЕ КАРТ СБЫТОВЫХ ЦЕПОЧЕК В РЕГИОНЕ

Маркетинговая сбытовая политика предусматривает анализ возможных вариантов поставки различных товаров и разрабатывает те из них, которые обеспечивают удовлетворение предпочтений как результат получения максимальных хозяйственных результатов на всех участках канала реализации продукции.

Формирование эффективной сбытовой цепочки в регионе является задачей не только якорных коопераций либо предприятия-изготовителя, которому необходимо реализовать произведенную продукцию, но и любого другого звена сбыта, выполняющего определенные функции и получающего доход.

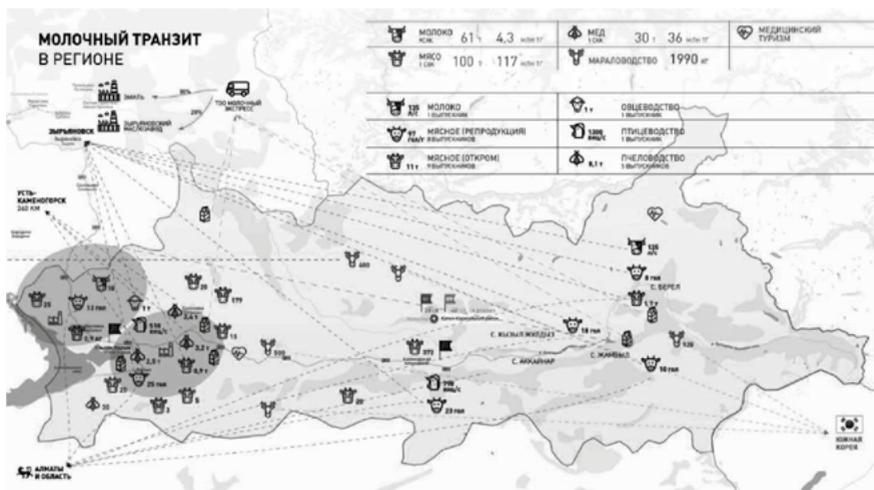
Под каналом сбыта в маркетинге понимают взаимосвязанную совокупность звеньев, осуществляющих необходимые функции по доработке, транспортированию, складированию, распределению и прочее-товаров от производителей до конечного потребителя. Все участники сбыта, кроме предприятия-производителя и потребителя, составляют промежуточные звенья.

Важнейшим инструментом стратегического анализа издержек является сбытовая цепочка, определяющая деятельность, функции и процессы по разработке, производству, продвижению, доставке и поддержке продукта или услуги. Цепочка предприятий позволяет определить основные виды деятельности, создающие стоимость для потребителя, и вспомогательные виды деятельности. Она является средством для стратегической оценки связи между видами деятельности, осуществляемыми внутри фирмы и за ее пределами, что важно для разработки стратегии, а также для определения того, как можно развить имеющиеся преимущества. Цепочка создающих стоимость видов деятельности начинается с обеспечения сырьем и продолжается в процессе производства частей и компонентов, сборки и выпуска продукции, оптовой и розничной продаж продукта или услуги конечным потребителям.

При формировании карт сбытовых цепочек в регионе необходима следующая информация:

- Направление деятельности предприятия;
- Наименование предприятия;
- Реквизиты предприятия;
- Населенный пункт;
- Откуда покупает сырье и по какой цене?
- В каком объеме закупает сырье?
- Какую продукцию производит и в каком объеме?
- Куда сбывает продукцию и по какой цене?

Пример карты сбытовых цепочек по молочному транзиту Катон-Карагайского района ВКО:



Пример анализа по Катон-Карагайскому району ВКО на основе данных карты сбытовых цепочек региона:

Основные выводы	Предлагается
<ul style="list-style-type: none"> • Регион донор по мясу, молоку и меду; • В районе 899 ЛПХ (13% от всех домохозяйств) входят в составы сельхоз кооперативов (далее СХК). Таким образом, потенциал увеличения состава СХК домохозяйствами составляет около 6000 единиц; • 11 кооперативов, имеют «твердый» сбыт по 3 направлениям: мясо, молоко и меду; • Средний бизнес видит перспективу еще по 2 направлениям: мараловодство (пантовая продукция) – 5 и медицинский туризм – 2 предприятия; • 28 выпускников Бастау работают по 6 направлениям, из которых 3 направления имеют «твердый» сбыт за счет синергии с кооперативами и бизнесом 	<ul style="list-style-type: none"> • Дозагрузить мощности СХК за счет увеличения доли личных подсобных хозяйств (далее ЛПХ) в СХК до 50% (сейчас – 13% или 899 ЛПХ, доход СХК – 157 млн.тг) или объема реализации до 450 млн.тг, что увеличит занятость и доходы 2200 ЛПХ; • Бизнес-тренерам Бастау необходимо учитывать текущие и перспективные сетевые связи с СХК и средним бизнесом; • Повышать агрокомпетенции лидеров КХ (СХК, МСП на примере СХК «Алихан 17») и снабжать актуальными маркетинговыми исследованиями заинтересованные стороны; • Финоператоры должны осуществлять поддержку совместно с МИО для большего охвата и вовлечения СХК, ЛПХ и выпускников Бастау. Финоператору с МИО также оказывать финансовую поддержку

Кейс по сбытовым цепочкам:

Текущая модель ЛПХ по сбору и сдачи молока в районе им. Магжана Жумабаева (На момент исследования обучились 58 человек, из них молочным направлением хотят заняться 28 человек или 48%)

Примечательно, что основная часть ЛПХ не покупают сено, а заготавливают его самостоятельно скооперировавшись вместе (у кого-то есть трактор, у кого-то пресовщик и т.д.)

Расходы на 1 голову КРС:	Доходы на 1 голову КРС:
<p>Расходы на стойловое содержание (6 месяцев) Сена 1 тук – 300 тенге Комбикорм 3 кг – 90 тенге Итого: В сутки: $300 + 90 = 390$ тенге В месяц: $390 \times 30 = 11\,700$ тенге В 6 месяцев: $11\,700 \times 6 = 70\,200$ тенге</p> <p>Расходы на выпас За 1 голову КРС в месяц 1500 тенге, комбикорм 3 кг – 90 тенге В 6 месяцев: $1500 \times 6 + 90 \times 30 \times 6 = 25\,200$ тенге Итого расходов в год: $70\,200 + 25\,200 = 95\,400$ тенге</p>	<p>Доходы: В сутки: $10 \text{ литров} \times 80 \text{ тенге} = 800$ тенге В месяц: $800 \times 30 = 24\,000$ тенге В год (270 дней): $800 \times 270 = 216\,000$ тенге</p>
<p>Приплод (бычков); Расходы за 6 месяцев (выпас) $1500 \text{ тг} \times 6 \text{ мес.} = 9000$ тенге Доходы (продажа) = 70 000 тенге</p>	
<p>ИТОГО ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ за год за 1 голову КРС молочного направления: $216\,000 + 70\,000 - 95\,400 - 9000 = 181\,600$ тенге в год или 15 130 тенге в месяц</p>	

- **Чистая прибыль** за содержание **3 голов молочного КРС** при том, что коэффициент приплода составит 0,7 (3 коровы за год отеляться 2 телятами), составит **483 800 тг. в год;**
- **Ежемесячная прибыль за содержание 3 коров составит 40 316 тенге;**
- **В районе имеется твердый сбыт молока.** Молокозаводы сами приезжают за сбором в каждый двор (к примеру, молочная фабрика «Натиже» собирают молоко в одной точке населенного пункта, куда ЛПХ ежедневно привозят свое молоко сами);
- Основным видом деятельности, позволяющий иметь **твёрдый ежемесячный доход для ЛПХ**, является **КРС молочного направления;**
- В районе **отсутствует дефицит кормов.** ЛПХ приобретают корма у мелких КХ, которые заготавливают корма для своих хозяйств, и у которых постоянно остаются излишки;
- В основном ЛПХ стараются не приобретать отходы элеваторов, вместо этого покупают зерно и сами, либо в кооперации дробят его для изготовления необходимых кормов.
- В районе **ЛПХ не имеют проблем с выпасом;**
- В связи с недозагруженностью мощностей молокоперерабатывающих заводов, отсутствием проблем с кормами и выпасом, **район имеет потенциал развития КРС молочного направления в ЛПХ.** Сформулировав цели своего развития, фирма определяет *стратегии их достижения*, т.е. долгосрочные действия, направленные на выполнение поставленных задач.

Так как многие проекты в основном в сфере сельского хозяйства, нам необходимо знать вопросы по агрокомпетенции предпринимателей. Об этом подробно расскажем в следующем 6-м модуле «Основы сельхозкооперации и агрокомпетенций предпринимателей».

МОДУЛЬ 6. ОСНОВЫ СЕЛЬХОЗКООПЕРАЦИИ И АГРОКОМПЕТЕНЦИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ

- 6.1. Виды сельхозкооперации
 - 6.2. Инструменты поддержки сельхозкооперации
 - 6.3. Агрокомпетенции в растениеводстве
 - 6.3.1. Экономика хозяйства и природно-климатические условия региона
 - 6.3.2. Виды и рекомендации выбора семян, рассадных материалов
 - 6.3.3. Уход за посевами и технология выращивания с/х культур. Фитосанитарные нормы. Борьба с вредителями
 - 6.4. Агрокомпетенции в животноводстве
 - 6.4.1. Введение в отрасль и рекомендации выбора скота в природно-климатических условиях региона
 - 6.4.2. Технология содержания скота и др с/х животных
 - 6.4.3. Рацион кормления и болезни с/х животных. Ветеринарно-санитарные нормы
 - 6.4.4. Идентификация и цифровизация животных
-

6.1. ВИДЫ СЕЛЬХОЗКООПЕРАЦИИ

Современная мировая практика, а также отечественный опыт свидетельствуют, что поступательное развитие сельского хозяйства в значительной степени будет определяться развитием малого и среднего бизнеса и преимуществом их кооперации.

Основу Программы развития мясного животноводства составят небольшие хозяйства в виде семейных ферм, и будет выстроена в форме якорной кооперации, состоящих из фермерских хозяйств по выращиванию КРС, промышленных откормочных площадок и современных мясоперерабатывающих комплексов.

Программа молочного животноводства будет также выстроена по принципу якорной кооперации состоящей из семейных ферм по производству молока, промышленных молочно-товарных ферм и современных молзаводов.

Якорные сельхозкооперации позволяют экономически объединить, крупных и мелких субъектов АПК с использованием элементов горизонтальной и вертикальной кооперации.

Якорная кооперация – это партнерство мелких и средних крестьянских (фермерских) хозяйств и/или сельскохозяйственных кооперативов и других претендентов, имеющих земли сельскохозяйственного назначения, со средними и крупными субъектами АПК в целях наращивания производства сельскохозяйственной продукции и гарантированного сбыта продукции.

Сельскохозяйственный кооператив – одна из организационно-правовых форм ведения хозяйства, представляющую собой организацию, созданную сельскохозяйственными товаропроизводителями для совместной производственной или иной хозяйственной деятельности, основанной на объединении их имущественных паевых взносов в целях удовлетворения материальных и иных потребностей членов кооператива.

Согласно Закону Республики Казахстан «О сельскохозяйственных кооперативах» существуют следующие виды деятельности сельскохозяйственных кооперативов:

1. Деятельность сельскохозяйственных кооперативов по производству сельскохозяйственной продукции, продукции аквакультуры (рыбоводства).

Деятельность сельскохозяйственных кооперативов направлена на производство и переработку сельскохозяйственной продукции, продукции аквакультуры (рыбоводства), а также товаров широкого потребления из сельскохозяйственного сырья.

2. Деятельность сельскохозяйственных кооперативов по переработке сельскохозяйственной продукции, продукции аквакультуры (рыбоводства).

Деятельность сельскохозяйственных кооперативов направлена на переработку сельскохозяйственной продукции, продукции аквакультуры (рыбоводства) и последующую их реализацию через систему оптовой и (или) розничной торговли, а также через использование торговой системы ассоциированных членов кооператива (при наличии таковых).

3. Деятельность сельскохозяйственных кооперативов по сбыту сельскохозяйственной продукции, продукции аквакультуры (рыбоводства).

К деятельности сельскохозяйственных кооперативов относятся сбор, заготовка, хранение, сортировка, сушка, реализация сырья в свежем и (или) переработанном виде, а также маркетинговые услуги и услуги транспортировки сельскохозяйственной продукции, продукции аквакультуры (рыбоводства), производимых членами кооператива и (или) самим сельскохозяйственным кооперативом.

4. Деятельность сельскохозяйственных кооперативов по снабжению средствами производства и материально-техническими ресурсами.

Деятельность сельскохозяйственных кооперативов направлена на обеспечение членов кооператива необходимыми в производственном процессе средствами производства и материально-техническими ресурсами: горючесмазочными материалами, семенами, удобрениями, гербицидами, пестицидами (ядохимикатами), ветеринарными препаратами, кормами, сельскохозяйственной техникой и технологическим оборудованием, запасными частями, строительными и другими сопутствующими для сельскохозяйственного производства материалами.

5. Деятельность сельскохозяйственных кооперативов по сервисному обслуживанию.

Деятельность сельскохозяйственных кооперативов направлена на предоставление членам кооператива услуг, связанных с производством, переработкой и реализацией сельскохозяйственной продукции, продукции аквакультуры (рыбоводства), а также удовлетворением их потребностей в различных сферах (материально-технической, агрохимической, транспортном обслуживании, кредитовании, водообеспечении, электроснабжении, ремонте и обслуживании техники, телефонизации, племенной и селекционной деятельности, ветеринарном обслуживании, исследовании в животноводстве и растениеводстве, разведении лесов, бухгалтерском учете и аудите, консультационном обслуживании и других сферах).

Основные преимущества кооперации для фермеров следующие:

- повышение производительности труда;
- стабилизация спроса на продукцию за счет формирования крупных партий товаров для реализации;

- углубление специализации с повышением качества продукции;
- полное и эффективное использование производственных мощностей;
- оптимизация затрат сельхозтоваропроизводителей (оптом дешевле);
- доступность маркетинговой информации;
- доступность мер государственной поддержки;
- увеличение прибыли сельхозтоваропроизводителей за счет снижения себестоимости сельхозпродукции и повышения доходов фермеров.

Принципами сельскохозяйственных кооперативов являются:

- добровольность участия (членства);
- обеспечение выгоды для участников кооперации от ведения производственной и иной хозяйственной деятельности;
- распределение прибыли и убытков между участниками с учетом их вкладов или участия в общих результатах деятельности;
- ограничение участия в деятельности кооператива юридических и физических лиц, не являющихся его участниками;
- управление деятельностью кооператива на демократических началах (один член кооператива – один голос);
- организация функционирования кооперативного объединения на основе самоорганизации и самоопределения;
- исключение прямого административного вмешательства вышестоящих органов власти в оперативную деятельность кооперативных организаций и их подразделений;
- организация хозяйственной деятельности на основе самокупаемости, самофинансирования, самоинвестирования;
- расширение сфер мотивации труда и производства членов кооперации (участие в прибылях, начисление дивидендов и процентов на частные доли имущества, акции и т.п.).

6.2. ИНСТРУМЕНТЫ ПОДДЕРЖКИ СЕЛЬСХОЗКООПЕРАЦИИ

Сельскохозяйственные кооперативы будут созданы в различных отраслях АПК РК (*молочной, мясной, плодоовощной, хлопководческой, масложировой и др.*) в процессе продвижения сельскохозяйственной продукции от производителя до потребителя. При формировании кооперативов необходимо учитывать специфические особенности отдельных видов сельскохозяйственной продукции, сырья, продовольствия и их рынков.

Создание кооперативов на рынке мяса и молока находится под влиянием таких факторов, как скоропортящийся характер продукции, высокая доля поголовья и производства продукции в личных подсобных и крестьянских хозяйствах, низкая концентрация поголовья, высокая зависимость от кормовой базы.

На рынке картофеля и плодоовощной продукции системы сбыта строятся под влиянием таких факторов, как локальное производство отдельных ее видов по территории страны (теплолюбивых овощей и фруктов, ранней продукции), основных объемов – в хозяйствах населения при наличии специализированных крупных коллективных предприятий и тепличного хозяйства в пригородной зоне, скоропортящийся объемный характер продукции, сезонность и стабильное по времени

потребление, наличие альтернативных видов продукции – сушеных, замороженных, консервированных, в том числе соков. Эти факторы определяют необходимость организации срочного сбыта отдельных ее видов.

При организации сельскохозяйственной кооперации будут максимально задействованы уже имеющиеся производственные мощности по переработке продукции. На территории районов, где нет перерабатывающих предприятий, при строительстве новых мощностей будут учитываться особенности перерабатываемой сельскохозяйственной продукции: транспортные затраты на единицу массы, капиталоемкость, возможные объемы и сезонность поступления сырья.

Одним из главных препятствий на пути создания сельскохозяйственных кооперативов является недостаток у потенциальных членов кооператива стартового капитала для покупки техники и оборудования при низком уровне доступности кредитных ресурсов коммерческих банков и отсутствие значимой государственной поддержки. Поэтому одной из основных задач рекомендуемого механизма повышения эффективности развития сельскохозяйственной кооперации в РК является формирование адекватной рынку многоканальной системы финансовой поддержки кооперативных структур за счет государственных средств, внебюджетных фондов, юридических и физических лиц, средств донорских отечественных и зарубежных организаций.

С учетом наличия специфических особенностей каждого региона будут разработаны региональные программы развития сельскохозяйственной кооперации, которые будут включать разъяснительную работу, финансовую, организационную, пропагандистскую, консультационную, информационную помощь созданным кооперативам. При их разработке будет учтен комплекс взаимосвязанных задач, адресных мероприятий социального, экономического, организационного, производственного характера с указанием используемых ресурсов, источников их получения, достигаемых результатов и механизм распространения и развития сельскохозяйственной кооперации.

Региональные программы будут направлены на распространение положительного опыта, облегчение доступа кооперативов к рынкам сбыта, снабжению материально-техническими ресурсами, агросервисным услугам.

Со стороны местных исполнительных органов будет оказано содействие в обеспечении необходимой инфраструктуры для СХК (земельные участки, в т.ч. для заготовки кормов, торговые места на рынках, убойные пункты, необходимые коммуникации).

Кроме того, будет оказана помощь в виде заключения договоров поставки с перерабатывающими предприятиями, составления бизнес планов и обеспечение сбора документов на получение кредита.

Также будет оказана поддержка со стороны ветеринарных служб по обеспечению безопасной эпизоотической ситуации в кооперативах.

В рамках государственной поддержки кооперативов по заготовке и первичной переработке сельскохозяйственной продукции, оказанию сервисных и кредитных услуг будут оказаны меры поддержки финансового и нефинансового характера.

Финансовые меры поддержки – лизинг сельскохозяйственной техники и оборудования, инвестиционное субсидирование затрат по приобретению сельскохозяйственной техники и оборудования, субсидирование ставок вознаграждения при

кредитовании субъектов АПК, лизинге сельскохозяйственной техники и животных, технологического оборудования, субсидирование затрат ревизионных союзов сельскохозяйственных кооперативов на проведение внутреннего аудита кооперативов, а также упрощение процедур предоставления кредитов и лизинга по условиям дочерних компаний АО «НУХ «КазАгро» с погашением первоначального платежа (софинансирования) по кредиту за счет инвестиционных субсидий и предоставления кредитов для последующего кредитования своих членов.

Нефинансовые меры поддержки – разработка учебно-методических материалов для сельскохозяйственных учебных заведений для подготовки руководителей и специалистов кооперативов и центров повышения их квалификации, введение в сельскохозяйственных вузах и колледжах в качестве обязательной дисциплины курса по экономике и организации сельскохозяйственной кооперации, а также включение владельцев личных подсобных и крестьянских хозяйств в программу информационного обеспечения субъектов АПК на безвозмездной основе в качестве слушателей курсов и семинаров по повышению квалификации и повышение квалификации руководителей и специалистов агроформирований, центральных и местных исполнительных органов по вопросам сельскохозяйственной кооперации через систему повышения квалификации при сельскохозяйственных учебных заведениях, университетах общего назначения и центрах распространения знаний.

Программа «Бирлик» предусматривает создание и развитие пунктов по приему молока. В рамках программы предлагается приобретать оборудование для молокоприемных пунктов, молоковозы, также можно получить средства на пополнение оборотного капитала. Сумма займа составляет до 10 млн. тенге на один молокоприемный пункт. Также предусмотрены средства до 20 млн на один молоковоз, в зависимости от мощности молокоприемного пункта и молоковоза. Ставка вознаграждения составляет 6%, срок кредитования не более 78 (семьдесят восемь) месяцев, льготный период – не более 24 (двадцать четыре) месяцев на приобретение техники или/и оборудования и не более 6 (шести) месяцев на пополнение оборотного капитала.

Программа кредитования «Бірлік»

Целевая группа	Юридические лица, КХ, ФХ, ИП
Цель программы	Создание и развитие пунктов приема молока
Целевое назначение займа	- приобретение техники или/и оборудования для пунктов приема молока, подлежащих субсидированию согласно Правил субсидирования по возмещению части расходов, понесенных субъектом агропромышленного комплекса при инвестиционных вложениях; - пополнение оборотного капитала в общем размере не более 30% от суммы займа
Сумма	до 10 000 000 (десять миллионов) тенге
Срок кредитной линии/кредита	- не более 78 (семьдесят восемь) месяцев; - на пополнение оборотного капитала – не более 24 (двадцати четырех) месяцев
Ставка вознаграждения	6,0% годовых, годовая эффективная ставка вознаграждения не более 6,7% годовых

Льготный период по погашению ОД	- не более 24 (двадцать четыре) месяцев на приобретение техники или/и оборудования; - не более 6 (шести) месяцев на пополнение оборотного капитала
Льготный период по погашению вознаграждения	- не более 12 (двенадцать) месяцев на приобретение техники или/и оборудования; - не более 6 (шести) месяцев на пополнение оборотного капитала
Периодичность погашения ОД	ежемесячно/ежеквартально/1 (один) раз в полгода, с возможностью частичного/полного досрочного погашения
Периодичность погашения вознаграждения	ежемесячно/ежеквартально/1 (один) раз в полгода, с возможностью погашения начисленного вознаграждения в течение срока кредитования за фактически использованный период
Метод погашения	Аннуитетный (с погашением равными платежами)/ дифференцированный (с погашением основного долга равными долями)/ предоставление гибкого графика
Обеспечение	согласно Залоговой политике Общества

Программа «Ынтымақ» направлена создание и развитие сервисно-заготовительных и перерабатывающих организаций. Предусматривается приобретение техники и/или оборудования для сервисно-заготовительных и перерабатывающих организаций, а также пополнение оборотного капитала. Срок кредитования – не более 78 (семьдесят восемь) месяцев, процентная ставка 6%, сумма займа до 10 млн тенге. Приоритет по мерам поддержки отдается сельхозкооперативам.

Выгодно от кооперации личных подсобных хозяйств в кооперативы в первую очередь самим сельчанам, перерабатывающим предприятиям и конечным потребителям продукции. Центры занятости формируют на местах определенный список лиц, которые претендуют на получение микрокредитов. С этим списком обращаются в Фонд финансовой поддержки, проходят предварительную проверку, те кто прошли предварительную проверку – заключают социальный контракт с Центрами занятости, где они обязуются – сколько рабочих мест открывают, обязуются зарегистрироваться дальше в качестве индивидуального предпринимателя. После этого они проходят обучение и со всеми документами уже обращаются в Фонд финансовой поддержки.

Программа кредитования «Ынтымақ»

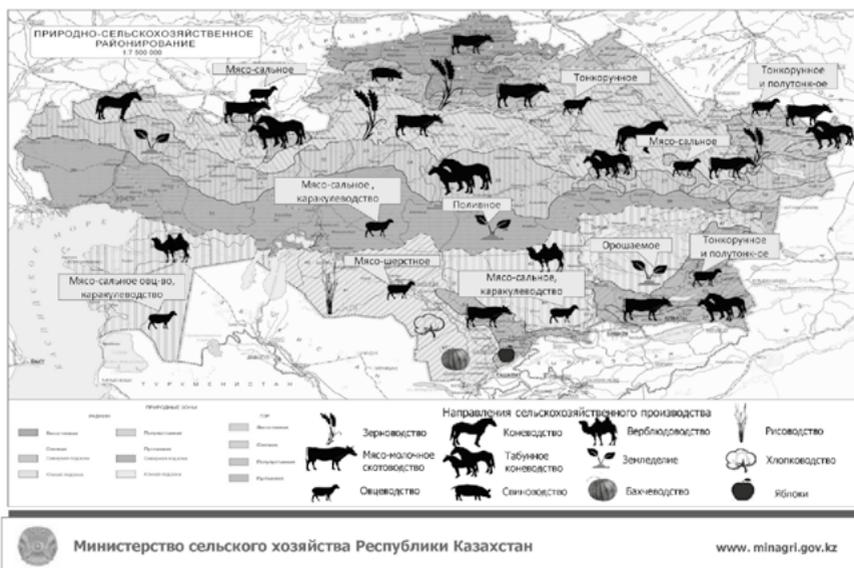
Параметры условий кредитования	Условия кредитования
Целевая группа	СПК
Цель программы	Создание и развитие сервисно-заготовительных и перерабатывающих организаций
Целевое назначение	- приобретение техники и/или оборудования для сервисно-заготовительных и перерабатывающих организаций; - пополнение оборотного капитала
Сумма	до 10 000 000 (десять миллионов) тенге

Срок кредитной линии/кредита	- не более 78 (семьдесят восемь) месяцев; - не более 60 (шестьдесят) месяцев на пополнение оборотного капитала
Ставка вознаграждения	6,0% годовых, годовая эффективная ставка вознаграждения не более 6,7% годовых
Льготный период по погашению ОД и вознаграждения	- не более 9 (девять) месяцев на приобретение техники и/или оборудования; - не более 6 (шесть) месяцев на пополнение оборотного капитала
Периодичность погашения ОД	ежемесячно/ежеквартально/1 (один) раз в полгода, с возможностью частичного/полного досрочного погашения
Периодичность погашения вознаграждения	ежемесячно/ежеквартально/1 (один) раз в полгода, с возможностью погашения начисленного вознаграждения в течение срока кредитования за фактически использованный период
Метод погашения	Аннуитетный (с погашением равными платежами)/ дифференцированный (с погашением основного долга равными долями)/предоставление гибкого графика
Обеспечение	Согласно Залоговой политике Общества.

6.3. АГРОКОМПЕТЕНЦИИ В РАСТЕНИЕВОДСТВЕ

6.3.1. Экономика хозяйства и природно-климатические условия региона

Схема специализации регионов (по материалам МСХ)



Акмолинская область

 Солнечное сияние,
Часов в год

2200

 Среднегодовой уровень
осадков, мм

250-400


Средняя температура, °С

-16.1 +19.7
 Январь Июль

 Период снежного
покрова, дней

158

 Период посадки,
произрастания и
сборов урожая, дней

136
Специализация

Растениеводство: Пшеница, ячмень, овес, рожь, гречиха, бобовые, подсолнечник, лен, рапс и сафлор

Животноводство: КРС мясного и молочного направлений, коневодство, мясо-сальное овцеводство

Благоприятные природно-климатические условия и наличие земельных ресурсов в Акмолинской области (23% всей посевной площади в Казахстане приходится на регион) предоставляют возможности для широкого развития аграрного сектора. В растениеводстве – зерновые остаются доминирующей выращиваемой культурой. Вместе с тем, увеличение площадей под кормовые позволит нарастить долю животноводства в сельском хозяйстве

Актюбинская область

 Солнечное сияние,
Часов в год

2316

 Среднегодовой уровень
осадков, мм

135-500


Средняя температура, °С

-14,4 +22,5
 Январь Июль

 Период снежного
покрова, дней

138

 Период посадки,
произрастания и
сборов урожая, дней

164
Специализация

Растениеводство: Пшеница, ячмень, овес, рожь, бобовые, подсолнечник, сафлор, кормовые культуры, картофель, овощи, бахчевые

Животноводство: КРС мясного и молочного направлений, коневодство, мясо-сальное овцеводство

В сельском хозяйстве Актюбинская область специализируется в животноводстве, в частности в мясо-молочном направлении. Растениеводство ограничено природно-климатическими условиями: большая часть земель отнесены под пастбища и сенокосы – из 12 районов зерносеющими являются только 4 района

Алматинская область



Солнечное сияние,
Часов в год

2000



Среднегодовой уровень
осадков, мм

110-1000



Средняя температура, °С

-9,6 +23,3
Январь Июль



Период снежного
покрова, дней

49



Период посадки,
произрастания и
сборов урожая, дней

172

Специализация

Растениеводство: Пшеница, ячмень, овес, рожь, кукуруза на зерно, бобовые, соя, подсолнечник, сафлор, сахарная свекла, кормовые, картофель, овощи, бахчевые, яблоки, виноград

Животноводство: КРС мясного и молочного направлений, коневодство, мясо-сальное овцеводство, тонкорунное и полутонкорунное овцеводство

Аграрный сектор в регионе отличается высокими темпами развития (1-ое место – по продукции животноводства и 2-ое место – по валовому выпуску продукции растениеводства и в РК). Имеют перспективы следующие направления в сельском хозяйстве: в растениеводстве – сезонные культуры, масличные культуры, картофель, овощи, сахарная свекла, кормовые культуры, цветоводство, виноград, семечковые и косточковые плоды; в животноводстве – КРС (как молочный, так и мясной), лошади, овцы и козы, птицеводство; рыбное хозяйство – в целом

Атырауская область



Солнечное сияние,
Часов в год

2560



Среднегодовой уровень
осадков, мм

50-300



Средняя температура, °С

-8,3 +26,1
Январь Июль



Период снежного
покрова, дней

90



Период посадки,
произрастания и
сборов урожая, дней

181

Специализация

Растениеводство: кормовые культуры, картофель, овощи, бахчевые

Животноводство: КРС мясного направления, коневодство, мясо-сальное овцеводство, каракулеводство

В регионе малая доля сельскохозяйственных угодий, ориентированных на ведение животноводства – менее 19% от общей площади территории региона. Регион характеризуется дефицитом водных ресурсов, пустынным и полупустынным типом почв, резко континентальным и засушливым климатом. Природно-климатические условия, не позволяющие выращивать кормовые культуры на богаре, негативно отражаются и на развитии молочного животноводства

Восточно-Казахстанская область


				
Солнечное сияние, Часов в год	Среднегодовой уровень осадков, мм	Средняя температура, °С	Период снежного покрова, дней	Период посадки, прорастания и сборов урожая, дней
2600	120-1500	-15,4 Январь	+20,9 Июль	147
				158

Специализация

Растениеводство: пшеница, ячмень, рожь, гречиха, бобовые, рапс, подсолнечник, лен, сафлор, кормовые культуры, картофель, овощи, бахчевые

Животноводство: КРС мясного и молочного направления, коневодство, мясо-сальное овцеводство, тонкорунное и полутонкорунное овцеводство

Более 60% валовой продукции сельского хозяйства в области производится в отрасли животноводства, остальная доля приходится на растениеводство. Молочно-мясное и мясо-шёрстное животноводство формируют основу сельского хозяйства. Растениеводство, из-за природно-климатических факторов, направлено на возделывание неполивного масличного (подсолнечник) и зернового земледелия, а также выращивание кормовых культур. В горной и лесостепной зонах области преобладает пчеловодство и мараловодство

Жамбылская область


				
Солнечное сияние, Часов в год	Среднегодовой уровень осадков, мм	Средняя температура, °С	Период снежного покрова, дней	Период посадки, прорастания и сборов урожая, дней
2500	150-500	-4,6 Январь	+25 Июль	33
				177

Специализация

Растениеводство: пшеница, ячмень, кукуруза на зерно, подсолнечник, сафлор, сахарная свекла, кормовые культуры, картофель, овощи, бахчевые, яблоки, виноград

Животноводство: КРС мясного и молочного направления, коневодство, мясо-сальное овцеводство, тонкорунное и полутонкорунное овцеводство

Регион имеет потенциал для крупных поставок различных видов сельскохозяйственной продукции с повышением уровня и глубины ее переработки. Благоприятные природно-климатические условия области способствуют дальнейшему развитию сельскохозяйственного производства.

Западно-Казахстанская область

Солнечное сияние,
Часов в год

3100



Среднегодовой уровень
осадков, мм

200-350



Средняя температура, °С

-12,8 +22,6
Январь Июль



Период снежного
покрова, дней

108



Период посадки,
произрастания и
сборов урожая, дней

169

Специализация

Растениеводство: пшеница, ячмень, гречиха, бобовые, подсолнечник, сафлор, кормовые культуры, картофель, овощи, бахчевые

Животноводство: КРС мясного и молочного направления, коневодство, мясное овецводство, тонкорунное и полутонкорунное овецводство

Сельское хозяйство является незначительным сектором по вкладу в ВРП – 3%; вместе с тем, обеспечивает более 20% занятости в области. Аграрный сектор с концентрацией на животноводство (разведение КРС, овец и коз) остается ключевым направлением для всей области. Благоприятные природно-климатические условия и наличие земельных ресурсов в регионе дают возможности для развития сельского хозяйства в регионе

Карагандинская область

Солнечное сияние,
Часов в год

2600



Среднегодовой уровень
осадков, мм

113-520



Средняя температура, °С

-15 +20,5
Январь Июль



Период снежного
покрова, дней

162



Период посадки,
произрастания и
сборов урожая, дней

155

Специализация

Растениеводство: пшеница, ячмень, овес, рожь, гречиха, бобовые, подсолнечник, сафлор, кормовые культуры, картофель, овощи,

Животноводство: КРС мясного и молочного направления, коневодство, мясное овецводство

В сельском хозяйстве преобладает животноводство, на которое приходится 61,3% всей произведенной продукции в отрасли. Животноводство представлено мясным и молочным скотоводством, промышленным свиноводством и птицеводством. Область находится на 4 месте в республике по численности поголовья КРС, по численности овец и коз, птиц и свиней – на 5 месте, лошадей – на 3 месте. В растениеводстве преобладает возделывание зерновых, зернобобовых и кормовых культур, которые занимают 95,2% всех посевных площадей

Костанайская область

 Солнечное сияние,
Часов в год

2375

 Среднегодовой уровень
осадков, мм

160-400


Средняя температура, °С

-16,2 **+21,3**
 Январь Июль

 Период снежного
покрова, дней

163

 Период посадки,
произрастания и
сборов урожая, дней

157
Специализация

Растениеводство: пшеница, ячмень, овес, рожь, гречиха, бобовые, рапс, подсолнечник, лен, сафлор, кормовые культуры, картофель, овощи, бахчевые

Животноводство: КРС мясного и молочного направления, коневодство, мясо-сальное овцеводство

Аграрный сектор с концентрацией на растениеводство является одной из ключевых отраслей для экономики всего региона. Благоприятные природно-климатические условия и наличие плодородных земельных ресурсов способствовали выращиванию зерновых и масличных культур. Посевные площади Костанайской области – это 23,94% от совокупной доли посевных площадей республики

Кызылординская область

 Солнечное сияние,
Часов в год

3800

 Среднегодовой уровень
осадков, мм

100-250


Средняя температура, °С

-8 **+27,7**
 Январь Июль

 Период снежного
покрова, дней

31

 Период посадки,
произрастания и
сборов урожая, дней

188
Специализация

Растениеводство: Ячмень, кукуруза на зерно, рис, сафлор, кормовые культуры, овощи, бахчевые

Животноводство: КРС мясного направления, коневодство, мясо-сальное овцеводство, каракулеводство

Аграрный сектор в области представлен по большей части растениеводством. Доминирующим видом деятельности является выращивание риса. 90% производимого риса в стране выращивается в Кызылординской области. Наличие благоприятных факторов для развития сельского хозяйства позволяет наращивать объемы производства в области, тем самым освобождая регион от сырьевой зависимости

Мангыстауская область

Солнечное сияние,
Часов в год

3000



Среднегодовой уровень
осадков, мм

61-111



Средняя температура, °С

-1,2 +26,2
Январь Июль



Период снежного
покрова, дней

1



Период посадки,
произрастания и
сборов урожая, дней

189

Специализация

Растениеводство: овощи, бахчевые

Животноводство: коневодство, мясо-сальное овцеводство, каракулеводство

Сухой климат региона сдерживает развитие растениеводства, в сельском хозяйстве более развито животноводство. В растениеводстве преобладает тепличное овощеводство. Животноводство специализируется на овцеводстве и коневодстве, более 50% пастбищ региона находятся в Каракиянском районе. В животноводстве наиболее развиты такие направления, как разведение овец и коз, лошадей, верблюдов

Павлодарская область

Солнечное сияние,
Часов в год

2600



Среднегодовой уровень
осадков, мм

250-300



Средняя температура, °С

-17,1 +21,1
Январь Июль



Период снежного
покрова, дней

152

Период посадки,
произрастания и
сборов урожая, дней

143

Специализация

Растениеводство: пшеница, ячмень, овес, рожь, гречиха, бобовые, рапс, подсолнечник, лен, кормовые культуры, картофель, овощи, бахчевые

Животноводство: КРС мясного и молочного направления, коневодство, мясо-сальное овцеводство, тонкорунное овцеводство

Сельское хозяйство области создаёт лишь 4% ВРП, однако, здесь работает каждый пятый занятый житель региона. Наличие земельных и водных ресурсов позволяет вести полноценное сельское хозяйство. В аграрном секторе области преобладает животноводство, более 60% которого составляет мясо-молочное направление КРС. Растениеводство ориентировано на удовлетворение потребностей местного населения и нацелено на выращивание картофеля, овощей и кормовых культур

Северо-Казахстанская область


Солнечное сияние,
Часов в год

2200



Среднегодовой уровень
осадков, мм

300-400



Средняя температура, °С

-17,8 **+19,4**
Январь Июль



Период снежного
покрова, дней

150



Период посадки,
произрастания и
сборов урожая, дней

138

Специализация

Растениеводство: пшеница, ячмень, овес, рожь, гречиха, бобовые, рапс, подсолнечник, лен, кормовые культуры, картофель, овощи

Животноводство: КРС мясного и молочного направления, коневодство, мясо-сальное овцеводство, полутонкорунное овцеводство

В структуре сельского хозяйства растениеводство остается ключевым направлением – 69% от отрасли. Благоприятные природно-климатические условия и наличие плодородных земельных ресурсов способствовали выращиванию зерновых и масличных культур. Ежегодно на регион приходится свыше 25% производства зерна от общего республиканского объема. Экономическое развитие области возможно на базе перехода к интенсивному индустриальному производству как в растениеводстве, так и в животноводстве

Туркестанская область


Солнечное сияние,
Часов в год

4200



Среднегодовой уровень
осадков, мм

150-500



Средняя температура, °С

-2 **+26,5**
Январь Июль



Период снежного
покрова, дней

52



Период посадки,
произрастания и
сборов урожая, дней

199

Специализация

Растениеводство: пшеница, ячмень, кукуруза на зерно, бобовые, подсолнечник, хлопчатник, кормовые культуры, картофель, овощи, бахчевые, яблоки, виноград

Животноводство: КРС мясного и молочного направления, коневодство, мясо-сальное овцеводство, каракулеводство, тонкорунное овцеводство

Специфика природно-климатических условий области позволяет выращивать хлопок, плодовоовощные и бахчевые культуры. Главными направлениями в животноводстве являются овцеводство и каракулеводство. При этом, агроклимат области способствует эффективному производству мясной и молочной продукции скотоводства.

6.3.2. Виды и рекомендации выбора семян, рассадных материалов

Полезные растения имеют значительные различия по производительной способности, возможностям применения и требованиям к возделыванию. С экономической точки зрения, выращивание таких растений должно осуществляться в соответствии с их характеристиками и требуемыми условиями.

Колосовые (зерновые). Возделывание пшеницы, ржи, ячменя, овса и кукурузы занимает более 70% площади пахотных земель. Хотя непосредственное использование зерновых для питания людей снижается (примерно на 1/3 хлебобулочные изделия, на 2/3 в качестве корма), они представляют основу питания.

Зерновые принадлежат к однолетним и многолетним злакам. Пшеница предъявляет более высокие требования к почве и климату чем ячмень, рожь и овес.

Кукуруза отличается от четырех других видов зерновых более высокими урожаями (кукуруза: до 120 ц зерен/га. Пшеница: 60-110 ц/га), более высокими потребностями тепла (мин. температура прорастания 8-10°C), повышенным требованием к продолжительности солнечного излучения (родина Мексика) и удобрению, а также относительно низкими потребностями в воде (кукуруза: 368 г воды на 1 г сухой массы, пшеница – 435, рожь – 685). Она используется в качестве зеленого корма или кукурузы на зерно. Силосная кукуруза в качестве корма КРС вытеснила из севооборотов клевер и люцерну. Кукуруза – это однодомное растение, с разнополым соцветием и преобладающим перекрестным опылением.

К листовым культурам относятся все остальные сельскохозяйственные растения. Повторное возделывание одной и той же или близкородственной культуры угрожает здоровью растений. Смена возделываемых культур (севооборот) снижает эту угрозу. Лиственные культуры стимулируют физическое созревание почвы, но разрушают гумус. Колосовые препятствуют созреванию почвы, однако, увеличивают в ней содержание гумуса.

Клубнеплоды и корнеплоды: картофель, свеклу или морковь, называют пропашными культурами. Они предпочитают глубоко разрыхленную почву с хорошей аэрацией и быстрым прогреванием. В то время как для сахарной свеклы желателен более мягкий климат и лучшие почвы, картофель и кормовая свекла развиваются в более суровых условиях и на более легких почвах.

Наряду с **полевым кормопроизводством** возрастает значимость возделывания технических растений. **Бобовые** отличаются высоким содержанием белка и витаминов и благоприятным действием в качестве предшественника. К почве и климату они предъявляют более низкие требования чем зерновые культуры. **Клеверные растения** (например, клевер луговой (красный), ползучий белый, александрийский клевер и люцерна) благодаря очень разветвленной корневой системе с наличием клубеньковых растений связывающих азот, существенно способствуют сохранению и поддержке почвенного плодородия.

Примеры кормовых и технических растений

Кормовые культуры	Технические культуры (примеры)
Клеверные (луговой, ползучий, пунцовый, александрийский и персидский, люцерна), Зернобобовые (сеяные бобовые, горох, чечевица, люпин, соевые бобы) Крестоцветные (рапс, горчица, турнепс) Однолетние и многолетние травы и клеверо-злаковые травосмеси	Масличные (рапс, репа, горчица, подсолнечник) Прядильные (лен, конопля) Специальные (виноград, хмель, табак) Семеноводство (трава, клевер) Овощи (капуста, морковь, лук, редька, хрен, порей, огурец и др.)

Температура прорастания некоторых культурных растений

Вид растения	Миним °С	Оптим °С	Вид растения	Миним °С	Оптим °С
Рожь	1-2	25-30	Ячмень	2-4	20-25
Бобовые	2-3	20-25	Овес	3-5	25-30
Рапс	2-3	20-30	Корнеплоды	6-8	20-25
Клевер луг.	2-3	31-37	Кукуруза	8-10	32-35
Пшеница	2-4	15-30	Огурцы	16-19	31-37

**6.3.3. Уход за посевами и технология выращивания с/х культур.
Фитосанитарные нормы. Борьба с вредителями**

Как известно, для производства продуктов питания нужны самые разные сельскохозяйственные культуры. Одной из значимых являются масличные.

В Казахстане наблюдается довольно четкая региональная специализация по выращиванию семян масличных культур, что обеспечивает получение стабильных урожаев и закрепление навыков их выращивания. Основная часть масличных выращивается на севере Казахстана. Подсолнечник и рапс выращиваются на северо-востоке, лен – на севере и западе Казахстана, а соя – на юге.

Преимущества выращивания семян масличных культур:

- Сохраняется высокий спрос на семена масличных культур для продовольственного использования;
- Природные условия Казахстана позволяют выращивать различные виды масличных культур, пользующихся спросом на рынке – рапс, сою, подсолнечник, лен-кудряш и другие, которые не являются антагонистами для основной культуры – зерна;
- Масличные культуры, кроме подсолнечника, являются хорошими предшественниками для зерновых;
- Сохраняются высокие цены на сырье для производства растительного масла, что поддерживает высокий уровень доходности выращивания семян масличных, давая позитивные сигналы для инвесторов;
- Материковое расположение Казахстана дает определенные конкурентные преимущества местным производителям по сравнению с внешними поставщиками, особенно по таким малотранспортабельным семенам масличных, как лен-кудряш, рапс и др.

Среди всех видов растительных масел предпочтение отдается подсолнечному, которое чаще всего приобретают 95,4% потребителей. Оливковое и соевое масло пользуется меньшей популярностью у казахстанцев. Доля потребителей, предпочитающих эти виды масел, очень мала и колеблется от 1% до 5%.

Защита растений. Квалифицированная, современная защита растений на основе профессионального опыта гарантирует доходы, и качество, облегчает условия и экономит затраты труда.

Прямые методы защиты растений:

1. Механические методы
2. Биологические методы
3. Химические методы

К **механическим методам** относятся все мероприятия, которые не допускают возбудителей болезней и сорняков к культурным растениям и напрямую борются с ними:

- Вырывание пораженных растений в начале появления поражения;
- Прополка, обработка сетчатой бороной, окучивание при борьбе с сорняками;
- Культивация и боронование почвы против корневых сорняков и трав, например, пырея;
- Глубокое запахивание пораженных растительных остатков, например, при поражении огневкой кукурузной;
- Установка ловушек, например, против полевков.

Биологические методы в целях защиты растений целенаправленно используют природные процессы:

- **Применение специально выращенных насекомых**, которые борются с возбудителями болезней в стеблестое как хищники или паразиты, например, трихограммы против огневки кукурузной.

- **Распространение вирусов, бактерий и грибов** в водной среде, которые вызывают поражение только возбудителей болезней;

- **Освобождение больших масс стерилизованных мужских особей насекомых-вредителей** (техника стерилизации), которые не могут произвести потомства и, таким образом способствуют прекращению популяции вредителей. Этот процесс хорошо подходит для тепличных хозяйств.

- **Биотехнические мероприятия** основаны на действии привлекающих веществ (феромонов), отпугивающих веществ (репелленты) и веществ, сдерживающих популяцию вредителей. Биологические методы не приводят к успеху, если посеги обрабатывают одновременно химическими средствами против иных вредителей и болезней.

Химические методы. Перед применением химических средств защиты нужно всегда оценивать преимущества и риски. Поэтому интегрированная защита растений как комбинация всех земледельческо-растениеводческих мероприятий ограничивает использование химических методов до минимума.

Требования овощных культур к условиям внешней среды

ТЕПЛО

Требовательность овощных растений к теплу изменяется по периодам их жизненного цикла. Семена холодостойких культур (капуста, корнеплоды, лук, зеленые)

могут прорасти при температуре ниже 10°C, однако при этом надолго задерживается появление всходов. Оптимальная температура для их прорастания 18-25°C.

Семена теплолюбивых растений (семейства тыквенные и пасленовые) начинают прорасти при 13-14°C, но оптимальной для них является температура 25-30°C.

Устойчивость теплолюбивых растений, например томата, к пониженным температурам можно несколько повысить воздействием на набухшие семена пониженной температурой (менее 0°C) в течении 2-3 суток или переменными температурами в течении 10-15 суток (днем 18-20°C, ночью до -5°C), а также закалкой рассады. Благодаря этому повышается устойчивость молодых растений к весенним заморозкам, поскольку становится возможной более ранняя высадка рассады. Переменные температуры (ночные ниже дневных на 3-7°C) способствуют усилению роста растений.

Для того что бы предотвратить вытягивание всходов, после прорастания семян температуру воздуха резко (с 18-25°C до 8-12°C) снижают. При высокой температуре, особенно ночью, растения сильно вытягиваются и ослабевают. В дальнейшем они медленно развиваются и дают низкие урожаи. Снижение температуры после появления всходов способствует более сильному росту корней по сравнению с надземной частью. После того как у растений сформируется корневая система и несколько настоящих листьев, температуру можно повысить. Для теплолюбивых растений, например огурца, ночная температура ниже 18-20°C приводит к снижению урожайности. Это объясняется тем, что плоды у него растут главным образом в ночные часы. В это время происходит усиленный приток органических веществ из листьев к завязям. Если одновременно со снижением температуры уменьшается влажность воздуха, растения поражаются мучнистой росой.

СВЕТ

Отношение растений к свету особенно важно учитывать при выращивании рассады и овощных культур в защищенном грунте, а также при выборе места и схемы посева или посадки овощных растений.

Наиболее требовательны к свету тыквенные, пасленовые и бобовые, менее требовательны – капустные, корнеплодные, луковые и зеленые овощные культуры.

Важно максимально использовать солнечную энергию при выращивании ранних овощных культур в защищенном грунте. С этой целью парники и каркасы необходимо размещать на южном склоне участка, следить за чистотой стекла и полимерных укрытий.

При выращивании растений в защищенном грунте самый ответственный момент – появление всходов. В это время запасные питательные элементы семени уже израсходованы, поэтому при затенении всходов, в том числе вследствие чрезмерной густоты размещения растений, корневая система развивается слабо.

ВЛАГА

Наиболее требовательны к условиям водного режима почвы рассада, зеленые овощные культуры, капустные растения, в первую очередь цветная капуста, в меньшей степени – томат. Но потребность овощных растений в воде неодинакова в разные фазы роста. Особенно важно поддерживать оптимальную влажность почвы при прорастании семян.

Растения семейства капустные больше всего влаги потребляют при образовании продуктивных органов (кочаны, корнеплоды), плодовые – во время плодоношения, луковые – в период усиленного нарастания листьев. Скороспелые сорта нуждаются в большем количестве влаги, чем позднеспелые.

Способность растений использовать почвенную влагу в значительной мере зависит от физических свойств почвы и степени развития активной корневой системы. В орошаемом овощеводстве необходим некоторый перерыв между посадкой (при условии обязательного полива при высадке рассадных растений в борозды, лунки) и первым вегетационным поливом, что способствует развитию более мощной корневой системы растений. Для теплолюбивых культур имеет значение и температура поливной воды. В защищенном грунте, например, она должна составлять 25 градусов.

Чем лучше питается растение, тем меньше оно расходует воды, поэтому на хорошо удобренных участках растения требуют меньше поливов. При определении нормы и сроков поливов учитывают биологические особенности корневой системы и возраст растений.

Для капусты и огурца большое значение имеет оптимальная влажность не только почвы, но и воздуха, в связи с чем в открытом грунте полив этих культур проводят дождеванием. В теплицах относительную влажность воздуха для огурца поддерживают в пределах 90-95%.

ПОЧВЕННОЕ ПИТАНИЕ

Овощные культуры богаты углеводами и отличаются повышенной требовательностью к калию. Однако они нуждаются в первую очередь в азотных удобрениях, поскольку почва, особенно суглинистая, лучше обеспечена калием, чем азотом. Скороспелые сорта более требовательны к азоту, чем позднеспелые. Культуры, отличающиеся малым выносом питательных элементов, обычно больше других требовательны к условиям почвенного плодородия.

Потребление питательных элементов возрастает по мере роста и развития растений, однако их вынос на единицу массы у молодых растений в 2-3 раза больше, чем у взрослых. Раннее плодоношение огурца и томата в значительной степени зависит от обеспеченности растений фосфором к моменту появления всходов. Капустные и зеленые растения в начале вегетации более отзывчивы на азотные, а в период формирования кочана – на фосфорно-калийные удобрения. Плодовые овощные растения для обеспечения интенсивного роста, особенно корневой системы, с начала прорастания семян требуют усиленного фосфорного, а с образованием завязей – азотно-калийного питания.

Недостаток того или иного питательного элемента, как правило, отражается на внешнем виде растений. При недостатке азота листья становятся бледно-зелеными, а затем желтеют. При этом рост растений сильно задерживается. В случае нехватки фосфора листья приобретают фиолетово-красный оттенок. У томата такая окраска появляется на нижней поверхности листьев. При недостатке калия края листьев буреют, как от ожога, на листьях появляется бурая пятнистость. Сильный недостаток калия вызывает вялость и свисание листьев. У томата нижние листья желтеют между жилками и на плодах появляются зеленовато-желтые пятна. При магниевом голодании растений ткани листьев между жилками окрашиваются в желтый, красный или фиолетовый цвет, при этом жилки листа остаются зелеными.

У томата между ними появляются коричневые и бурые пятна. У огурца края листьев белеют.

Воздушное питание растений

Осуществляется листьями, усваивающими углекислоту, содержание которой в воздухе составляет 0,03%. Одним из главных источников углекислого газа является почва, где он образуется в результате жизнедеятельности микроорганизмов, разлагающих органические вещества. Поэтому приземный слой воздуха непрерывно обогащается углекислотой. Однако в дневные часы процесс фотосинтеза идет столь интенсивно, что потребность в ней растений полностью не обеспечивается.

При дополнительном питании растений углекислотой улучшается их рост и развитие, возрастает количество листьев, они становятся крупнее, ускоряется плодоношение, повышается урожай. Мощным источником обогащения почвы и приземного слоя воздуха углекислотой являются органические удобрения.

Выращивание овощных культур в теплице

Почва в теплице, называется субстратом. Субстрат отличается от грунта в естественных условиях составом и количеством питательных веществ. Условия выращивания в теплице отличаются от естественных, и если в этих условиях использовать обычный грунт, урожайность будет крайне низкой.

Толщина слоя почвы в теплице обычно составляет около 30...35 см, для рассады достаточно 5...10 см.

При длительном использовании одного и того же субстрата в теплице, в нем могут накапливаться болезнетворные микроорганизмы, поэтому его необходимо периодически менять на новый или проводить дезинфекцию существующего.

Наиболее простой способ дезинфекции – обеззараживание почвы солнечным теплом.

Для этого в самые солнечные дни лета (конец июля, начало августа), когда обычно в теплице ничего не растет, грунт хорошо рыхлят и поливают водой. Теплицу плотно закрывают на 5...6 дней. Солнце нагревает грунт в теплице до нужной температуры и обеззараживает его. Но следует учесть, что при любом обеззараживании гибнут не только вредоносные микроорганизмы, но и полезные.

Питательные субстраты в теплицах должны быть:

- высокоплодородными;
- воздухопроницаемы;
- с хорошей поглощательной и водоудерживающей способностью;
- без содержания вредителей и возбудителей болезней;
- без содержания токсических веществ.

Оптимальное содержание органического вещества в почве 20...30%, гумуса – более 12%, воздуха – 10...12%.

У многих культур достаточно большой срок созревания. Для получения более раннего урожая таких культур используется рассада

Выращивание рассады в теплице и парнике начинается еще до наступления благоприятных условий в открытом грунте. Для выращивания помидоров и огурцов в теплице используется только рассадный способ.

Рассаду можно выращивать как для личных целей так и для продажи. Большая часть огородников покупают рассаду. Поэтому такой рассадочный бизнес имеет большую коммерческую ценность в сельской местности.

Если вы планируете выращивать рассаду только для своих нужд, перед выращиванием нужно определиться с количеством. Ниже приведены нормы по количеству рассады на 10м² площади открытого грунта:

- ранней и цветной капусты – 50 шт.;
- среднеспелой капусты – 40 шт.;
- позднеспелой капусты – 20 шт.;
- баклажана – 40...50 шт.;
- перца – 60...70 шт.;
- кабачка и патиссона – 12 шт.;
- помидора высокорослых сортов – 20 шт.;
- помидора низкорослых сортов – 40...50 шт.

Так же необходимо взять небольшой запас в размере 10...15%.

Рассада – очень привередливая и ей необходим тщательный уход.

Календарь теплицы

В январе составляется план работ на год. Нужно продумать что и когда хотите выращивать.

Высеивается рассада помидоров.

Высаживается лук-репа, сельдерей, петрушка.

Поливают, подкармливают, формируют огурцы, высаженные в декабре.

В конце месяца сооружают первые парники.

Заготавливают удобрения.

В феврале

Проводят мероприятия по уходу за огурцами (поддержание влажности, проводят опыление цветков, обогащение воздуха углекислым газом, подкармливают растения).

Собирают первый урожай огурцов.

Проводят посев рассады томатов, огурцов, перца, баклажанов, капусты.

Проводят снегозадержание в огороде.

Проводят мероприятия по уходу за растениями, посаженными в январе.

Продолжают, начатые в январе работы по заготовке удобрений

Планируется размещение культур в открытом грунте.

В марте

Продолжают проводить мероприятия по уходу за огурцами (поддержание влажности, проводят опыление цветков, обогащение воздуха углекислым газом, подкармливают растения).

Собирают урожай огурцов.

Высаживают томаты на постоянное место в теплице.

С середины месяца высеивают редис, укроп, салатную капусту, лук на рассаду, лук на зелень.

Сеют огурцы на рассаду.

В конце месяца сеют поздние сорта капусты на рассаду.

Оборудуют парники, закладывают биотопливо в них.

Вывозят на огород органические удобрения.

В апреле

Производят подготовку к посадке семян морковки, петрушки, сельдерея.

Начинают яровизацию картофеля.

Продолжают проводить мероприятия по уходу за огурцами (поддержание влажности, проводят опыление цветков, обогащение воздуха углекислым газом, подкармливают растения).

Собирают урожаи огурцов.

Продолжают мероприятия по уходу за другими, растущими в теплице растениями.

Высаживают рассаду огурцов в теплицы для высадки в открытый грунт.

Проводят рыхление почвы в открытом грунте для сохранения влаги.

Вносят в открытый грунт удобрения.

Далее производится посев в открытом грунте таких культур как горох, бобы, фасоль, петрушка, редис, салат, лук, морковь.

В конце месяца высаживают рассаду ранней и цветной капусты.

В мае

Продолжают уход за огурцами и томатами (подкармливание, проветривание, подвязывание, прощипывание).

На всех свободных грядках выращивают лук, редис, салат.

Собирается урожай ранних зеленых культур.

Заканчивается высадка рассады огурцов в необогреваемых парниках.

Высаживается ранняя рассада томатов.

В открытом грунте на засеянных грядках разрыхляют корку земли, которая образовалась после дождей или полива.

Высаживается картофель, рассада капусты.

Сееется морковь, петрушку, свеклу, горох, бобы, лук.

Во второй половине месяца высаживают рассаду патиссонов, кабачков, тыквы.

Сееется огурцы в открытый грунт.

Поливают огород.

Закладывают компост.

В июне

В рассадных парниках, которые уже освободились от рассады, сажают рассаду перца, баклажанов, томатов.

У растущих томатов удаляют появившиеся пасынки.

Сеют на рассаду цветную капусту, томаты и огурцы для зимних теплиц.

Заканчивают высадку в открытый грунт рассады кабачков, тыквы, среднеспелой и поздней капусты, томатов, сладкого перца.

Прищипывают верхушки вьющейся фасоли для получения кустовой формы, устанавливают для нее опоры.

Прищипывают огурцы в открытом грунте.

Устанавливают подпорки для томатов.

Окучивают картофель.

Рыхлят почву на грядках, поливают, мульчируют.

Прореживают загущенные посевы.

Продолжают закладку компоста.

Проводят мероприятия по борьбе с вредителями.

В июле

Освобождают часть теплицы от огурцов и высаживают рассаду огурцов для выращивания семян.

Оставшиеся растения огурцов омолаживают.

Продолжают подкормку и полив огурцов.

Пасынкуют томаты.

В открытом грунте высевают щавель, ревень, лук-батун, шнитт-лук, салат.

Прищипывают верхушки вьющихся сортов фасоли.

В сухую погоду грядки поливают.

Регулярно пропалывают грядки.

В конце месяца собирают урожай раннего картофеля, белокочанной и цветной капусты, моркови, свеклы (прорывка), огурцов, кабачков, патиссонов, лука.

Подготавливают тару для консервирования овощей.

Продолжают закладывать компост.

Перелопачивают и увлажняют прошлогодний компост.

В августе

Из теплиц убирают от плодоносившие растения огурцов.

Продолжают уход за томатами. На лучших кустах оставляют по несколько плодов для заготовки семян.

Проводят подготовку теплиц к осенне-зимнему сезону.

Продолжают уход за огурцами в открытом грунте.

Начинают заготовку семян томатов.

Убирают лук, чеснок.

У тыквы на каждой плети оставляют не более 2...3 плодов.

Проводят подготовку погребов, подвалов, хранилищ – дезинфекция и проветривание.

Консервируют огурцы и помидоры для зимнего хранения.

Сушат пряную зелень.

В сентябре

Подготавливают субстраты для теплицы.

Продолжают уход за осенними огурцами, томатами, редисом.

Высевают семена петрушки на многократную срезку.

Не занятое пространство теплицы освобождают от растительных остатков и почвы.

Проводят ремонтные работы в теплице.

Обеззараживают теплицы, инвентарь...

В открытом грунте продолжают уход за поздними сортами капусты.

Собираю урожай корнеплодов, подсушивают и сортируют их перед закладкой на хранение.

Продолжают сбор урожая огурцов и помидоров.

Консервируют овощи на зимнее хранение и зелень.

В октябре

Готовят почвенные смеси для теплицы.

Продолжают выращивать огурцы и томаты осенне-зимнего оборота.

Заканчивают с уборкой культур в парниках.

Завершают уборочные работы в открытом грунте.

Выкапывают хрен.

Укладывают грядки пряных растений на зиму.

Грядки с петрушкой укрывают для доращивания или пересаживают в горшки.

Очищают от растительных остатков все освободившиеся грядки.

Моют и убирают опорные кольца и шесты.

Закладывают овощи на хранение.

Заквашивают капусту, солят и маринуют томаты.

Проводят подзимний посев моркови, петрушки, свеклы, укропа.

В ноябре

В защищенном грунте заканчивают осенне-зимнее выращивание томатов, огурцов и кочанного салата.

Очищают и дезинфицируют помещение теплицы.

Проводят первую срезку зелени петрушки.

В открытом грунте укрывают от морозов грядки с многолетними культурами.

Продолжают подзимний сев овощных культур.

Убирают в укрытие парниковые рамы, инвентарь, инструменты.

Начинают сбор местных (природных) удобрений.

В декабре

Готовят почвенные смеси для капусты, томатов, салата, баклажанов, перца, огурцов и других культур.

Проводят ремонт сооружений защищенного грунта.

Проверяют качество семян.

Проводят осмотр и сортировку овощей, заложенных на хранение. Удаляют портящиеся.

Проверяют состояние солений, квашений и маринадов.

Составляют план посадки овощных культур на следующий год.

Составляют перечень семян, которые нужно приобрести.

Закупают удобрения.

Чистят и ремонтируют садовый инвентарь и оборудование.

Микроклимат теплицы – это совокупность всех климатических показателей внутри теплицы: температуры, влажности, освещенности и т.д. Это своего рода **погода в теплице**.

Характеристика микроклимата теплицы:

- внутренняя температура воздуха выше, чем температура окружающей среды;
- грунт в теплице не промерзает;
- температура грунта значительно выше, чем температура грунта вне теплицы;
- уменьшается количество света, которое доходит до растений (во многом этот показатель зависит от выбранного покровного материала);
- у многих культур достаточно большой срок созревания;
- в теплицу попадает не весь спектр света;
- полностью убирается воздействие ветра на растения;
- уменьшается воздухообмен с окружающей средой (может быть недостаток CO₂);
- полная защита от дождя и необходимость внесения воды искусственно;
- затрудняется доступ к растениям насекомых, как вредных так и полезных;
- при попадании вредных насекомых в теплицу они могут очень интенсивно развиваться, так как условия в теплице благоприятные;
- влажность воздуха как правило выше, чем это необходимо для роста и развития растений;
- воздух теплицы содержит большее количество кислорода.

Выращивание рассады

Для получения более раннего урожая таких культур используется рассада.

Выращивание рассады в теплице и парнике начинается еще до наступления благоприятных условий в открытом грунте. Для выращивания помидоров и огурцов в теплице используется только рассадный способ.

Рассаду можно выращивать как для личных целей так и для продажи. Большая часть огородников покупают рассаду. Поэтому такой рассадочный бизнес имеет большую коммерческую ценность в сельской местности.

Место для выращивания рассады необходимо выбирать очень тщательно. От возможности содержания рассады в тех или иных условиях будет напрямую зависеть ее качество.

Основные требования к месту:

- Хорошая освещенность. Скорее всего рассаде необходимо будет дополнительное искусственное освещение для увеличения длительности светового дня, но все же солнечный свет лучше и все его преимущества нужно использовать по максимуму.
- Возможность регулирования температуры. Температуру при выращивании рассады необходимо поддерживать на нужном уровне и обеспечивать перепад температур днем и ночью. Ночью температура должна быть ниже.
- Рассаду выращивают непосредственно посевом семян или пикировкой сеянцев.

Пикировкой называют пересадку в фазе семядолей или настоящего листа.

Для пикировки семена высаживают по 1000...3000 штук на 1 м² это в 10 раз больше чем при выращивании без пикировки.

После появления первого листа рассаду пересаживают на постоянное место, прищипывая центральный корешок для лучшего роста боковых корней. Пикировка процесс трудоемкий, но на качество и скорость роста рассады практически не влияет. **Положительным фактором является экономия площади теплице (а следовательно и уменьшение затрат на обогрев)** на первой стадии выращивания и дает возможность отобрать самые сильные сеянцы.

Пикированную и напрямую посаженную рассаду выращивают в горшочках, в ящиках и непосредственно на грядке.

Для улучшения качества рассады при выращивании **безгоршечным способом** используют изоляционные прокладки. Хорошо для этой цели использовать полиэтиленовую пленку. На пленку насыпают питательный субстрат толщиной слоя 8...10 см и высаживают рассаду. В дальнейшем при росте рассады пленка будет препятствовать разрастанию корней вглубь, они будут кучнее, и их легче будет пересаживать без повреждений.

При этом нужно внимательно следить за водным режимом в субстрате так как в жаркие дни возможно быстрое пересыхание субстрата. Но растения при этом вырастают здоровые, крепкие с хорошей корневой системой и темно-зеленой окраской.

Рассаду выращивают непосредственно посевом семян или пикировкой сеянцев.

Горшечный способ используют для выращивания ранней рассады. В этом способе растения выращиваются в отдельных горшочках и пересаживаются вместе с субстратом. Благодаря этому при пересадке корни растений остаются неповре-

жденными, и плодоношение начинается на 7...10 дней раньше. Но для рассады массовых сроков высадки такой способ не целесообразный.

Так же горшечный способ используется для выращивания рассады тыквенных культур, так как они имеют очень нежную и разветвленную корневую систему и рассада выращенная иными способами попросту не приживется.

Оптимальный размер горшочков составляет для капусты перца и баклажанов 6х6 см, а для помидор – 10х10 см.

Для выращивания рассады так же используют беспочвенный метод выращивания в кассетах. Приживаемость такой рассады очень большая.

По срокам и технологиям выращивания рассада бывает ранней и сверх ранней, средней и поздней.

Ранняя и средняя рассада выращивается в парниках и теплицах, поздняя может выращиваться в защищенном грунте или рассадниках открытого грунта.

К ранней рассаде относятся: рассада белокочанной и цветной капусты, перец, помидоры; к средней – белокочанная капуста средних сроков созревания, помидор, перец, баклажан; к поздней – белокочанная капуста поздних сроков созревания.

Как правило, рассада, выращенная в теплицах лучшего качества, лучше приживается и приносит больше урожая.

Подготовка почвы перед высадкой семян заключается в формировании места для посадки, удобрении, увлажнении и т.д.

Для выращивания рассады могут использоваться емкости с грунтом, а можно рассаду садить непосредственно в грядки. Процесс формирования места заключается в выравнивании слоя земли, подбор почвы необходимой консистенции.

Для выращивания рассады используют легкие почвы. Наиболее ценной является почва с мелкокомковатой зернистой структурой с размерами частиц 3...5 мм. Если почва тяжелая в нее можно внести песок. Песок вносят осенью, когда почва находится в состоянии физической спелости.

Внесение удобрений осуществляется за 3...4 дня до посева семян.

Непосредственно перед высадкой необходимо довести до требуемых физические показатели почвы температуру, влажность. И, конечно же, ее необходимо взрыхлить.

Подготовка семян состоит из процессов сортировки, дезинфекции, стимуляции роста.

Сортировка направлена на удаления некачественных, слабых и больных семян. Этот процесс можно проводить несколькими способами. Один из самых легких – просеивание. Все семена просеивают через сито с диаметром отверстий чуть меньше размера крупного полноценного семени. Такой способ наиболее применим к семенам капусты.

Наиболее действенным методом является метод визуального отбора. Посевной материал тонким слоем насыпаются на стол и после визуального осмотра с него удаляются мелкие, темные и другие некачественные семена.

Дезинфекция семян проводится для уничтожения в них возбудителей разных заболеваний. Этот процесс можно проводить несколькими способами. Проваривание – семена прогревают в воде температурой 50°C на протяжении 20 мин, затем охлаждают в холодной воде и просушивают.

Пропаривание – семена держат на пару в течение нескольких минут, а затем хорошо высушивают.

Допускается отмачивание семян в различных дезинфицирующих растворах 0,1% марганцовокислого калия, 20% соляной кислоте. После этого отмачивания семена обязательно нужно хорошо промыть чистой водой и высушить.

Многие семена очень долго прорастают. И для ускорения прорастания можно использовать различные приемы **стимуляции роста**.

6.4. АГРОКОМПЕТЕНЦИИ В ЖИВОТНОВОДСТВЕ

6.4.1. Введение в отрасль и рекомендации выбора скота в природно-климатических условиях региона

На сегодняшний день крупный рогатый скот (далее КРС) разводят, чтобы получить прибыль от реализации различной продукции. Выделяют в животноводстве три направления: мясное, молочное и мясо-молочное.

Племенные породы крупного рогатого скота РК



Породы молочного направления:

1. Черно-пестрая. Образовалась в результате селекционного скрещивания голландского скота черно-пестрой масти с местными коровами, обитающими в различных республиках бывшего СССР. В обычных фермерских хозяйствах коровы этой породы дают за 3000-3500 килограммов молока, имея при этом состав жира до 4%. Племенные хозяйства получают надой до 8 000 килограммов за лактационный период.

Вес телят черно-пестрой породы от рождения составляет до 37 кг у телочек и до 42 кг у бычков. Они любят покусать, поэтому их ежедневный привес колеблется в пределах 600-800 граммов в сутки. Если кормить малышей более интенсивно, то они могут прибавлять и до 1000 граммов в день. Еще не достигнув полутора лет, к 15 месяцам, крепыши уже весят от 420 кг. Самые крупные достигают массы в 480 кг.

Вне зависимости от регионального типа породы, вес быков черно-пестрой породы редко бывает меньше 900 кг, а иногда превышает тонну. Взрослая корова тоже довольно габаритная, ее масса варьируется от половины тонны до 650 кг. Выход после убоя таких животных составляет 50-60%.

2. Голштино Фризская черно-пестрая. Формирование голштино-фризской породы началось в годы освоения Америки. В 18-19 веке в Канаду и США был завезен голландский скот черно-пестрой масти из провинции Фрисландия. Вторая часть названия получена благодаря пункту отправки – европейский порт Шлезвинг-Гольштейн, расположенный на севере Германии.

У этой породы большое чашеобразное или ваннообразное вымя, высокие удои, превышающие 9000 за лактацию у взрослых животных и рекордный выход молочного жира, также приспособленность к двукратному доению. Живая масса у коров порядка 700 кг, у быков свыше 1000 кг. Промеры высота в холке – 140-145 см.

3. Красная степная корова. Красная степная корова по численности занимает второе место в Казахстане. В основном разводят в Северном Казахстане, Костанайском и Акмолинской областях. Производительность молока – от 2000 кг до 4500 кг, жирность 3,6-3,8%.

4. Аулиеатинская порода. Аулиеатинская порода выведена путем скрещивания голландской породы с местными казахскими и кыргызскими коровами. Наиболее распространение имеет в Южных регионах Казахстана. По сравнению с другими породами наиболее приспособлена к жаркой погоде и устойчива некоторым болезням (приплазмоз, тейлериоз и др.). Цвет черно-белый. Шестимесячные достигают до 160-170 кг. Производительность молока – от 2500 кг до 3000 кг, жирность 3,9-4,1%.

Породы молочно-мясного направления:

1. Алатауская порода. Алатауская порода коров – выведена в середине 20-го века на границе Киргизии и Казахстана в результате попытки улучшения киргизо-казахского вида, путем ее скрещивания с быками из Швейцарии. Порода отличается небольшим весом – у быков он доходит до 900 килограмм, а у коров – до пятисот. Они обладают крепким строением костяка и гармоничным внешним видом, развитыми мускулами. Молочная характеристика может отличаться в зависимости от условий содержания и родовых линий, но обычно удои достигают 4 тонн молока жирностью до 4-х процентов за одну лактацию. Такая большая жирность молока достигается в линиях животных, вес которых составляет до 600 килограмм. Зарегистрирован ряд случаев, когда за одну лактацию корова дала 10 тонн молока.

Алатауская порода имеет также хорошие мясные показатели. Вес взрослых особей женского пола доходит до 600 килограмм, а мужского – от восьмисот до 1 тонны. Кастрированные молодые животные могут набрать большую массу. Убойный выход качественного мяса с каждой туши свыше половины, после откорма – более 60 процентов.

2. Симментальская. Данный вид выведен в Швейцарии в 5 веке, его происхождение достоверно неизвестно, имеются только различные предположения. При стойловом содержании быки данной породы способны давать привес до 900-1100 граммов в сутки и легко достигают живого веса в одну тонну. Молочная продуктивность колеблется от 4 до 5,5 тысяч килограммов молока за лактационный период, жирность, при этом, составляет до 4%.

Породы молочного направления:

Корова черно-пестрой породы



Голштино Фризская черно-пестрая



Красная степная корова



Аулиеатинская порода

Породы молочно-мясного направления:

Алатауская порода



Симментальская



Швицкая порода

Породы мясной продуктивности



Казахская белоголовая



Абердин-ангусская порода



Аулиекольская порода



Порода Санта-гертруда



Порода Шароле



Корова калмыцкой породы



Порода Обрак



Галловейская порода



Коровы породы лимузин



Волынская порода

3. Швицкая порода. Эти животные были выведены в Швейцарии в 14 веке. Живая масса у коров молочно-мясного направления до 600 кг, у мясного подтипа – до 700 кг. Быки весят до 1200 кг. Удои в среднем – 4500 кг, отличаются стабильностью и продолжительностью лактации

Породы мясной продуктивности:

1. Казахская белоголовая. Выведена на территории Казахстана и юго-восточной части России. По телосложению и масти очень напоминает герефордский скот. Бычки на откорме достигают живого веса до 900 килограммов, и выход мяса при убое колеблется от 60 до 68 процентов. Коровы отличаются высокой молочной продуктивностью, от них можно получить до 1500 килограммов молока. Описаны случаи получения удоев и более 2 000 кг с высоким содержанием жира.

2. Абердин-ангусская. Выведена порода в северо-восточной части Шотландии путем селекции местного комолого скота. Живой вес быков производителей достигает 950 килограммов. Среднесуточный привес бычков на откорме может составлять до 1 кг. Костяк животного тонкий, поэтому кости не превышают 17% от массы туши.

3. Аулиекольская порода. Аулиекольская мясная порода коров, является настоящим казахским брендом, на сегодняшний день, она полностью адаптирована к местным условиям разведения в Казахстане. Аулиекольская порода коров, была выведена в Костанайской области республики на ГПЗ «Москалевский» и утверждена в 1992 году. Аулиекольская порода коров, имеет огромный потенциал, она успешно прогрессирует, принося стабильный доход. Аулиекольская порода коров, выведена путем скрещивания местной Казахской белоголовой породы с лучшими мясными породами коров, мирового значения – Абердин-ангус и Шароле. Аулиекольские коровы и быки, комолые, имеют светло-серый окрас, телята у них также серые, мохнатые. Цель, которую ставили перед собой селекционеры, – новый скот должен давать мясо, соответствующее самым высоким международным стандартам. Обычно мясо и жир расположены последовательно, но Аулиекольская порода дает так называемое «мраморное» мясо, где жир располагается между волокнами. Аулиекольская порода коров, специализированная мясная порода, которая характеризуется хорошей скороспелостью, выходом и качеством мяса, а также высокой энергией роста и приспособленностью к местным условиям. Основная зона распространения КРС Аулиекольской породы коров – северные районы и юго-восток Республики Казахстан.

4. Порода Санта-гертруда. Животные данного типа имеют красную масть, которая может отличаться оттенками как светлее, так и темнее. На нижней части брюха бывают белые пятна. Быки являются обладателями горба на границе с холкой. Санта гертруда имеет мускульное широкое туловище и хорошо развитый подгрудок, а также длинный, немного опущенный зад и глубокую грудь. Конечности сухие и крепкие, копыта черные. Уши у них зачастую свислые, спина прямая, на шее складки тонкой кожи. Коровы очень редко болеют из-за кровососущих насекомых, имеют высокий иммунитет к кровепаразитарным заболеваниям, что немаловажно. Являются устойчивыми к жаркому климату (плюс тридцать и более). Также обладают показательной устойчивостью к любым местным условиям. Живая масса взрослых коров: от 560 до 620 килограммов и живая масса взрослых быков: от 830 до 1100 килограммов.

5. Порода КРС Шароле. Выведением этого скота занимались во Франции, начиная с 17-го века. Живая масса быков от 900 до 1700 кг, коровы 700-1000 кг, нередко бывают крупнее. При рождении телята весят до 70 кг.

6. Калмыцкая. В происхождении породы нет единого мнения. Предполагают, что в процессе создания использовались либо индийский скот, либо азиатский тур. Обычно масть животных красная, различных оттенков, может быть белая полоса по верхней части туловища и белая морда. Бычки к полутора годам жизни набирают живую массу до 450 килограммов, убойный вес при этом составляет 66%, что выше, чем у некоторых других пород мясного скота. Производители достигают массы тела до 800-900 килограммов.

7. Порода Обрак. Порода обрак впервые появилась во Франции. Создавалась как универсальная: тяговая сила для сельскохозяйственных работ, и для производства молока и мяса. В наше время порода Обрак преимущественно мясного направления продуктивности. Высота в холке взрослой коровы 130 см. Вес 550-750 кг. Вес взрослого быка: 850-1100 кг, средний вес бычков при рождении – 39 кг. Убойный выход в возрасте 16-20 месяцев 63%. Маточное поголовье характеризуется хорошей молочностью, хорошей способностью к воспроизведению (интервал между двумя отелами – 362 дня).

8. Галловейская. Порода произошла из местного Шотландского скота и получила распространение на территории бывшего СССР. Суточные привесы на откорме бычков составляет 800-1000 граммов, а сами животные достигают живого веса до 900 килограммов. Удельный вес мышечной ткани в мясе не велик из-за большого количества жировых клеток.

9. Коровы породы лимузин. Лимузинская корова выведена во французской провинции с традиционным скотоводством. Живая масса при рождении до 40 кг и среднесуточным привесом до 1,3 кг. Быки вырастают до 1200 кг, а коровы до 700 кг.

Для породы характерна мелкоплодность – телята часто рождаются с массой от 20 до 30 кг, максимумом до 40. Это позволяет получать высокую сохранность молодняка. Следующий плюс лимузинов – скороспелость, среднесуточные привесы превышают 1 кг. Высоким темпам роста способствует проработанные системы кормления и содержания, добивающиеся выхода живой массы от бычков в 500 кг уже к 12-14 месяцам. Телочки растут несколько хуже, но и у них привесы превышают 800 грамм и к 15 месяцам многие набирают 400 кг.

10. Волынская порода. Волынская мясная является второй мясной породой крупного рогатого скота, выведенной на Украине.

Характерной особенностью породы является красная масть различных оттенков, комолостью. Животные имеют крепкую конституцию, пропорциональное телосложение: широкий, округлый туловище с хорошо развитой мускулатурой.

Живая масса полновозрастных производителей – 950-1050, коров – 500-550, телят при рождении – 28-32 кг. Бычки при выращивании на мясо в возрасте 15-18 месяцев достигают живой массы 472-592 кг, среднесуточные привесы – 1000-1200 г, затраты кормов на 1 кг прироста – 6,2-8,0 к. ед., убойный выход – 60-66%, выход мякоти на 1 кг костей – 5,1-6,1 кг. Коровы имеют хорошие материнские качества, высокую молочность и воспроизводительную способность, характеризуются долголетием, отёл проходит легко.

Коневодство. Породы лошадей.

Породы лошадей очень разнообразны, интересны и, порой, очень необычны. По экстерьеру и общей конституции лошадь подразделяют на упряжную, верховую, вычужную, рысистую и скаковую.

Характеристики казахской породы лошадей

Мугалжарская порода лошадей. Выведена скрещиванием казахской породы кобыл конезаводов «Костанай» и «Майколь» Костанайской области с калмыцкой, донской, орловской, стрелецкой и чистокровными породами.

Эта порода – первая в мире мясомолочная порода, созданная на основе неспециализированного внутривидового типа «жабе» местной породы лошадей – казахской без прилития заводских пород. При этом авторам удалось увеличить живую массу жеребцов от исходных особей на 100-120 кг, кобыл – на 80-100 кг без существенного изменения технологии выращивания, а уровень селекционной-племенной работы был поднят до заводского.

Изучение экстерьерных особенностей табунных лошадей показало, что они обладают высоким показателем индекса массивности 142,6-158,5, что характеризует их как мясных животных.

Структура породы состоит из трех внутривидовых типов – Эмбинского, Куландинского, Сарыаркинского (с 2009 года Кожамбердинский) шести линий и 55 семейств. Живая масса жеребцов до 560 кг, кобыл до 520 кг, убойный выход 55-60%, выход жеребят 80-90%, молочность кобыл до 2000 л.

Разводят мугалжарских лошадей практически во всех областях Казахстана. Лошади новой породы отличаются отличным здоровьем, прекрасной приспособленностью к круглогодичному пастбищному содержанию.

Кошимская порода. Кошимская лошадь выведена на конных заводах и других хозяйствах Уральской и Актюбинской областей. Свое название получила по реке Кошим, протекающей в Западном Казахстане. В качестве самостоятельной породы утверждена в апреле 1976 г. Кошимская – встречается на конезаводе «Кулан» Жамбылской области, в западном Казахстане, выведена скрещиванием местных кобыл с чистокровными русской и орловской породы.

Порода создана методом сложного воспроизводительного скрещивания. Местных аборигенных кобыл скрещивали с жеребцами-производителями рысистых, чистокровных верховых и донской пород. На племя отбирали лучших по развитию помесных животных, которых круглый год содержали на полупустынных злаково-полянных пастбищах. Кошимские лошади хорошо приспособлены к табунному содержанию. Средние промеры жеребцов следующие, в сантиметрах: высота в холке – 160,1, косая длина туловища – 160,9, обхват груди – 192,2, обхват пясти – 20,9; живая масса – 540 кг. Промеры кобыл соответственно 154,1-156,8 – 183,5-19,3; живая масса – 492 кг.

Казахская лошадь. Казахская лошадь в основном мелкорослая, крепкой конституции. Масти самые разнообразные. Средние промеры (в сантиметрах): высота в холке 131-138, косая длина туловища 140-144, обхват груди 156-164, обхват пясти 16-18. Весят лошади 320-360 кг. Молочная продуктивность кобыл 8-9 литров в сутки.

Особенностью казахских лошадей является морозоустойчивость и выносливость. Так, лошади пасутся при температуре до минус -45 градусов, что выдержит



Мугалжарская лошадь



Кошимская порода



Адайская порода



Порода Жабе

далеко не каждая лошадь другой породы. Очень выносливы, они и поныне участвуют в скачках, например, на аламан-байга, на дистанции 25 километров. Лошадь была выведена как универсальная, она крупнее монгольской лошади, отлична под седлом, морозоустойчива, вынослива, неприхотлива и достаточно крупная, то есть больше мяса (выход мяса более 50% от живого веса), а кобыла дает довольно много кумыса.

Адайская порода выращивается в западных областях Казахстана. Выведена скрещиванием чистокровной английской, орловской и донской породы лошадей.

Адаевская порода лошадей, в свою очередь, также пригодна к табунному содержанию, легко приспособляется к достаточно жаркому климату. Высота лошадей этой породы – до 140 см. Масть чаще серая, рыжая, гнедая.

Отличается хорошо сложенным верховым складом и конституцией. Голова у этих лошадей аккуратная, пропорциональная, шея средней длины, прямая, тонкая.

Спина крепкая прямая, туловище вытянутое. Круп короткий, немного спущенный, с удовлетворительно развитой мускулатурой. Грудная клетка достаточно объемная. Ноги сухие, тонкие.

Верховая лошадь с легкой конституцией и живым темпераментом. Не слишком устойчива к суровым условиям. Порода характеризуется выносливостью и хорошей резвостью. Хорошо переносит жару, жизнь под открытым небом, неприхотлива, вынослива при переходах на большие расстояния по бесплодным пустыням. Жеребцы хорошо водят табун и могут долгое время самостоятельно пастись вдалеке от населенного пункта.

Лошадей адаевской породы используют как под седлом, так и в упряжи, отличаются добрым нравом и особой привязчивостью к людям.

Порода Жабе – также порода лошадей табунного содержания. Жабе является одним из двух типов казахской породы, самым крупным. Это порода степного типа.

Лошадь Жабе – крайне терпеливая, способная выжить при достаточно тяжелых условиях. Этот тип казахской породы формировался на юге Актюбинской области. Считают, что дальним прародителем является азиатская дикая лошадь. Возможно и влияние на тип таких пород, как монгольская, карабаирская, арабская и ахалтекинская.

Голова у этой породы пропорциональная, с отлично развитой мускулатурой челюсти, широкая в лобной части. Уши малые, загривок от нормального до короткого. Шея умеренной длины, чаще низкого постава, но есть и среднего постава. Мускулистая холка, обычно низкая, прямая спина, широкая, поясница сильная. Грудная клетка достаточно глубокая и широкая, ребра округлые. Лопатка короткая, поставлена круто. Круп короткий, у части свислый, с хорошо развитой мускулатурой. Ноги передние крепкие, с плотным копытом, поставлены правильно, щетки короткие, густые. Рост – около 145 см. Масти – гнедая, игреневая, рыжая.

ПОРОДЫ ОВЕЦ КАЗАХСТАНА

Североказахский меринос. Выведен в северных и северо-восточных регионах Казахской ССР в середине XX века. Для селекционной работы в племяхозах Павлодарской, Семипалатинской и Кустанайской областей за основу взяли баранов породы американский рамбулье. Их скрещивали с матками тонкорунных овец новокавказской и мазаевской пород и матки грубошерстных мясо-сальных овец. Для окончательного создания породы использовались бараны алтайской, асканийской и грозненской пород. Целью селекционеров было получить овец с мериносовой шерстью и высокими показателями продуктивности, адаптированным к местным условиям. Североказахские мериносы – крупные животные (масса баранов 110 кг, маток – 60 кг), с крепкой конституцией и пропорциональным телосложением. Бараны в основном рогатые, матки – комолые. На шее у баранов 1-2 складки и развитая бурда, у маток складки развиты средне. Мериносовая шерсть белая, с мелкой извитостью, прочная, штапельная, уравненная по тонине, длиной до 9 см. Жиропот белый и светло-кремовый. Руно замкнутое, прочное. Высокая адаптивность к условиям содержания при резких перепадах зимних и летних температур, большой вес животных (бараны достигают 140 кг). Хорошее качество шерсти, крепкая конституция. Недостаточно высокий настриг, низкая скороспелость. Плохой выход мытой шерсти при настриге.

Южноказахский меринос. Южноказахский меринос – животное с крепкой конституцией, обладающее повышенной выносливостью, приспособленное к пастбищу в полупустынях и в сухих степях. Костяк прочный. На шее 1-2 складки или продольная бурда (продольная складка), иногда – «фартук». Матки комолые, у баранов хорошо развитые рога. Руно плотное, хорошо замкнутое, штапельного строения, с хорошо выраженной извитостью. Белая, хорошо уравненная шерсть длиной до 8,4 см. Жиропот малостойкий. В настоящее время насчитывается 5 различных заводских линий породы, которые различаются по продуктивности, качеству шерсти. Южноказахский меринос – животное средней массы (живая масса маток 50-55 кг, баранов – 100-120кг).

Казахский архаромеринос. Порода создана на основе межвидовой гибридизации дикого барана архара с матками тонкорунных пород: новокавказских меринсов, прекокс и рамбулье.

Живая масса маток составляет 55-60 кг (макс. 90 кг), у баранов – 90-100 кг (макс. 150 кг). Молодняк достаточно скороспелый: к 4-5 месяцам достигает 60% массы взрослого животного. Убойная масса взрослых валухов составляет 53% при массе 37 кг.

Казахский внутривидовый тип цигайских овец. Живая масса Цигайских баранов может достигать 80-100 кг, овцематок примерно 45-50 кг. Цигайские овцы сравнительно плодовиты, на 100 овцематок приходится порядка 115-140 ягнят. Молочная продуктивность Цигайских овец после отлучения ягнят составляет примерно 45-50 кг, а за 4 месяца лактации составляет более – 100 литров молока жирностью 7,5-7,8%. Овцы Цигайской породы довольно скороспелы, обладают хорошими нагульными качествами, так ягнята уже в 4-4,5 месяца, набирают живой вес порядка 28-30 кг, при убойном выходе не менее 52-55%.

Казахская мясо-шерстная полутонкорунная. Порода выведена в племхозе им. Абая Чуйского района Джамбульской области Казахстана путем сложного воспроизводительного скрещивания местных курдючных маток с баранами девяти тонкорунных и полутонкорунных по род. Животные хорошо приспособлены к круглогодовому пастбищному содержанию в условиях пустыни и жаркого климата юго-востока Казахстана. Живая масса взрослых баранов 94-96 кг, маток – 55-58, ярки 1,5 лет – 43-48 кг, настриг невыттой шерсти соответственно 7-9; 4-4,5; 3,6-4 кг, выттой – 4,3-5,3; 2,3-2,6; 1,9-2,3 кг. Шерсть кроссбредного типа, длина ее у баранов 12-14, у маток – 10-12 см, преобладающая тонина 50-58.

Казахская полугрубошерстная. В ВКО с. Уш-Биик (бывший совхоз Первомайский) создана новая порода курдючных овец с полугрубой шерстью коврового типа хорошо сочетающих высокую приспособленность к экстремальным условиям степных, пустынных и полупустынных зон области с высокой мясо-сально-шерстной продуктивностью.

Новая казахская курдючная полугрубошерстная порода типа «Байыс» была апробирована в 1994 году. Она характеризуется приспособленностью к круглогодовому пастбищному содержанию, скороспелостью ягнят при выращивании пастбищного содержания, скороспелостью ягнят при выращивании под матками до четырехмесячного возраста, когда они достигают более половины живой массы взрослых овец, жизнеспособностью молодняка, благодаря чему они достигают к полуторалетнему возрасту – массы тела взрослых овец 55-85 кг.

Дегересская мясо-шерстная курдючная порода. Животные крепкой конституции с хорошо развитым костяком и хорошими мясо-сальными качествами. Голова сравнительно короткая, широкая, слегка горбоносая. Овцы в основном комолье. Шея средняя мускулистая. Грудь широкая и глубокая. Спина прямая и широкая, крестец хорошо развит. Ноги правильно поставлены, копыта крепкие. Курдюк средних размеров, подтянутый, у баранов наблюдается некоторая спущенность. Шерсть однородная полутонкая кроссбредная и кроссбредного типа, тонина 48-58 качества. Руно штапельного типа или штапельно-косичного строения, незначительное огрубление допускается на ляжках. Густота шерсти и оброслость брюха удовлетворительная.

Породы овец Казахстана

Североказахский меринос



Южноказахский меринос



Казахский архаромеринос

Казахский внутрипородный тип
цигайских овецКазахская мясо-шерстная
полутонкорунная

Казахская полугрубошерстная

Дегересская мясо-шерстная
курдючная порода

Каракульская порода овец



Атырауская курдючно-смушковая



Эдильбаевская порода

Племенная работа должна быть направлена на консолидацию типа животных, повышение мясо-сальной и шерстной продуктивности при сохранении приспособленности к условиям их разведения.

Каракульская порода овец. Жирнохвостая грубошёрстная порода овец смушково-молочного направления. Наименование породы происходит от названия местности Каракуль в современном Узбекистане. Основным продуктом данной породы является каракуль и каракульча. Каракульская порода даёт лучшие в мире смушки. Смушковое овцеводство существовало в Средней Азии ещё за 800 лет до н.э. Каракульские овцы хорошо приспособлены к суровым климатическим условиям полупустынь и пустынь. Бараны этой породы в основном рогатые, а матки комолые. Живой вес маток 45-50 кг, баранов от 55 до 85-90 кг у лучших представителей породы. Ягнята каракульской породы делятся на чёрных, серых, сур и комбар, основную массу поголовья, до 85% составляют чёрные овцы, однако с возрастом овцы седеют. Настриг шерсти с головы составляет 2,2-3,8 кг. Мясо и сало каракульской овцы имеет хороший вкус.

Биологические особенности каракульской овцы черной окраски.

Каракульская овца черной окраски по зоологической классификации относится к длинно-жирнохвостым, грубошерстным, а по производственной классификации – к смушковым овцам. Главная продукция ее – каракульские шкурки.

Климатические, почвенные условия пустынь и полупустынь, в которых каракульская овца была создана и разводилась сотни лет, наложили отпечаток на ее организм, экстерьер, физиологию и биологические особенности.

Плодовитость каракульской овцы довольно высокая, но она непосредственно зависит от условий разведения и содержания. В юго-западной зоне Казахстана обычно от 100 маток получают 100-110 ягнят.

Важнейшая биологическая особенность каракульских овец исключительная приспособленность, к использованию пастбищ. Имея сравнительно узкую морду, очень подвижные тонкие губы и косо поставленные острые зубы, овца низко скусывает траву, подбирает с земли самые мелкие опавшие части растений.

Атырауская курдючно-смушковая. Курдючный баран – тип овец с мясосальной продуктивностью, отличается наличием большого жирового мешка на крестце. Животные этого типа распространены в горных районах Азии, Кавказа, Ближнего Востока, где они тесно связаны с местной культурой. Бараны приспособлены к суровым условиям, отличаются хорошими нагульными качествами, но характеризуются плохими репродуктивными данными и высоким содержанием жира (курдюк может достигать 40 кг – 25-35% от живой массы).

Эдильбаевская порода. Наиболее распространена в центральном и северном регионах Казахстана. Вес эдильбаевских баранов достигает 145 кг, овца – 110 кг. Овцы отличаются большой энергией роста и скороспелостью. К 4-месячному возрасту весят 40-45 кг и могут уже забиваться на мясо. Особенность казахских курдючных овец – это собственно курдюк, курдючный жир. Курдюк может весить до 15 кг. Они приспособлены к суровым условиям Казахстана, отлично переносят сильные холода, снегопады и ветер. Легко переносят и жару, длительное отсутствие воды. Её физиологические особенности строения помогают преодолевать достаточно большие расстояния в поисках пищи и воды, питаются исключительно скудной степной растительностью.

6.4.2. Технология содержания скота и других сельскохозяйственных животных

Ферма молочного направления

Если выбрано молочное скотоводство, то на комплексе будут получать, разумеется, молоко и молочную продукцию. Эти ценные продукты невозможны без хорошего поголовья. При выборе породы необходимо обращать внимание на количество молока. В следующей таблице можно ознакомиться с наиболее высокопродуктивными породами.

Название породы	Годовая продуктивность молока, в кг
Черно-пестрая	5500-5800
Голштинская	7400
Айрширская	8500
Голландская	4500
Красная степная	4000
Симментальская	4000-5500
Красно-пестрая	5000-5500

Приобретая поголовье у частных заводчиков, необходимо получить документы и ветеринарное свидетельство на всех животных. Также особое внимание уделяется возрастной категории. Коровы в возрасте дают молоко в небольшом количестве, так же как и животные, у которых было более трех отелов. Для успешного дела приобретают самок после первого отела.

Стоит знать, что у молочных животных есть некоторые особенности анатомического характера, с которыми имеет смысл ознакомиться, чтобы не прогадать с правильностью выбора. Чаще всего скот такого направления обладает удлинённым телом и высокими конечностями. Вымя – большого размера, особенно у животных, которых хорошо раздоили.

Идеально подходящие для молочной фермы особи КРС должны иметь следующие показатели:

- прямой спинной отдел;
- объем вымени – не менее 110 см;
- глубина вымени – не менее 25 см;
- 4 развитых соска;
- вымя должно быть чаше- или ваннообразным;
- голова – небольшого размера;
- на вымени должны быть хорошо заметны проступающие вены.

Ферма мясного направления

Получение мясной продукции тоже является весьма прибыльным делом. У коров, относящихся к мясным породам, есть некоторые особенности, а именно: быстрый набор веса, вкусовые качества мяса.

При выборе породы особое внимание уделяется скороспелости молодняка, а именно: сроку, за который теленок набирает необходимую массу. У разных животных разные вкусовые качества мясной продукции.

В таблице можно познакомиться с породами животных, относящимися к мясному направлению.

Наименование породы	Масса животных, в кг
Абердин-ангусская	1000
Лимузинская	1000
Шароле	1500
Герефорд	1100
Галловейская	700-800
Казахская белоголовая	950

Самыми скороспелыми породами считаются:

- герефорд;
- казахская белоголовая;
- шароле;
- симментальская.

Приобрести за минимальную стоимость можно новорожденный молодняк, но это создаст дополнительные трудности с его выкармливанием. Лучше всего покупать скот, перешедший на рацион взрослых животных и травяные корма.

Чаще всего используются следующие способы содержания:

- боксовое;
- беспривязное (в помещениях на толстой подстилке);
- стойловое (оборудуются щелевые полы, проходы для раздачи кормов и навозные стоки);
- деревянные настилы для отдыха (при беспривязном методе содержания).

Если есть достаточное количество денежных средств, то коровник дополнительно оборудуется автоматическими кормораздатчиками и автопоилками, а также техникой для изготовления кормов.

Отдельно проектируется система утилизации естественных отходов жизнедеятельности животных. Загрязненные подстилочные материалы могут быть переработаны непосредственно на территории фермы или проданы в качестве удобрения.

Большое поголовье предполагает наличие мини-трактора, имеющего навесное оборудование, которое позволит заготавливать сено, перевозить корм, а также убирать навоз.

Оборудование для молочной фермы

Главная роль в молочном направлении животноводства здесь будет отведена доильному аппарату. Однако использование одной установки подойдет только для небольшого количества коров. Если животных много, то понадобится оборудовать доильное помещение с размещенными там установками, позволяющими одновременно обслуживать большое количество животных. На сегодняшний день на специализированных фермах благодаря доильным линиям очень легко решается ряд первостепенных задач:

- доильный процесс автоматизирован, как и транспортировка полученной продукции;
- учитывается полученное молоко;
- аккуратное отношение к скоту, недопущение развития мастита;

Как правильно подобрать персонал

Чтобы осуществить уход за поголовьем в 20 особей и при этом соблюдать все ветеринарные и санитарные нормы, фермеру понадобится наемная рабочая сила в лице пары сотрудников, имеющих опыт работы с коровами.

Главные обязанности персонала:

- кормление животных;
- уборка навоза;
- уход за коровами;
- поддержка порядка на ферме;
- заготовление сена.

Скот нуждается в регулярных осмотрах и вакцинации: для этого необходимо найти квалифицированного ветеринарного врача, который будет осуществлять эти важные процедуры. Перед забоем нанимаются временные сотрудники, имеющие опыт в выполнении необходимой работы.

Как реализовать продукцию

Основные продукты, получаемые от коров: молочная и мясная продукция. Молоко можно продавать практически круглогодично, за исключением сухостойного периода (60 дней) и такого же временного отрезка, пока будут выкармливаться новорожденные телята.

Заниматься заготовкой мяса можно спустя 365 дней после закупки молодых животных и их выращивания до набора товарной массы. В среднем от одной коровы получают до 45-60% мясной продукции.

В качестве побочных продуктов для реализации подходят:

- шкура;
- молодняк;
- шерсть;
- продукты переработки молочной продукции (сыр, масло, кисломолочные товары).

Размножение лошадей

Лошадь становится половозрелой в возрасте двух лет. Размножаются лошади путем осеменения спермой самца яйцеклетки кобылы. Период, когда лошадь готова к зачатию, называется «охота». В это время она подпускает к себе коня для спаривания. Однако в фермерских хозяйствах лошадь может зачать и путем искусственного оплодотворения. Этот метод избавляет конезаводчиков и владельцев частных ферм от многих трудностей, связанных с транспортировкой и подбором подходящей пары.

Беременность лошади длится одиннадцать месяцев. В основном лошадь рождает одного жеребенка, реже – двух. Малыш появляется на свет неуклюжим, плохо держится на своих длинных ногах, но уже через три-пять часов он вполне резв и может двигаться за своей матерью, которая будет на протяжении 5-6 месяцев вскармливать свое чадо молоком. Продолжительность жизни лошадей в среднем – 25-35 лет, хотя встречаются среди них и долгожители. Известны факты, когда лошади достигали возраста 45 и даже 60 лет.

Уход за лошадьми

Уход за лошадью в домашних условиях включает в себя несколько правил:

1. Кормить лошадь нужно 3-4 раза в день. Если на свободном выпасе она найдет себе пищу самостоятельно, то при содержании в конюшне владелец должен

сам обеспечить ее травой или сеном. Обязательно включать в пищу витаминно-минеральные добавки. Нельзя резко менять рацион лошади, так как у нее нежная пищеварительная система. Важно помнить, что чрезмерно большое количество корма животному противопоказано. Важно следить и за питьевым режимом. Вода должна быть комнатной температуры и в достаточном количестве.

2. Важно чистить и купать лошадь еженедельно в жаркое время года. В холодное время года достаточно просто почистить лошадь скребком.

3. Конюшня, где содержатся лошади, должна хорошо проветриваться, а в зимний период быть теплой. Чистить конюшню надо ежедневно.

4. Часто выгуливать лошадь. Нахождение лошади в тесной конюшне негативно сказывается на ее опорно-двигательном аппарате.

На сегодня перед отечественным коневодством стоит задача повышения продуктивности отрасли и удовлетворения растущего спроса на продукцию коневодства. В этом коневодам должны помочь научно обоснованные технологии, разработкой которых занимаются казахстанские ученые.

6.4.3. Рацион кормления и болезни сельскохозяйственных животных. Ветеринарно-санитарные нормы

Какие корма нужны коровам

Приобретение кормов – очень ответственное мероприятие. Неправильно выбранный корм приводит к различным заболеваниям скотины. Коровам необходимы следующие виды кормов:

- зеленая масса. В летнее время становится основной пищей для животных;
- сено. Является основой зимнего кормления;
- овощные культуры: кормовая свекла, морковь, картофель;
- зерновые смеси, отруби, жмыхи;
- силос – продукт молочнокислого брожения.

Особенности кормления коровы в домашних условиях

Основной задачей в любом животноводческом хозяйстве, где содержатся коровы, является получение молочной или мясной продукции. Но добиться хорошего результата будет невозможно, если фермер не обладает знаниями о том, как правильно кормить животных.

Если не уделить данному аспекту должного внимания, то под угрозой окажется не только здоровье поголовья, но и прибыль хозяйства. Частые болезни и общая слабость никак не способствуют получению качественной и хорошей продукции. А вот если владелец обладает должными знаниями и обеспечивает скотину что зимой, что летом качественными кормами в соответствии с рационом, то никаких проблем возникнуть не должно.

Какими бывают корма согласно классификации

Весь корм можно классифицировать, исходя из его происхождения, на следующие виды:

- растительный;
- синтезируемый;
- комбикорм;

- витамины;
- минералы.

Каждый из перечисленных видов может дать животному определенное количество энергии. Чтобы не было путаницы с питательностью, основной кормовой единицей (КЕ) является 1 килограмм овса среднего качества. Исходя из этого, корм может быть объемистым и содержать 600 грамм от КЕ, которые способны переварить животное. В концентратах показатель КЕ несколько выше.

Крупный рогатый скот потребляет преимущественно корма растительного происхождения. Они, в свою очередь, тоже имеют разделения на:

- сочный;
- грубый;
- концентраты.

Витаминные подкормки, которые синтезируют специальным способом, помогают животным восполнить нехватку микроэлементов. А также применяются в тех случаях, если необходимо поддержать скот в той или иной ситуации.

Витамины будут полезны стельным коровам, истощенным особям, молодняку. Производство комбикормов осуществляется из составляющих, имеющих растительное происхождение.

Правила нагула и стойлового содержания

Длительность такого откормочного периода варьировалась в зависимости от некоторых факторов:

- возрастная группа;
- кондиция животных;
- особенностей травостоя;
- технологии выпаса.

Например, взрослому скоту, имеющему среднюю упитанность, требовалось от 50 до 70 суток, а молодняку при хорошем качестве и количестве травы – 110-120 суток. Если зеленая трава выростала рано, то при начальной стадии нагула животные могли набирать ежедневно до 2 кг веса. Начальный период пастбищного содержания включал в себя постепенное приучение скота находиться на поле до 16 часов в день, а под конец это время снижалось до 12-9 часов. Чтобы подкармливать коров на пастбищных угодьях, заготавливали наземный тип хранилищ с достаточным количеством силоса.

При формировании стада скот подбирался, имея примерно одинаковый вес, возраст и пол. Количество голов зависело от размеров пастбищного угодья. Если пастбище открытого типа, то стадо может насчитывать до 200 особей.

Нагул предполагает использование загонной системы. Все поле разделяется на некоторое количество огороженных площадок, куда животные переводятся в определенный временной промежуток, исходя из того, что одним загонном целесообразно пользоваться не более 5 суток. После того как поголовье будет переведено на новую площадку, на использованной производится подкашивание остатков травяных культур. Ко времени окончания выпаса в последнем участке животных снова переводят на первый, где зелень уже успела отрасти.

Загоны оборудуют навесами легкого типа, чтобы коровы могли укрыться от непогоды и яркого солнца. Туда ставят несколько кормушек и раздают дополни-

тельные корма, а также соль. Для поения используют перевозной тип поилок либо имеющийся рядом водоем.

Что касается стойлового периода, то он характеризуется нахождением скота в помещениях, как правило, исключительно в холодное время года. Но на некоторых фермах коровы находятся в помещениях постоянно. При привязном типе содержания есть существенный плюс в том, что можно составить рацион индивидуально на каждую особь, находящуюся на ферме, с учетом возрастных особенностей, показателей продуктивности, веса и остального.

При кормлении используются неподвижные или мобильные кормораздатчики. При их отсутствии вся работа выполняется ручным способом. Каждая корова получает свою порцию непосредственно в кормушку. В зимнее время скот обеспечивают сеном, свеклой кормовой, квашеным кормом, соломой. С наступлением теплой поры обязательна раздача зеленой травы и концентратов.

Время запуска приходится на предродовой период, и именно от его успешности будет зависеть продуктивность в будущем, а также здоровье теленка. Развивающийся плод необходимо обеспечить нужным количеством питательных веществ, не забывая про то, что корова должна ежедневно восполнять потери организмом микроэлементов. Особенно полезны в этот момент комбикорма, в которых в достаточном количестве витаминов и минералов.

Чтобы снизить надои, необходимо убрать из рациона сочные виды кормов и давать в большем количестве сено. Резкие переходы лишь навредят животным, все это делается постепенно, начиная с концентратов. Потом приходит черед сквашенных кормов (убрать за 10 дней), овощные культуры, в том числе корнеплоды и бахчевые полностью убирают за 4 суток до предполагаемой даты отела.

Особое внимание уделяется качеству пищи: чтобы корова не получила отравление, не должно быть плесени, грязи, просроченной даты использования, брошенных процессов и зараженности (например, насекомыми и сорными семенами).

Как кормить отелившуюся корову

После того как теленок появится на свет, взрослое животное должно в первый день получать только воду и сено в достаточном количестве. Со вторых суток, помимо поилы, дают отруби, жмых или овсянку в количестве 1 кг. Влажный корм можно давать через 3 дня, и на полную норму корову переводят к 10 дню.

Например, от только что отелившихся коров получают 10 литров молочной продукции в сутки, рацион в этом случае должен быть рассчитан как на 15. Избыток питательных веществ позволяет повысить суточный надой уже через несколько дней. После достижения очередной планки на повышение раздоя прибавляется очередная порция корма. Такое кормление практикуется до того момента, пока продуктивность не окажется на привычном для коровы уровне, например, 25 литров в сутки. С этого времени корова переводится на привычную для нее норму, но постепенно, чтобы животное не снижало надоев.

Как кормить зимой

Стойловое содержание в зимнее время предполагает наличие последовательности в получении животными тех или иных кормов. Такой подход позволяет улуч-

шить качество молочной продукции, к тому же лишает животных возможности выбора самой вкусной пищи.

В таблице можно ознакомиться с количеством кормов, необходимым коровам в зимний период.

Вес кормов указан в килограммах (за исключением премиксов).

Количество кормов, в кг	Количество молочной продукции в сутки, в кг				Период сухостоя
	8	12	16	20	
Ячменная солома	5	4	3	3	3-5
Сено	3	5	7	10	5-7
Овощные культуры	Не дают	5	10	15	Не дают
Сквашенный корм	10	15	15	15	Не дают
Концентрированные корма (жмыхи и шроты)	2	3	4	5	1,5-2
Соль поваренная	0,05	0,06	0,07	100	0,05

Отдельно дают витамины для получения высокой молочной продукции.

Кормление высокопродуктивного скота

Чаще всего большинство фермеров организуют процесс кормления таким образом, чтобы были учтены средние показатели молочной продуктивности, но данный способ не подходит высокопродуктивным ценным животным. Такой скот обеспечивают особым вниманием, улучшают условия содержания и индивидуально рассчитывают корма.

Если обратиться к следующей таблице, то можно увидеть приблизительную норму кормления для таких коров.

Надой в сутки в кг	Сено	Сенаж	Овощи	Зерно ячменя	Комби- корма	Поварен- ная соль	Всего КЕ
25,75	4,0	15,0	10	2,0	8	0,075	21,3
30,9	4,0	15,0	12,0	2,6	9,5	0,1	24

Количество кормов указано в килограммах.

С первого дня до месячного возраста

При рождении молодняк имеет средний показатель веса – около 35 кг. Рацион питания и особенности здоровья позволяют теленку набрать к 30 дню до 45 кг. Этот привес получить не так просто, как кажется, но при соблюдении некоторых нюансов все происходит благополучно:

- новорожденные телята получают корм до 6 раз в сутки;
- частотность кормления к месячному возрасту уменьшается до 4 раз;
- используется сборная молочная продукция;
- выпаивание с использованием индивидуальных сосок, которые после завершения процесса обязательно проходят дезинфекцию;
- применение витаминных комплексов;
- постепенный перевод на грубый корм.

Что получают 60-ти дневные телята

Со второго месяца животных постепенно переводят на твердую пищу, которая содержит в достаточном количестве белки, углеводы и жиры. Все начинается со стартового комбикорма, которым постепенно заменяется молочное вскармливание. К этому времени животное может набрать вес в 2 раза больше, чем оно было при рождении. Однако стоит учитывать не до конца сформировавшуюся пищеварительную систему. Благодаря стартовому комбикорму переходный процесс существенно облегчается.

Фаза активного набора веса

Это время приходится на начало 90 дня жизни. Животные становятся способными к перевариванию любых кормов и будут нуждаться в белке.

В следующей таблице можно ознакомиться с данными по количеству кормов в зависимости от возрастной группы.

Возрастная категория	Молочная продукция	Комбикорма	Сено	Премиксы, граммы
60	5	0,3	1	300
90	6	1	2	300
120-180	2	1,5	3	500
210-360	Не дают	2	5	900
390-400	Не дают	2	8	1000
450-540	Не дают	1	8,5	1000

Вес кормов указан в килограммах (за исключением премиксов).

Чем питаются лошади?

Домашних лошадей также обязательно выводят на луг и кормят травой. В ней содержатся все необходимые полезные питательные вещества. Зимой в рацион обязательно добавляют сено и такие продукты, как овес, кукурузу, ячмень, отруби, льняное семя, яблоки, морковь, свеклу и картофель. Если в корме лошади содержится недостаточное количество питательных веществ, животное начнет худеть, и внешний вид лошади будет ухудшаться.

Санитарные нормы по размещению скота

Для всех помещений, где предполагается размещение скота, есть определенные санитарные нормы, которые владелец обязан соблюдать:

- деревянные полы и чистая подстилка;
- по высоте помещение не может быть менее 2,4 метров;
- окна должны располагаться от пола на высоте не менее 1,3 метров;
- емкости для кормов – 600х700х100 см;
- автоматические поилки;
- утепленные стены;
- хорошая вентиляционная система, обеспечивающая приток свежего воздуха, но не допускающая образования сквозняка.

Общие положения вакцинации животных

Вакцинацию проводят ветеринарные врачи с соблюдением общих правил асептики и антисептики. Все привитые животные должны находиться под наблюдением врача, проводившего вакцинацию.

У привитых животных местная реакция проявляется в виде умеренного отека и местной температуры на месте введения препарата, который рассасывается в течение 1-3 сут. У отдельных животных возникает общая реакция и повышение температуры тела, угнетение и вялость в первые двое-трое суток после вакцинации.

Вакцинации подлежат только клинически здоровые животные с нормальной температурой тела. Явно больные животные, подозреваемые или контактные животные вакцинируются только после двукратной лечебно-профилактической прививки сывороткой к подозреваемой болезни, через 5-7 дней после последнего укула сыворотки. Если животное абсолютно здоровое, только тогда можно вакцинировать. Вакцинации не подлежат также истощенные животные.

Если животное контактное и является «инкубатином» определенной болезни, вакцинация против этого заболевания только усугубит состояние животного, оно заболит тяжелее, чем при естественном заражении данной инфекционной болезнью. Так как животное было заражено до вакцинации, болезнь находилась в инкубационном периоде, а вакцина – это инактивированный или живой ослабленный возбудитель этой болезни, только очень концентрированный, способный создать напряженный иммунитет.

Поэтому животное, привитое на фоне заражения, трехкратно тяжело переболевает и может погибнуть. Если выживет, то создается стойкий иммунитет. Поэтому нужно знать когда какой болезни надо опасаться, не упустить время вакцинации, успеть подготовить к вакцинации путем дачи антигельминтиков за 2 недели и витаминов за 1 месяц до вакцинации.

Любая вакцина имеет срок годности (при определенных условиях хранения), с истечением которого вакцина служит во вред.

Эффективность вакцинации зависит от кормления, содержания и своевременной дегельминтизации животных.

Ветеринарный календарь

Вакцины и вакцинация овец

КОЛИБАКТЕРИОЗ – суягных овец за 1,5-2,0 мес. до окота, ягнят перед отъемом	САЛЬМОНЕЛЛЕЗ – овцематок 1 раз перед случкой, ягнят с 2 дн. возраста и через 5-7 дней	ОСПА ОВЕЦ – с 1 дн. возраста и старше	КОНТАГИОЗНАЯ ЭКТИМА ОВЕЦ – с 1 дн. возраста и старше
ДИПЛОКОККОВАЯ СЕПТИЦЕМИЯ – с 1 нед. до 4 мес	ПАСТЕРЕЛЛЕЗ – с 20 дневного возраста и старше	ДЕРМАТОФИТОЗЫ – с 1 мес. возраста и старше	ЛЕПТОСПИРОЗ – с 1 мес. возраста и старше
СИБИРСКАЯ ЯЗВА – с 3 мес. возраста и старше	ЛИСТЕРИОЗ – с 4 мес. возраста и старше	ЯЩУР – с 4 мес. возраста и старше.	ЭМКАр – с 6 мес. возраста и старше.
БОЛЕЗНЬ АУЕСКИ – с 6 мес. возраста и старше	ХЛАМИДИОЗ – по показаниям в регионе	БЕШЕНСТВО – по показаниям в регионе	КАМПИЛОБАКТЕРИОЗ (вibriоз) – по показаниям в регионе

Вакцины и вакцинация коров

КОЛИБАКТЕРИОЗ – стельных коров вакцинируют за 1,5-2,0 мес. до отела	РОТАВИРУСНАЯ ИНФЕКЦИЯ КРУПНОГО РОГАТОГО СКОТА – коровам и нетелям в неблагополучных по ротавирусной инфекции хозяйствах	САЛЬМОНЕЛЛЕЗ – стельных коров иммунизируют 1-ый раз за 35-40 дней до отела, 2-й раз через 10 дней, 3-й раз через 10 дней	СТРЕПТОКОККОЗ – стельных коров вакцинируют за 50-60 дней до отела, быков за 50-60 дней до случки
ДИПЛОКОККОВАЯ ИНФЕКЦИЯ – в хозяйстве, где диплококковая инфекция подтверждена лабораторными исследованиями, используют противодиплококковую сыворотку, вводят в/м в дозе 25-30 мл теленку. Сыворотка сообщает теленку пассивный иммунитет продолжительностью в 12-14 дней. На фоне сыворотки вакцинируют всех клинически здоровых телят в возрасте от 8 сут. до 4-5 мес.	ПАСТЕРЕЛЛЕЗ – с 20 дневного возраста и старше	СТРИГУЩИЙ ЛИШАЙ – с 1 мес. возраста и старше	ДЕРМАТОФИТОЗЫ – с 1 мес. возраста и старше
	ЛЕПТОСПИРОЗ – с 1,5 мес. возраста и старше	ЭМКАР – с 3 мес. возраста и старше	СИБИРСКАЯ ЯЗВА – с 3 мес. возраста и старше
	ЯЩУР – с 4 мес. возраста и старше	БОЛЕЗНЬ АУЕСКИ – с 6 мес. возраста и старше	ЛИСТЕРИОЗ – по показаниям в регионе
	ХЛАМИДИОЗ – по показаниям в регионе	КАМПИЛОБАКТЕРИОЗ – по показаниям в регионе	

Вакцины и вакцинация лошадей

САЛЬМОНЕЛЛЕЗНЫЙ АБОРТ КОБЫЛ – вакцинируют жеребых кобыл однократно в 4-7 мес. жеребости (это примерно в ноябре-декабре, если считать жеребость лошади с июля по май 11 месяцев)	ПАСТЕРЕЛЛЕЗ ЛОШАДЕЙ – молодежка прививают с 20-дневного возраста и взрослое поголовье однократно, п/к, 1-3 мл вакцины	РИНОПНЕВМОНИЯ ЛОШАДЕЙ – I-ая вакцинация – прививают жеребых кобыл в 1-3 мес. жеребости (это примерно в августе-сентябре), II-ая вакцинация жеребых кобыл – не позднее 6-мес жеребости, совпадает с вакцинацией всего поголовья лошадей (это примерно в ноябре-декабре)	МЫТ ЛОШАДЕЙ – жеребят вакцинируют с 3-мес. возраста, параллельно вакцинируют лошадей до 3 лет
ГРИПП ЛОШАДЕЙ – лошадей вакцинируют параллельно с жеребыми кобылами, которых нужно вакцинировать не позднее 6-мес. жеребости, это примерно в ноябре-декабре. Жеребят вакцинируют с 3-мес. возраста, это примерно в августе-сентябре	ВИРУСНЫЙ АРТЕРИИТ – лошадей вакцинируют параллельно с жеребыми кобылами, которых нужно вакцинировать не позднее 6-мес. жеребости, это примерно в ноябре-декабре	СТОЛБНЯК – жеребят вакцинируют с 6-мес. возраста и старше	ЧУМА ЛОШАДЕЙ – вакцинируют по показаниям в регионе

ВЕТЕРИНАРНАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ

Все владельцы животных, независимо от форм собственности, обязаны:

- Соблюдать зооигиенические и ветеринарные (ветеринарно-санитарные) требования;
- Идентифицировать сельскохозяйственных животных;
- Обеспечивать своевременную вакцинацию и диагностику своих животных для обеспечения ветеринарно-санитарной безопасности;
- Убой животных для реализации проводить с предубойным ветеринарным осмотром и послеубойной ветеринарно-санитарной экспертизы туш и органов;
- Убой сельскохозяйственных животных, предназначенных для последующей реализации, проводить на мясоперерабатывающих предприятиях, убойных пунктах или убойных площадках (площадках по убою сельскохозяйственных животных);
- Оказывать содействие специалистам в области ветеринарии при выполнении ими служебных обязанностей по проведению ветеринарных мероприятий;
- Проводить карантинирование животных;
- Покупку, перевозку и продажу животных, продукции животного происхождения осуществлять только при наличии ветеринарных сопроводительных документов (по территории РК – ветеринарная справка, за пределы – ветеринарный сертификат);

Извещать ветеринарную службу на местах о:

- вновь приобретенном (приобретенных) животном (животных), полученном приплоде, его (их) убое и реализации;
- в случаях падежа, одновременного заболевания нескольких животных или об их необычном поведении и до прибытия специалистов принять меры к изолированному содержанию животных при подозрении в заболевании.

Ветеринарные (ветеринарно-санитарные) требования к убойным пунктам

Участок для строительства объекта производства выбирают на возвышенной, ровной, сухой, не затопляемой паводковыми и ливневыми водами и защищенной с учетом угрозы ветров местности.

Не допускается выбор участка для строительства новых объектов производства на месте бывших животноводческих помещений, скотомогильников, навозохранилищ и мясоперерабатывающих предприятий.

Убойный пункт строят на объектах производства (кроме птицеводческих хозяйств), который размещается на линии ограждения объекта производства, в состав которого входят:

- 1) убойное отделение с помещением для убоя животных;
- 2) помещение для посола шкур и временного хранения;
- 3) холодильные камеры для временного хранения туш и субпродуктов;
- 4) утилизационное отделение с автоклавом или трупосжигательной печью;
- 5) душевая;
- 6) подсобное помещение для обслуживающего персонала;
- 7) Учетный номер.

Ветеринарно-санитарные требования регламентируются Приказом Министра сельского хозяйства Республики Казахстан от 18 сентября 2015 года №7-1/832

«Об утверждении ветеринарных (ветеринарно-санитарных) требований к объектам производства, осуществляющим заготовку (убой животных), хранение, переработку и реализацию продукции и сырья животного происхождения»

Минимальные СЗЗ* и СР от убойных пунктов и убойных площадок:**

№ п/п	Элементы застройки	Расстояние в метрах от		
		убойных пунктов		убойных площадок мощностью до 10 тонн мяса в сутки
		мощностью от 10 тонн до 30 тонн мяса в сутки	мощностью свыше 30 тонн мяса в сутки	
1	2	3	4	5
1	Жилые и общественные здания	300	500	50

Примечание: при убойных пунктах и убойных площадках допускается предубойное содержание скота не более суточного запаса.

**СЗЗ – территория, отделяющая зоны специального назначения, а также промышленные организации и другие производственные, коммунальные и складские объекты в населенном пункте от близлежащих селитебных территорий, зданий и сооружений жилищно-гражданского назначения в целях ослабления воздействия на них неблагоприятных факторов;*

***СР – минимальное расстояние от источника вредного воздействия до границы жилой застройки, ландшафтно-рекреационной зоны, зоны отдыха, курорта, которое имеет режим СЗЗ, но не требует разработки проекта обоснования его организации (за исключением СР вдоль стандартных маршрутов полета в зоне взлета и посадки воздушных судов, полетов и запусков космических аппаратов).*

Присвоение учетных номеров объектам производства, осуществляющим выращивание животных, заготовку (убой), хранение, переработку и реализацию животной продукции и сырья животного происхождения, а также организациям по производству, хранению и реализации кормов и кормовых добавок

Учетный номер выдается на весь период деятельности объекта производства, за исключением убойных площадок.

Убойным площадкам учетные номера выдаются сроком на один год и подлежат ежегодному подтверждению до строительства в данном регионе мясоперерабатывающих предприятий или убойных пунктов. Убойные площадки для подтверждения имеющегося учетного номера проходят повторную процедуру присвоения учетного номера.

Прием заявлений и выдача результатов присвоения учетных номеров объектам производства осуществляются канцелярией подразделения местного исполнительного органа района (города областного значения), города республиканского значения, столицы, осуществляющего деятельность в области ветеринарии.

Присвоение учетных номеров отнесено к государственным услугам и осуществляется бесплатно физическим и юридическим лицам.

Сроки оказания государственной услуг со дня сдачи пакета документов – 7 (семь) рабочих дней.

(Приказ Министра сельского хозяйства Республики Казахстан от 23 января 2015 года №7-1/37 «Об утверждении Правил присвоения учетных номеров объектам производства, осуществляющим выращивание животных, заготовку (убой), хранение, переработку и реализацию животных, продукции и сырья животного происхождения, а также организациям по производству, хранению и реализации ветеринарных препаратов, кормов и кормовых добавок»)

Порядок организации проведения уоя сельскохозяйственных животных, предназначенных для последующей реализации

В соответствии с законодательством Республики Казахстан в области ветеринарии убой сельскохозяйственных животных, на установленных местах, предназначенных для последующей реализации запрещается.

Убой сельскохозяйственных животных, предназначенных для последующей реализации, должно осуществляться: на убойных площадках, пунктах или мясоперерабатывающих предприятиях.

Сельскохозяйственные животные перед убоем подлежат предубойному ветеринарному осмотру и после убойной ветеринарно-санитарной экспертизы туш и органов.

По результатам послеубойного ветеринарного осмотра на тушу ставится клеймо «предварительный осмотр».

На период отсутствия убойных пунктов или мясоперерабатывающих предприятий убой сельскохозяйственных животных и проведение ветеринарного осмотра животного и продуктов его уоя осуществляются на убойных площадках.

При убое сельскохозяйственных животных на убойных пунктах или мясоперерабатывающих предприятиях туша сопровождается ветеринарной справкой, выданной в соответствии с правилами выдачи ветеринарных документов на основании акта экспертизы (протокола испытаний) лаборатории.

В ветеринарной справке указывается дата выдачи и номер акта экспертизы (протокола испытаний).

Реализация на объектах внутренней торговли продукции (мяса и мясopодуков) и сырья животного происхождения допускается только при наличии ветеринарных документов, подтверждающих убой сельскохозяйственного животного.

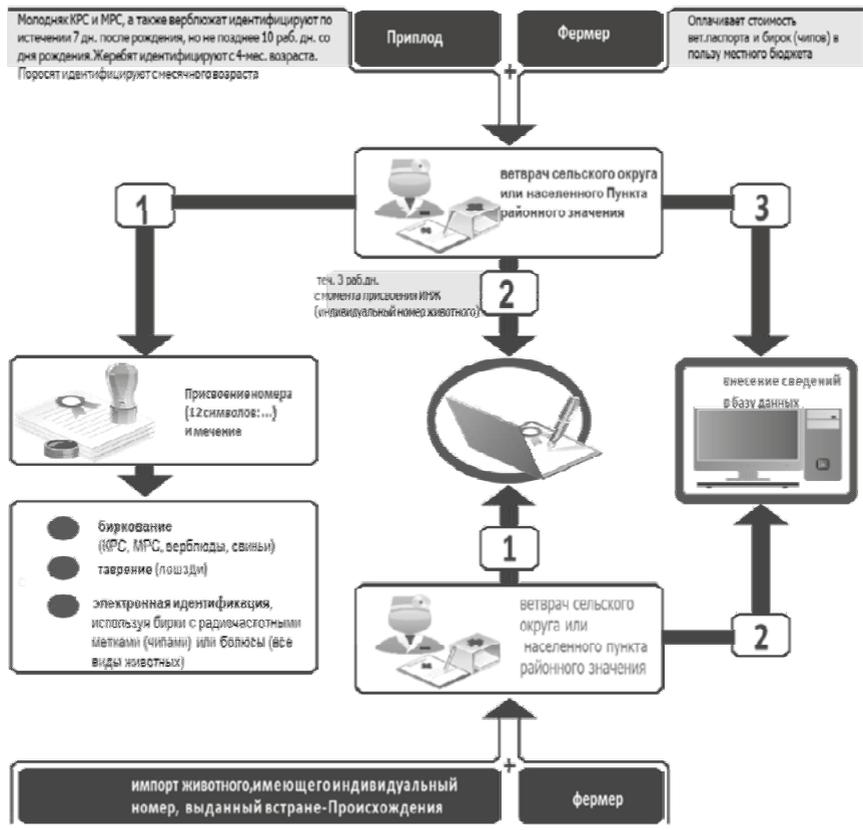
Порядок карантинирования животных

Карантинирование животных – это обособленное содержание вновь прибывших, ввезенных, приобретенных, вывозимых, перемещаемых животных с целью проведения диагностических исследований и ветеринарных обработок.

В соответствии с законодательством в области ветеринарии ввоз, приобретение, вывоз, перемещение, прибытие животных не осуществляется:

- 1) с неблагополучной зоны, за исключением их реализации для проведения санитарного уоя на объектах уоя животных (мясоперерабатывающие предприятия) при соблюдении ветеринарных (ветеринарно-санитарных) правил и указании сведений по ним в ветеринарных документах и базе данных по идентификации сельскохозяйственных животных (ИСЖ);
- 2) из буферной зоны в благополучную зону;
- 3) в неблагополучную зону;
- 4) из благополучной зоны с вакцинацией в благополучную зону без вакцинации;
- 5) из благополучной зоны без вакцинации в благополучную зону с вакцинацией без проведения соответствующих ветеринарных обработок.

Порядок идентификации сельскохозяйственных животных
 Регламентируется «Правилами идентификации сельскохозяйственных животных», утвержденными постановлением Правительства РК от 31 декабря 2009 года №2331



В соответствии с законодательством в области ветеринарии Республики Казахстан сельскохозяйственные животные подлежат обязательной идентификации, позволяющей вести наблюдение за каждым животным с целью контроля и надзора за осуществлением ветеринарных обработок по профилактике и диагностике болезней животных, в порядке, установленном уполномоченным органом.

Проведение **идентификации сельскохозяйственных животных** относится к государственным услугам, с **выдачей ветеринарного паспорта**.

Государственная услуга оказывается государственными ветеринарными организациями, созданными местными исполнительными органами городов Астаны и Алматы, районов и городов областного значения.

Сроки оказания государственной услуги:

- со дня сдачи пакета документов услугополучателем и до момента получения результата оказания государственной услуги – осуществляется согласно срокам ее проведения, определенными местными исполнительными органами области (города республиканского значения, столицы);
- выдача выписки из ветеринарного паспорта – 30 (тридцать) минут;
- повторная государственная услуга при утере, повреждении (невозможно определить индивидуальный номер) бирок (бирки) оказывается в течение 2 (двух) рабочих дней со дня поступления бирок услугодателя, с присвоением животному нового индивидуального номера.
- при утере или повреждении одной из бирок у крупного животного, в течение 2 (двух) рабочих дней со дня поступления дубликата навесной бирки услугодателя.

Государственная **услуга оказывается бесплатно** физическим и юридическим лицам, за исключением чипирования.

Правила идентификации сельскохозяйственных животных

Правила идентификации сельскохозяйственных животных утверждены Приказом Министра сельского хозяйства Республики Казахстан от 30 января 2015 года №7-1/68. Зарегистрирован Министерством юстиции Республики Казахстан 22 мая 2015 года №11127.

Сроки идентификации

Молодняк сельскохозяйственных животных идентифицируется не позднее четырнадцати рабочих дней со дня достижения следующего возраста:

- **телят, ягнят, козлят, верблюжат** – по истечении семи дней со дня рождения;
- **жеребят** – с четырехмесячного возраста;
- племенных **поросят**, поросят предназначенных для дальнейшего разведения и воспроизводства, и поросят, которые содержатся в хозяйствах населения – с трехмесячного возраста;
- поросят содержащихся в сельскохозяйственных предприятиях, крестьянских и фермерских хозяйствах, и предназначенных для промышленного выращивания, откорма с последующим убоем до достижения девятимесячного возраста – по истечении семи дней со дня рождения;
- поросят не забитых до девятимесячного возраста, содержащихся в сельскохозяйственных предприятиях, крестьянских и фермерских хозяйствах, и предназначенных для промышленного выращивания и откорма – по истечении семи дней со дня наступления девятимесячного возраста.

Цифровой код сельскохозяйственных животных

1 – крупный рогатый скот; 2 – мелкий рогатый скот; 3 – свиньи; 4 – лошади; 5 – верблюды

Процедура идентификации сельскохозяйственных животных включает:

- 1) присвоение индивидуального номера сельскохозяйственным животным проводится одним из способов, в зависимости от вида сельскохозяйственного животного;
- 2) включение сведений в базу данных по идентификации сельскохозяйственных животных (далее – база данных) в порядке, утвержденном приказом Министра сельского хозяйства Республики Казахстан от 2 июня 2010 года №367 «Об утверждении Правил формирования и ведения базы данных по идентификации

сельскохозяйственных животных и выдачи выписки из нее» (зарегистрированный в Реестре государственной регистрации нормативных правовых актов №6321);

3) выдачу ветеринарного паспорта по форме, согласно приложению 2 к настоящим Правилам.

Присвоение индивидуального номера

Присвоение индивидуального номера проводится в зависимости от вида сельскохозяйственного животного, одним из следующих способов:

1) **биркование** (для крупного рогатого скота, мелкого рогатого скота, верблюдов, свиней и поросят не забитых до девятимесячного возраста содержащихся в сельскохозяйственных предприятиях, крестьянских и фермерских хозяйствах, и предназначенных для промышленного выращивания и откорма);

2) **таврение или чипирование** (для лошадей);

3) **татуировка** (для поросят, содержащихся в сельскохозяйственных предприятиях, крестьянских и фермерских хозяйствах, и предназначенных для промышленного выращивания, откорма с последующим убоем до достижения девятимесячного возраста).

Присвоение индивидуального номера сельскохозяйственным животным осуществляется владельцами животных.

Порядок выдачи ветеринарного паспорта сельскохозяйственных животных

Ветеринарным врачом ветеринарной организации в течение трех рабочих дней с момента присвоения сельскохозяйственному животному индивидуального номера его владельцу выдается ветеринарный паспорт.

Ветеринарный паспорт на сельскохозяйственных животных выдается индивидуально, за исключением мелкого рогатого скота, свиней.

Номер паспорта соответствует индивидуальному номеру сельскохозяйственных животных.

Сведения в ветеринарный паспорт заносятся ветеринарным врачом ветеринарной организации, скрепляются подписью и печатью.

При этом сведения о проведенных ветеринарных обработках и диагностических исследованиях сельскохозяйственного животного и другие сведения о сельскохозяйственном животном (пол, масть, возраст сельскохозяйственного животного, дополнительные признаки) заносятся в базу данных.

После убоя сельскохозяйственных животных на убойных площадках, убойных пунктах и мясоперерабатывающих предприятиях ветеринарные паспорта и изделия (средства) для проведения идентификации сельскохозяйственных животных передаются по описи ветеринарным организациям ветеринарными врачами убойных площадок, убойных пунктов и мясоперерабатывающих предприятий, а при убое сельскохозяйственных животных для личного потребления – владельцами.

В случае необходимости получения выписки из ветеринарного паспорта, канцелярией ветеринарной организации, или посредством веб-портала «электронного правительства»: www.egov.kz осуществляется прием заявлений на получение выписки из ветеринарного паспорта по форме согласно приложению 8 к Правилам с последующей выдачей соответствующей выписки.

Данный модуль позволил нам повысить знания в области агрокомпетенции, и в дальнейшем использовать материалы для написания бизнес-плана тем, кто планирует заниматься бизнесом в сфере животноводства и растениеводства. В следующем 7 модуле рассмотрим основы бизнес-планирования.

МОДУЛЬ 7. ОСНОВЫ БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЯ

-
- 7.1. Понятие и виды бизнес-плана
 - 7.2. Структура бизнес-плана
 - 7.3. Разделы бизнес-плана (маркетинговый, организационный, производственный, финансовый)
-

7.1. ПОНЯТИЕ И ВИДЫ БИЗНЕС-ПЛАНА



Свободное предпринимательство начинается с бизнес-планирования.

Каждый предприниматель, начиная свою деятельность, должен ясно представлять потребность на перспективу в финансовых, материальных, трудовых и интеллектуальных ресурсах, источники их получения, а также уметь четко рассчитать эффективность использования ресурсов в процессе работы фирмы.

Бизнес-план – это документ, в котором описываются все основные аспекты предпринимательской деятельности, анализируются главные проблемы, с которыми может столкнуться предприниматель, и определяются основные способы решения этих проблем.

Не стоит думать, что бизнес-план необходим только крупным предприятиям, организующим свое дело с размахом. Как показывает мировая практика, он нужен для всех форм и видов предпринимательства и прежде всего для того, чтобы тщательно проанализировать свои идеи, проверить их разумность, реалистичность и уменьшить тем самым риск неудачи. Кроме того, бизнес-план необходим для представления тем, у кого предприниматель собирается занять деньги или иное имущество на реализацию проекта, для подтверждения реалистичности задуманного дела и способности возратить кредит, арендованное имущество.

Бизнес-план – краткое, точное, доступное и понятное описание предполагаемого бизнеса, важнейший инструмент при рассмотрении большого количества различных ситуаций, позволяющий выбрать наиболее перспективный желаемый результат и определить средства для его достижения. Бизнес-план является документом, позволяющим управлять бизнесом, поэтому его можно представить, как неотъемлемый элемент стратегического планирования и как руководство для исполнения и контроля. Важно рассматривать бизнес-план как сам процесс планирования и инструмент внутрифирменного управления.

В рыночной экономике предприниматели не смогут добиться стабильного успеха, если не будут четко и эффективно планировать свою деятельность, постоянно собирать и аккумулировать информацию как о состоянии целевых рынков, положении на них конкурентов, так и о собственных перспективах и возможностях.

Бизнес-план нужен:

- для предпринимателя;
- для получения кредита;

- для привлечения инвестиций;
- для совместного предприятия;
- для привлечения новых работников;
- для объединения с другой компанией

Бизнес-план – это документ, в котором содержатся доступное описание, точные финансовые расчеты и стратегия развития бизнес-проекта.

Бизнес-модель – это упрощенное представление всего процесса реализации проекта, который содержит схематические изображения бизнес-системы.

При всем многообразии форм предпринимательства существуют ключевые положения, применимые практически во всех областях коммерческой деятельности и для разных фирм, но необходимые для того, чтобы своевременно подготовиться и обойти потенциальные трудности и опасности, тем самым уменьшить риск в достижении поставленных целей. Как отмечалось ранее, важной задачей является проблема привлечения инвестиций, в том числе и зарубежных, в действующие и развивающиеся предприятия. Для этого необходимо аргументировать и обосновать оформление проектов (предложений), требующих инвестиций. Для этих и некоторых других целей применяется бизнес-план.

Что из себя представляет бизнес-план?

Бизнес-план представляет собой документ, в котором формулируются цели предприятия, дается их обоснование, определяются пути достижения, необходимые для реализации средства и конечные финансовые показатели работы. Как правило, он разрабатывается на несколько лет (чаще на три – пять лет) с разбивкой по годам. При этом данные по первому году обычно даются с разбивкой по месяцам, а на последующие годы – в годовом исчислении. Часто при составлении планов действующих предприятий используется скользящий график, при котором ежегодно разрабатывается детальный план на предстоящий год, а также уточняется и продлевается еще на год общий бизнес-план.

Назначение бизнес-плана – показать реальные шансы реализации бизнес-идеи. Он не только дает правдивую оценку возможностей и рисков, но показывает необходимость (или же отсутствие таковой) в привлечении дополнительных инвестиций, открытии кредитных линий. По сути, бизнес-план показывает успешность управления и пути развития предприятия для достижения поставленной цели.

Бизнес-план имеет две группы пользователей – внутренних (инициатор бизнес-идеи, учредители и персонал фирмы) и внешних (потенциальные инвесторы, кредиторы, партнеры).

Бизнес-план служит трем основным целям:

- он дает инвестору ответ на вопрос, стоит ли вкладывать средства в данный инвестиционный проект;
- служит источником информации для лиц непосредственно реализующих проект;
- кредитор при принятии решения о выдаче кредита получает исчерпывающую информацию о существующем бизнесе заемщика и его развитии после получения кредита.

Бизнес-план помогает решить следующие основные задачи:

- четкая формулировка целей предприятия, определения конкретных количественных показателей их реализации и сроков достижения;

- определить конкретные направления деятельности фирмы,
- целевые рынки и место фирмы на этих рынках;
- сформулировать долговременные и краткосрочные цели фирмы, стратегию и тактику их достижения, определения конкретных количественных показателей их реализации и сроков достижения;
- определить лиц, ответственных за реализацию стратегии; выбрать состав и определить показатели товаров и услуг, которые будут предложены фирмой потребителям;
- оценить производственные и торговые издержки по их созданию и реализации;
- выявить соответствие имеющихся кадров фирмы, условий мотивации их труда предъявляемым требованиям для достижения поставленных целей;
- определить состав маркетинговых мероприятий фирмы по изучению рынка, рекламе, стимулированию продаж, ценообразованию, каналам сбыта и др.;
- оценить финансовое положение фирмы и соответствие имеющихся финансовых и материальных ресурсов возможностям достижения поставленных целей; предусмотреть трудности, «подводные камни», которые могут помешать практическому выполнению бизнес-плана;
- организовать систему контроля над ходом осуществления проекта.

Бизнес-планы подразделяются на следующие виды:

- бизнес-план инвестиций – изложение для потенциального партнера или инвестора результатов маркетингового исследования, обоснование стратегии освоения рынка, предполагаемых результатов;
- бизнес-план развития компании или фирмы – план развития организации на предстоящий плановый период;
- бизнес-план развития (создания) отдельного подразделения предприятия;
- бизнес-план для получения кредита в банке или для участия в тендере.

Бизнес-план должен отвечать ряду требований:

- быть написанным простым и понятным языком с использованием кратких и четких формулировок;
- его объем не должен превышать 20-25 машинописных страниц;
- носить всеобъемлющий характер, т.е. включать всю информацию по проекту, представляющую интерес для инвестора;
- опираться на реальные факты и обоснованные предложения;
- иметь завершенный характер, т.е. содержать стратегию достижения поставленных целей;
- обладать комплексностью, т.е. содержать производственное, маркетинговое, организационное, финансовое обеспечение;
- иметь перспективный характер, т.е. обеспечивать возможность разработки на его основе дальнейших планов с сохранением преемственности развития;
- обладать гибкостью, обеспечивающей возможность внесения корректировок в разработанные программы;
- иметь контролирующий характер, связанный с четкой характеристикой графиков работ, контрольных сроков и показателей.

7.2. СТРУКТУРА БИЗНЕС-ПЛАНА

Структура и содержание бизнес-плана могут варьироваться в зависимости от цели составления этого документа и области применения (производственные, сервисные, торговые и др. компании). В настоящее время существуют несколько групп стандартов его составления.

Самыми распространенными среди них являются стандарты:

- Европейского Союза в рамках программы по содействию ускорению процесса экономических реформ в содружестве независимых государствах (TACIS);
- Организацией Объединённых Наций по промышленному развитию (UNIDO);
- Международной сети фирм, предоставляющих аудиторские, налоговые и консультационные услуги КМРPG;
- Европейского банка реконструкции и развития (ЕБРР).

Структура и содержание бизнес-плана по стандарту UNIDO

Структура	Содержание
Резюме	
Описание предприятия и отрасли	<ol style="list-style-type: none"> 1. Общие сведения о предприятии 2. Финансово-экономические показатели деятельности предприятия 3. Структура управления и кадровый состав 4. Направления деятельности, продукция, достижения и перспективы 5. Отрасль экономики и ее перспективы 6. Партнерские связи и социальная активность
Описание продукции (услуг)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Краткое описание продукции, основные характеристики 2. Конкурентоспособность продукции (услуги) 3. Патентоспособность и авторские права 4. Лицензия 5. Условия поставки 6. Безопасность 7. Гарантий и сервис 8. Эксплуатация и утилизация
Маркетинг и сбыт продукции (услуг)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Требования потребителей к продукции 2. Описание конкуренции 3. Описание рынка сбыта продукции 4. Описание поставки товара 5. Стратегия привлечения потребителей
Производственный план	<ol style="list-style-type: none"> 1. Общие сведения о предприятии 2. Технология и уровень квалификации исполнителей 3. Кадровое обеспечение 4. Объем производства 5. Расходы на персонал, сырье, смете текущих затрат. 6. Расчет переменных и постоянных издержек
Организационный план	<ol style="list-style-type: none"> 1. Описание руководящей группы 2. Организационная структура 3. Механизм поддержки и мотивации 4. Правовое обеспечение

Финансовый план	<ol style="list-style-type: none"> 1. Затраты подготовительного периода 2. Затраты текущего (основного) периода 3. Расчет поступлений от проекта 4. Затраты, связанные с обслуживанием кредита (лизинга) 5. Расчет налоговых платежей 6. Другие поступления и выплаты 7. Отчет о прибылях и убытках 8. Поток реальных денег 9. Прогнозный баланс
Направленность и эффективность проекта	<ol style="list-style-type: none"> 1. Направленность и значимость проекта 2. Показатели эффективности его реализации 3. Анализ чувствительности проекта
Риски и гарантии	<ol style="list-style-type: none"> 1. Предпринимательские риски и возможные форс-мажорные обстоятельства 2. Гарантии возврата средств партнерам и инвесторам
Приложения	

Бизнес-план начинается с титульного листа. В титульном листе пишем название проекта, рисунок по содержанию, город где он реализуется и год написания бизнес-плана. После титульного листа пишется содержание, здесь необходимо указать страницы по разделам структуры бизнес-плана.

1. Резюме (концепция проекта);
2. Описание продукции;
3. Маркетинговый план;
4. Производственный план;
5. Организационный и управленческий план;
6. План реализации проекта;
7. Финансовый план;
8. Анализ рисков проекта;
9. Приложения.

7.3. РАЗДЕЛЫ БИЗНЕС-ПЛАНА (МАРКЕТИНГОВЫЙ, ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ, ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ, ФИНАНСОВЫЙ)

1. Резюме (концепция проекта)

Резюме должно быть кратким, не более одного-двух страниц. Именно первое знакомство потенциального инвестора с планом является определяющим для судьбы проекта и поэтому резюме должно быть проработано таким образом, чтобы вызвать к нему интерес.

В резюме отражается следующая информация:

- полное название, адрес и телефон предприятия-инициатора проекта;
- наименование проекта, его суть;
- описание предприятия, его специфических черт, на какой стадии развития предприятие находится на сегодняшний день;
- краткие сведения о численности и квалификации персонала;
- совокупная стоимость проекта, объем средств, которые инициатор инвестирует в проект;

- потребность в финансировании, желательные формы и условия инвестирования, гарантии по возврату заемных средств;
- ключевые экономические показатели эффективности проекта.

Пример, *Цель разработки бизнес-плана – привлечение инвестиции и обоснование эффективности создания фермы по программе «Игілік» 2-го направления Программы развития продуктивной занятости и массового предпринимательства по проекту «Бастау Бизнес».*

1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ О ЗАЕМЩИКЕ	
Ф.И.О.	
Гражданство	Республика Казахстан
Адрес	
№ удостоверения личности	
Дата и место рождения	
ИИН	7350173xxxx
Семейное положение и количество нетрудоспособных детей	
Образование	Высшее
Специальность	
Наличие инвалидности	нет
Контактные данные	870292xxxxx
Целевое назначение займа:	Организация разведения КРС по программе "Игілік"
Валюта:	тенге
Общая сумма проекта, тыс. тенге:	3 750
В т.ч. заемные средства, тыс. тенге:	3 750
В т.ч. собственные средства, тыс. тенге:	0

Описание предприятия имеет целью формирование у лиц, принимающих инвестиционные решения, четкого представления о предприятии как объекте инвестирования или возможном партнере при реализации инвестиционного проекта.

Пример,

Животноводство Казахстана занимает около 43% от всей валовой продукции сельского хозяйства. Животноводство является одной из основных стратегических экономических задач Казахстана и продолжает оставаться основным источником занятости, питания и доходов сельского населения.

Характер естественных кормовых угодий предопределяет развитие, прежде всего, овцеводства, мясного скотоводства, на долю которых приходится около 65% произведенного мяса в Республике, а также молочного скотоводства.

Концепция проекта предусматривает открытие фермы по разведению КРС.

Целевое назначение займа

Наименование	Количество	Цена, тг	Сумма, тг
Количество покупаемых коров маточного поголовья	12	250 000	3 000 000
Количество покупаемых быков производителей	0	0	-
Закуп кормов и оборотные средства	1	750 000	750 000
Всего			3 750 000

2. Описание продукции

В данном разделе необходимо дать краткое описание потребительских свойств продукции, предлагаемой предприятием, а также результаты сравнительного анализа с аналогами на рынке.

Описание продукции включает в себя следующее:

- наименование изделия и его спецификация;
- функциональное назначение и область применения (для каких потребителей предназначена продукция);
- основные технические, эстетические и другие характеристики продукции;
- показатели технологичности и универсальности продукции;
- соответствие стандартам и нормативам;
- стоимостная характеристика;

В том числе прилагается патентно-лицензионная защита, торговый знак, авторские права и другая информация об объектах интеллектуальной собственности касательно продукции. Необходимо предоставить данные о производимой продукции в натуральном и стоимостных показателях, его структуры табличной форме за последние 5-10 лет. Для наглядности также прилагается экземпляр вашей продукции (либо же фотографии, чертежи).

Пример, по нашему примеру бизнес-проекта исполнитель покупает красную степную породу.

Красная степная корова по численности занимает второе место в Казахстане. В основном разводят в Северном Казахстане, Кокшетау, Костанай и Акмолинской областях. Производительность молока – от 2000 кг до 4500 кг, жирность 3,6-3,8%.

3. Маркетинговый план

В структуре бизнес-плана маркетинговый план занимает особое место, здесь описывается анализ рынка, ценообразование, продвижение товара, реклама стратегия всего цикла товара от разработки товара до ее реализации. В данном разделе дается оценка рыночных возможностей предприятия.

В маркетинговом плане должно быть отражено:

- Описание отрасли
- Характеристика рынка продукции
- SWOT-анализ предприятия
- Исследование и анализ рынка сырья, материалов и иных факторов производства
- Характеристика потребителей продукции

- Программа сбыта продукции
- Конкурентоспособность предприятия

Результаты исследования рынка являются также базой для разработки долгосрочной стратегии и текущей политики предприятия и определяют его потребности в материальных, людских и денежных ресурсах.

Первая часть предполагает описание существующей ситуации на рынке:

- структура рынка,
- конкуренция,
- другие поставщики аналогичной продукции или заменяющей,
- эластичность спроса по ценам,
- реакция рынка на социально-экономические процессы,
- описание каналов распределения продукции,
- темпы роста потребления и т. д.

Основными количественными характеристиками рынка являются емкость рынка и спрос на продукцию предприятия. Определение спроса включает в себя оценку величины и структуры текущего спроса и перспективу его изменения. Текущий спрос определяется общим количеством продукции, проданной по определенной цене на конкретном рынке за какой-либо период времени (обычно 3-5 лет). Информация должна позволить оценить размеры и структуру текущего спроса, а также основные сегменты рынка по конечному пользователю, географическому делению и категориям потребителей.

При описании предполагаемого рынка сбыта продукции предприятия следует указать:

- основные предприятия, работающие на рынке;
- продукцию конкурентов;
- отличительные характеристики предполагаемых рынков и сегментов рынков (необходимая потребность в продукции и степень удовлетворения потребности с учетом демографических факторов, географического месторасположения, сезонных тенденций);
- размеры предполагаемого рынка;
- общая численность покупателей,
- годовой объем продаж продуктов и услуг,
- ожидаемый рост размеров рынка;
- проникновение на рынок (доля рынка, охватываемая территория, обоснование масштабов проникновения);
- важнейшие тенденции и ожидаемые изменения на основных предполагаемых рынках;
- второстепенные рынки и их основные характеристики;
- установление контактов с потенциальными покупателями, их готовность приобретать продукцию при различном уровне цен, предоставление информации покупателям;
- цикл покупок продукции потенциальными клиентами, процесс оценки решений, ответственность и право выбора окончательного решения;
- администраторы, торговые агенты, инженеры и т. д.;
- время между моментом размещения заказа и моментом поставки продукции (первичные заказы, повторные заказы, покупки больших партий продукции).

Характеристика потребителей продукции

Год/ месяц	Ожидае- мый спрос	Ожидаемое предложение	Объем про- изводства	Цена	Потребители	Подтвержде- ние (контракт)

Объем сбыта продукции (услуг) с точки зрения прогнозирования является наиболее важным и сложным, поскольку анализ существующего рынка и политика формирования уровня и структуры спроса на продукцию определяют результаты реализации инвестиционного проекта.

Программа сбыта продукции включает следующие показатели:

- расчет и обоснование цены, ценообразование;
- расчет себестоимости продукции;
- программа продаж (на каждый год);
- ожидаемый доход от продаж;
- издержки при продаже и распределении;
- целевая группа потребителей;
- описание торговой сети;
- методы и каналы распределения продукции, реклама;
- методы стимулирования сбыта.

Вы должны сделать насколько возможно более точную оценку по объему продаж!

- Используйте статистику (постарайтесь получить статистику, в разрезе различных экономических групп!)
- Используйте собственный опыт
- Опирайтесь на ваши результаты изучения рынка

В бизнес-плане конкурентоспособность предприятия определяется в результате:

- изучения сильных и слабых сторон конкурентов:
 - их продукции и потребителей;
 - рекламный пакет;
 - цены;
 - объемов продаж;
 - имидж;
 - местонахождение и т. д.

• анализа конкурентных качеств выпускаемой продукции, которые оказывают значительное влияние на разработку ценовой и сбытовой стратегии маркетинга и используются при формировании плана производства.

Анализ конкурентоспособности продукции проводят, как правило, по показателям потребительских качеств и стоимостным показателям в соответствии с общепринятыми в Казахстане методиками. Сопоставление продукции с имеющимися аналогами определяет ее место среди них. На этом этапе может быть определена в первом приближении цена на продукцию (услуги).

В данном разделе также приводится описание ценовой стратегии предприятия. Определение исходной цены на продукцию базируется на результатах анализа спроса, цен конкурентов и оценка издержек предприятия на производство и реализацию продукции.

Ценовую стратегию и выбор методики ценообразования определяют, в основном, два фактора:

- тип рынка (рынок свободной конкуренции, олигополистический рынок, монополистический рынок);
- характер целей предприятия, основными из которых являются:
- максимизация текущей прибыли,
- завоевание определенной доли на рынке,
- завоевание лидерства по качеству продукции.

4. Производственный план

Данный раздел бизнес-плана представляется только предпринимателями, занимающимися производством продукции, товаров или услуг. Главная задача раздела показать потенциальным партнерам, что предприятие в состоянии реально производить требуемое количество продукции, товаров или услуг в необходимые сроки.

В данном разделе указывается количество производимой продукции и сроки, виды и качество продукции. Данные этого раздела бизнес-плана желательно приводить в перспективе на 5-7 лет.

Производственный план (по объему продукции и смете затрат) формируется на основе плана сбыта продукции и расчета производственных мощностей предприятия, а также прогноза производственных запасов и потерь.

Для описания структуры производственного процесса необходимы следующие данные:

- структура производства, планируемого к использованию в рамках инвестиционного проекта;
- технологическая схема;
- перечень исходных материалов и комплектующих изделий, их количество и стоимостные характеристики;
- основные поставщики сырья, материалов, комплектующих изделий, объемы и условия поставок;
- потребное количество энергии, газа, сжатого воздуха, пара и т.д. и стоимость единицы их потребления;
- перечень услуг сторонних организаций, необходимых для осуществления процесса производства и реализации продукции;
- объем внутренних и внешних перевозок по всем видам транспорта, тарифы по перевозкам;
- затраты по перечисленным позициям.

Пример:

Входящие параметры проекта	ед.изм.	цифры, принятые в наст. фин.модели	примечание, прочие сведения
Порода КРС	порода	Красная степная порода КРС (Мясо-молочная)	
Планируемое максимальное поголовье коров маточного стада по данному проекту через 6 лет	голова	60	Максимальное количество коров маточного поголовья
Пастбищный выпас		да	
Расходы на выпас 1 головы в месяц	тенге	1500	
Живой вес бычков на откорме 18 мес	кг	480	разбег 470-526 кг
Живой вес тёлочек 18 мес	кг	400	разбег 360-420 кг
Живой вес взрослых коров	кг	480	разбег 550-650 кг
Расходы на осеменение 1 головы	тенге	5000	0
Средний надой с одной головы в год, л	литр	2880	-
Живой вес быков-производителей	кг	400	разбег 950-1050 кг
Убойный выход туши	%	55%	разбег для породы 63-73%
Выход приплода от маточного стада	%	90%	0
Выход тёлочек в приплоде	%	50%	0
Выход бычков в приплоде	%	50%	0
Цена реализации КРС в живом весе	тг	650	0
Субсидия на покупку племенного скота, тг/гол	тг	0	0
Цена реализации КРС в убойном весе (мясо), на внутреннем рынке	тг	1250	0
Доля реализации мяса на внутреннем рынке	%	100%	оптовая продажа
Стоимость грубых кормов	тенге/тонна	15 000	0
Стоимость комбикормов	тенге/тонна	28 000	0
Стоимость соломы	тенге/тонна	2 000	0

Будет ли реализация молока	да=1/ нет=0	1	Вставить один из двух вариантов 1 или 0
Среднегодовая стоимость молока	тенге/ литр	80	Молоко (2,5 %), литр
Среднегодовая стоимость сливок	тенге/ литр	250	Сливки (20%), литр
Среднегодовая стоимость сметаны	тенге/кг	1 500	Сметана (20%), кг
Среднегодовая стоимость масла	тенге/кг	2 500	Масло (72,5%), кг
Среднегодовая стоимость творога	тенге/кг	700	Творог (5%), кг
Штат	кол-во человек	Месячный оклад, тенге	0
Управляющий	1	30 000	0
Пастух	0	40 000	0
Доярка	1	40 000	0

Движение поголовья КРС по годам, голов

Половозрастная группа	2018 г		2019 г		2020 г		2021 г		2022 г		2023 г		2024 г		2025 г		2026 г	
	пост.	выб.																
Быки-производители, голов	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Коровы маточного стада, голов	12	0	0	0	5	0	0	0	10	0	7	0	9	0	12	0	15	10
Тёлки 0-6 мес, голов	0	0	5	0	5	5	5	5	7	5	9	7	12	9	15	12	19	15
Тёлки 7-12 мес, голов	0	0	0	0	5	5	5	5	5	5	7	7	9	9	12	12	15	15
Тёлки 13-18 мес, голов	0	0	0	0	5	5	5	0	5	10	7	7	9	9	12	12	15	15
Бычки 0-6 мес, голов	0	0	5	0	5	5	5	5	7	5	9	7	12	9	15	12	19	15
Бычки 7-12 мес, голов	0	0	0	0	5	5	5	5	5	5	7	7	9	9	12	12	15	15
Бычки 13-15 мес, голов	0	0	0	0	5	5	5	5	5	5	7	7	9	9	12	12	15	15
Бычки 16-18 мес, голов	0	0	0	0	5	5	5	0	5	5	7	12	9	9	12	12	15	15

Производственная мощность

Половозрастная группа	2018 г	2019 г	2020 г	2021 г	2022 г	2023 г	2024 г	2025 г	2026 г
Забой коров маточного стада, голов	0	0	0	0	0	0	0	0	10
Забой бычков 18 мес, голов	0	0	5	5	5	7	9	12	15
Забой всего, голов	0	0	5	5	5	7	9	12	25
Общий объем произведенного мяса, тонн	0	0	1,3	1,3	1,3	1,8	2,4	3,2	6,6
Объем натурального производ-ства молочной продукции									
Молоко (2,5%), литр	24 686	34 560	44 846	55 131	73 646	92 160	116 434	148 526	172 800

5. Организационный и управленческий план

Раздел «Организационный и управленческий план» считается основным из разделов бизнес-плана. Он состоит следующих пунктов:

- Организационная структура фирмы/компании;
- Система управления (кто руководитель);
- Управления трудовыми ресурсами (фонд оплаты труда).

В данной части бизнес-плана дается описание концепции и структуры управления проектом (или организационная схема по структуре предприятия), а также характеристика состава группы управления.

Для описания организационной структуры предприятия необходимо иметь:

- Устав предприятия;
- Положение о Совете директоров (собственников);
- перечень основных подразделений предприятия, участвующих в реализации проекта, их функций;
- взаимодействие подразделений между собой;
- распределение обязанностей в группе управления, должностные инструкции;
- подробное описание членов группы управления Ф.И.О., квалификация, вклад в достижения предприятия, опыт, принципы, лежащие в основе оплаты труда данного управляющего.

В разделе может быть также дано описание правовой (юридической) формы организуемой в рамках реализации проекта структуры (предприятия) с четким обозначением прав собственности и распределения прибыли.

Пример, организационная структура

Штатное расписание и Фонд оплаты труда, тенге

Штатные единицы	кол-во единиц	месячный оклад	годовой фонд, тыс.тг
Основной персонал			
Директор ИП	1	30 000	360
Итого	1		360
Сезонные рабочие			
Скотник	-	40 000	-
Доярка	1	40 000	480
Итого	1		480
Всего затраты на трудовые ресурсы	2		840

Сумма расходов на оплату труда составляет 840 000 тенге в месяц.

6. Реализация проекта

В календарном плане указываются время и взаимосвязь главных событий, способствующих внедрению проекта и реализующих его цели. Хорошо составленный календарный план может быть исключительно эффективен для получения дополнительных средств от потенциальных инвесторов а также демонстрирует способность руководителей проекта планировать работу и сводить к минимуму риск. Отдельно подготавливается как часть календарного плана помесячное расписание, показывающее время работ по внедрению продукта. В календарном плане указываются время и взаимосвязь главных событий, способствующих внедрению проекта и реализующих его цели. Описываются основные этапы, время на их проведение, ответственных лиц. Рекомендуется приводить календарный план в виде графика или таблицы.

Календарный план реализации проекта

Мероприятия\Месяц	год			
	7	8	9	10
Проведение маркетингового исследования				
Решение вопроса финансирования				
Подготовка разрешительных документов				
Получение кредита				
Покупка оборудования				
Покупка сырья				

7. Финансовый план

Задачей раздела является общая экономическая оценка всего проекта с точки зрения окупаемости затрат, уровня рентабельности и финансовой устойчивости предприятия. Для инвестора раздел представляет наибольший интерес, так как позволяет оценить степень привлекательности проекта по сравнению с иными способами использования денежных средств. В полном виде этот раздел включает ряд следующих финансовых документов:

- сводный баланс доходов и расходов;
- план денежных поступлений и расходов с такой же периодичностью;
- балансовый план на конец первого года в его традиционной форме;
- план по источникам финансирования.

8. Анализ рисков проекта

Проблема риска и дохода в производственной и финансовой деятельности предприятия является одной из главных. Для предприятия риск означает вероятность наступления неблагоприятного события, которое может привести к потере части его ресурсов, недополучению доходов или появлению дополнительных расходов в результате производственной и финансовой деятельности. Современная экономическая ситуация, в которой работают предприятия, неблагоприятна. Конъюнктура рынка изменяется, и поэтому предприятия постоянно сталкиваются с риском, так как происходят перемены в положении конкурентов, изменяются условия и формы финансирования, система налогообложения и т.д. Поэтому при разработке бизнес-плана должны быть учтены возможные изменения рыночной ситуации.

Провести качественный и количественный анализ риска.

Задачей первого является определение факторов риска и этапов работ, при выполнении которых возникает риск. Количественный анализ предполагает определение факторов риска, что является более сложной задачей.

Анализ рисков

№	Вид риска	Пути устранения рисков
1	Болезнь КРС	Преждевременная вакцинация
2	Уменьшение сбыта	Заранее составить договор или сделку с покупателем
3	Экономический кризис	Диверсификация проекта, страхование

Приложения

В заключительной части бизнес-плана приводятся документы и источники, которые были использованы при его подготовке, и на которые есть ссылки в основном тексте. Речь идет о письмах от клиентов и партнеров, копиях договоров и контрактов, различных прейскурантах, статистических обзорах, справках, результатах исследований и т.д.

Данный модуль позволил нам понять методiku написания бизнес-плана ее структуру и основные разделы. Далее в следующем модуле 8 «Финансовое планирование» мы перейдем к детальному составлению финансового плана, в котором будут отражены основные финансовые показатели эффективности будущего проекта.

МОДУЛЬ 8. ФИНАНСОВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ

- 8.1. Финансовая грамотность
 - 8.2. Основные понятия финансовой модели бизнес-плана
 - 8.3. Финансовый раздел бизнес-плана
 - 8.4. План поступления, прогноз движения денежных средств
 - 8.5. Точка безубыточности и рентабельность проекта
-

8.1. ФИНАНСОВАЯ ГРАМОТНОСТЬ

Самые важные слова в бизнесе – это денежный поток. Богатые люди богаты потому, что контролируют денежный поток, а бедные люди бедны потому, что не умеют этого делать. Большинство финансовых проблем вызвано недостатком личного контроля над денежным потоком.
Роберт Кийосаки

Финансовая грамотность – это знания и навыки, которые помогают принимать взвешенные и разумные решения в отношении финансов. Чтобы считаться финансово грамотным, нужно разбираться в основных финансовых понятиях, ориентироваться в услугах финансовых институтов и использовать их с осознанием плюсов, минусов и рисков, правильно оценивать ситуацию на рынке, управлять финансами: вести бюджет, планировать траты, накапливать сбережения и по возможности избегать долгов.

При этом стоит помнить, что деньги государства – это деньги налогоплательщиков, то есть государство ликвидирует последствия низкой финансовой грамотности за наш счёт. Напрашивается логичное решение: тратить деньги на повышение финансовой грамотности населения, чтобы не разбираться с последствиями. Такой подход окупится в будущем.

Есть несколько вещей, которые составляют минимальную финансовую грамотность:

«В первую очередь нужно контролировать свои расходы и доходы. Если вы считаете доходом зарплату в 200 тысяч тенге, то это не совсем так. Основной ресурс – время. Нужно смотреть, как рынок оценивает ваше время. Посчитайте, сколько стоит час вашей работы. Это поможет сделать следующий шаг: повысить доход за каждый час работы. Это зависит от специфики работы: можно повысить эффективность, использовать время рациональнее и делать больше, если доход зависит от этого. Или взять дополнительные обязанности, приобрести дополнительные навыки. Так же, исходя из стоимости часа работы, оценивайте расходы. Это поможет здраво смотреть, можете ли вы себе позволить какие-то вещи или нет. Контролировать расходы важно, иначе попадёте в долговую яму, вылезти из которой не так просто. Во-вторых, нужно приучить себя читать все договоры и разбираться в сути финансовых услуг. Если речь о кредитах, то для начинающих рекомендуем сравнивать предложения исходя из того, сколько вы заплатите сверх суммы кредита. Потому что помимо процентных ставок есть ещё комиссии за выдачу и другие условия».

8.2. ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ ФИНАНСОВОЙ МОДЕЛИ БИЗНЕС-ПЛАНА

ФИНАНСОВАЯ МОДЕЛЬ

Данный раздел включает в себя анализ предприятия по следующим финансовым показателям и параметрам:

- необходимый стартовый капитал;
- источники стартового капитала;
- калькуляция стоимости;
- ведение отчетности и финансовое планирование;
- расчет «точки безубыточности».

НЕОБХОДИМЫЙ СТАРТОВЫЙ КАПИТАЛ

Стартовый капитал – это деньги, необходимые для начала дела. Начиная свое дело, обязательно, знать какой стартовый капитал потребуется и где его взять. Стартовый капитал нужен для:

- инвестиций
- оборотного капитала

КАКИЕ ИНВЕСТИЦИИ ВАМ НЕОБХОДИМЫ?

Инвестиции означают, что вы приобретаете что-либо представляющее большую ценность для вашего бизнеса, и пользуетесь этим длительное время. Иногда для начала дела большие инвестиции не нужны. Целесообразнее использовать инвестиции на минимальном уровне. Это снижает риск. Нужно подсчитать инвестиционный минимум. Их можно разделить на две категории:

- помещение
- оборудование

Этот раздел показывает обеспечение финансовыми ресурсами фирмы и эффективное использование денежных ресурсов в запланированном периоде.

Данный раздел бизнес-плана является итоговым и просчитывается по результатам прогноза производства и сбыта продукции. Здесь наряду с прогнозируемым движением денежных потоков (поступлениям и выплатам) должно быть подробно описано текущее финансовое состояние предприятия (при условии, что проект реализуется на действующем предприятии). Обычно финансовый раздел представлен тремя основными документами:

- А) отчетом о прибылях и убытках;
- Б) балансовой ведомостью;
- В) отчетом о движении денежных средств (Cash-Flow).

Отчет о прибылях и убытках отражает операционную деятельность предприятия в текущий период проекта. С помощью данного отчета можно определить размер получаемой предприятием прибыли в определенный период времени.

Балансовая ведомость отражает финансовое состояние предприятия на конец рассчитываемого периода времени, из анализа которого можно сделать вывод о росте активов и об устройстве финансового положения предприятия, реализующего проект, в конкретный период времени.

Отчет о движении денежных средств показывает формирование и отток денежной наличности, а также остатки денежных средств предприятия в динамике от периода к периоду.

На основе результатов трех отчетов проводится анализ финансовых ресурсов предприятия и выработка схемы финансирования проекта.

Составьте смету затрат по вашему бизнесу. Она ляжет в основу калькуляции себестоимости и составления прогноза ваших прибылей и убытков.

РАСЧЕТ ЗАТРАТ НА ПРОИЗВОДСТВО ПРОДУКЦИИ

Расходы по годам, тыс.тг

Наименование показателей	2018 г	2019 г	2020 г	2021 г	2022 г	2023 г	2024 г	2025 г	2026 г	Всего за проект
корм для быков-производителей	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
корм для коров маточного стада	301	451	592	749	1 213	1 213	1 533	1 956	2 241	8 007
корм для телят 0-6 мес (тёлки и бычки)	-	64	70	70	126	126	168	209	265	832
корм для телят 7-12 мес (тёлки и бычки)	-	171	171	171	307	307	447	512	648	2 084
корм для телят 13-15 мес (тёлки до 18 мес)	-	-	205	234	299	299	264	509	550	1 809
корм для бычков на откорме 16-18 мес	-	-	-	115	54	54	138	92	115	452
затраты на подстилку (солома)	20	53	71	86	137	137	176	224	265	905
расходы на выпас	108	231	284	351	557	557	717	911	1 044	3 714
расходы на осеменение	60	60	85	110	170	170	215	275	300	1 145
Горюче-смазочные материалы	147	220	231	239	269	269	292	320	343	1 986
Электроэнергия	50	102	124	142	206	206	256	315	366	1 401
Транспортные услуги	94	158	171	182	218	218	247	281	310	1 571
Прочие затраты (в т.ч. вакцинация)	19	51	68	82	130	130	168	214	252	862
Фонд оплаты труда	560	840	840	840	840	840	840	840	840	6 440
Административно-управленческие затраты	40	60	60	60	60	60	60	60	60	460
соц.налог к уплате (по патенту)	18	28	28	28	28	28	28	28	28	213
ИПН к уплате)	59	83	157	182	290	290	369	475	662	1 906
Всего расходов	1 477	2 572	3 156	3 640	4 903	4 903	5 915	7 221	8 291	33 788

Прямые затраты – это затраты, связанные с изготовлением определенного вида продукции, которые могут быть включены в себестоимость. К ним относятся: стоимость сырья и основных материалов; цена покупных изделий и полуфабрикатов; затраты на топливо и электроэнергию; оплата труда рабочих; амортизация оборудования.

Косвенные затраты – это все прочие расходы, за исключением прямых затрат, которые вы понесете при ведении своего дела. Косвенные затраты обычно напрямую не связаны с определенным продуктом или услугой. Например, затраты на заработную плату сотрудников или владельцев, не участвующих непосредственно в производстве продуктов или услуг, являются косвенными. Их называют косвенными затратами труда.

Административно-управленческие расходы составляют: затраты на основную заработную плату административно-управленческого персонала с начислениями на нее и премиями; затраты на командировки и транспорт, конторские и почтово-телеграфные расходы; стоимость содержания административно-хозяйственных зданий и помещений, а также затраты на амортизацию зданий и инвентаря и прочие административно-управленческие расходы.

8.3. ФИНАНСОВЫЙ РАЗДЕЛ БИЗНЕС-ПЛАНА

В первые месяцы работы многие начинающие бизнесмены не получают прибыли. Пройдет определенное время, прежде чем начнут поступать средства от реализации. В этот период бизнес очень уязвим, поэтому нужно внимательно следить за финансовой ситуацией.

Когда вы начинаете новое дело, очень важно соблюдать два условия:

- вы должны работать прибыльно
- вы не должны оставаться без средств (не должно быть кассовых разрывов)

Какое-то время вы можете работать с потерями, поскольку вы можете использовать оборотные средства из стартового капитала для покрытия затрат, понесенных вначале. Но после того, как вы используете стартовый капитал, объем реализации должен превышать затраты, иначе вы останетесь без средств и обанкротитесь.

Перед тем, как начать свой бизнес, вы должны составить план по прибыли и движению наличной массы. Надо внимательно следить за объемом продаж и затратами, а также движением денежных средств, чтобы все шло согласно плану. Если что-то идет не так, вы должны незамедлительно предпринимать действия для разрешения возникшей проблемы.

Для планирования и контроля финансовой ситуации необходимо:

1. Составить **план доходов и расходов**.
2. Составить **план движения денежных средств**.
3. Каждый месяц **сравнивать** записи по учету с каждым из двух планов.
4. Предпринимать **действия**, если что-то идет не так.

ПЛАН ДОХОДОВ И РАСХОДОВ

План доходов и расходов (Отчет о результатах финансово-хозяйственной деятельности) отражает ежемесячные доходы (продажи), расходы и чистый доход (прибыль) в бизнесе в течение первого года. Поскольку бизнес в начале пути очень уязвим, вы должны быть настроены пессимистично при составлении плана доходов и расходов. Прогнозируйте расходы немного выше, чем думаете, а объем продаж немного ниже. Таким образом, бизнес сможет выжить, если сначала дела пойдут не так хорошо.

Ищите информацию и используйте ее при составлении планов.

ПРОГНОЗ ВАЛОВОЙ ВЫРУЧКИ*Прогноз реализации молочной продукции, тенге*

Наименование	ян-варь	фев-раль	март	апр-ель	май	июнь	июль	август	сен-тябрь	ок-тябрь	но-ябрь	де-кабрь
Молоко (2,5%), литр	-	-	-	-	4 937	4 937	4 937	4 937	4 937	-	-	-
Цена за 1 литр, тенге	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Сумма, тенге	-	-	-	-	394 971	394 971	394 971	394 971	394 971	-	-	-
Сливки(20%), литр	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Цена за 1 литр, тенге	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250
Сумма, тенге	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Сметана(20%), кг	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Цена за 1 литр, тенге	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500
Сумма, тенге	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Масло(72,5%), кг	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Цена за 1 литр, тенге	2 500	2 500	2 200	2 200	2 200	2 200	2 200	2 200	2 200	2 200	2 200	2 200
Сумма, тенге	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Творог(5%), кг	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Цена за 1 литр, тенге	700	700	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250
Сумма, тенге	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Общая выручка по молочной продукции, тенге	-	-	-	-	394 971	394 971	394 971	394 971	394 971	-	-	-

Выручка за проект, тыс. тенге

Наименование показателей	2018 г	2019 г	2020 г	2021 г	2022 г	2023 г	2024 г	2025 г	2026 г	Всего за проект
выручка от реализации мяса на внутреннем рынке	-	-	1 650	1 650	1 650	2 310	2 970	3 960	8 250	22 440
Вручка от реализации молочной продукции	1 975	2 765	3 588	4 411	5 892	7 373	9 315	11 882	13 824	61 023
Общий приток	1 975	2 765	5 238	6 061	7 542	9 683	12 285	15 842	22 074	83 463

По нашему примеру потребность в финансировании и отчет о прибылях и убытках выглядит следующим образом:

ПРОГНОЗНЫЙ ОТЧЕТ О ПРИБЫЛЯХ И УБЫТКАХ

Наименование показателей	2018 г	2019 г	2020 г	2021 г	2022 г	2023 г	2024 г	2025 г	2026 г	Всего за проект
Доход от реализации товаров	1 975	2 765	5 238	6 061	7 542	9 683	12 285	15 842	22 074	83 463
Затраты на вычеты	1 418	2 489	2 999	3 458	3 929	4 613	5 546	6 746	7 628	38 826
Амортизация СМР и с/х техники	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Затраты на выплату вознаграждения	131	225	215	169	119	69	19	0	0	947
Налогооблагаемый доход	425	51	2 024	2 434	3 494	5 001	6 719	9 096	14 446	43 690

ИПН (начисление)	59	83	157	182	226	290	369	475	662	2 504
уплата ИПН по факту	59	83	157	182	226	290	369	475	662	2 504
Чистый доход (убыток) от основной деятельности	366	(32)	1 867	2 252	3 267	4 711	6 351	8 621	13 783	41 186
Чистый доход от государственных дотаций	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Чистый доход от льготы по уплате НДС	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Итого чистый доход	366	(32)	1 867	2 252	3 267	4 711	6 351	8 621	13 783	41 186

Полученные кредиты и выплачиваемые по ним вознаграждения.

ГРАФИК ПОГАШЕНИЯ КРЕДИТА

Наименование показателей	2018 г	2019 г	2020 г	2021 г	2022 г	2023 г	2024 г	2025 г	2026 г	Всего за проект
оплата ОД, тыс. тенге	-	-	556	833	833	833	694	-	-	3 750
оплата вознаграждения, тыс. тенге	-	356	215	169	119	69	19	0	0	947
Всего выплат по кредиту, тыс. тенге	-	356	771	970	960	902	714	0	0	4 673

Финансирование проекта планируется осуществить как за счет собственных средств инициатора проекта, так и за счет заемного капитала.

Стоимость проекта

Наименование	Сумма, тенге	Кредитные средства		Собственные средства	
		Сумма, тенге	%	Сумма, тенге	%
Капитальные затраты	8 800 000	-	0%	8 800 000	100%
Закуп кормов и оборотные средства	750 000	750 000	20%	-	0%
Закуп скота	3 000 000	3 000 000	80%	-	0%
Всего	12 550 000	3 750 000	100%	8 800 000	100%

8.4. ПЛАН ПОСТУПЛЕНИЙ, ПРОГНОЗ ДВИЖЕНИЯ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ

ПЛАН ДВИЖЕНИЯ НАЛИЧНЫХ СРЕДСТВ

План движения денежных (наличных) средств прогнозирует ожидаемое ежемесячное поступление и расходование наличных средств в деле. Подобный план поможет в любое время избежать перерасхода наличных средств.

Существует множество причин, по которым деньги могут уходить из бизнеса. Например:

- вам приходится приобретать товары и сырье еще до того, как вы начнете реальные продажи. Это означает, что деньги уходят до того, как начнется их приток;

- если вы предоставляете своим клиентам кредит, то следует смириться с тем, что они не возвратят вам деньги немедленно. Зачастую вам придется закупать большое количество товаров и материалов до того, как клиенты начнут возвращать кредиты;
- вам необходимо приобретать оборудование. Оборудование поможет получать прибыли в будущем. Но это будет потом, а деньги за оборудование приходится отдавать в момент его приобретения.

Расчет показателей экономической эффективности инвестиций

Система показателей эффективности проекта представляется двумя группами показателей: показатели финансового состояния предприятия и показатели эффективности инвестиций, рассчитанные по выбранной ставке дисконтирования.

В качестве основных показателей, используемых для расчётов эффективности инвестиционного проекта, рекомендуются:

- чистый денежный поток;
- срок окупаемости;
- чистый дисконтированный доход;
- внутренняя норма доходности;
- индексы доходности затрат и инвестиций;

Чистый денежный поток – (другие названия чистый доход, ЧД, Net Cash Flow, NCF) рассчитывается как разница всех платежей проекта, кроме платежей, связанных с притоком и оттоком капитала (т.е. без учёта собственного капитала и заёмных средств).

Сроком окупаемости – называется продолжительность периода от начального момента, до момента окупаемости проекта. Он определяется как период, требуемый для возврата первоначальных инвестиций, посредством накопления чистых денежных потоков, т.е. период в котором величина накопленных чистых денежных потоков становится положительной.

Важнейшим показателем эффективности проекта является **чистый дисконтированный доход** (другие названия – чистый дисконтированный доход, ЧДД, интегральный эффект, Net Present Cash Flow, NPV) – определяемый как накопленный дисконтированный эффект за расчётный период. Экономический смысл дисконтирования заключается в неодинаковой ценности денежных средств во времени. Так, тысячи тенге, к примеру, затраченных сегодня для производства продукции, не равны тысячам тенге через год или два.

Расчет данного показателя основан на сопоставлении величины исходной инвестиции (IC) с общей суммой притока денежных средств (прибыли) за прогнозируемый период. Поскольку стоимость денег ежегодно уменьшается под влиянием инфляции, получаемые денежные средства (прибыль) необходимо дисконтировать с помощью ставки r .

Данная ставка дисконтирования устанавливается инвестором самостоятельно. За основу можно брать банковскую процентную ставку по депозитам.

Расчет чистого приведенного эффекта необходимо осуществлять по следующей формуле:

$$NPV = \sum_n \frac{P_n}{(1+r)^n} - IC \quad (1)$$

где,

P_n – получаемые денежные средства (прибыль) по годам;

n – прогнозируемые периоды;

r – ставка дисконтирования;

IC – первоначальные инвестиции.

Логика критерия NPV такова:

если $NPV < 0$, то предприниматель понесет убытки;

если $NPV = 0$, то инвестиционный проект не принесет ни прибыли, ни убытков;

если $NPV > 0$, то инвестиционный проект принесет прибыль.

Пример,

Проанализируйте инвестиционный проект со следующими характеристиками: первоначальные инвестиции – 150 млн. тенге. Ежегодные денежные поступления в виде прибыли: в первый год – 50 млн. тенге; во второй год – 70 млн. тенге; в третий год – 70 млн. тенге. Ставка дисконтирования определена на уровне – 10%.

Решение:

Вспользуемся формулой (1):

$$NPV = \frac{50}{(1 + 0,1)} + \frac{70}{(1 + 0,1)^2} + \frac{70}{(1 + 0,1)^3} - 150 =$$

$$= \frac{50}{1,1} + \frac{70}{1,21} + \frac{70}{1,33} - 150 = 45,45 + 57,85 + 52,63 - 150 = 5,93 \text{ млн. тенге}$$

$NPV > 0$, следовательно инвестиционный проект является приемлемым.

При его осуществлении, получаемый чистый доход будет равен 5,93 млн.тенге.

Внутренняя норма доходности

(Internal Rate of Return – IRR)

Под внутренней нормой доходности инвестиции понимают значение ставки дисконтирования r , при которой NPV проекта равен нулю. Иными словами, если обозначить $IC=CF_0$, то IRR находится из уравнения:

$$\sum_n \frac{CF_n}{(1 + IRR)^n} = 0 \quad (3)$$

Смысл расчета внутренней нормы доходности заключается в следующем: IRR показывает ожидаемую доходность проекта. Если проект финансируется за счет кредита, то значение IRR показывает максимально допустимую банковскую процентную ставку, превышение которой делает проект убыточным.

Срок окупаемости инвестиций

(Payback Period – PP).

Срок окупаемости рассчитывается прямым подсчетом числа лет, в течение которых инвестиция будет погашена полученным чистым доходом.

Логика критерия PP такова: он показывает число периодов, за которое инвестиции будут полностью возмещены.

Пример

Определите срок окупаемости инвестиционного проекта со следующими характеристиками: первоначальные инвестиции – 100 млн. тенге. Ежегодные денеж-

ные поступления в виде прибыли: в первый год – 50 млн. тенге; во второй год – 50 млн. тенге; в третий год – 70 млн. тенге.

Решение.

Срок окупаемости находим суммируя получаемые доходы, пока они не превысят первоначальные инвестиции. Таким образом, 100 млн. тенге мы возвратим за 2 года (50 + 50) PP = 2 года.

Проекция Cash-flow

Проекция Cash-flow (Отчет движения денежных средств) показывает потоки реальных денег, т.е. притоки наличности (притоки реальных денег) и платежи (оттоки реальных денег).

Отчет состоит из 3 частей:

- операционная деятельность – основной вид деятельности, а также прочая деятельность, создающая поступление и расходование денежных средств компании;
- инвестиционная деятельность – вид деятельности, связанный с приобретением, созданием и продажей внеоборотных активов (основных средств, нематериальных активов) и прочих инвестиций;
- финансовая деятельность – вид деятельности, который приводит к изменению в размере и составе капитала и заёмных средств компании. Как правило, такая деятельность связана с привлечением и возвратом кредитов и займов, необходимых для финансирования операционной и инвестиционной деятельности.

Пример, в нашем примере прогноз движения денежных средств (Cash Flow) выглядит следующим образом

ПРОГНОЗ ДВИЖЕНИЯ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ

Наименование показателей	2018 г	2019 г	2020 г	2021 г	2022 г	2023 г	2024 г	2025 г	2026 г	Всего за проект
Наличность на начало	-	1 247	1 084	2 395	3 931	6 443	10 320	15 976	24 597	-
Операционная деятельность										
приток денег от операционной деятельности										
выручка от реализации мяса на внутреннем рынке	-	-	1 650	1 650	1 650	2 310	2 970	3 960	8 250	22 440
Вручка от реализации молочной продукции	1 975	2 765	3 588	4 411	5 892	7 373	9 315	11 882	13824	61 023
Общий приток	1 975	2 765	5 238	6 061	7 542	9 683	12 285	15 842	22 074	83 463
отток денег от операционной деятельности										
корм для коров маточного стада	301	451	592	749	968	1 213	1 533	1 956	2 241	10 004
корм для телят 0-6 мес (тёлки и бычки)	-	64	70	70	98	126	168	209	265	1 070
корм для телят 7-12 мес (тёлки и бычки)	-	171	171	171	261	307	447	512	648	2 686
корм для телят 13-15 мес (тёлки до 18 мес)	-	-	205	234	146	299	264	509	550	2 208
корм для бычков на откорме 16-18 мес	-	-	-	115	115	54	138	92	115	628

затраты на подстилку (солома)	20	53	71	86	109	137	176	224	265	1 142
расходы на выпас	108	231	284	351	446	557	717	911	1 044	4 647
расходы на осеменение	60	60	85	110	135	170	215	275	300	1 410
Горюче-смазочные материалы	147	220	231	239	252	269	292	320	343	2 313
Электроэнергия	50	102	124	142	171	206	256	315	366	1 732
Транспортные услуги	94	158	171	182	198	218	247	281	310	1 861
Прочие затраты (в т.ч. вакцинация)	19	51	68	82	103	130	168	214	252	1 087
Фонд оплаты труда	560	840	840	840	840	840	840	840	840	7 280
Административно-управленческие затраты	40	60	60	60	60	60	60	60	60	520
соц.налог к уплате (по патенту)	18	28	28	28	28	28	28	28	28	240
ИПН к уплате)	59	83	157	182	226	290	369	475	662	2 504
Итого отток	1 477	2 572	3 156	3 640	4 156	4 903	5 915	7 221	8 291	41 330
Чистый поток денег от операционной деятельности	497	193	2 082	2 421	3 386	4 779	6 370	8 621	13 783	42 133
Инвестиционная деятельность										
приток денег от инвестиционной деятельности										
Реализация основных средств	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Итого приток	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
отток денег от инвестиционной деятельности	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Закуп коров маточного стада	3000	-	-	-	-	-	-	-	-	3 000
Итого отток	3000	-	-	-	-	-	-	-	-	3 000
Чистый поток денег от инвестиционной деятельности	(3000)	-	-	-	-	-	-	-	-	(3000)
Финансовая деятельность										
приток денег от финансовой деятельности										
получение займа	3 750	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Итого приток	3 750	-	-	-	-	-	-	-	-	3 750
отток денег от финансовой деятельности										
оплата ОД	-	-	556	833	833	833	694	-	-	3 750
оплата вознаграждения	-	356	215	169	119	69	19	0	0	947
возврат фин.помощи	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Итого отток	-	356	771	970	960	902	714	0	0	4 673
Чистый поток денег от финансовой деятельности	3 750	(356)	(771)	(884)	(875)	(902)	(714)	(0)	(0)	(752)
ОБЩИЙ ЧИСТЫЙ ПОТОК	1 247	(163)	1 311	1 536	2 511	3 877	5 656	8 621	13783	38 381
Наличность на конец	1 247	1 084	2 395	3 931	6 443	10320	15976	24597	38381	38 381

ФИНАНСОВЫЙ АНАЛИЗ ПРОЕКТА

Финансовые показатели эффективности и прибыльности проекта	Значение
Простой срок окупаемости (месяцев) =	43
Дисконтированный срок окупаемости (месяцев) =	45
NPV (тыс.тенге) =	6 861
PI=	2,85
IRR (year) =	30%
Читый доход за проект, тыс. тенге	41 186
Объем накопленной денежной массы за проект, тыс. тенге	81

8.5. ТОЧКА БЕЗУБЫТОЧНОСТИ И РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ ПРОЕКТА

Точка безубыточности определяет порог прибыльности от реализации товара и означает уровень цены, объема продаж и себестоимости продукта, при которых все издержки компании будут равны выручке от реализации (т.е. прибыль = 0). Точка безубыточности предприятия является контрольной точкой для разработки стратегии ценообразования, установления цены на товар, значений максимальных скидок и проведения ценовой дискриминации. Понятие точки безубыточности производства широко используется для защиты инвестиционных проектов, утверждения бизнес плана компании. По факту точка безубыточности показывает, каким должен быть объем продаж компании при прогнозируемом уровне затрат для получения нулевой прибыли от проекта.

При расчете точки безубыточности вы должны определить ее значение в денежном выражении (объем продаж или выручка) и в натуральном выражении (в единицах продукции). Иногда рассчитывают необходимый уровень маржинальной прибыли в точке безубыточности, который означает рентабельность продаж при текущих переменных затратах на производство.

Рентабельность продаж – показатель финансовой результативности деятельности организации, показывающий какую часть выручки организации составляет прибыль.

Как рассчитать?

Универсальная формула для расчета точки безубыточности выглядит следующим образом: $P \times X = FC + VC(X)$ и означает равенство выручки от реализации фактическим затратам компании. Описание основных показателей для расчета точки безубыточности:

Показатель в формуле	Описание
P	фактическая цена продажи товара покупателю, может быть средней ценой продажи продукта (в случае, когда рассчитывается точка безубыточности для группы товаров)
X	количество единиц продукции, которое необходимо произвести для достижения порога безубыточности продаж; другими словами это объем производства в натуральном выражении (в штуках, литрах, килограммах и т.п.)
FC	постоянные затраты – затраты, которые несет компания вне зависимости от того, какой объем товара она производит, такие затраты не изменяются при изменении объема производства; это все затраты, которые в любом случае будет нести компания (даже при нулевом объеме продаж); к ним относятся затраты на персонал (окладная часть), аренда помещений и любые организационные расходы компании; планируемый рекламный бюджет на развитие проекта, страховка, налоги и т.п.
VC(X)	переменные затраты – затраты, которые необходимо понести компании для производства 1 единицы товара. Переменные издержки напрямую зависят от объема производства и изменяются при изменении объема продаж; это могут быть затраты на сырье и упаковку продукта, затраты на обслуживание производственных мощностей при их работе (электроэнергия), затраты на приобретение товара (для магазинов), транспортные расходы, сдельная заработная плата и % от продаж, премии сотрудникам, акции по стимулированию продаж, и т.п.

Расчет рентабельности продаж прост:

Рентабельность продаж по валовой прибыли = Валовая прибыль / Выручка.

Первый вариант расчета: знаем затраты и объем продаж

На основе указанной формулы вы можете вычислить цену, при которой компания сможет достигнуть нулевой прибыли при имеющемся уровне затрат и плановом объеме продаж. В таком случае вы определите минимальный порог цены, который вам обеспечит достижение точки безубыточности проекта. Для того, чтобы рассчитать точку безубыточности таким способом, вам необходимо знать: постоянные расходы вашей компании, (переменную) себестоимость производства 1 единицы продукции и объем продаж, который вы планируете производить. Пороговое значение цены для нахождения точки безубыточности вы можете определить по формуле:

$P = (FC + VC(X)) / X$, где $VC(x)$ – это произведение себестоимости 1 единицы продукции и целевого объема продаж.

Приведем пример того, как рассчитать точку безубыточности первым способом: Мы разработали продукт с себестоимостью 25 тенге и в ходе исследования рынка определили, что спрос на него составит 200 штук в месяц при условии, что стоить он будет 95 тенге. Именно такая цена является привлекательной для нашей целевой аудитории. Но нам необходимо понять, сможем ли получать доход от такой продажи? Нам необходимо рассчитать цену в точке безубыточности для проекта, зная что постоянные затраты будут составлять 6500 тенге.

Параметр	Значение
Параметр единицы продукта	
Себестоимость товара, тенге	25
Цена товара, тенге	62,5
Расчет постоянных затрат	
Постоянные затрат, тенге	7500
персонал	2500
аренда	4000
рекламные затраты	1000
Расчет точки безубыточности	
Объем продаж, шт	200
Объем продаж, тенге	12500
Рентабельность продаж при цене 95 тг.	34%

Подставив в формулу имеющиеся данные мы получим: минимальная цена = $(7500 + 25 \times 200) / 200 = 62,5$ тенге. Таким образом, при цене в 62,5 тенге наш проект станет безубыточным. Это значит, что цена в 95 рублей позволит получать нам дополнительную прибыль с продаж и будет выгодной для компании.

При этом рентабельность продаж при цене 95 тенге составит 34%:

$$\frac{(95 * 200) - (25 * 200) - 7500}{(95 * 200)} = 34\%$$

Второй вариант расчета: знаем цену и затраты

Данный вариант является наиболее распространенным в мировой практике. Чаще всего компания при запуске проекта знает цену, по которой рынок готов купить товар и по которой товар будет соответствовать своему рыночному позиционированию; а также знает постоянные и переменные затраты на развитие проекта. В таком случае нам необходимо определить объем, который позволит выйти на нулевую прибыль при имеющемся уровне затрат. Найти точку безубыточности в таком случае поможет формула:

$X = FC / (P - VC)$, где VC – себестоимость 1 единицы продукции, P – цена 1 единицы товара, а FC – постоянные затраты проекта.

Приведем пример, как провести расчет точки безубыточности по второму способу в Excel. Предположим, мы открываем компанию по производству яблок. Мы знаем, что постоянные затраты нашего производства составят 7500 тенге, себестоимость 1 единицы будет 35 тенге, а цена отгрузки – 75 тенге. Нам необходимо рассчитать объем производства в точке безубыточности проекта – используем для этого формулу выше.

Параметр	Значение
Параметр единицы продукта	
Себестоимость товара, тенге	35
Цена товара, тенге	75
Расчет постоянных затрат	
Постоянные затрат, тенге	7500
персонал	2500
аренда	4000
рекламные затраты	1000
Расчет точки безубыточности	
Объем продаж, шт	188
Объем продаж, тенге	14100

Подставив в формулу имеющиеся данные, мы получим: объем производства в натуральном выражении = $7500 / (75-35) = 188$ единиц. Умножив получившееся значение на цену – мы получим выручку, при которой наш проект станет безубыточным.

После проведения основных финансовых расчетов бизнес проекта, необходимо ответственно подойти к вопросу выбора налогового режима и соблюдения налоговой дисциплины. Об этом подробно описывается в следующем модуле 9 «Особенности налоговых режимов».

МОДУЛЬ 9. ОСОБЕННОСТИ НАЛОГОВЫХ РЕЖИМОВ

- 9.1. Государственная регистрация в качестве ИП
- 9.2. Налоговое обязательство, виды налогов и других обязательных платежей в бюджет, налоговые режимы
- 9.3. Особенности применения специального налогового режима для субъектов малого бизнеса
- 9.4. Особенности применения специального налогового режима для крестьянских или фермерских хозяйств и для производителей сельскохозяйственной продукции
- 9.5. Особенности применения общеустановленного режима для ИП
- 9.6. Временное приостановление и возобновление деятельности ИП

9.1. ГОСУДАРСТВЕННАЯ РЕГИСТРАЦИЯ В КАЧЕСТВЕ ИП

Для постановки на регистрационный учет в качестве индивидуального предпринимателя (далее – ИП) физическое лицо представляет в орган государственных доходов по месту жительства (нахождения) уведомление о начале деятельности в качестве ИП в электронном виде самостоятельно через портал e-license или через Государственную корпорацию «Правительство для граждан» (далее-Корпорация).

В уведомительном порядке также осуществляется и изменение данных, указанных в уведомлении о начале деятельности в качестве ИП.

Выдача органами государственных доходов документа, подтверждающего факт прохождения государственной регистрации в качестве ИП *не предусмотрена* с 1 января 2017 года.

Просмотреть регистрацию в качестве индивидуального предпринимателя можно на официальном сайте Комитета государственных доходов Министерства Финансов Республики Казахстан kgd.gov.kz в разделе «Электронный сервис» во вкладке «Поиск налогоплательщиков», либо в Кабинете налогоплательщика.

ОБРАТИТЕ ВНИМАНИЕ: обязательной регистрации подлежат ИП, которые отвечают одному из следующих условий:

- 1) используют труд наемных работников на постоянной основе;
- 2) имеют от частного предпринимательства совокупный годовой доход, исчисленный в соответствии с налоговым законодательством РК, в размере, превышающем 12-кратный минимальный размер заработной платы (далее – МЗП), установленный законом о республиканском бюджете и действующий на 1 января соответствующего финансового года (*в 2018 г. – 339 408 тенге*).

ПОШАГОВАЯ ИНСТРУКЦИЯ РЕГИСТРАЦИИ В КАЧЕСТВЕ ИП:

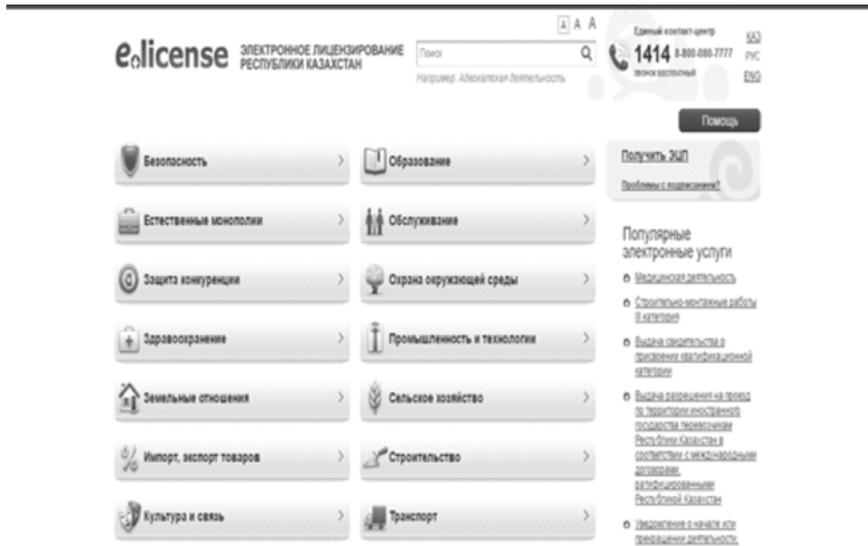
1 ШАГ – ИДЕМ В КОРПОРАЦИЮ С ФЛЕШКОЙ И ПОЛУЧАЕМ ЭЦП

1 вариант: Для этого обращаемся к сотруднику на стойке с просьбой выдать талон на получения ЭЦП. Просим сотрудников Корпорации помочь зарегистрировать свое ИП.

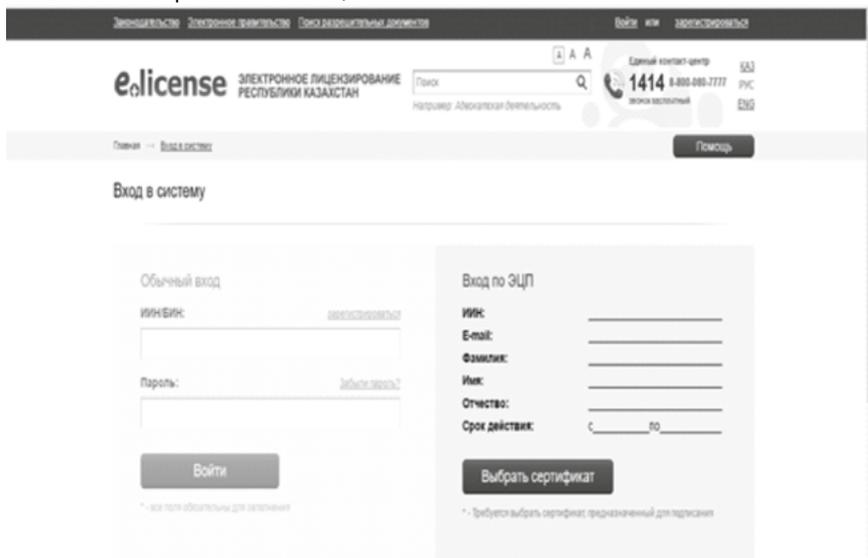
2 вариант: Обращаемся к сотрудникам Региональной палаты предпринимателей, чтобы зарегистрировать свое ИП.

3 вариант: Можете сделать сами!
Устанавливаем ЭЦП в компьютере, займет примерно 5-10 минут.

2 ШАГ – ЗАХОДИМ В КОМПЬЮТЕР, ПОДКЛЮЧАЕМ ИНТЕРНЕТ и НАХОДИМ САЙТ ELICENSE.KZ



3 ШАГ – НА САЙТЕ ELICENSE.KZ ЗАХОДИМ В КАБИНЕТ ЧЕРЕЗ ВОЙТИ
Система попросит ввести ЭЦП.



4 ШАГ – ВЫБИРАЕМ ЭЦП

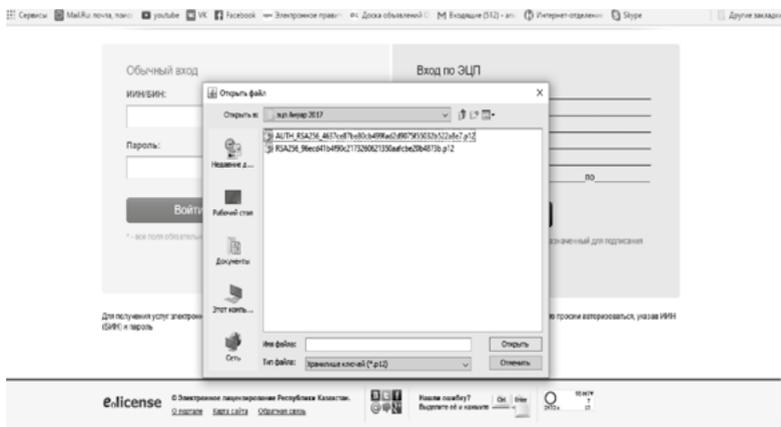
Для этого сайта это документ с названием примерно RSA_12545454a-45в44п8784545 (*Внимание ключ дан для примера и не является действительным ключом*)

В начале пароль для вашего ЭЦП будет стандартным:

Пароль: 123456

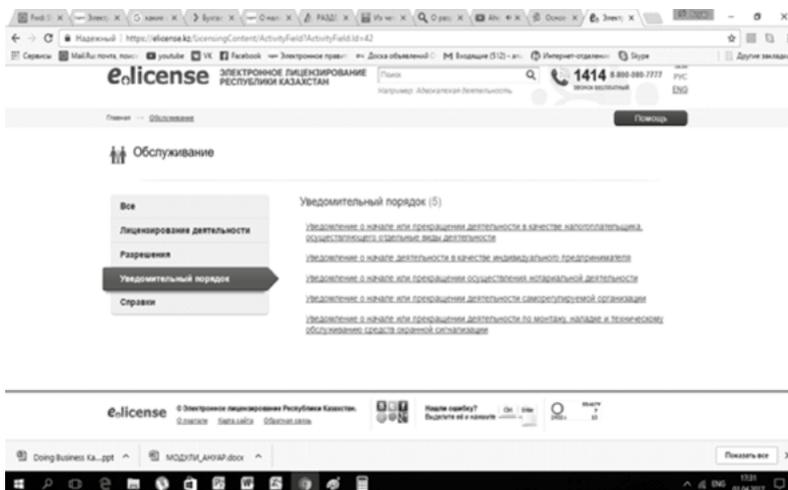
Вы можете поменять свой пароль в настройках личного кабинета.

Как только вы ввели пароль вы зашли на сайт под своим именем



ШАГ 5 – ВЫХОДИМ НА ГЛАВНУЮ СТРАНИЦУ И ОТТУДА ЗАХОДИМ В РАЗДЕЛ ОБСЛУЖИВАНИЕ

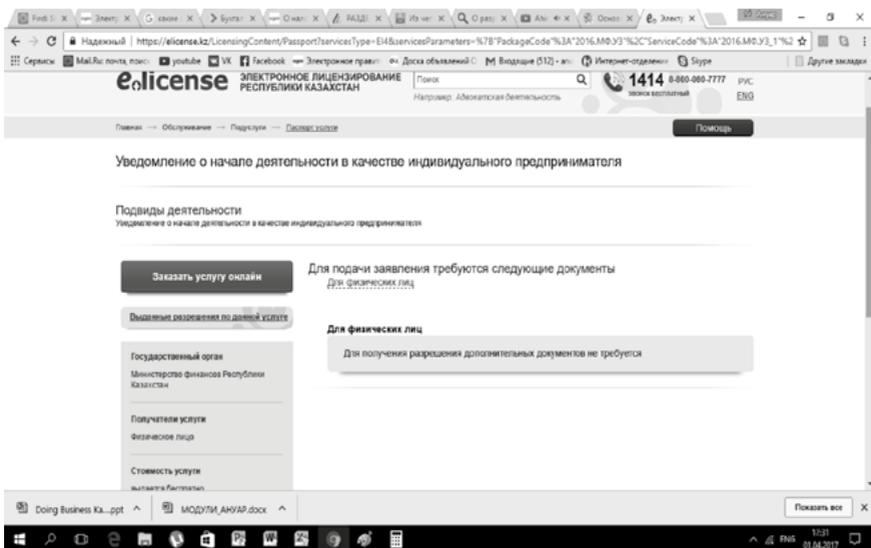
ШАГ 6 – ВЫБИРАЕМ РАЗДЕЛ УВЕДОМИТЕЛЬНЫЙ ПОРЯДОК И ВЫБИРАЕМ ВТОРОЕ УВЕДОМЛЕНИЕ «УВЕДОМЛЕНИЕ О НАЧАЛЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В КАЧЕСТВЕ ИНДИВИДУАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ» И ВЫЙДЕТ ДВА УВЕДОМЛЕНИЯ



ШАГ 7 – ВЫХОДЯТ ДВА УВЕДОМЛЕНИЯ ИЗ НИХ ВЫБИРАЕМ ПЕРВОЕ



ШАГ 8 – ЗАКАЗЫВАЕМ УСЛУГУ ОНЛАЙН (КРАСНАЯ КНОПКА)



**ШАГ 9 – ВЫБИРАЕМ УПРАВЛЕНИЕ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ДОХОДОВ ПО МЕСТУ
НАХОЖДЕНИЯ БИЗНЕСА****ШАГ 10 – ВЫХОДИТ РЕГИСТРАЦИОННОЕ ДОСЬЕ, ЗАПОЛНЯЕМ ЕГО, ПОСЛЕ ЗА-
ПОЛНЕНИЯ – НАЖИМАЕМ ЗАВЕРШИТЬ ГОТОВО И ВАШЕ ДОСЬЕ УХОДИТ В ОРГАН
ГОСУДАРСТВЕННЫХ ДОХОДОВ НА РЕГИСТРАЦИЮ**

Ориентировочное время регистрации 0,5 – 1 день

 A screenshot of a web form for registering as an individual entrepreneur. The form is titled "Уведомление о начале деятельности в качестве индивидуального предпринимателя" (Notification of the start of activity as an individual entrepreneur). It contains several sections:

- Данные по уведомлению:**
 - Номер уведомления*: К
 - Дата создания*: 1 2017
- Основные сведения о гражданине:**
 - ИИН*: 01 111111
 - Фамилия*: АБ
 - Имя*: АБ
 - Отчество*: 1
- Сведения о документе, удостоверяющем личность:**
 - Тип документа удостоверяющего личность*: ДОСТОВЕРЕНИЕ РК
 - Номер*: 6
 - Серия*: 0
 - Дата выдачи*: 0
 - Дата окончания*: 08
 - Орган выдан*: МИНИСТЕРСТВО ВНУТРЕННИХ ДЕЛ РК
- Адрес:**
 - Почтовый индекс*:
 - Страна/Область/Район/Населенный пункт*:

**ПОЗДРАВЛЯЕМ ВЫ ЗАРЕГИСТРИРОВАНЫ В КАЧЕСТВЕ ИНДИВИДУАЛЬНОГО
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ!!!**

Свидетельство о государственной регистрации ИП является бессрочным и представляется в форме электронного документа, удостоверенного ЭЦП подписью должностного лица регистрирующего органа, на бумажном носителе свидетельство не выдается. Это свидетельство можно распечатать на бумажном носителе, но оригиналом считается электронный документ.

9.2. НАЛОГОВОЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВО, ВИДЫ НАЛОГОВ И ДРУГИХ ОБЯЗАТЕЛЬНЫХ ПЛАТЕЖЕЙ, НАЛОГОВЫЕ РЕЖИМЫ

Налоговым обязательством признается обязательство ИП перед государством, в силу которого ИП должен совершать следующие действия:

- 1) встать на регистрационный учет в налоговом органе;
- 2) вести учет объектов налогообложения и (или) объектов, связанных с налогообложением;
- 3) исчислять, исходя из объектов налогообложения и (или) объектов, связанных с налогообложением, налоговой базы и налоговых ставок, суммы налогов и платежей, подлежащие уплате в бюджет, а также авансовые и текущие платежи по ним в соответствии с особенной частью Налогового кодекса;
- 4) составлять и представлять, за исключением налоговых регистров, налоговые формы и иные формы, установленные Налоговым кодексом, в налоговый орган в установленном порядке;
- 5) уплачивать исчисленные и начисленные суммы налогов и платежей в бюджет, авансовые и текущие платежи по налогам и платежам в бюджет в соответствии с особенной частью Налогового кодекса.

ОБРАТИТЕ ВНИМАНИЕ: ИП исполняет налоговое обязательство самостоятельно, своевременно и в полном объеме в порядке и сроки, установленные Налоговым кодексом.

За не своевременное и не полное исполнение налоговых обязательств ИП будет привлечен налоговыми органами к административной ответственности в виде штрафа.

Какие налоги и другие обязательные платежи нужно платить?

В Налоговом кодексе предусмотрено:

13 видов налогов:

1. корпоративный подоходный налог
2. индивидуальный подоходный налог
3. налог на добавленную стоимость
4. акцизы
5. рентный налог на экспорт
6. специальные платежи и налоги недропользователей
7. социальный налог
8. налог на транспортные средства
9. земельный налог
10. налог на имущество
11. налог на игорный бизнес
12. фиксированный налог
13. единый земельный налог

1.2 видов плат и других платежей:

1. плата за пользование лицензиями на занятие отдельными видами деятельности
2. плата за пользование земельными участками
3. плата за пользование водными ресурсами поверхностных источников
4. плата за эмиссии в окружающую среду
5. плата за пользование животным миром
6. плата за лесные пользования
7. плата за использование особо охраняемых природных территорий
8. плата за использование радиочастотного спектра
9. плата за предоставление междугородной и (или) международной телефонной связи, а также сотовой связи
10. плата за размещение наружной (визуальной) рекламы
11. государственная пошлина
12. сборы.

ОБРАТИТЕ ВНИМАНИЕ как производится уплата отдельных видов налогов и плат ИП.

К примеру, если ИП не имеет объекта обложения, т.е. земельного участка, то ИП не производит уплату и не представляет налоговую отчетность по земельному налогу.

Также хотелось бы отметить, что объектами взимания государственной пошлины являются юридически значимые действия либо выдача документов государственными органами или должностными лицами.

К примеру, юридически значимые действия – иск в суд, выдача документов – получение копий (дубликатов) нотариально заверенных документов.

Какие виды налоговых режимов существуют и как они влияют на исполнение налогового обязательства?

Выбор подходящего налогового режима необходимо сделать при постановке на регистрационный учет в качестве ИП или при соответствии условиям применения перейти с одного режима налогообложения на другой.

В Казахстане для ИП существуют следующие налоговые режимы:

1. Общеустановленный порядок;
2. Специальные налоговые режимы для субъектов малого бизнеса:
 - 2.1. патент
 - 2.2. упрощенная декларация
 - 2.3. с использованием фиксированного вычета

3. Специальные налоговые режимы для производителей сельскохозяйственной продукции:

для крестьянских или фермерских хозяйств

для производителей сельскохозяйственной продукции и сельскохозяйственных кооперативов.

ОБРАТИТЕ ВНИМАНИЕ специальный налоговый режим (далее – СНР) **не вправе** применять:

- 1) ИП, осуществляющие следующие виды деятельности:

- производство подакцизных товаров;
 - хранение и оптовая реализация подакцизных товаров;
 - реализация отдельных видов нефтепродуктов – бензина, дизельного топлива и мазута;
 - организация и проведение лотерей;
 - недропользование;
 - сбор и прием стеклопосуды;
 - сбор (заготовка), хранение, переработка и реализация лома и отходов цветных и черных металлов;
 - консультационные услуги;
 - деятельность в области бухгалтерского учета или аудита;
 - финансовая, страховая деятельность и посредническая деятельность страхового брокера и страхового агента;
 - деятельность в области права, юстиции и правосудия;
 - деятельность в рамках финансового лизинга.
- 2) ИП, имеющие объекты налогообложения в разных населенных пунктах;
- 3) ИП, оказывающие услуги на основании агентских договоров (соглашений).

9.3. ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ СПЕЦИАЛЬНОГО НАЛОГОВОГО РЕЖИМА ДЛЯ МАЛОГО БИЗНЕСА

СНР – особый порядок расчетов с бюджетом, устанавливаемый для отдельных категорий налогоплательщиков и предусматривающий применение упрощенного порядка исчисления и уплаты отдельных видов налогов и платы за пользование земельными участками, а также представления налоговой отчетности по ним.

СНР для субъектов малого бизнеса вправе применять ИП, соответствующее следующим условиям:

1) **среднесписочная численность работников** за налоговый период не превышает численности для СНР по упрощенной декларации и фиксированного вычета.

2) **доход** за налоговый период не превышает предела, предусмотренного для СНР по патенту, по упрощенной декларации и фиксированного вычета.

СНР для ИП включает в себя:

№ п/п	Наименование	Патент	Упрощенная декларация (УД)	ФИКСИРОВАННЫЙ ВЫЧЕТ (ФВ)
1	Численность	1 человек – только сам ИП	Предельная численность за полугодие не более 30 человек , включая самого ИП	Предельная численность за год не более 50 человек , включая самого ИП
2	Доход	Не более 300 МЗП в год (на 2018 год 8 485 200 тг)	Не более 2 044 МЗП за полугодие (на 2018 год 57 812 495 тг)	Не более 12 260 МЗП в год (на 2018 год 346 761 840 тг)

3	Ставка налога	ИПН с дохода = 1% (2% для торговли)	3% от дохода, из них: 50% – ИПН 50% – социальный налог минус социальные отчисления (при превышении суммы СО над суммой СН, СН равен нулю)	ИПН с доходов = 10% от налогооблагаемого дохода Социальный налог = 9,5% минус социальные отчисления
4	Ставка пенсионного взноса, социального отчисления и медицинского страхования за самого ИП	ОПВ* с дохода 10% от МЗП и выше Социальные отчисления 3,5% от МЗП и выше	ОПВ* с дохода 10% от МЗП и выше Социальные отчисления 3,5% от МЗП и выше	ОПВ* с дохода 10% от МЗП и выше Социальные отчисления 3,5% от МЗП и выше
5	Налоговый период	год	полугодие	год
6	Налоговая отчетность	Расчет стоимости патента (форма 911.00)	Упрощенная декларация для субъектов малого бизнеса (форма 910.00)	Декларация для налогоплательщиков, применяющих СНР с использованием фиксированного вычета (форма 912.00) Декларация по индивидуальному подоходному налогу и социальному налогу (форма 200.00)

ОПВ – обязательные пенсионные взносы

ОСМС – обязательное социальное медицинское страхование

ОБРАТИТЕ ВНИМАНИЕ, если ИП за налоговый период (год/полугодие) нарушит условия применения СНР (*к примеру, превысит предельный размер дохода*), то ИП должен перейти на другой налоговый режим.

Рассмотрим особенности каждого вида СНР для ИП на примерах.

1. ПАТЕНТ

Для применения СНР на основе патента в налоговый орган по месту нахождения представляется расчет стоимости патента (форма 911.00).

Расчет по форме 911.00 представляется вновь образованными ИП на бумажном носителе или в электронном виде, в том числе посредством веб-портала «электронное правительство» одновременно с уведомлением для постановки на регистрационный учет в качестве ИП в управление государственных доходов.

Датой начала применения СНР на основе патента для вновь образованных ИП является дата государственной регистрации в качестве ИП.

Расчет является налоговой отчетностью для исчисления стоимости патента.

Объектом налогообложения по патенту является заявленный ИП доход за налоговый период, состоящий из всех видов доходов, т.е. в учет не берутся расходы предпринимателя.

Документы, подтверждающие уплату стоимости патента, представляются в налоговый орган при представлении расчета на бумажном носителе.

В расчете, представленном в электронном виде, в том числе посредством веб-портала «электронное правительство», ИП указываются сведения из платежных документов по уплате сумм налогов и платежей, включаемых в стоимость патента.

СНР на основе патента применяется не менее одного месяца в пределах календарного года, за исключением случая, когда ИП зарегистрировался в последнем месяце текущего налогового периода, а также возобновившими деятельность до или после окончания срока приостановления представления налоговой отчетности в последнем месяце текущего налогового периода.

ОБРАТИТЕ ВНИМАНИЕ, что уплата стоимости патента производится ИП до представления расчета, то есть ИП обязан до получения патента оплатить в бюджет сумму ИПН, ОПВ и социальных отчислений (СО). Поэтому вновь образованным ИП можно порекомендовать брать патент не на год, а на квартал или полугодие, но при этом своевременно получать новый патент (до окончания действия предыдущего патента).

К примеру, гражданин Исаев решил заняться ремонтом автотранспорта, для чего зарегистрировался в качестве ИП и в уведомлении указал выбранный режим налогообложения – патент.

ИП Исаев решил взять патент на квартал и самостоятельно определил сумму дохода за квартал в размере 300 000 тенге (по 100 000 каждый месяц).

Расчет стоимости патента:

доход – 300 000 тенге;

сумма ИПН, подлежащего уплате в бюджет: $300\,000 \times 1\% = 3\,000$ тенге;

Объектом исчисления обязательных пенсионных взносов для самого ИП является получаемый доход, который определяется ими самостоятельно для исчисления ОПВ в свою пользу.

ИП Исаев решил уплачивать ОПВ от МЗП, в этом случае ОПВ = $28284 \times 10\% \times 3$ мес. = 8 485 тенге.

Объектом исчисления социальных отчислений является также получаемый доход, определяемый ИП самостоятельно. ИП Исаев определил доход для исчисления социальных отчислений также в размере МЗП.

в этом случае СО = $28284 \times 3,5\% \times 3$ мес. = 2 967 тенге.

Итого ИП Исаев обязан уплатить следующие суммы: ИПН – 3 000 тенге; СО – 2967 тенге; ОПВ – 8 485 тенге.

После представления ИП расчета налоговый орган производит формирование патента в информационной системе налогового органа в течение одного рабочего дня, следующего за датой представления расчета.

Если сумма фактически полученного дохода в течение срока действия патента превысит размер дохода, указанного в расчете, ИП обязаны в течение пяти рабочих дней после полученного превышения представить расчет в виде дополнительного расчета на сумму превышения и произвести уплату налогов с этой суммы.

На основании указанного расчета взамен ранее сформированного патента формируется новый патент.

В случае превышения суммы фактически полученного дохода над суммой предельного дохода за год, ИП в течение 5 рабочих дней с даты возникновения несоответствия условиям обязан представить в налоговый орган по месту нахождения уведомление о применяемом режиме налогообложения для перехода на общеустановленный порядок или иной СНР.

При этом:

датой прекращения применения СНР на основе патента будет являться последнее число месяца, являющегося предыдущим по отношению к месяцу, в котором возникли такие условия;

датой начала применения общеустановленного порядка или иного СНР будет являться первое число месяца, в котором возникли такие условия.

Например, если ИП Исаев взял патент на период с января по декабрь 2018 года, заявил доход в размере 7 000 000 тенге, фактически получил в конце октября 8 500 000 тенге, что больше установленного предельного дохода (8 485 200 тенге), в этом случае он должен с 1 ноября 2018 года перейти либо на СНР по упрощенной декларации, либо на общеустановленный режим налогообложения.

ОБРАТИТЕ ВНИМАНИЕ, что с 1 января 2015 года расчет стоимости патента содержит письменное согласие о том, что если в течение шестидесяти календарных дней со дня истечения срока действия патента налогоплательщиком не представляется очередной расчет, то деятельность ИП прекращается в упрощенном порядке, то есть такой ИП снимается с регистрационного учета в качестве ИП.

С 1 января 2020 года СНР по патенту будет иметь ограничение по видам деятельности для ИП.

Перечень разрешенных видов деятельности:

- 1) штукатурные работы;
- 2) столярные и плотницкие работы;
- 3) работы по покрытию полов и облицовке стен;
- 4) малярные и стекольные работы;
- 5) деятельность такси;
- 6) грузовые перевозки автомобильным транспортом;
- 7) управление недвижимостью за вознаграждение или на договорной основе;
- 8) деятельность в области фотографии;
- 9) переводческое (устное и письменное) дело;
- 10) сдача в имущественный найм (аренду);
- 11) сдача в имущественный найм (аренду) транспортных средств;
- 12) прокат и имущественный найм (аренда) развлекательного и спортивного инвентаря;
- 13) прокат видеозаписей и дисков;
- 14) прокат и имущественный найм (аренда) прочих предметов личного потребления и бытовых товаров;
- 15) сдача в имущественный найм (аренду) сельскохозяйственной техники и оборудования;
- 16) сдача в имущественный найм (аренду) офисных машин и оборудования, включая вычислительную технику;

- 17) услуги в области спортивного образования и образования специалистов организации досуга;
- 18) услуги образования в сфере культуры;
- 19) услуги в области прочего образования;
- 20) вспомогательные образовательные услуги;
- 21) деятельность в области искусства;
- 22) ремонт компьютеров и периферийного оборудования;
- 23) ремонт коммуникационного оборудования;
- 24) ремонт предметов личного потребления и бытовых товаров;
- 25) парикмахерские услуги;
- 26) маникюр и педикюр;
- 27) ветеринарные услуги;
- 28) услуги по обработке земельных участков;
- 29) услуги по уборке жилых помещений и ведению домашнего хозяйства;
- 30) услуги носильщиков на рынках, вокзалах;
- 31) изготовление и ремонт музыкальных инструментов;
- 32) выпас домашних животных.

2. УПРОЩЕННАЯ ДЕКЛАРАЦИЯ (УД)

Датой начала применения СНР на основе УД является, для вновь образованных ИП, дата государственной регистрации в качестве ИП в налоговых органах.

Исчисление налогов на основе УД производится ИП самостоятельно путем применения к объекту налогообложения, т.е. к доходу, за налоговый период ставки в размере 3%.

Отличием УД от патента является то, что уплата налогов производится не до получения патента, а не позднее 25 числа второго месяца, следующего за налоговым периодом.

Налоговым периодом является полугодие, форма налоговой отчетности 910.00 представляется в два срока: не позднее 15 августа текущего года за первое полугодие и 15 февраля следующего года за второе полугодие, уплата ИПН и социального налога соответственно не позднее 25 августа текущего года и 25 февраля следующего года.

При этом ИПН подлежит уплате в размере $1/2$ от исчисленной суммы налогов, социальный налог – в размере $1/2$ от исчисленной суммы налогов за минусом суммы социальных отчислений.

При превышении суммы социальных отчислений над суммой социального налога сумма социального налога для ИП считается равной нулю.

К примеру, гражданин Исаев решил заняться оптовой реализацией товаров народного потребления, для чего зарегистрировался в 1 кв. 2018 года в качестве ИП. При подаче уведомления в налоговый орган он указал выбранный режим налогообложения по УД. Наемных работников не имеет.

Объектом исчисления ОПВ и СО для самого ИП является получаемый доход, который определяется им самостоятельно для исчисления ОПВ и социальных отчислений в свою пользу.

По итогам полугодия ИП Исаев получил доход в размере 7 000 000 тенге: в январе – 1 100 000 тенге;

в феврале – 1 400 000 тенге;
в марте – 1 000 000 тенге;
в апреле – 1500 000 тенге;
в мае – 1 000 000 тенге;
в июне – 1 100 000 тенге.

Расчет налогов за самого ИП (без учета работников):

сумма исчисленных налогов: $7\,000\,000 \times 3\% = 210\,000$ тенге;

сумма ИПН, подлежащая уплате в бюджет: $210\,000 \times 0,5 = 105\,000$ тенге;

сумма исчисленного социального налога: 105 000 тенге;

Расчет ОПВ.

ИП Исаев определил получаемый им доход для исчисления ОПВ в размере 50 000 тенге за каждый месяц, следовательно, ОПВ за месяц составит $50\,000 \times 10\% = 5\,000$ тенге, за полугодие составят $5\,000 \times 6 = 30\,000$ тенге.

Размер социальных отчислений (СО) составил также за полугодие $50\,000 \times 3,5\% = 1750 \times 6 = 10500$ тенге.

Сумма СН равна $105\,000 - 10\,500 = 94\,500$ тенге.

Итого по итогам I полугодия ИП Исаев обязан предоставить в налоговый орган по месту регистрационного учета декларацию по форме 910.00 не позднее 15 августа и уплатить все налоги не позднее 25 августа, а именно ИПН в сумме 105 000 тенге, социальный налог – 94 500 тенге, ОПВ – 30 000 тенге, СО – 10 500 тенге.

В форме 910.00 указываются налоги ИПН и СН, платежи СО и ОПВ как за самого ИП, так и за наемных работников при их наличии.

К примеру, ИП Исаев имеет 1 наемного работника. Доход работника за месяц составляет 50 000 тг.

Расчет налогов за самого ИП и за наемного работника:

сумма исчисленных налогов: $7\,000\,000 \times 3\% = 210\,000$ тенге;

сумма ИПН, подлежащая уплате в бюджет: $210\,000 \times 0,5 = 105\,000$ тенге;

сумма исчисленного социального налога: 105 000 тенге;

Расчет ОПВ за самого ИП и наемного работника.

ИП Исаев определил получаемый им доход для исчисления ОПВ в размере 50 000 тенге за каждый месяц и 50 000 тенге за работника.

Следовательно, ОПВ за месяц самого ИП и за наемного работника составит $100\,000 \times 10\% = 10\,000$ тенге, за полугодие составят $10\,000 \times 6 = 60\,000$ тенге.

Размер социальных отчислений (СО) за самого ИП и за наемного работника составил за полугодие $100\,000 \times 3,5\% = 3500 \times 6 = 21000$ тенге.

Сумма СН равна $105\,000 - 21\,000 = 84\,000$ тенге.

Размер ИПН, удерживаемый с доходов работников составит 50 000 тенге – 5 000 (ОПВ) – 28284 (1 МЗП) = $16716 \times 10\% = 1\,672$ тенге.

Размер ОСМС за наемного работника составит $50\,000 \text{ тенге} \times 1,5\% = 750$ тенге.

Итого по итогам I полугодия ИП Исаев обязан уплатить за себя и за работника: ИПН в сумме 105 000 тенге, социальный налог – 84 000, ОПВ – 60 000 тенге, СО – 21 000 тенге, ИПН, удерживаемый с дохода работника – 1 672 тенге, ОСМС – 750 тенге.

В форме 910.00 указываются налоги ИПН и СН, платежи СО, ОПВ и ОСМС как за самого ИП, так и за наемного работника.

ОБРАТИТЕ ВНИМАНИЕ, что уплата ОПВ, СО и ОСМС производится ИП ежемесячно не позднее 25 числа месяца, следующего за месяцем выплаты доходов.

Кроме того, так как ИП Исаев оказывает услуги как за наличный, так и за безналичный расчет, то он должен применять контрольно-кассовую машину с фискальной памятью и зарегистрировать ее в налоговом органе по месту ее использования.

3. ФИКСИРОВАННЫЙ ВЫЧЕТ (ФВ)

СНР с использованием фиксированного вычета (ФВ) является альтернативным и подходит для ИП, у которых имеются расходы, которые не учитываются при применении СНР на основе патента или упрощенной декларации.

Данный режим схож с общеустановленным режимом, но имеет отличие – фиксированный вычет без документального подтверждения, ограничения по сумме дохода и численности работников.

То есть ИП, вправе при определении налогооблагаемого дохода **включить в сумму расходов**, относимых на вычеты, сумму **фиксированного вычета в размере не более 30%** от суммы дохода, которые подлежат корректировке в случаях:

- 1) полного или частичного возврата товаров;
- 2) изменения условий сделки;
- 3) изменения цены, компенсации за реализованные или приобретенные товары, выполненные работы, оказанные услуги;
- 4) скидки с цены, скидки с продаж;
- 5) изменения суммы, подлежащей оплате в национальной валюте за реализованные или приобретенные товары, выполненные работы, оказанные услуги, исходя из условий договора;
- 6) списания требования с ИП.

При этом общая сумма расходов, относимых на вычеты, включая фиксированный вычет, не должна превышать 70 % от суммы дохода с учетом корректировок.

В целях применения ФВ вычету подлежат следующие виды расходов:

- 1) на приобретение товаров;
- 2) по начисленным доходам работников и иным выплатам физическим лицам, подлежащим отнесению на вычеты в соответствии со статьей 257 Налогового кодекса;
- 3) на уплату налогов и платежей в бюджет, подлежащих отнесению на вычеты в соответствии со статьей 263 Налогового кодекса;
- 4) суммы компенсаций при служебных командировках, подлежащие отнесению на вычеты в соответствии со статьей 244 Налогового кодекса.

ОБРАТИТЕ ВНИМАНИЕ, что размер относимых на вычеты расходов не должен превышать установленные нормы, т.е. 30%.

Кроме того, вычеты производится налогоплательщиком при наличии документов, подтверждающих, что такие расходы связаны с его деятельностью, направленной на получение дохода.

9.4. ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ СПЕЦИАЛЬНОГО НАЛОГОВОГО РЕЖИМА ДЛЯ КРЕСТЬЯНСКИХ ИЛИ ФЕРМЕРСКИХ ХОЗЯЙСТВ И ДЛЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ

СНР для крестьянских или фермерских хозяйств

Данный режим вправе применять крестьянские или фермерские хозяйства (далее – к/х или ф/х), при одновременном соответствии следующим условиям: осуществляют исключительно виды деятельности, на которые распространяется данный СНР;

Не являются плательщиками НДС;

Совокупная площадь земель сельскохозяйственного назначения не превышает пределов, установленных пунктом 2 статьи 702 НК РК.

Налогоплательщики, применяющие СНР для к/х и ф/х производят уплату единого земельного налога. Объектом обложения для исчисления единого земельного налога является оценочная стоимость земельного участка. Исчисление налога производится по ставкам, установленным в статье 704 НК РК исходя из совокупной площади земельных участков.

Единый земельный налог

	Площадь земельных участков (гектар)	Ставка налога
1.	до 500	0,15%
2.	от 501 до 1 000 включительно	0,15% от оценочной стоимости с 500 гектаров + 0,3 % от оценочной стоимости с гектаров, превышающих 500 гектаров
3.	от 1 001 до 1 500 включительно	0,3% от оценочной стоимости с 1 000 гектаров + 0,45 % от оценочной стоимости с гектаров, превышающих 1 000 гектаров
4.	от 1 501 до 3 000 включительно	0,45% от оценочной стоимости с 1 500 гектаров + 0,6 % от оценочной стоимости гектаров, превышающих 1 500 гектаров
5.	свыше 3 000	0,6% от оценочной стоимости с 3 000 гектаров + 0,75 % от оценочной стоимости гектаров, превышающих 3 000 гектаров

Налогоплательщики освобождаются от уплаты индивидуального подоходного налога, социального налога, платы за эмиссии в окружающую среду, земельного налога, налога на транспортные средства, налога на имущество.

ОБРАТИТЕ ВНИМАНИЕ, что плательщики единого земельного налога с 2018 года освобождены от уплаты социального налога. До 2018 года сумма социального налога исчислялась по ставке 20% от 1 МРП за каждого работника, а также за главу крестьянского или фермерского хозяйства.

Уплата единого земельного налога и платы за пользование водными ресурсами поверхностных источников производятся: суммы, исчисленные с 1 января до 1 октября – до 10 ноября текущего года; суммы, исчисленные с 1 октября по 31 декабря – до 10 апреля следующего года. Уплата иных налогов и социальных платежей производится в общеустановленном порядке (пункт 2 статьи 705 НК РК).

ОБРАТИТЕ ВНИМАНИЕ, что с 2018 года плательщики единого земельного налога ежемесячно уплачивают социальные платежи и индивидуальный подоходный налог с доходов работников.

Налоговый период составляет календарный год. Налогоплательщиками представляется декларация по форме 920.00 «Декларация для плательщиков единого земельного налога» до 31 марта года, следующего за отчетным.

СНР для производителей сельскохозяйственной продукции, продукции аквакультуры (рыбоводства) и сельскохозяйственных кооперативов.

Не вправе применять СНР юр. лица, имеющие структурные подразделения, дочерние организации, являющиеся аффилированными лицами других юридических лиц, применяющих СНР, нерезиденты. СНР не распространяется на деятельность по производству или переработке подакцизных товаров. Исчисленные суммы КПН или ИПН, социального налога, налога на имущество и налога на транспортные средства подлежат уменьшению на 70%. При условии ведения раздельного учета, налогоплательщики вправе относить в зачет дополнительную сумму НДС (статья 411 НК РК). Уплата налогов в бюджет и представление отчетности производится в общеустановленном порядке.

9.5. ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ОБЩЕУСТАНОВЛЕННОГО РЕЖИМА ДЛЯ ИП

Данный налоговый режим имеет определенные преимущества перед СНР, так как в нем отсутствуют ограничения по сумме дохода и численности работников.

Кроме того, данный режим налогообложения подходит для ИП, у которых имеются существенные расходы, которые не учитываются при применении СНР на основе патента или УД.

Декларация по ИПН по форме 220.00 и уплата ИПН в общеустановленном режиме производится ИП только один раз в год.

Сумма налога исчисляется путем применения ставки 10% к доходу ИП, уменьшенному на сумму расходов, а также на сумму убытков предыдущих лет, переносимых в соответствии с Налоговым кодексом.

ИП имеет право учитывать в расходах также такие налоги, как социальный налог, налоги на землю, имущество, транспорт, платы, сборы, также обязательные пенсионные взносы как за себя, так и за наемных работников, добровольные пенсионные взносы, социальные отчисления.

У ИП, работающий в общеустановленном режиме, имеются различия по порядку исчисления социального налога, ОПВ и СО, ОСМС за себя и за наемных работников.

- **по социальному налогу**

Согласно Налоговому кодексу ИП исчисляют социальный налог в размере 2 МРП за себя и 1 МРП за каждого наемного работника.

- **по обязательным пенсионным отчислениям**

Объектом исчисления является:

- для индивидуальных предпринимателей, использующих труд наемных работников, – ежемесячный доход, принимаемый для исчисления обязательных пенсионных взносов не должен превышать 75-ти кратного МЗП (*на 2018 год – 2 121 300 тенге*);

- для самого ИП – получаемый доход, который является суммой определяемой ими самостоятельно для исчисления ОПВ в свою пользу. Пенсионные отчисления исчисляются и уплачиваются ежемесячно.

ОПВ за работников исчисляются в размере 10% от ежемесячного дохода работника. При этом ежемесячный доход, принимаемый для исчисления ОПВ, не должен превышать 75-ти кратного МЗП, установленный на данный год.

- **по социальным отчислениям**

Социальные отчисления исчисляются и уплачиваются ежемесячно.

Социальные отчисления за ИП и наемного работника составляют 3,5% от дохода, принятого для исчисления СО.

Для ИП, объектом исчисления социальных отчислений в свою пользу является получаемый доход. Под получаемым доходом самостоятельно занятого лица признается сумма, определяемая им самостоятельно для целей исчисления в свою пользу. При этом ежемесячный доход принимается для исчисления социальных отчислений в размере, не превышающем 10-кратный МЗП.

Объектом исчисления социальных отчислений для наемных работников являются расходы работодателя, выплачиваемые работнику в виде доходов за выполненные работы, оказанные услуги.

В случае если объект исчисления социальных отчислений за календарный месяц менее минимального размера заработной платы, установленного Законом о республиканском бюджете и действующего на 1 января соответствующего финансового года, то социальные отчисления исчисляются и перечисляются исходя из МЗП.

- **по обязательному социальному медицинскому страхованию**

Объектом исчисления ОСМС являются расходы работодателя, выплачиваемые работнику в виде доходов.

ИП за наемного работника исчисляет и уплачивает ОСМС ежемесячно в размере 1,5% от дохода работника.

Декларация по форме 220.00 предоставляется ИП в налоговый орган по месту нахождения не позднее 31 марта года, а ИПН с доходов ИП уплачивается не позднее 10 апреля.

ИПН, удерживаемый с доходов работников, социальный налог, ОПВ, социальные отчисления, ОСМС в свою пользу и за наемных работников ИП отражает в декларации по форме 200.00, которая предоставляется в налоговые органы не позднее 15 числа второго месяца, следующего за отчетным кварталом, а уплата производится не позднее 25-ти календарных дней после окончания месяца, в котором была осуществлена выплата дохода.

Так, в случае, если выплата дохода наемным работникам за июнь 2018 года была произведена в последний день июня месяца, то декларация по форме 200.00 должна быть предоставлена в налоговый орган не позднее 15 августа, а уплата ИПН за работников, социального налога за себя и за работников – не позднее 25 июля. То есть декларация предоставляется ежеквартально, а уплата ИПН за работников, социального налога за ИП и за работников, производится ежемесячно.

Что касается уплаты ОПВ, то удержанные (начисленные) ОПВ перечисляются в ЕНПФ:

- 1) ИП из доходов, выплаченных работникам, – не позднее 25 числа месяца, следующего за месяцем выплаты доходов;
- 2) ИП, в свою пользу – не позднее 25 числа месяца, следующего за отчетным месяцем.

Социальные отчисления в фонд уплачиваются ИП в Государственный фонд социального страхования не позднее 25 числа месяца, следующего за отчетным месяцем.

ОСМС в фонд обязательного социального медицинского страхования уплачиваются ИП не позднее 25 числа месяца, следующего за отчетным месяцем.

Кроме того, ИП работающий по общеустановленный режим налогообложения обязан вести бухгалтерский учет, налоговые регистры и иметь учетную налоговую политику.

ОБРАТИТЕ ВНИМАНИЕ, что в случае, если ИП, работающий по общеустановленному режиму, оказывает услуги как за наличный, так и безналичный расчет, он должен применять контрольно-кассовую машину с фискальной памятью и зарегистрировать ее в налоговом органе по месту ее использования.

Сдать налоговую отчетность можно в электронном виде, для этого ИП необходимо использовать ЭЦП и зайти в Кабинет налогоплательщика.

9.6. ВРЕМЕННОЕ ПРИОСТАНОВЛЕНИЕ И ВОЗОБНОВЛЕНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ИП

В случае каких-либо объективных причин (снижение доходности бизнеса, болезнь, временный отъезд и т.п.) ИП имеет право приостановить свою деятельность на любой срок, но не более чем на срок исковой давности, т.е. 5 лет. В этот период нет необходимости сдавать налоговую отчетность. ИП, осуществляющий деятельность по упрощенной декларации или по общеустановленному режиму, имеет право на основании налогового заявления о приостановлении (продлении, возобновлении) представления налоговой отчетности:

- приостановить представление налоговой отчетности;
- продлить срок приостановления представления налоговой отчетности;
- возобновить представление налоговой отчетности.

Если ИП принял решение о приостановлении деятельности, он представляет в налоговый орган по месту своего нахождения налоговое заявление о приостановлении (продлении, возобновлении) представления налоговой отчетности на предстоящий период.

Одновременно с налоговым заявлением о приостановлении представления налоговой отчетности ИП представляет налоговую отчетность по видам налогов,

других обязательных платежей в бюджет, ОПВ, обязательным профессиональным пенсионным взносам социальным отчислениям и ОСМС с начала налогового периода до даты приостановления деятельности, указанной в таком заявлении.

Кроме того, если ИП является плательщиком НДС, он обязан также представить налоговое заявление о снятии с регистрационного учета по НДС.

К примеру, ИП Исаев применяющий СНР по УЖ хочет приостановить свою деятельность с 1 марта 2018 года до 1 июля 2020 года. Одновременно с заявлением о приостановлении деятельности он предоставляет в налоговый орган декларацию по форме 910.00 за 1 полугодие 2018 года (за март-июнь 2018г.). Кроме того, ИП должен оплатить все налоги и сборы, так как при наличии налоговой задолженности, а также задолженности по ОПВ, СО и ОСМС, налоговый орган откажет в выдаче разрешения о приостановлении деятельности.

Решение о приостановлении представления налоговой отчетности, полученное ИП, является основанием для непредставления налоговой отчетности на период приостановления представления налоговой отчетности, указанный в налоговом заявлении о приостановлении представления налоговой отчетности. Непредставление налоговой отчетности приравнивается к представлению налоговой отчетности с нулевыми показателями, то есть у ИП есть альтернатива: либо приостановить свою деятельность, либо продолжать сдавать налоговую отчетность с нулевыми показателями.

Во время приостановления деятельности ИП не имеет право осуществлять какие-либо сделки, так как в случае обнаружения налоговым органом фактов возобновления деятельности в период ее приостановления налоговые органы без извещения налогоплательщика признают прекращенным срок приостановления представления налоговой отчетности с даты возобновления деятельности.

В случае приостановления деятельности ИП, применяющим СНР на основе патента, в налоговый орган по месту нахождения подается налоговое заявление о приостановлении (продлении, возобновлении) представления налоговой отчетности на предстоящий период до истечения срока действия патента. При этом приостановление представления налоговой отчетности с учетом его продления не должно превышать 3 лет с даты начала срока приостановления представления налоговой отчетности.

Решение о приостановлении представления налоговой отчетности является основанием для непредставления расчета стоимости патента за период с даты, указанной в налоговом заявлении о приостановлении представления налоговой отчетности, до даты возобновления деятельности.

Если ИП, работающий по УД или по общеустановленному режиму подал заявление о приостановлении только на год, а потом решил продлить срок приостановления представления отчетности, он должен не позднее даты окончания срока приостановления подать налоговое заявление на продление. Общий период приостановления налоговой отчетности с учетом продления не должен превышать срок исковой давности, то есть 5 лет.

Кроме того, в статье 271 Кодекса Республики Казахстан «Об административных правонарушениях» указано, что осуществление деятельности лицами в период действия решения налогового органа о приостановлении представления налоговой отчетности влечет предупреждение.

При повторном нарушении в течение года после наложения административного взыскания, влечет штраф на субъектов малого предпринимательства или некоммерческие организации в размере 40 МРП, на субъектов среднего предпринимательства – в размере 45, на субъектов крупного предпринимательства – в размере 50 МРП.

Вместе с тем приостановление представления налоговой отчетности не распространяется на порядок и сроки представления налоговой отчетности по налогам на имущество, транспортные средства и земельному налогу, по плате за пользование земельными участками.

Порядок возобновления деятельности ИП

В случае, если в период приостановления у ИП возникла необходимость возобновить свою деятельность, он представляет в налоговый орган по месту своего нахождения до окончания срока приостановления деятельности налоговое заявление о возобновлении представления налоговой отчетности. Одновременно у него возникает необходимость представления очередной налоговой отчетности.

К примеру, ИП Исаев получил разрешение на приостановление деятельности с 1 марта 2018 года до 1 марта 2019 года. В августе 2018 года он принял решение возобновить свою деятельность и подал заявление в налоговый орган о возобновлении своей деятельности. У него возникает обязательство по сдаче декларации по форме 910.00 за 2 полугодие 2016 года.

ИП, работающий по патенту также может возобновить свою деятельность до окончания срока ее приостановления путем представления расчета стоимости патента, в этом случае он считается возобновившим деятельность с даты подачи расчета стоимости патента.

Теперь, мы, зная основные аспекты налогообложения предпринимателей, переходим к правовым аспектам ведения бизнеса, которые представлены в модуле 10 «Правовое сопровождение бизнеса».

МОДУЛЬ 10. ПРАВОВОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ БИЗНЕСА

- 10.1. Права предпринимателей
- 10.2. Разрешительная система: разрешения, лицензии, правила и стандарты, регулирующие сферы МСБ
- 10.3. Правила, основы составления основных юридических документов (договоры, соглашения, сделки и др.)
- 10.4. Государственные проверки предпринимательской деятельности
- 10.5. Управление персоналом. Трудовые договора

10.1. ПРАВА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ

Прежде всего, следует помнить что, занятие бизнесом сопряжено с издержками, которые будут в любом случае присутствовать в вашей деятельности. К таким издержкам можно отнести: получение разрешений и лицензий, подачу уведомлений, следование правилам ведения бизнеса, внесение периодичной отчетности, сдаваемой в государственные органы, составление договоров, соглашений, актов выполненных работ и пр.

Как правильно осуществлять свою деятельность с соблюдением всех требований, на которые указывает государство?

ОСНОВНЫМ ВАШИМ ДОКУМЕНТОМ для осуществления предпринимательства будет являться ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЙ КОДЕКС РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН (Кодекс Республики Казахстан от 29 октября 2015 года №375-V ЗРК).

Понятие предпринимательства и пределы его правового регулирования

(Статья 2. Предпринимательского Кодекса Республики Казахстан (далее ПК РК))

Предпринимательством является самостоятельная, инициативная деятельность граждан, оралманов и юридических лиц, направленная на получение чистого дохода путем использования имущества, производства, продажи товаров, выполнения работ, оказания услуг, основанная на праве частной собственности (частное предпринимательство) либо на праве хозяйственного ведения или оперативного управления государственного предприятия (государственное предпринимательство). Предпринимательская деятельность осуществляется от имени, за риск и под имущественную ответственность предпринимателя.

Также следует помнить, что в данном Кодексе есть статья 10, которая говорит что:

Прозрачность деятельности государственных органов и доступность информации (Статья 10 ПК РК)

1. Деятельность государственных органов должна быть публичной и открытой в пределах, установленных законами Республики Казахстан.

2. Государственные органы обязаны обеспечивать прозрачность своей деятельности по принятию решений, затрагивающих интересы субъектов предпринимательства.

3. Информация, имеющаяся у государственных органов и необходимая субъектам предпринимательства, должна быть доступна, если ее использование не огра-

ничено законами Республики Казахстан. Такая информация предоставляется бесплатно, за исключением случаев, установленных законами Республики Казахстан.

4. Все процедуры и требования, связанные с государственным регулированием предпринимательства, должны содержать четкий и не подлежащий различному толкованию смысл.

Иными словами, в рамках предпринимательской деятельности вы можете настаивать на том, чтобы информация, которая Вам необходима для осуществления бизнеса была представлена уполномоченным на это (ответственным за выдачу разрешительных документов) госорганом **безвозмездно и в сроки, огороженные в законодательством!**

Все субъекты частного предпринимательства имеют одинаковые **права**, а именно они вправе:

- 1) осуществлять любые виды частного предпринимательства, если иное не установлено законами Республики Казахстан;
- 2) осуществлять частное предпринимательство с использованием наемного труда в соответствии с законами Республики Казахстан;
- 3) создавать филиалы и представительства в порядке, предусмотренном законами Республики Казахстан;
- 4) самостоятельно устанавливать цены на производимые товары (работы, услуги), за исключением случаев, установленных законами Республики Казахстан;
- 5) предоставлять средства (займы) субъектам частного предпринимательства на возмездной основе;
- 6) осуществлять внешнеэкономическую деятельность в пределах своей правоспособности;
- 7) учреждать объединения субъектов частного предпринимательства;
- 8) участвовать в работе экспертных советов через аккредитованные объединения субъектов частного предпринимательства;
- 9) обращаться в правоохранительные и государственные органы, осуществляющие контрольные и надзорные функции по вопросам привлечения к ответственности лиц, виновных в нарушении прав субъектов частного предпринимательства;
- 10) обращаться в судебные органы для защиты своих прав и законных интересов;
- 11) вносить для рассмотрения в государственные органы предложения об устранении причин и условий, способствующих неисполнению или ненадлежащему исполнению нормативных правовых актов по вопросам поддержки и защиты частного предпринимательства;
- 12) применять в своей деятельности меры социальной ответственности бизнеса путем реализации или участия в реализации проектов в социальной, экономической и экологической сферах.

Субъекты предпринимательства (Предпринимательский кодекс №375-V от 29.10.2015 г.) – являются граждане, оралманы и негосударственные коммерческие юридические лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность (субъекты частного предпринимательства), госпредприятия (субъекты государственного предпринимательства).

Физическое лицо, являющееся субъектом предпринимательства, регистрируется в качестве ИП в порядке, предусмотренном предпринимательским кодексом.

Юридическое лицо, являющееся субъектом предпринимательства, может быть создано в организационно-правовой форме, предусмотренной Гражданским кодексом РК.

Организационно-правовые формы субъектов предпринимательства:

- Хозяйственные товарищества;
- Акционерные общества;
- Производственные кооперативы;
- Крестьянские хозяйства;
- Индивидуальное предпринимательство.

Индивидуальное предпринимательство в Казахстане подразделяется на:

1) Личное предпринимательство, осуществляемое самим предпринимателем лично;

2) Совместное предпринимательство – предпринимательство супругов, предпринимательство семейное или простым товариществом.

Кто не может быть признан субъектом малого предпринимательства:

- Субъектами малого предпринимательства не могут быть признаны ИП и юридические лица, осуществляющие:
- Деятельность, связанную с оборотом наркотических средств, психотропных веществ и прекурсоров;
- Производство и (или) оптовую реализацию подакцизной продукции;
- Деятельность по хранению зерна на хлебоприемниках;
- Проведения лотереи;
- Деятельность в сфере игорного бизнеса и шоу-бизнеса;
- Деятельности в области аккредитации, сертификации, метрологии и управления качеством.;
- Деятельность по добыче, переработке и реализации нефти, нефтепродуктов, газа, электрической и тепловой энергии;
- Деятельность, связанную с оборотом радиоактивных материалов;
- Банковскую деятельность (либо отдельные ее виды) и деятельность на страховом рынке (кроме деятельности страхового агента);
- Аудиторскую деятельность;
- Профессиональную деятельность на рынке ценных бумаг.

Субъекты предпринимательства относятся к следующим категориям:

- субъекты малого предпринимательства, в том числе субъекты микропредпринимательства;
- субъекты среднего предпринимательства;
- субъекты крупного предпринимательства.

Отнесение к той или иной категории зависит от:

- среднегодовой численности работников
- среднегодового дохода

Среднегодовая численность работников субъектов предпринимательства определяется с учетом всех работников, включая:

- работников филиалов, представительств и других обособленных подразделений данного субъекта

- самого индивидуального предпринимателя.
- Среднегодовым доходом считается сумма**
- совокупных годовых доходов
 - или доходов субъектов предпринимательства

Субъекты предпринимательства	Среднегодовая численность работников	Среднегодовой доход
субъекты микропредпринимательства	не более 15 человек	не свыше 30 000 МРП
субъекты малого предпринимательства	не более 100 человек	не свыше 300 000 месячного расчетного показателя (МРП)
субъекты крупного предпринимательства	более 250 человек	свыше 3 000 000 МРП

Субъектами среднего предпринимательства являются индивидуальные предприниматели и юр лица, осуществляющие предпринимательство, не относящиеся к субъектам малого и крупного предпринимательства

ВАЖНО:

Что такое МРП?

Месячный расчетный показатель (МРП) используется для исчисления пособий и иных социальных выплат, а также применения штрафных санкций, налогов и других платежей в соответствии с законодательством Республики Казахстан;

Что такое МЗП?

Минимальная заработная плата (МЗП) – гарантированный минимум денежных выплат работнику простого неквалифицированного труда при выполнении им норм труда в нормальных условиях и при нормальной продолжительности рабочего времени в месяц.

ЗНАЙТЕ на 2018 год:

- 1) минимальный размер заработной платы – 28 284 тенге;
- 2) размер государственной базовой пенсионной выплаты – 15 274 тенге;
- 3) минимальный размер пенсии – 33 745 тенге;
- 4) месячный расчетный показатель для исчисления пособий и иных социальных выплат, а также применения штрафных санкций, налогов и других платежей в соответствии с законодательством Республики Казахстан – 2405 тенге;
- 5) величину прожиточного минимума для исчисления размеров базовых социальных выплат – 28 284 тенге.

Отнесение субъектов частного предпринимательства к категориям используется для целей:

- государственной статистики;
- оказания государственной поддержки;
- применения иных норм законодательства Республики Казахстан.

Для целей государственной статистики используется только критерий по среднегодовой численности работников.

Для целей оказания государственной поддержки и применения иных норм законодательства Республики Казахстан используются два критерия: по среднегодовой численности и среднегодовому доходу.

Среднегодовая численность работников субъектов частного предпринимательства рассчитывается как сумма количества работников за двенадцать месяцев поделенная на двенадцать.

Среднегодовым доходом для вновь организованного ИП является доход субъекта частного предпринимательства, применяющего специальный налоговый режим за год. В дальнейшем среднегодовой доход будет исчисляться за последние три года как среднеарифметический показатель.

Общий классификатор видов экономической деятельности (**ОКЭД**) обеспечивает кодирование предприятий по видам деятельности и предназначена для использования в сфере статистической деятельности при сборе и обработке информации, создании базы данных, ведении регистров и т.п.

Объектами номенклатуры являются все виды экономической деятельности юридических и физических лиц.

Пример построения номенклатуры:

Секция С. Обрабатывающая промышленность
Раздел 10. Производство продуктов питания
Группа 10.1. Переработка и консервирование мяса и производство мясных изделий
Класс 10.11. Переработка и консервирование мяса
Подкласс 10.11.0. Переработка и консервирование мяса

Таким образом, код 10.11.0 идентифицирует вид деятельности – «Переработка и консервирование мяса».

10.2. РАЗРЕШИТЕЛЬНАЯ СИСТЕМА: РАЗРЕШЕНИЯ, ЛИЦЕНЗИИ, ПРАВИЛА И СТАНДАРТЫ, РЕГУЛИРУЮЩИЕ СФЕРЫ МСБ

В Республике Казахстан существует Закон, согласно которому все разрешительные документы на ведение бизнеса собраны в одном акте, этот закон называется ЗРК «О разрешениях и уведомлениях» (от 16 мая 2014 года № 202-V ЗРК).

В рамках данного нормативного акта существуют три вида разрешительных документов:

- 1) Лицензии (Первая категория – самая сложная для получения)
- 2) Разрешения (Вторая категория – средней сложности получение)
- 3) Уведомления (Третья категория – не требует получения, только вносите уведомление)

Лицензия – разрешение первой категории, выдаваемое лицензиаром физическому или юридическому лицу на осуществление лицензируемого вида деятельности либо подвида лицензируемого вида деятельности, связанного с высоким уровнем опасности.

Разрешение – подтверждение права физического или юридического лица на осуществление деятельности или действий (операций), осуществляемое разрешительными органами посредством лицензирования или разрешительной процедуры;

Уведомление – документ, составленный заявителем по утвержденной уполномоченным органом в сфере разрешений и уведомлений или Национальным Банком Республики Казахстан форме, информирующий о начале или прекращении осуществления деятельности или действия.

Далее, как только вы освоили основную терминологию, вам следует знать какие виды предпринимательской деятельности подпадают под разрешительный контроль.

Для этого **вам необходимо отобрать свой рабочий кейс**, посмотреть из перечня разрешительных документов есть ли требования к вам, чтобы вы оформили один из перечисленных трех категорий разрешительных документов.

Где можно посмотреть перечень разрешительных документов?

Во-первых, **вам необходимо уметь пользоваться компьютером**. Это требование времени, жизненная необходимость, которая Вам сэкономит кучу времени, денег, а также нервов.

Если у вас нет компьютера, сходите в ЦОН, там есть зона самообслуживания, где вам покажут и предоставят всю необходимую информацию бесплатно!

Для просмотра перечня достаточно зайти на сайт правительственных НПА и все, ничего сложного.

Действуем так:

ШАГ 1. Открываем интернет (любой браузер который у вас установлен)

ШАГ 2. В строке поиска вбиваем латинскими буквами: adilet.zan.kz

ШАГ 3. В строке «ПОИСК» вбиваем «Закон о разрешениях и уведомлениях», найдем его под номером 2

ШАГ 4. Заходим в документ и спускаемся в конец, смотрим перечень, который расположен после статьи 53, «ПЕРЕЧЕНЬ»

- Итого 87 лицензий

- Итого 392 разрешения

- Итого 55 уведомлений

Далее, к примеру, вы нашли свой кейс (в нашем случае это Пекарня).

Пекарня не подпадает под разрешения первой и второй категории документов. Однако, требуется внести уведомления о начале своей деятельности:

Выбираем из списка уведомления:

№ 13. «Уведомление о применяемом режиме налогообложения»

№ 39. «Уведомление о начале деятельности в качестве индивидуального предпринимателя»

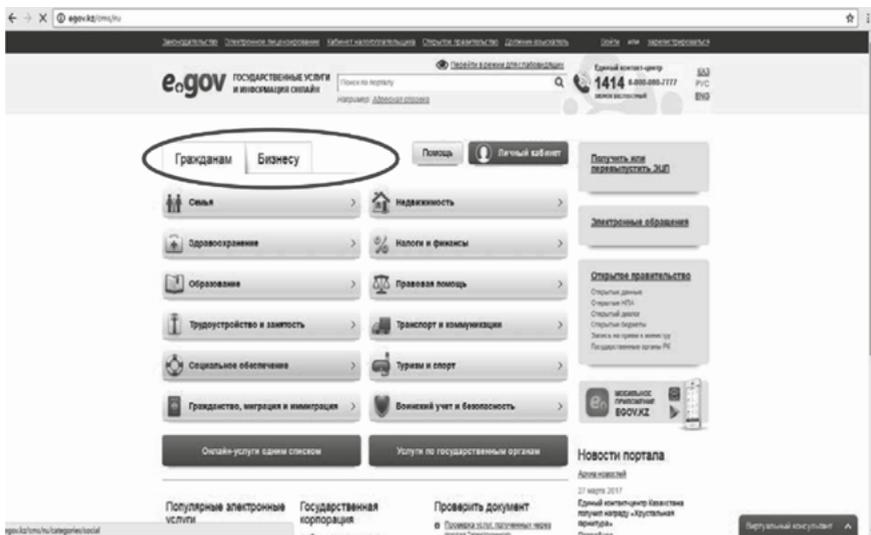
В случае, если закрываемся то:

№ 41. «Уведомление о приостановлении представления налоговой отчетности» или «об отказе в приостановлении представления налоговой отчетности».

Далее, куда и главное как подать данное уведомление?

Если ваш вид бизнеса все-таки **ЛИЦЕНЗИРУЕТСЯ** (продажа алкогольной продукции, строительство, страхование, пестициды и прочее), тогда смотрим информацию на сайте «egov.kz»:

ШАГ 1. Заходим на сайте «egov.kz» и выбираем раздел «Бизнесу»:



ШАГ 2. Выбираем раздел «лицензирование и аккредитация»

Шаг 3. Откроются все 87 видов лицензий

Шаг 4. К примеру вы выбрали НИШУ «Занятие деятельностью в сфере ветеринарии»

ШАГ 5. Следуете ИНСТРУКЦИЯМ УКАЗАННЫМ НА САЙТЕ.

Важно, для подачи документов на получения лицензии или разрешения вам необходимо бесплатно получить электронно-цифровую подпись – ЭЦП!

Подробнее, о том как это сделать вы найдете в модуле государственные услуги, получения ЭЦП

Далее, Второй вариант в случае, если вам требуется **РАЗРЕШЕНИЕ**, тогда следует аналогичным примерам, указанным в **шагах 1-5** для лицензируемых видов деятельности.

Третий вариант, если вам необходимо только **УВЕДОМИТЬ** государственный орган, тогда следует обратиться к следующему примеру:

Уведомление нельзя внести в госорган через сайт egov.kz, так как там (нет пока) такой возможности.

Значит, нам следует обратиться напрямую в ответственный госорган либо отправить уведомление заказным письмом (важно, учитывайте сроки и даты внесения уведомлений).

Используем НПА под названием: «*Об утверждении форм уведомлений и Правил приема уведомлений государственными органами, а также об определении государственных органов, осуществляющих прием уведомлений*»

Пишем уведомление, к примеру, для пекарни, используем уведомления №13, 31 по образцу, который указан в НПА выше:

ВАЖНО!

ЗАПОМНИТЕ, как правило, с момента регистрации своего бизнеса вам в необходимо течении 10 дней внести уведомление.

Как только вы внесли уведомление, Вы ожидаете ответ от госоргана в утвержденных сроки предоставления услуги – госорган может ссылаться на нормы согласно ЗРК «О порядке рассмотрения обращений физических и юридических лиц» (от 12 января 2007 года №221)

Сроки рассмотрения обращения (Статья 8)

Обращение физического и (или) юридического лица, для рассмотрения которого не требуются получение информации от иных субъектов, должностных лиц либо проверка с выездом на место, рассматривается в течение пятнадцати календарных дней со дня поступления субъекту, должностному лицу.

Однако, согласно пункту 10 Приказа Министра национальной экономики Республики Казахстан от 6 января 2015 года №4. Зарегистрирован в Министерстве юстиции Республики Казахстан 6 февраля 2015 года №10194 сроки получения ответа составляют 3 рабочих дня.

Пункт 10. По обращениям заявителей государственные органы, осуществляющие прием уведомления, в течение трех рабочих дней со дня обращения выдают заявителям выписки из государственного электронного реестра разрешений и уведомлений о направленных заявителями уведомлениях.

В случае, если государственный орган в течение указанных 3-15 дней не предоставил вам ответ-согласие или ответ-отказ обязательно с причиной (мотивирующая часть), то ваше уведомление официально считается принятым согласно принципу молчание знак согласие указанному в Предпринимательском Кодексе.

В целом, данные процедуры очень просты и удобны, и облегчают максимально жизнь предпринимателя, вы справитесь.

10.3. ПРАВИЛА, ОСНОВЫ СОСТАВЛЕНИЯ ОСНОВНЫХ ЮРИДИЧЕСКИХ ДОКУМЕНТОВ (ДОГОВОРЫ, СОГЛАШЕНИЯ, СДЕЛКИ И ДР.)

Поговорим о том, как правильно составлять юридические документы, не важно это договор или соглашение или простое сопроводительное письмо.

Важнее всего КАК вы будете готовить эти документы.

Договор – это соглашение, которое характеризуется следующими признаками:

- договор – это всегда волевой акт, то есть действие людей;
- это правомерные действия;
- договор специально направлен на возникновение, прекращение или изменение гражданских правоотношений;
- договор порождает гражданские правоотношения, поскольку именно гражданским законом определяются те правовые последствия, которые наступают в результате совершения договоров

В письменной форме должны заключаться сделки:

- осуществляемые в процессе предпринимательской деятельности, кроме сделок, исполняемых при самом их совершении;

- на сумму свыше 100 месячных расчетных показателей, за исключением сделок, исполняемых при самом их совершении;
- в иных случаях, предусмотренных законодательством или соглашением сторон.

Письменная форма сделки совершается на бумажном носителе или в электронной форме. Сделка, совершенная в письменной форме, должна быть подписана сторонами или их представителями, если иное не вытекает из обычаев делового оборота.

Нотариальному удостоверению подлежат сделки:

- Завещания;
- Доверенности на управление имуществом и на совершение сделок, нуждающихся в нотариальной форме;
- Договора ренты;
- Доверенности, выдаваемые в порядке передоверия;
- Брачный договор;
- Соглашение об уплате алиментов;
- Учредительные документы юридических лиц (кроме ТОО, если является субъектом малого и среднего предпринимательства);
- Соглашения наследников по закону об очередности их призвания к наследству и о размере их долей;

Несоблюдение обязательной нотариальной формы сделки влечет ее недействительность

Государственной регистрации подлежат сделки:

- Сделки с недвижимым имуществом;
- Сделки с движимым имуществом отдельных видов;
- Сделки с ценными бумагами;
- Сделки, связанные с движением капитала;
- Лицензионные сделки;
- Сделки на недропользование;
- Государственные договоры займа; (3 дня)
- Сделки с имуществом, имеющим значительную историческую, художественную или иную культурную ценность для общества;
- Сделки лизинга и др.

Правоустанавливающие документы на недвижимое имущество:

- Договор купли-продажи/ дарения, приватизации, свидетельство о праве на наследство недвижимого имущества (квартиры, жилого дома)
- Решение акима о выделении земельного участка /Акт о праве собственности, безвозмездного пользования земельным участком
- Требуют государственной регистрации

Электронная регистрация – государственная регистрация прав на недвижимое имущество, осуществляемая на основании электронной копии правоустанавливающего документа, поступающего в информационную систему правового кадастра из единой нотариальной информационной системы автоматически, после нотариального удостоверения сделки.

Моментом государственной регистрации признается момент подтверждения возникновения, изменения или прекращения прав (обременений прав) регистри-

рующим органом путем отправки уведомления о произведенной регистрации. Срок регистрации 1 день

Договор залога недвижимого имущества:

- В силу залога кредитор (залогодержатель) имеет право, в случае неисполнения должником обеспеченного залогом обязательства, получить удовлетворение из стоимости заложенного имущества преимущественно перед другими кредиторами лица, которому принадлежит это имущество (залогодатель), за изъятиями, установленными ГК.

- Требуется нотариального согласия супруга
- Требуется нотариального согласия членов крестьянского хозяйства
- Требуется государственной регистрации

Договор банковского счета

В силу договора банк обязуется принимать деньги, поступающие в пользу другой стороны (клиента), выполнять распоряжения клиента о переводе (выдаче) клиенту или третьим лицам соответствующих сумм денег и оказывать другие услуги, предусмотренные договором банковского счета (ст. 747 ГК).

Текущие и сберегательные счета – банковские счета физических и юридических лиц, обособленных подразделений юридических лиц (филиалов и представительств).

Для подачи кредитной заявки в финансовые институты необходимо:

- Реквизиты банковского счета ИП
- Подлинность подписи ИП

Для подачи кредитной заявки в финансовые институты необходимо:

- Удостоверение личности заемщика
- Талон о регистрации ИП
- Адресная справка
- Лицензия, разрешение, уведомление
- Свидетельство о заключении брака
- Удостоверение личности супруги
- Адресная справка супруги
- Нотариальное согласие супруги на получение займа (сумма)
- Нотариальное согласие супруги на осуществление договора залога
- Правоустанавливающие документы на недвижимое имущество
- Реквизиты банковского счета ИП

Особенности договора банковского займа (о предоставлении кредита):

Займодавец – АО «ФФПСХ», Кредитные товарищества, МКО

Предмет займа – только деньги.

Договор должен быть заключен в письменной форме. Несоблюдение письменной формы влечет недействительность договора банковского займа.

Принципы: платность, срочность, возвратность, обеспеченность, целевое использование.

Основной проблемой предпринимателей и фермеров является нехватка сельскохозяйственных земель. Далее рассмотрим земельные отношения в РК.

Земельные отношения в РК к Закону РК от 4 мая 2018 года №151-VI ЗРК «О внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты Республики Казахстан по вопросам регулирования земельных отношений»

По итогам деятельности Комиссии по земельной реформе, Указом Президента от 6 мая 2016 года и соответствующими законами введен мораторий до 31 декабря 2021 года на нормы Земельного кодекса в части предоставления сельхоз земель в частную собственность казахстанцам и в аренду иностранцам.

В дополнение к нормам моратория по запрету предоставления сельхозземель иностранцам **Законом Республики Казахстан от 4 мая 2018 года** введен запрет на предоставление сельхозземель в аренду совместным предприятиям, имеющим иностранное участие в уставном капитале **в любом количестве**.

Законом предусматривается:

- сохранение и совершенствование норм по аренде сельхоз земель казахстанцам;
- установление предельных (максимальных) размеров сельхоз земель, предоставляемых в аренду;
- ужесточение требований к предоставлению сельхоз земель в приграничных территориях;
- удовлетворение нужды населения в пастбищных угодьях;
- отнесение предоставления земельных участков для индивидуального жилищного строительства к государственным нуждам.

Закон, прежде всего, направлен на сохранение и дальнейшее совершенствование института аренды сельхозземель казахстанцами.

Для чего Земельный кодекс дополнен новой статьей 43-1, регламентирующей порядок предоставления сельхоз земель в аренду на конкурсной основе.

Согласно указанному порядку, предоставление земель будет осуществляться **по утвержденному акиматом перечню** выставляемых на конкурс земель, согласованных с общественными советами и неправительственными организациями. В частности, Перечень земельных участков, выставляемых на конкурс, будет считаться согласованным в случае положительного заключения не менее трех четвертых от общего количества согласующих органов и организаций (*Общественные советы, негосударственные организации в области АПК, Национальная палата предпринимателей, органы местного самоуправления*).

Для обеспечения прозрачности проведения конкурса, в состав земельной комиссии предусмотрено **включение представителей** отраслевых общественных объединений, **общественных советов**, Национальной палаты предпринимателей, а также органов местного самоуправления **не менее 50%** от общего числа членов комиссии.

В целях обеспечения гласности и равного доступа к конкурсу всех его потенциальных участников, новый порядок будет предусматривать **опубликование извещения о проведении конкурса в СМИ и на официальном интернет-ресурсе акимата и МСХ**, а также одновременное направление его всем акиматам районов в пределах области для размещения на своих информационных стендах и официальных сайтах.

Следует отметить, что обязательным условием участия в конкурсе будет предоставление участником конкурсного предложения, включающего в себя:

- бизнес-план ведения сельхозпроизводства;
- обязательства по составлению и освоению проекта внутрихозяйственного землеустройства;

- обязательства по созданию рабочих мест для местного населения;
- обязательства по выполнению индикативных показателей по диверсификации структуры посевных площадей сельхозкультур в соответствии со специализацией региона.

Данные требования устанавливаются в целях эффективного и рационального использования предоставляемых земель.

В целях усиления контроля за рациональным использованием предоставляемых сельхозземель, Законом предусмотрено **ведение постоянного мониторинга**: первые 5 лет аренды – ежегодно, в последующие периоды на орошаемой пашне каждые 3 года, на богарной – каждые 5 лет.

Показателями мониторинга будет являться: целевое назначение земельного участка, сохранение уровня урожайности, соблюдение севооборотов, недопущение зарастания земель сорняками и др., проведение мероприятий по охране земель, исполнение условий договора аренды.

Порядок ведения мониторинга будет устанавливаться МСХ и осуществляться комиссионно, в составе представителей органов земельных отношений, сельского хозяйства, общественных организаций и объединений.

Результаты мониторинга будут служить основанием для продления срока аренды земельного участка.

Кроме того, Законом, в целях усиления государственного контроля за использованием и охраной земель, предусмотрено **наделение районных** исполнительных органов компетенцией по осуществлению государственного контроля за рациональным использованием **сельхоз земель**.

Также, предложен иной подход в исчислении сроков неиспользования сельхоз земель, который был внесен именно по предложениям, поступившим от северных регионов. Процедура изъятия земельного участка в порядке, предусмотренном статьей 94 Земельного кодекса, можно будет начинать после осуществления **двух проверок** в отношении субъекта в течение 2-х лет.

Вместе с тем, с целью установления единых требований по исполнению обязательств по рациональному использованию сельхоз земель, утверждается **типовая форма договора аренды земельного участка**, что послужит ориентиром для местных исполнительных органов при заключении соответствующих договоров.

Несоблюдение условий договора аренды земельного участка будет являться основанием для его расторжения в установленном законодательством порядке.

Также, в целях исключения предоставления больших площадей сельхозземель в «одни руки», Законом предусмотрено **установление максимальных размеров** сельхоз земель, которые могут находиться в аренде у казахстанцев в пределах административных районов (городов) каждой области по видам угодий.

Размеры их будут утверждены Правительством по предложению местных представительных и исполнительных органов.

Таким образом, площади земельных участков, которые будут включены в Перечень земель, выставляемых на конкурс, не должны превышать устанавливаемые максимальные размеры.

Кроме того, ужесточены требования к предоставлению земель в приграничных территориях.

Так, предлагается ввести полный запрет на предоставление земель, расположенных в пограничной полосе, за исключением случаев предоставления земель для защиты и охраны государственной границы Республики Казахстан.

На указанных территориях допускается использование сельскохозяйственных угодий для выпаса скота личного подворья и сенокосения без права возведения каких-либо капитальных строений.

В части **предоставления** земель, расположенных в пограничной зоне Государственной границы, предусматриваются ограничения только в отношении земель сельхозназначения: они будут предоставляться на праве аренды гражданам Республики Казахстан, за исключением граждан Республики Казахстан, состоящих в браке (супружестве) с иностранцами, и юридическими лицами Республики Казахстан без иностранного участия.

При этом, земельные участки, расположенные в пограничной зоне Государственной границы Республики Казахстан, **не смогут принадлежать** на праве собственности иностранцам, гражданам Республики Казахстан, состоящим в браке (супружестве) с иностранцами, а также иностранным юридическим лицам и юридическим лицам Республики Казахстан с иностранным участием.

Указанные меры направлены на обеспечение национальной безопасности и сохранности территориальной целостности Республики Казахстан. Для решения проблем с нехваткой пастбищных угодий для выпаса скота личного подворья, Законом предусмотрены нормы, согласно которым вокруг населенных пунктов будут определены площади пастбищ, необходимые для удовлетворения нужд населения по содержанию их личного подворья. На данных территориях устанавливается запрет на их предоставление в аренду физическим и юридическим лицам Республики Казахстан.

Учитывая, что на сегодняшний день часть пастбищ вокруг населенных пунктов находится в собственности и землепользовании отдельных лиц, акимам будет предоставлена возможность их изъятия, путем отнесения нужд населения в пастбищных угодьях к государственным нуждам. Кроме того, Законом предусмотрены меры, направленные на открытость и прозрачность процедуры предоставления земель.

Для учета общественного мнения местного населения при распределении земель расширен состав земельной комиссии представителями местного самоуправления и общественности, общественных советов, негосударственных организаций (АПК, строительной деятельности, недропользования и т.д.), Национальной палаты предпринимателей **не менее 50%** от общего количества ее состава.

Вместе с тем, списки лиц, получивших земельные участки, будут размещаться на специальных информационных стендах, опубликовываться на интернет-ресурсах МИО и соответствующего уполномоченного органа – **ежемесячно**, а также в периодических печатных изданиях, распространяемых на территории района, города – не реже одного раза в **квартал**.

Также, внесены поправки в части продления срока аренды земельного участка на новый срок, продление ее срока производится акиматом без рассмотрения Земельной комиссией *(в случаях надлежащего исполнения обязательств по договору аренды земельного участка и неизменности границ земельного участка)*.

10.4. ГОСУДАРСТВЕННЫЕ ПРОВЕРКИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Государственные проверки предпринимательской деятельности регулируются Предпринимательским кодексом Республики Казахстан.

Отношения в сфере государственного контроля и надзора (Статья 129)

Регулирование отношений в сфере государственного контроля и надзора осуществляется в целях установления общих правовых основ государственного контроля и надзора в Республике Казахстан и направлено на установление единых принципов осуществления контрольной и надзорной деятельности, а также защиту прав и законных интересов государственных органов, физических и юридических лиц, в отношении которых осуществляется государственный контроль и надзор

Предпринимательским Кодексом устанавливаются:

- 1) порядок проведения проверок, осуществляемых органами контроля и надзора;
- 2) порядок взаимодействия органов контроля и надзора при проведении проверок;
- 3) права и обязанности проверяемых субъектов при проведении контроля и надзора, меры по защите их прав и законных интересов;
- 4) права и обязанности органов контроля и надзора и их должностных лиц при проведении проверок.

Виды проверок (Статья 144)

Проверки делятся на следующие виды:

- 1) *проверки, проводимые по особому порядку на основе оценки степени риска;*
- 2) *внеплановые.*

Проверкой, проводимой по особому порядку, является проверка, назначаемая органом контроля и надзора на основе оценки степени риска в отношении конкретного субъекта (объекта) контроля и надзора в сферах государственного контроля и надзора, определенных частью четвертой пункта 2 статьи 141 Предпринимательского Кодекса, с целью предупреждения и (или) устранения непосредственной угрозы жизни и здоровью человека, окружающей среде, законным интересам физических и юридических лиц, государства.

Внеплановой проверкой является проверка, назначаемая органом контроля и надзора по конкретным фактам и обстоятельствам, послужившим основанием для назначения внеплановой проверки в отношении конкретного субъекта (объекта) контроля и надзора, с целью предупреждения и (или) устранения непосредственной угрозы жизни и здоровью человека, окружающей среде, законным интересам физических и юридических лиц, государства.

По объему проверки подразделяются на:

- 1) комплексные;
- 2) тематические.

Комплексной проверкой является проверка деятельности проверяемого субъекта (объекта) по комплексу вопросов соблюдения требований, установленных

законодательством Республики Казахстан в соответствии с пунктом 2 статьи 132 Предпринимательского Кодекса.

Тематической проверкой является проверка деятельности проверяемого субъекта (объекта) по отдельным вопросам соблюдения требований, установленных законодательством Республики Казахстан в соответствии с пунктом 2 статьи 132 Предпринимательского Кодекса.

Камеральный налоговый контроль

Юридические и физические лица представляют налоговую отчетность в сроки и на условиях, определяемых Налоговым кодексом РК. После представления налогоплательщиками налоговой отчетности, органы государственных доходов для обеспечения полноты и своевременности поступления налогов и других обязательных платежей в бюджет осуществляют камеральный контроль.

Камеральный контроль – контроль, осуществляемый налоговыми органами на основе изучения и анализа представленной налогоплательщиком (налоговым агентом) налоговой отчетности, сведений уполномоченных государственных органов, а также других документов и сведений о деятельности налогоплательщика. Цель камерального контроля – предоставление налогоплательщику права самостоятельного устранения нарушений, выявленных налоговыми органами по результатам камерального контроля, путем постановления на регистрационный учет в налоговых органах и (или) представления налоговой отчетности в соответствии со статьей 587 Налогового Кодекса и/или уплаты налогов и других обязательных платежей в бюджет. Процесс камерального контроля может выполняться ручным и автоматизированным способом. Предоставление налоговой отчетности в электронном виде позволяет, при запуске автоматизированного камерального контроля осуществлять более точную и детальную сверку данных по предоставленным налогоплательщиками сведениям.

Государственный санитарно-эпидемиологический контроль и надзор направлен на предупреждение, выявление, пресечение нарушений законодательства Республики Казахстан в сфере санитарно-эпидемиологического благополучия населения, а также контроль за соблюдением нормативных правовых актов в сфере санитарно-эпидемиологического благополучия населения, гигиенических нормативов и технических регламентов в целях охраны здоровья и среды обитания населения и безопасности продукции, процессов, услуг.

Объектами государственного санитарно-эпидемиологического контроля и надзора являются физические и юридические лица, здания, сооружения, продукция, оборудование, транспортные средства, почва, вода, воздух, продукты питания и иные объекты, деятельность, использование, употребление, применение и эксплуатация которых могут нанести вред состоянию здоровья человека и окружающей среде.

Объекты государственного санитарно-эпидемиологического контроля и надзора (эпидемически значимые объекты) делятся на две группы:

- 1) объекты высокой эпидемической значимости;
- 2) объекты незначительной эпидемической значимости.

Перечень продукции и эпидемически значимых объектов, подлежащих государственному санитарно-эпидемиологическому контролю и надзору, утверждается государственным органом в сфере санитарно-эпидемиологического благополучия

населения по согласованию с уполномоченными органами по предпринимательству и в области охраны окружающей среды в пределах их компетенции.

Государственный санитарно-эпидемиологический контроль и надзор осуществляются в форме проверки и профилактического контроля и надзора.

Проверка и профилактический контроль и надзор с посещением субъекта (объекта) контроля и надзора осуществляются в соответствии с Предпринимательским кодексом Республики Казахстан.

Проверки в отношении объектов высокой эпидемической значимости осуществляются в особом порядке с периодичностью, основанной на системе оценки рисков, в соответствии с Предпринимательским кодексом Республики Казахстан.

Объекты высокой эпидемической значимости освобождаются от проверок, проводимых по особому порядку в соответствии с системой оценки управления рисками, определяемой государственным органом в сфере санитарно-эпидемиологического благополучия населения.

Акт о назначении проверки (Статья 145)

Проверка проводится на основании акта о назначении проверки государственным органом.

В акте о назначении проверки указываются:

- 1) номер и дата акта;
 - 2) наименование государственного органа;
 - 3) фамилия, имя, отчество (если оно указано в документе, удостоверяющем личность) и должность лица (лиц), уполномоченного на проведение проверки;
 - 4) сведения о специалистах, консультантах и экспертах, привлекаемых для проведения проверки;
 - 5) наименование проверяемого субъекта или фамилия, имя, отчество (если оно указано в документе, удостоверяющем личность) физического лица, в отношении которого назначено проведение проверки, его место нахождения, идентификационный номер, участок территории. В случае проверки филиала и (или) представительства юридического лица в акте о назначении проверки указываются его наименование и место нахождения;
 - 6) предмет назначенной проверки;
 - 7) срок проведения проверки;
 - 8) правовые основания проведения проверки, в том числе нормативные правовые акты, обязательные требования которых подлежат проверке;
 - 9) проверяемый период;
 - 10) права и обязанности проверяемого субъекта, предусмотренные статьей 155 настоящего Кодекса;
- 11) подпись лица, уполномоченного подписывать акты, и печать государственного органа.

Порядок проведения проверки (Статья 147)

1. Орган контроля и надзора обязан известить в письменном виде проверяемого субъекта о начале проведения проверки по особому порядку проведения проверок на основе оценки степени риска, выборочной проверки не менее чем за тридцать календарных дней до начала самой проверки с указанием сроков и предмета проведения проверки.

2. При проведении внеплановой проверки, за исключением случаев, предусмотренных подпунктами 2), 7), 9) и 10) пункта 3, пунктами 6 и 7 статьи 144 Предпринимательского Кодекса, орган контроля и надзора обязан известить проверяемый субъект о начале проведения внеплановой проверки не менее чем за сутки до начала самой проверки с указанием предмета проведения проверки.

3. Должностные лица государственных органов, прибывшие для проверки на объект, обязаны предъявить:

- 1) акт о назначении проверки с отметкой о регистрации в уполномоченном органе по правовой статистике и специальным учетам;
- 2) служебное удостоверение;
- 3) при необходимости разрешение компетентного органа на посещение режимных объектов;

- 4) медицинский допуск, наличие которого необходимо для посещения объектов, выданный в порядке, установленном уполномоченным органом в области здравоохранения;

- 5) проверочный лист с указанием пунктов требований, подлежащих проверке. Началом проведения проверки считается дата вручения проверяемому субъекту акта о назначении проверки.

4. В случае отказа в принятии акта о назначении проверки или воспрепятствования доступу должностного лица органа контроля и надзора, осуществляющего проверку, к материалам, необходимым для проведения проверки, составляется протокол. Протокол подписывается должностным лицом органа контроля и надзора, осуществляющим проверку, и уполномоченным лицом проверяемого субъекта.

Уполномоченное лицо проверяемого субъекта вправе отказаться от подписания протокола, дав письменное объяснение о причине отказа. Отказ от получения акта о назначении проверки не является основанием для отмены проверки.

5. Проверка может проводиться только тем должностным лицом (лицами), которое указано в акте о назначении проверки. При этом состав должностных лиц, проводящих проверку, может изменяться по решению органа контроля и надзора, о чем уведомляются проверяемый субъект и орган по правовой статистике и специальным учетам до начала участия в проверке лиц, не указанных в акте о назначении проверки, с указанием причины замены.

6. При необходимости одновременного проведения проверки проверяемого субъекта (объекта) несколькими органами контроля и надзора каждый из данных органов обязан оформить акт о назначении проверки и зарегистрировать его в уполномоченном органе по правовой статистике и специальным учетам. При необходимости одновременного проведения проверки нескольких проверяемых субъектов (объектов) по одному и тому же кругу вопросов одним органом контроля и надзора данный орган обязан оформить акт о назначении проверки на каждого проверяемого субъекта (объекта) и зарегистрировать его в уполномоченном органе по правовой статистике и специальным учетам, за исключением налоговой проверки, проводимой по вопросам:

- 1) постановления на регистрационный учет в налоговых органах;
- 2) наличия контрольно-кассовых машин;
- 3) наличия и подлинности акцизных и учетно-контрольных марок;

Сроки проведения проверки (Статья 148)

Срок проведения проверки устанавливается с учетом объема предстоящих работ, а также поставленных задач и не должен превышать для субъектов микропредпринимательства – пять рабочих дней, для субъектов малого, среднего и крупного предпринимательства, а также проверяемых субъектов, не являющихся субъектами частного предпринимательства, – тридцать рабочих дней, за исключением отдельных случаев при проведении налоговой проверки, предусмотренных налоговым законодательством Республики Казахстан, а также проверок, проводимых в сфере санитарно-эпидемиологического благополучия населения, в области ветеринарии, карантина и защиты растений, семеноводства, зернового и хлопкового рынка, соблюдения трудового законодательства Республики Казахстан в части безопасности и охраны труда на строительных объектах, для которых с учетом отраслевой особенности установлены следующие сроки проведения проверок:

- 1) проверки в сфере санитарно-эпидемиологического благополучия населения – до пятнадцати рабочих дней и с продлением до пятнадцати рабочих дней;
- 2) в области ветеринарии, карантина и защиты растений, семеноводства, зернового и хлопкового рынка – не более пяти рабочих дней и с продлением до пяти рабочих дней;
- 3) в области соблюдения трудового законодательства Республики Казахстан в части безопасности и охраны труда на строительных объектах с учетом их технической сложности.

Порядок оформления проверки (Статья 152)

По результатам проверки должностным лицом органа контроля и надзора составляется акт о результатах проверки в двух экземплярах.

В случае наличия замечаний и (или) возражений по результатам проверки руководитель юридического лица или физическое лицо либо их представители излагают замечания и (или) возражения в письменном виде.

Завершением срока проверки считается день вручения проверяемому субъекту акта о результатах проверки не позднее срока окончания проверки, указанного в акте о назначении проверки.

Права предпринимателя в ходе проверки

В ходе проверки вашей компании предприниматель имеет право:

- не представлять сведения, если они не относятся к предмету проводимой проверки или не относятся к периоду, указанному в акте;
- фиксировать процесс проверки с помощью средств аудио и видеотехники, не создавая препятствий деятельности должностного лица;
- обжаловать акт о назначении, о результатах проверки, а также действия проверяющего лица в вышестоящий государственный орган, либо в суд;
- не исполнять необоснованные законно запреты проверяющих, ограничивающих вашу деятельность (например, требование о приостановлении деятельности без наличия на то оснований);
- присутствовать при проведении проверки, а также привлекать третьих лиц к участию в проверке в целях представления своих интересов и прав.

Какая проверка может быть признана незаконной?

Проверка признается недействительной, если проведена с грубыми нарушениями требований Предпринимательского кодекса, среди которых:

- отсутствие оснований проведения проверки;
- отсутствие акта о назначении проверки;
- несоблюдение сроков уведомления о проведении проверки;
- нарушение периодичности проведения проверок по особому порядку и выборочных проверок;
- непредставление проверяемому субъекту акта о назначении проверки;
- назначение проверок по вопросам, не входящим в их компетенцию;
- проведение проверки без регистрации акта о назначении проверки в органах по правовой статистике и специальным учетам;
- нарушение сроков проведения проверок.

Что нужно знать любому предпринимателю о проверках?

1. В начале проверки проверяющее лицо обязано предъявить:
 - акт о назначении проверки со штампом о регистрации в Управлении Комитета по правовой статистике и специальным учетам вашей области (города);
 - служебное удостоверение;
 - проверочный лист с указанием пунктов требований, подлежащих проверке.
2. Проверяющие лица, не указанные в акте о назначении проверки, не имеют право проводить проверку.
3. Началом проведения проверки считается дата вручения акта о назначении проверки.

4. Проверка должна длиться не более 30-ти рабочих дней (за исключением налоговой проверки, срок которой регламентированы статьей 629 НК). При необходимости проведения специальных исследований, испытаний, экспертиз, а также в связи со значительным объемом проверки, срок проведения проверки может быть продлен только один раз руководителем органа контроля и надзора (либо лицом, его замещающим) на срок не более тридцати рабочих дней, за исключением отдельных случаев при проведении налоговой проверки.

5. Проверить законность проверки вы можете в мобильном приложении Qamqor или, обратившись в раздел «Законность проверки вашего бизнеса» Информационного сервиса Комитета по правовой статистике и специальным учетам Генеральной прокуратуры Республики Казахстан по адресу <http://qamqor.gov.kz/portal/page/portal/POPageGroup/Services/Su>

В завершение проверки проверяющие составляют акт о результатах проверки в 2-х экземплярах, один из которых вручается вам. Если имеются замечания или возражения, вы можете изложить их в письменном виде, которые прилагаются к акту.

Qamqor – защита бизнеса от незаконных проверок! Мобильное приложение «Qamqor», разработанное Комитетом по правовой статистике и специальным учетам Генеральной прокуратуры, обезопасит ваш бизнес от незаконных проверок.

Мобильное приложение «Qamqor», разработанное Комитетом по правовой статистике и специальным учетам Генеральной прокуратуры, обезопасит ваш бизнес от незаконных проверок:

- если к вам пришли уже с проверкой, вы можете проверить законность проверки того или иного госоргана (СЭС, пожарная служба, налоговая проверка и т.д.)
- вы будете заранее уведомлены о запланированной в адрес вашей компании проверке.

Мобильное приложение доступно для Android (<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.zerotoonelabs.businesssupport&hl=ru>), а также для iOS (<https://appsto.re/us/tOyoib.i>)

Как работает мобильное приложение «Qamqor»?

- 1) Устанавливаете приложение на свой смартфон
- 2) Вводите номер акта о назначении проверки (авторизация не обязательна)
- 3) Получаете полную информацию о предмете, сроках проверки и т.д.
- 4) В случае нарушения, отправляете через приложение жалобу
- 5) Мобильная группа разбирается с поступившей жалобой
- 6) Если проверка необоснованная, проверка аннулируется и проверяющие привлекаются к ответственности.

Приложение заранее предупредит о запланированной проверке, для этого нужно:

- 1) Зарегистрироваться как ТОО или ИП
- 2) В настройках приложения подписаться на PUSH-уведомления
- 3) Когда на ваше ТОО/ИП будет зарегистрирована новая проверка, вы получите PUSH-уведомление

Кроме этого, если у вас есть вопрос, вы можете написать сотрудникам Комитета по правовой статистике и специальным учетам в онлайн-чате приложения, а также найдете ответы на наиболее актуальные вопросы о проверках.

10.5. УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ. ТРУДОВЫЕ ДОГОВОРА

*«...Как бы Вы ни были умны или предприимчивы,
Ваш бизнес находится в руках тех людей, которых Вы нанимаете...»
Акио Морита, создатель и владелец компании SONY*

Как только Ваш бизнес начнет расти, Вам будут необходимы работники. А Вы для них станете работодателем. Между вами возникнут трудовые отношения. Трудовые отношения регулируются Трудовым кодексом Республики Казахстан.

Управление персоналом – одно из важнейших аспектов теории и практики менеджмента. Для обеспечения эффективного существования организации очень важно заниматься развитием персонала, формированием человеческого капитала в организации, необходимо создать все условия для совершенствования трудовых навыков персонала и раскрытия их творческих способностей.

Процесс управления состоит из четырех взаимосвязанных функций: планирования, организации, мотивации и контроля

Функция планирования предполагает решение о том, какими должны быть цели организации и что должны делать члены организации, чтобы достичь этих целей.

Организовать – значит создать некую структуру. Существует много элементов, которые необходимо структурировать, чтобы организация могла выполнять свои планы и тем самым достигать своей цели.

Мотивация – это процесс стимулирования кого-либо (отдельного человека или группы людей) к деятельности, направленной на достижение целей организации.

Контроль – это процесс обеспечения того, что организация действительно достигает своих целей.

Организация управления предполагает решение следующих вопросов:

- создание структуры предприятия;
- распределение полномочий.

Этапы управления персоналом:

1. Планирование ресурсов: разработка плана удовлетворения будущих потребностей в людских ресурсах.

2. Набор персонала: создание резерва потенциальных кандидатов по всем должностям.

3. Отбор: оценка кандидатов на рабочие места и отбор лучших из резерва, созданного в ходе набора.

4. Определение заработной платы и льгот: разработка структуры заработной платы и льгот в целях привлечения, найма и сохранения служащих.

5. ПрофорIENTATION и адаптация: введение нанятых работников в организацию и ее подразделения, развитие у работников понимания того, что ожидает от него организация и какой труд в ней получает заслуженную оценку.

6. Обучение: разработка программ для обучения трудовым навыкам, требующимся для эффективного выполнения работы.

7. Оценка трудовой деятельности: разработка методик оценки трудовой деятельности и доведения ее до работника.

8. Повышение, понижение, перевод, увольнение: разработка методов перемещения работников на должности с большей или с меньшей ответственностью, развития их профессионального опыта путем перемещения на другие должности или участки работы, а также процедур прекращения договора найма.

9. Подготовка руководящих кадров, управление продвижением по службе: разработка программ, направленных на развитие способностей и повышение эффективности труда руководящих кадров.

Основные направления в управлении персоналом

1. Отбор персонала – необходимо выбирать людей для своего бизнеса

Необходимо понимать, кто и чем будет заниматься на вашем предприятии, описать обязанности в должностных инструкциях

Исходя из этого, подбирать людей, которые способны хорошо выполнять эту работу

2. Развитие – обучать персонал

3. Мотивация – научить побуждать людей к эффективному труду

4. Учет персонала – соблюдать во всем требования трудового законодательства РК
Учет персонала производится посредством:

- Трудовых договоров
- Коллективного договора
- Личных дел работников
- Акты работодателя (приказы)
- Табели учета рабочего времени

Трудовой договор является добровольным соглашением между работником и работодателем по поводу существенных условий труда. Трудовой договор устанавливает юридическую связь между субъектами трудового права и законодательно закрепляет права и обязанности сторон, заключивших договор.

По трудовому договору работник обязуется лично выполнять работу (трудовую функцию), соблюдать правила трудового распорядка, а работодатель обязуется предоставить работнику работу по обусловленной трудовой функции, обеспечить условия труда, предусмотренные настоящим Кодексом, законами Республики Казахстан и иными нормативными правовыми актами Республики Казахстан, коллективным договором, актами работодателя, своевременно и в полном размере выплачивать работнику заработную плату.

Характерными чертами трудового договора являются подчинение подписавшего этот договор работника внутреннему трудовому распорядку и обязанность работника выполнять работу на постоянной основе, а не в порядке исполнения отдельных заданий или разовых поручений, что характерно для гражданско-правовых договоров, например, договора подряда или договора поручения.

Различают 2 вида трудового договора.

Индивидуальный трудовой договор – это двустороннее соглашение между работником и работодателем, совершаемое в письменной форме, по которому работник обязуется выполнять работу по определенной специальности.

Коллективный договор – локальный нормативный правовой акт, регулирующий социально-трудовые отношения.

Трудовые отношения между работодателем и работником закрепляются трудовым договором. Трудовой договор составляется в 2-х экземплярах, по одному для каждой из сторон. В трудовом договоре прописываются права и ответственность сторон.

Основные обязанности работодателя:

- Создать безопасные условия труда
- Своевременно оплачивать труд работника (не ниже минимального уровня / платы)
- Предоставлять ему выходные дни (один или два в неделю)
- Предоставлять ему ежегодный оплачиваемый трудовой отпуск (не менее 24 календарных дней)
- Оплачивать дни болезни

Основные обязанности работника:

- Выполнять свои должностные обязанности
- Соблюдать технику безопасности
- Соблюдать трудовую дисциплину

Грамотное правовое сопровождение бизнеса является залогом построения эффективных бизнес-процессов как внутри фирмы, так и с внешними контрагентами. В свою очередь, для этого существуют различные электронные площадки, которые предоставляют широкий спектр электронных государственных услуг. Об этом подробно можно ознакомиться в следующем модуле 11 «Основы электронных услуг для бизнеса»

МОДУЛЬ 11. ОСНОВЫ ЭЛЕКТРОННЫХ УСЛУГ ДЛЯ БИЗНЕСА

- 11.1. Базовые цифровые навыки и открытое правительство
 - 11.2. Порядок получения и использования ЭЦП, порталы электронного правительства, навыки работы в личном кабинете (www.pki.gov.kz и www.egov.kz);
 - 11.3. Порядок и способы получения электронных услуг
 - 11.4. Единый портал государственных закупок www.goszakup.gov.kz
 - 11.5. Электронная коммерция
-

11.1. БАЗОВЫЕ ЦИФРОВЫЕ НАВЫКИ И ОТКРЫТОЕ ПРАВИТЕЛЬСТВО

Общение в мессенджере, онлайн платежи, электронные услуги – все это становится частью повседневных дел современного человека.

В 2018 году в каждом регионе Казахстана (в районных центрах, селах и поселках) проходят курсы по обучению населения базовым навыкам цифровой грамотности. Учебные курсы предоставляются бесплатно для всех желающих повысить свою компетенцию по одному, либо четырем навыкам:

1. «Базовые цифровые навыки». Они включают в себя уверенное использование персонального компьютера и ноутбука, мобильных устройств, сети Интернет, а также затрагивают темы безопасности и защиты данных.

2. «Электронное правительство и электронные государственные услуги». Тема охватывает навыки работы с порталом электронного правительства, включающие в себя получение необходимых электронных государственных услуг онлайн, не выходя из дома.

3. «Открытое правительство». Обучение данной теме включает в себя навыки использования четырех компонентов портала открытого правительства: открытые данные, открытые нормативно-правовые акты, открытый диалог и бюджеты.

4. «Электронная торговля». Обучающий блок включает в себя навыки приобретения, продажи и продвижения товаров и услуг онлайн.

В помощь предпринимателям создано множество интерактивных площадок, на которых в режиме реального времени Вы, как бизнесмен, можете получить консультацию по интересующему вопросу, заказать государственную услугу, пройти определенные процедуры, например, по той же регистрации предприятия (подробно о регистрации бизнеса вы ознакомились в модуле 9 «Особенности налоговых режимов»).

Одной из таких площадок является Единый интернет-портал «Территория бизнеса». Введя в строку браузера этот адрес <https://business.gov.kz>, перед Вами откроется страница.

Кроме того на портале можно найти большое количество методических инструкций для открытия бизнеса. А также на данном сайте представлен раздел «Библиотека», где Вы можете найти очень много полезной информации для начинающего предпринимателя. Если Вы все еще думаете над своей идеей, то сборник бизнес-планов, представленный на этом же сайте, может Вам помочь в этом процессе.

В разделе «Онлайн услуги» с помощью фильтров можете найти любую услугу,

которая Вас интересует, найти государственный орган, который оказывает эту услугу. Также много полезной информации вы можете получить на сайте atameken.kz, farmers.kz и др.

Целью «Открытого правительства» является создание прозрачного подотчетного государства, расширение прав и возможностей граждан в управлении государством, усиление борьбы с коррупцией, а также использование новых технологий для повышения эффективности государственного управления.

Открытое правительство состоит из пяти компонентов: открытые данные, открытые НПА, открытый диалог, открытые бюджеты и оценка эффективности деятельности госорганов.

Развитие вышеуказанных компонентов, позволит повысить уровень демократического государства, широкое вовлечение граждан в управление государством, борьбу с коррупцией, мировое доверие, эффективную работу государственных органов, доверие между гражданами и государственными органами, а также привлечение инвестиций.

Открытые данные – это площадка, где размещаются общедоступные данные государственных органов и иных обладателей информации в машиночитаемом виде.

Открытые нормативно-правовые акты (НПА) – это единая площадка для обсуждения разрабатываемых законопроектов, проектов стандартов государственных услуг и разрешительных документов.

Открытые бюджеты – портал в первую очередь был создан для того, чтобы облегчить представление граждан о понятии «бюджета» в государстве и способствовать развитию активной гражданской позиции через общественный контроль за расходованием бюджетных средств.

Открытый диалог – это площадка для установления эффективной обратной связи между госорганами и обществом.

Существуют два пути подписания запроса.

- посредством ЭЦП

- посредством СМС-кода – при отправке обращения Вы должны подтвердить принадлежность обращения Вам путем заполнения кода, который будет выслан в виде СМС-сообщения на телефонный номер, зарегистрированный на портале электронного правительства (получение СМС-сообщения является бесплатным).

Авторизация на портале электронного правительства

Необходимо войти в систему, авторизовавшись по следующим возможностям:

1. Вход по СМС – одноразовому паролю. Указывается ИИН, номер мобильного телефона и заполняется код подтверждения, полученный по СМС – сообщению.

2. Вход по ЭЦП. Выбирается сертификат с указанием пути размещения ЭЦП, установленного на съемном носителе, удостоверении личности либо персональном компьютере (в зависимости от местонахождения ключей). Авторизация производится по открытому ключу «AUTH***».

3. Вход по логину/паролю. При имеющейся регистрации на портале электронного правительства, вход возможен по логину и паролю, ранее установленному самостоятельно. Для получения услуг требуется авторизация по ЭЦП либо СМС.

4. Вход по Сим-карте. При наличии ЭЦП на Сим-карте, необходимо указать ИИН и номер мобильного телефона.

11.2. ПОРЯДОК ПОЛУЧЕНИЯ И ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЭЦП, ПОРТАЛЫ ЭЛЕКТРОННОГО ПРАВИТЕЛЬСТВА, НАВЫКИ РАБОТЫ В ЛИЧНОМ КАБИНЕТЕ (www.pki.gov.kz и www.egov.kz)

Портал электронного правительства egov.kz – это единый механизм взаимодействия государства и граждан, а также государственных органов друг с другом, обеспечивающий их согласованность при помощи информационных технологий. Портал дает возможность услугополучателям дома, на работе, в любом месте, где есть доступ к интернету получить в онлайн-режиме более 400 видов автоматизированных Государственных услуг.

Наиболее востребованными услугами Портала являются электронные справки. Такие как:

- адресная справка;
- справка об отсутствии/наличии судимости;
- справка о зарегистрированных правах (обременениях) на недвижимое имущество и его технических характеристиках;
- справка об отсутствии (наличии) недвижимого имущества;
- получение справки о пенсионных отчислениях.

Веб-портал «Электронного Правительства»

Для упрощения процедур получения Вами, как гражданина или предпринимателя, государственных услуг (регистрация/ перерегистрация предприятия, получение различных справок, сдача отчетности и пр.) функционирует Портал электронного Правительства – www.egov.kz.

Как гражданин на Портале Вы можете подать заявление на регистрацию брака, поставить своего ребенка в очередь в детский сад, подать документы на назначение пособия и выполнить множество других действий.

The screenshot shows the e.gov.kz website interface. The main navigation menu is circled in black, showing categories for Citizens and Business. The Citizens menu includes: Registration and business development, Licensing and accreditation, Taxes, Finance and banking, Industry, Transport and communications, Real estate, Intellectual property, Culture, religion, mass media, Medicine, Natural resources and ecology, and Agriculture. The Business menu includes: Registration and business development, Licensing and accreditation, Taxes, Finance and banking, Industry, Transport and communications, Real estate, Intellectual property, Culture, religion, mass media, Medicine, Natural resources and ecology, and Agriculture. The website also features a search bar, contact information, and a news section.

Но в данном случае нас интересуют возможности, которые сегодня Портал предоставляет предпринимателям. Если Вы планируете открыть бизнес, то **на Портале Вы можете:**

1. Зарегистрировать свой бизнес;
2. Получить справку о зарегистрированном юридическом лице, филиале и представительстве;
3. Найти полезную информацию о лицензировании, таможенных услугах и экспорте/импорте товаров в Казахстане;
4. Подать заявку и получить электронную лицензию на свою деятельность и пр. При этом, государственные услуги Вы можете получить:
 - при наличии компьютера и доступа в Интернет – по адресу www.egov.kz;
 - через мобильное приложение EGOV (бесплатно на AppStore/Play market);
 - в Центрах обслуживания населения.

Но, прежде чем стать пользователем Портала Вам необходимо:

1. Пройти процедуру регистрации на портале;
2. Получить электронную цифровую подпись или ЭЦП.

Если Вы спросите, зачем нужна ЭЦП, то ответ очень прост, для обеспечения информационной безопасности и законности совершаемых операций. ЭЦП можно получить двумя способами (на Ваш выбор):

1. Записать ЭЦП на чип удостоверения личности нового образца. Для этого необходимо обратиться в ближайший ЦОН, предъявив удостоверение личности. Дальнейшая работа с ЭЦП, записанной на удостоверении личности, возможна при наличии специального карт-ридера. Подробнее об этом вы можете узнать на веб – портале «электронного правительства».

2. Подать онлайн-заявку на получение ЭЦП и сохранить ее на компьютер. В этом случае также необходимо обратиться в ЦОН для подтверждения поданной заявки. Процедура подачи онлайн-заявки состоит из трех шагов, представленных ниже (Шаг 1 – Изучение инструкции и установка программного обеспечения, Шаг 2 – Подача онлайн – заявки, Шаг 3 – Подтверждение онлайн-заявки и получение ЭЦП).

ПОМНИТЕ, на сайте Вы найдете Инструкцию по установке ЭЦП.

И так, допустим Вы получили и установили ЭЦП, попробуем пошагово зарегистрироваться на Портале Электронного Правительства.

Шаг 1. Заходим на сайт www.egov.kz.

Шаг 2. Если мы впервые на данном Портале, то для начала необходимо зарегистрироваться. В правом верхнем углу выбираем «ЗАРЕГИСТРИРОВАТЬСЯ», появляется такая страница.

Соглашение о правах использования веб-портала «электронного правительства»

1. Выбор вида регистрации 2. Регистрация

1 Общие положения

1.1. Настоящее Пользовательское соглашение (далее – Соглашение) регламентирует взаимоотношения между Владелец, Администратором и Пользователем веб-портала «электронного правительства» и его компонентов.

1.2. В настоящем Соглашении используются следующие понятия:

- 1) веб-портал «электронного правительства» (далее – Портал) – информационная система, представляющая собой единое окно доступа ко всей консолидированной правительственной информации, включая нормативную правовую базу, и к государственным услугам, оказываемым в электронной форме;
- 2) компоненты Портала – части Портала, специализированные на предоставлении отдельных электронных услуг, информации и (или) сервисов;
- 3) электронная услуга (далее – Услуга) – предоставляемые физическим и юридическим лицам информационные...

Пользователь подтверждает что, ознакомлен со всеми пунктами настоящего Соглашения и безусловно принимает их.

Физическое лицо Юридическое лицо

Регистрация с ЭЦП

Данный вид регистрации дает вам статус постоянного пользователя. Вы можете без ограничений пользоваться всеми услугами и сервисами портала электронного правительства.

Шаг 3. На следующем шаге ознакомившись с Пользовательским соглашением, ставим галочку на «Пользователь подтверждает что, ознакомлен со всеми пунктами настоящего Соглашения и безусловно принимает их», и выбираем «РЕГИСТРАЦИЯ С ЭЦП».

Шаг 4. Появляется поле (см. ниже), заполняем все данные. Выбираем свой ЭЦП и нажимаем «ЗАРЕГИСТРИРОВАТЬСЯ».

Регистрация с ЭЦП

1. Выбор вида регистрации 2. Регистрация

Регистрация с электронной цифровой подписью (ЭЦП)

Придумайте пароль: Минимум из 8 символов, но не более 30 символов.

Повторите пароль:

Электронная почта:

Имя: _____

E-mail: _____

ФИО: _____

Срок действия: _____

Выбрать сертификат

Зарегистрироваться Все поля обязательны для заполнения

Теперь у Вас есть личный кабинет на Портале Электронного Правительства. Как результат, теперь не выходя из дома, Вы сможете заказывать интересующую Вас государственную услугу.

11.3. ПОРЯДОК И СПОСОБЫ ПОЛУЧЕНИЯ ЭЛЕКТРОННЫХ УСЛУГ

Е-лицензирование

В Модуле 10 приведена информация о действующих разрешениях, уведомлениях, правилах и стандартах, регулирующих сферу предпринимательства.

Государство оказало Вам значимую помощь автоматизировав процесс лицензирования и разрешительных документов. То есть сегодня существует прозрачный механизм информационного взаимодействия между государственными органами – лицензиарами и бизнес-сообществом.

Через **Портал «Е-лицензирование»** Вы можете:

Получить информацию о порядке получения лицензии и разрешительных документов, ознакомиться с квалификационными требованиями и перечнем необходимых документов, для получения какого-либо вида разрешения;

Подать электронное заявление на получение, переоформление, при этом исключена необходимость уставных документов организации, документов, удостоверяющих личность заявителя, иных сведений, которые можно получить из государственных информационных систем;

Он-лайн оплатить государственные пошлины при подаче заявления на получение лицензии и приложения к лицензии, а также разрешительных документов посредством «Платежного шлюза «Электронного правительства»;

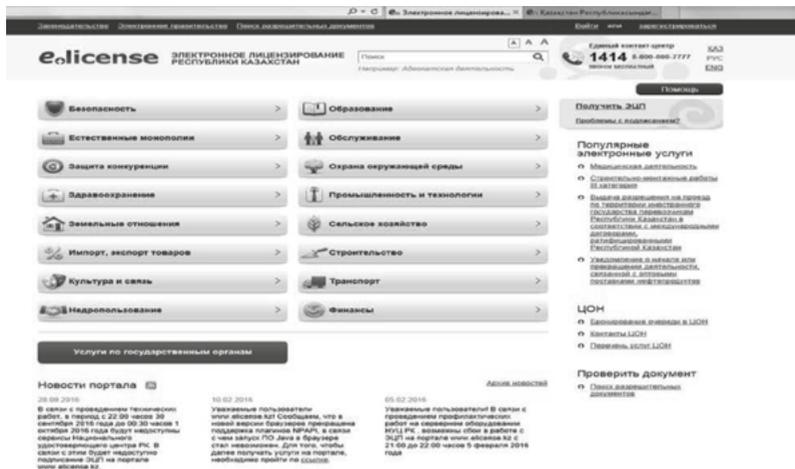
Контролировать сроки и статус рассмотрения Ваших электронных заявлений;

Хранить электронные документы в личном кабинете;

Предоставлять отчетность по лицензиям в государственный орган в электронном виде;

Проверять действительность лицензии и разрешительных документов на Интернет-ресурсе.

Чтобы уведомить государственные органы о начале предпринимательской деятельности, или получить разрешение на какой-либо вид деятельности, Вам необходимо пройти на сайте <http://elicense.kz>.



Пошаговая инструкция регистрации на данном Портале представлена в Модуле 10. Там же Вы найдете пошаговый пример «Уведомление о начале деятельности в качестве индивидуального предпринимателя».

Система электронного лицензирования интегрирована с информационными системами налоговых и таможенных органов, электронных государственных закупок, Национального банка, и других государственных органов. По этой причине значительно сокращено количество документов, которые могли бы потребовать от Вас лицензиары, если бы процесс не был автоматизирован.

Региональная карта развития предпринимательства

Еще одна площадка, которая была создана в помощь Вам при поддержке Национальной палаты предпринимателей – Региональная карта развития предпринимательства. Это своего рода бизнес-навигатор.

Пройдя на сайт <http://www.businessnavigator.kz> Вы увидите такую карту:

На данном сайте представлена всесторонняя информация о возможностях развития предпринимательства в каждом регионе страны.

Региональная карта развития предпринимательства отвечает на четыре главных вопроса предпринимателя:

1. Что производить в регионе?

- На чем специализируется регион?
- Какие факторы определяют экономическую специализацию?
- Какие рынки ключевые для предпринимателей региона?
- Какие ниши есть на ключевых рынках?

2. Где экономически целесообразно заниматься предпринимательской деятельностью?

- Где находятся точки экономической концентрации в регионе?
- Какие факторы ключевые в регионе?
- В чем заключается конкурентное преимущество региона/района?

3. Кто из бизнес-субъектов может стать локомотивом развития?

- Кто в регионе способен к росту в заданных экономических и рыночных условиях?
- Каков потенциал бизнес-сообщества региона?

4. Какова реальная бизнес среда региона?

- Какие барьеры имеют первостепенное значение?
- Какие сложности испытывают предприниматели региона?

Например, кликнем на карте Карагандинскую область, получим следующее:

Здесь содержится информация по минерально-сырьевой базе, природно-климатическим условиям, бизнес-климату, инфраструктуре и рынкам сбыта. Эту информацию полезно изучить перед началом своей деятельности, при разработке бизнес-плана. Так, например, зная на каких рынках сбывают свою продукцию Ваши конкуренты, Вы сможете разработать свою собственную стратегию.

11.4. ЕДИНЫЙ ПОРТАЛ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ЗАКУПОК www.goszakup.gov.kz

Еще одной полезной площадкой для Вас может быть Единый портал государственных закупок, то есть это единая точка доступа к электронным услугам электронных государственных закупок.

Пройти на данный портал Вы можете по адресу <http://www.goszakup.gov.kz>.



The screenshot shows the homepage of the 'Единый портал государственных закупок Республики Казахстан' (Unified portal of state purchases of the Republic of Kazakhstan). The page features a search bar, navigation menu, and several news items. A prominent counter displays '17005089' under the heading 'Количество опубликованных АИИС'. The main content area includes a 'Добро пожаловать' (Welcome) message and a news item titled 'УВАЖАЕМЫЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛИ ВЕБ-ПОРТАЛА ГОСУДАРСТВЕННЫХ ЗАКУПОК!' (Dear users of the state purchases portal!).

Данный Портал полезен для Вас по следующим причинам:

- здесь есть информация по всем проводимым государственным закупкам;
- если Вы планируете оказывать какую-либо услугу, поставлять товар или услугу государственному органу, то государственные закупки проводятся на этом Портале;
- обмен электронными документами между заказчиком и потенциальным поставщиком происходит также через этот Портал

СПОСОБЫ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ЗАКУПОК

Согласно Закону «О государственных закупках» государственные закупки осуществляются одним из следующих способов:

- конкурс;
- запрос ценовых предложений;
- из одного источника;
- аукционы;
- товарные биржи.

Веб-портал государственных закупок – государственная информационная система, предоставляющая единую точку доступа к электронным услугам электронных государственных закупок.

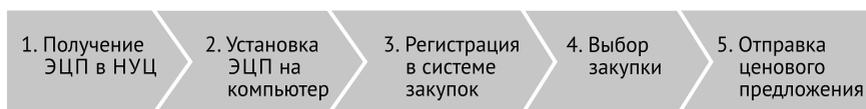
Автоматизированная интегрированная информационная система «Электронные государственные закупки» (далее – АИИС «ЭГЗ») предназначена для проведения государственных закупок в режиме реального времени. Для этого Система обеспечивает публикацию информации о потребностях заказчиков на поставку товаров, работ, услуг, их консолидацию, проведение закупочных процедур, определение поставщика, заключение электронных договорах и их исполнения на веб-портале государственных закупок.

Для участия в **электронных государственных закупках** требуется:

- **Получить электронные сертификаты** в Национальном удостоверяющем центре
- **Зарегистрироваться** в качестве пользователя и зарегистрировать свою организацию в качестве участника веб-портала государственных закупок с ролью заказчика, организатора или поставщика (необходимо наличие ЭЦП).
- **Войти в систему** по сертификату и принять участие в электронных государственных закупках.

Инструкцию по участию в госзакупках вы можете получить в Едином портале государственных закупок www.goszakup.gov.kz (в левой верхней части нажмите ?справка -> инструкция пользователя -> инструкция поставщика далее выбираем инструкцию по способам участия в госзакупках) В случае возникновения вопросов и трудностей по участию в государственных закупках можете нажать в верхнем правом углу часто задаваемые вопросы или позвонить по номеру технической поддержки 8 (7172) 72-90-90, либо обратиться консультантам по госзакупкам в региональную палату предпринимателей. Также для участия в госзакупках имеется Портал закупок «Самрук-Қазына». На данный портал Вы можете зайти по информационной системе электронных закупок на новой платформе ИСЭЗ 2.0, размещенной по адресу: www.zakup.sk.kz. Для участия в закупках, Вам необходимо пройти регистрацию в Системе.

5 шагов для участия в закупках резидентов Республики Казахстан



Руководство по регистрации и обучающий материал размещены на веб-сайте: www.zakup.sk.kz

11.5. ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ

Мировой e-commerce растет мощными темпами. В ТОП-10 стран по объему рынка e-commerce входят Китай, США, Британия, Япония, Германия, Франция, Южная Корея, Канада, Россия, Бразилия.

В Казахстане доля онлайн торговли от всего ритейла составляет около 1-1,5%, но ежегодно рынок e-commerce растет на 30%. По данным лидера онлайн-торговли Казахстана Satu.kz, в 2017 году на маркетплейсе казахстанцы купили товаров на 20,144 млрд тенге, а средний чек одной онлайн-покупки вырос на 19% и составил составил 34 742 тенге.

Что такое электронная торговля?

Электронная торговля – это предпринимательская деятельность по реализации товаров, работ и услуг, осуществляемая посредством сетей телекоммуникаций.

В частности, благодаря электронной торговле население получает доступ к большому количеству товаров по более низким ценам.

Электронная торговля товарами – это предпринимательская деятельность по реализации товаров физическим лицам, осуществляемая посредством информационных технологий через интернет-магазин и (или) интернет-площадку при одновременном соблюдении следующих условий:

- оформление сделок по реализации товаров осуществляется в электронной форме;

- оплата за товары производится безналичным платежом;

- наличие собственной службы доставки товаров покупателю (получателю), либо наличие договоров с лицами, осуществляющими услуги по перевозке грузов, курьерскую и (или) почтовую деятельность.

Почему стоит покупать в сети интернет?

1. **Удобство.** Первой причиной, почему стоит покупать одежду, бытовую технику, парфюмерию и др. вещи в интернете является **удобство** такого вида покупок. Вам не нужно ездить на ближайший базар, ходить по магазинам тратя при этом ваши силы и время. Вы легко можете найти понравившуюся вам вещь в интернет-магазинах flip.kz, lamoda.kz и др. Плюсом будет ещё и то, что интернет-магазины работают круглосуточно без перерывов и праздников. Также, в интернет-магазинах не бывает очередей. Это будет особенно удобно занятым людям или же тем, кто не любит простаивать в очереди, чтобы купить желанный товар.

2. **Экономия средств.** Чаще всего интернет-магазины предлагают свои товары по цене ниже рыночной. Владелец магазина экономит на аренде помещения, на обслуживающем персонале и коммунальных счетах. Это позволяет накидывать на стоимость товара низкую маржу, что делает товар в среднем на 20-30% дешевле чем на базарах и торговых домах.

3. **Ассортимент.** Третьим преимуществом онлайн покупок будет огромный ассортимент. Даже если вы живете в очень маленькой деревне, благодаря интернет-магазину вы имеете доступ ко всем товарам. В интернет-магазинах вы сможете найти не меньший выбор одежды, техники, парфюмерии, чем на местном рынке. К примеру, на интернет-магазине flip.kz вас ждёт внушительный ассортимент одежды, а в интернет-магазине technodom.kz вы найдете технику с доставкой на дом в любую точку Казахстана.

4. **Возможность примерить вещь на дому.** Большинство интернет-магазинов предоставляют своим клиентам возможность примерить купленную вещь дома при доставке. Если товар вам не подходит – вы можете его вернуть курьеру и оставить подходящий для вас по размеру.

5. **Удобные способы оплаты** завершают список причин, почему стоит покупать вещи через интернет. Это может быть как оплата карточками, так и оплата наличными при получении товара на Казпочте или курьером.

Ну и напоследок, все покупки в интернете также хорошо защищены законом “О защите прав потребителей”, согласно которому вы сможете вернуть любой купленный онлайн товар продавцу в течении 14 дней и получить обратно ваши деньги.

Возможности электронной торговли

1. Оформление заказа.

- Необходимо определиться видом товара: одежду, еду, книги, украшения и т.д.
- Если товар определен, нужно набрать в поисковике: «книга онлайн». Пройдясь по ссылкам, Вы найдете понравившийся вариант.
- Либо есть известные сайты. Например, amazon.com, ebay.com – чтобы заказать из Америки и Европы.

2. Оплата.

Выбрав необходимые товары, пользователь обычно имеет возможность тут же на сайте выбрать метод оплаты.

1) Банковская карта – безналичный вид расчёта.

2) Терминалы – оплата производится в уличных платёжных терминалах.

3) Наличный расчёт – товар оплачивается курьеру наличными деньгами при получении покупателем товара.

4) Наложённый платёж – товар оплачивается на почте при получении.

Следует обратить внимание на то, что существуют способы оплаты, подверженные мошенническим операциям и вследствие этого не используемые честными интернет-магазинами:

- Перевод по Western Union. Данный вид перевода применим только между частными лицами, нет возможности отзыва или опротестования платежа.
- SMS-платежи на короткий номер с неизменяемой суммой. Нет возможности отзыва или опротестования платежа. Маленькие суммы, отсутствие квитанций. По причине своей простоты часто используется в различных мошеннических схемах, и обычно не применяется серьёзными интернет-магазинами, работающими, как говорилось выше, через специализированные платёжные системы.

3. Доставка

После оплаты заказа с покупателем связывается продавец и уточняет место и время, в которое следует доставить заказ.

Доставка осуществляется:

- собственной курьерской службой;
- компанией предоставляющей услуги доставки;
- по почте – посылкой или бандеролью.

Как открыть интернет-магазин?

Сегодня интернет-магазины становятся все более популярными в мире. Люди покупают в интернет-магазинах практически все, от продуктов питания до бытовой техники. Покупать в Интернете гораздо проще и удобнее, это можно делать, не выходя из дома. Интернет-магазины могут быть разными, как большими, так и маленькими. Создать интернет-магазин может любой человек, который хочет что-то продавать и обладает необходимыми знаниями.

Интернет-магазин – это сайт, торгующий товарами посредством сети Интернет. Позволяет пользователям в сети интернет, в своём браузере или через мобильное приложение, сформировать заказ на покупку, выбрать способ оплаты и доставки заказа, оплатить заказ.

Для того что бы создать интернет-магазин и продавать товар, прежде всего необходимо:

1. Определить, что именно вы планируете продавать.
 2. Сеть Интернет – что бы получать заказы в режиме онлайн, поддержка клиентов через почту, и другие веб сервисы.
 3. Помещения для склада-офиса место, где будет находится ваш офис-склад, где будут складироваться товары и адрес, где можно бы отдать заказанный клиентом товар, в режиме «самовывоза».
 4. Персонал – оплата работы администратора, водителя, кладовщика, мастеров т.е. все люди, которые будут обеспечивать вашу работу.
 5. Хостинг в сети интернет – это специальный компьютер, который будет находится в сети интернет, на нем будет работать ваш интернет-магазин.
 6. Доменное имя – удобное, яркое название английскими буквами, которое легко будет запоминаться (например: domen.kz).
- Также есть компании которые занимаются разработкой интернет-магазинов.

В целом, использование различного рода электронных услуг позволяет не только облегчить текущую деятельность предпринимателей, но и значительно расширить возможности ведения бизнеса как в стране, так и за ее пределами. Далее в заключительном модуле 12 «Защита бизнес-проекта» вы можете освоить навыки публичных выступлений и эффективной презентации своего бизнеса.

МОДУЛЬ 12. ЗАЩИТА БИЗНЕС-ПРОЕКТА

12.1. Основы публичных выступлений: ораторское мастерство и навыки структурной презентации (самопрезентации)

12.2. Навыки ведения переговоров

12.3. Практическая работа по защите бизнес-проекта

*Никакая другая способность человека не даст ему
возможности с такой быстротой сделать карьеру и
добиться признания, как способность хорошо говорить
(Чонси Делью)*

12.1. ОСНОВЫ ПУБЛИЧНЫХ ВЫСТУПЛЕНИЙ: ОРАТОРСКОЕ МАСТЕРСТВО И НАВЫКИ СТРУКТУРНОЙ ПРЕЗЕНТАЦИИ (САМОПРЕЗЕНТАЦИИ)

Предлагаем вашему вниманию несколько правил успешного публичного выступления. Они помогут сделать вашу речь интересной и привлекательной.

1. Подготовка речи

Как известно, все хорошие импровизации тщательно готовятся заранее. Выступление без предварительной подготовки, особенно начинающего оратора, почти наверняка будет провальным. Помните афоризм Марка Твена: «Требуется более трех недель, чтобы подготовить хорошую короткую речь экспромтом».

Вначале сделайте «каркас» или «скелет» будущего публичного выступления:

- Определите мотивацию слушания людьми вашего выступления. Для чего это им нужно? Что полезного или интересного они узнают для себя?
- Выделите главную идею вашей речи.
- Выделите подзаголовки, разделив вашу идею на несколько составных частей.
- Определите ключевые слова, которые вы повторите несколько раз, чтобы присутствующие лучше запомнили, о чем вы им рассказываете.
- Тщательно продумайте план и структуру будущей речи. Она должна включать введение, основную часть и выводы (окончание)

Подготовив «скелет», начинайте наращивать на нем «мускулы».

- Найдите яркие примеры «из жизни», из истории, литературы, которые используете в процессе выступления.
- Подготовьте необходимые схемы, иллюстрации, графики для зрительного закрепления информации.
- Определите момент в ходе выступления, когда вы обратитесь к аудитории с каким-то вопросом, с просьбой что-то назвать, пересчитать – это поможет присутствующим сконцентрировать свое внимание на обсуждении темы и значительно повысит эффективность восприятия вашего материала.
- Напишите полный текст. Особое внимание уделите его началу и завершению.

Особенностью введения является то, что аудитория по нему очень быстро составит впечатление о вас, и это впечатление будет доминировать на протяжении

всего выступления. Если во вступительной части допустить ошибки, их тяжело будет исправить. Важно с самого начала заинтересовать публику удачностью вашего первого выстрела. Для этого во вступительной части можно использовать какую-либо остроумную шутку, рассказать интересный факт или вспомнить выдающееся историческое событие, обязательно связывая их с темой выступления.

Заключительная часть публичного выступления предусматривает подведение итогов. В окончании нужно напомнить ключевые проблемы, затронутые в речи, обязательно повторить все основные идеи. Удачность конструкции последних фраз, усиленная их эмоциональностью, выразительностью, не только вызовет аплодисменты слушателей, но и превратит их в ваших приверженцев.

2. Место выступления

Кафедра или трибуна, сцена или балкон, вообще любое возвышение над уровнем пола всегда вызывают страх у людей, которые не имеют достаточного опыта публичных выступлений. Э. Морен называл это «страхом сцены», а Марк Твен рекомендовал тем, кто боится выступления: «Успокойтесь, ведь публика все равно от вас ничего не ожидает». Лучше настроить себя так, будто бы вы в первую очередь сами себе хотите рассказать что-то интересное, одновременно ознакомив с ним и всех присутствующих.

Перед выступлением очень важно изучить помещение, чтобы установить, с какой стороны будут смотреть на вас слушатели. Выбирая место, учитывайте свой рост. Необходимо проверить, все ли смогут вас видеть. Если нужно говорить за трибуной, то при невысоком росте позаботьтесь о том, чтобы под трибуну поместили крепкую подставку. «Говорящая голова» выглядит комично и не сможет долго удерживать внимание зрителей. Необходимо следить, чтобы оратор был виден по грудь.

3. Одежда

Выступление перед большой аудиторией напоминает спектакль, поэтому большое значение имеет одежда докладчика. Во время публичного выступления оратору приходится сидеть за столом, стоять на высокой кафедре, за трибуной и т.д. Учитывая это штаны и юбки должны быть достаточно длинными, носки – высокими, туфли – быть в полном порядке.

Одевайте те вещи, в которых вы чувствуете себя комфортно, которые не отвлекают вас своим неудобством. У вас ни разу не должно возникнуть мысли: «Как оно на мне сидит?». Лучше не пользуйтесь совсем новыми вещами, которые одеваете впервые. Одежда и обувь не должны доставлять вам внутренний дискомфорт и отвлекать ваше внимание.

Универсальное правило успешного публичного выступления: не допускать дисбаланса между тем, что вы говорите, и тем, как вы выглядите. В официальных случаях лучше использовать средне-темный костюм, белую или цвета слоновьей кости неузкую рубашку и элегантный выразительный галстук. Контрастные цвета, хороший костюм помогут сформировать положительное отношение к вам и способствуют успеху публичного выступления. Галстук не должен иметь яркого рисунка, чтобы не отвлекать внимание от лица, вместе с тем, он не должен быть одноцветным. Лучше всего подходят галстуки из матовой ткани, темно-синего цвета, цвета красного вина, бордо с едва заметным рисунком. Длина галстука должны быть такой, чтобы ее конец едва прикрывал пряжку на поясном ремне.

Если ваш пиджак имеет две пуговицы, нужно застегнуть лишь верхнюю, если три – только среднюю. Если нет очень большой необходимости, не стоит одевать очки при публичном выступлении, ювелирные украшения также не нужны.

Если оратор – женщина, ее одежда должна иметь длинный рукав, длина юбки – средняя (к середине колена), она не должна быть слишком узкой. Относительно цветов, то здесь требования значительно либеральнее, чем у мужчин: цвет просто должен идти женщине. Женщины тоже должны избегать ярких массивных украшений. Обувь лучше всего темных цветов с незаметными или однотонными бантами; чулки одинакового с обувью цвета. Очки должны иметь простой дизайн и оправу под цвет волос.

При выступлении в неформальной обстановке (дружеские вечеринки и т.п.) требования к одежде не играют большой роли. Можно одеваться как угодно, однако помните, что если в вашем внешнем виде будет какая-то эклектичная деталь, бросающаяся в глаза (яркая брошь, крикливый галстук кислотных цветов, оригинальный фасон костюма с капризными узорами), то она будет отвлекать внимание от содержания ваших слов. Публика запомнит именно ее и не обратит внимание на то, что вы говорили.

4. Как побороть страх публичных выступлений

Причины страха публичных выступлений

К чему перечислять возможные причины страха публичных выступлений, если можно сразу перейти к советам о том, как побороть боязнь выступать публично? Понимание и осознание этих причин – первый шаг к борьбе с этой фобией!

Учеными было подтверждено то, что у большого числа людей в процессе публичного выступления выделяется количество адреналина, соизмеримое с тем, что выделяется во время прыжка с парашютом. Удивительно то, что боязнь публичных выступлений занимает второе место в классификации фобий после страха смерти. Поразительно, что у некоторых личностей страх перед аудиторией выходит на первый план.

Как преодолеть страх перед выступлением?

Подготовьтесь и прорепетируйте.

В первую очередь нужно тщательно проанализировать своих слушателей. Боязнь выступлений зачастую являет собой тандем нескольких фобий. На человека оказывает немалое негативное влияние страх перед неизвестным. Чтобы избавиться от него, следует заранее узнать, где и перед какой аудиторией вам предстоит продемонстрировать свое ораторское искусство. Проанализируйте, насколько это возможно, сколько человек вас будут слушать, какие у них интересы и жизненные позиции, что они ожидают от выступающего, и какую реакцию вы хотите от них получить. Нужно помнить, что преодоление страха публичных выступлений неразрывно связано с вашей информированностью. Понимание того, кто будет вас слушать, сведет на нет фактор неизвестности.

Обязательно потренируйтесь дома, представив себе состояние, в котором вы чувствуете себя максимально комфортно.

Успокойтесь

Если вы не имеете понятия, как преодолеть страх перед публичными выступлениями и расслабиться, можете использовать следующие упражнения, которые помогут снять напряжение.

- Техника медитации включает известный прием, который носит название осознанного дыхания. Суть метода заключается в фокусировании вашего внимания на вдохе и выдохе. При этом дышать следует глубоко, задерживая на несколько секунд дыхание. В процессе выдоха нужно считать про себя от 1 до 5. Этот метод помогает снять напряжение и расслабиться. Выполнять упражнение стоит не менее пяти минут.

- Напрягите каждый мускул вашего тела и пробудьте в этом состоянии в течение пяти секунд. Затем расслабьтесь и повторите данную процедуру еще несколько раз. Если вам позволяют условия, пройдите быстрым темпом по помещению или улице, присядьте несколько раз или отождитесь от пола.

Найдите поддержку.

В том случае, если среди слушателей есть ваши знакомые или друзья, попросите их всячески поддержать вас. Любой тактильный контакт пойдет вам на пользу, как бы это ни было удивительно. Это может быть дружеское рукопожатие, похлопывание по плечу или даже теплые объятия.

Перед тем, как начать свое выступление, поищите среди присутствующих знакомое лицо. Если в рядах слушателей нет близких людей, найдите человека с одобряющим выражением лица. Улыбка и позитив в ваш адрес помогут вам справиться с неуверенностью.

Продумайте невербальную часть выступления

Не стоит недооценивать важность невербальной части вашего выступления. Интересно, что около 60% информации каждый из нас потребляет именно из невербальных источников. Если словами можно ввести кого-то в заблуждение, то ваши жесты на подсознательном уровне будут прочитаны аудиторией правильно. Внешний вид выступающего, расстояние до него, тембр голоса, манера повествования, мимика и интонация относятся к невербалике.

Продумывая свой внешний вид перед выступлением, стоит учитывать, что любое сходство со среднестатистическим слушателем играет вам на руку, поскольку увеличивает влияние на аудиторию. Это относится к одежде, прическе, украшениям и манерам. Если люди воспримут вас как своего, то ваши слова будут цениться выше. При этом артикуляция и дикция речи должны быть проработаны вами до выступления.

Как побороть страх во время публичных выступлений?

Даже если вы полностью успокоились перед выступлением, чувство страха может вернуться в тот момент, когда вы будете выходить на сцену. Существует несколько советов, которые помогут справиться с данной проблемой.

Весьма популярным способом, помогающим побороть напряженность, является произнесение аффирмаций с подбадривающим контекстом. Нужно выбрать положительные фразы, такие как «Я люблю аудиторию, а она любит меня», «Все ждут моего выступления», «Я умею заинтересовать слушателей» и т.п.

Есть множество советов, которые дают ответ на вопрос, как побороть страх публичных выступлений. Вы можете представить, будто в аудитории сидят не бизнесмены, а пушистые кролики. Также весьма эффективно бывает подумать о чем-то хорошем. Однако такие советы дают в основном опытные ораторы, которые будут действенны лишь для тех, кто не испытывает особого страха. Те же люди, что панически боятся публичных выступлений, могут использовать любой из указанных

в данной статье методов, чтобы справиться с напряжением. Если вы будете много практиковаться, вскоре вы заметите серьезный прогресс.

5. Успешное публичное выступление – несколько секретов

Когда вы заходите в аудиторию, двигайтесь уверенно, не семените и не делайте суетливых движений. Идите своей обычной походкой, этим вы убедите присутствующих, что вы не волнуетесь и никуда не спешите. Когда вас представили, поднимитесь, обязательно подарите залу легкую улыбку и войдите в непосредственный зрительный контакт с аудиторией.

Для того чтобы показать свою значимость и вызвать уважение аудитории, необходимо контролировать максимально допустимое пространство. Не старайтесь показать себя маленьким человеком и не таитесь где-то в углу сцены. Обязательно займите место в центре или же хотя бы направляйте в центр свой взгляд время от времени. Расправьте плечи, поднимите голову и немного наклонитесь вперед, демонстрируя что-то наподобие поклона перед аудиторией, можно этот жест несколько раз потом повторить.

Когда вы поднялись на подиум, сцену, трибуну или заняли другое место для выступления, не спешите сразу же начинать говорить. Обязательно сделайте паузу. Можете воспользоваться любой возможностью – попросите стакан воды, разложите бумаги, что-то передвиньте. Используйте паузу настолько, насколько вы считаете необходимым, чтобы подготовиться психологически и настроить аудиторию на общение с вами. Если вы сильно волнуетесь, сделайте несколько глубоких вдохов и выдохов перед началом речи. Пауза также вам поможет, чтобы за несколько секунд изучить пространство вокруг вас, прикинуть, как вы его будете использовать. Помните театральную аксиому: чем талантливее актер, тем большую паузу он умеет держать.

Далее не просто охватите глазами, а внимательно осмотрите зал, присмотритесь ко всей аудитории. Остановитесь взглядом на нескольких из присутствующих, которые станут зрительными точками опоры, маяками в вашем выступлении. Потом, в случае необходимости, вы их можете изменить. Попробуйте подарить ваше персональное внимание как можно большему количеству людей, но обязательно пройдитесь взглядом по всему пространству зала – слева направо, от первого к последнему ряду. Не задерживайтесь долго в задних рядах и снова переведите свой взгляд на передние места. Помните, что их всегда занимают наиболее заинтересованные люди, в их глазах вы найдете для себя поддержку. Зафиксировав для себя несколько таких зрительных «якорей», начинайте говорить.

Ваша мимика и жесты дают человеку куда больше впечатлений, чем все, что вы произносите. Жестами вы сконцентрируете внимание на важности информации. При жестукировании существует три правила: первое – не кладите руки в карманы; второе – не прячьте их за спину; третье – не занимайте их посторонними предметами. Руки – это помощники, которые всегда должны быть свободными и готовыми объединиться в единое целое с вашими мыслями.

Нельзя применять «оборонительные» или «защитные» движения тела, например, скрещивание рук на груди, закладывание их за спину. Скрещивание рук демонстрирует неуверенность в том, что человек говорит. Лучше всего занять открытую позу и время от времени демонстрировать улыбку. Постоянно контролируйте свою осанку, спину держите прямой, голову поднятой, двигайтесь естественно.

Завершая речь необходимо посмотреть в глаза слушателям и сказать что-нибудь приятное, продемонстрировав свое удовлетворение от общения с аудиторией. Такой позитивный информационный импульс в финале останется в памяти людей, в их восприятии вашего публичного выступления.

12.2. НАВЫКИ ВЕДЕНИЯ ПЕРЕГОВОРОВ

По мере того, как жизнь становится сложнее, а мир – разнообразнее, ваша способность использовать навыки ведения переговоров становится все более важной. Переговоры требуют времени и терпения. Используя представленные ниже стратегии и навыки ведения переговоров, вы сможете сделать разрешение конфликтов обычной частью управления вашими отношениями, а также укрепить и улучшить их. Переговоры могут быть описаны как процесс, посредством которого две стороны продвигаются от различных позиций к взаимному соглашению путем обсуждения. Каждому, от продавца, обсуждающего мировые проблемы, до рабочих на уровне фабрики, требующих повышения зарплаты, необходимо вести переговоры с другими на их языке, чтобы достичь своих целей. Успех переговоров требует тонкого сочетания дипломатии, убеждения, компромисса, ораторского мастерства и внимания к аргументам другой стороны. Лицо, грамотное ведущее переговоры, должно уметь разрешать конфликты без излишней уступчивости или отказа от претензий оппонента. Любое предлагаемое решение должно быть жизнеспособно, иначе можно потерять доверие и в результате оказаться в тупике! Настойчивость -- это наиболее важное качество для успешного ведения переговоров, вместе со способностью внимательно выслушать оппонента. Полезно убедиться в том, что предоставляемая информация полностью понятна всем сторонам. Для успеха переговоров необходимо эффективное общение. Целью переговоров является не выигрыш, а достижение цели. Механизм проведения успешных переговоров – это сотрудничество, работа в духе партнерства, а не средство «дать пинка».

Общение в переговорном процессе

Лицо, не умеющее общаться, скорее всего не сможет хорошо вести переговоры. Для эффективного общения вам необходимо правильное сочетание – Контроля за Голосом, Взаимопонимания, Языка Тела, особенно Контакта Взглядов и Рукопожатия. Первое впечатление имеет огромное значение. Слушайте! Не смешивайте понятия «слушать» и «слышать». Слушайте о чем идет речь.

Фундаментальные шаги переговорного процесса

Первое и наиболее важное, что необходимо сделать – это подготовиться. Выясните, почему вы хотите добиться именно этого результата, а не какого-либо другого. Задайте себе вопрос (вопросы) о предполагаемых интересах других сторон. Даже если это предположение ошибочно, важно сделать предположения относительно того, что можно ожидать в ходе ведения переговоров. Если ваши предположения слишком сильно отличаются от фактического хода событий, тогда может быть имеет смысл пересмотреть ваш подход.

Еще одним шагом является установление взаимопонимания. Не просто в отношении того, когда встретиться или кого из кинозвезд вы оба считаете «потрясающими», но также и относительно того, совпадает ли отправная точка другой сторо-

ны с вашей. Если ваши повестки дня будут состоять из различных вопросов, трудно будет достичь согласия.

Познавание – это следующий шаг в процессе; помните, что вы узнаете больше с закрытым ртом и открытыми ушами, а не наоборот. Слушайте, что говорят другие; серьезно учитывайте их мнения. Если вы хорошо слушаете, намного более вероятно, что ваш ответ станет тем, на что они отреагирует положительно.

Переговоры не развиваются логично, шаг за шагом; скорее несколько процессов идет параллельно; анализ различного содержания и открытых и скрытых повесток дня очень важен. Держите голову ясной. Может потребоваться тайм-аут, чтобы пересмотреть ваш подход. Вы можете попросить для этого пару минут; если не ладится все остальное, скажите, что вам нужно в ванную комнату. Никто не сможет возразить против этого, а это отличное место для спокойного раздумья.

Возможно, последней точкой переговорного процесса является то, что вам необходимо знать, когда из него выйти. Знайте, как показать другой стороне, что соглашение достигнуто. С этим связан еще один вопрос: когда люди соглашаются с вами, нужно перестать их убеждать.

Техника ведения переговоров: наиболее простой подход – самый лучший

Подход

Наиболее простой подход – самый лучший. Разделите переговоры на вступительную часть, разработку ключевых вопросов, включая цифры, новые рынки, зарплаты, причины и т.п. и заключение. Не начинайте рассмотрение новых вопросов, пока не решите те, которые уже находятся на рассмотрении. Взаимоотношение: сохраняйте зрительный контакт с другим лицом (лицами) при разговоре. Это поможет вам заметить первые признаки согласия или несогласия. Язык Тела: следите за своей манерой поведения/жестами и сокращайте их до минимума. Голос: не давайте голосу падать в конце предложения. Старайтесь менять тон и скорость речи. Правило K.I.S.S (Keep It Short and Simple): короче и проще. И там, где это возможно, избегайте жаргона!

Пять составляющих переговоров

- Техника переговоров;
- Компромисс;
- Сдерживание;
- Логическое мышление;
- Эмоции.

Техника переговоров

За переговорным столом могут быть допущены ошибки, если одна сторона пытается ускорить процесс посредством техники ведения переговоров. Никогда не показывайте, что вы готовы быстро отойти от своей позиции. Если вы начнете такой отход, именно вам, а не другой стороне придется предпринять следующий отход. Не ставьте себя под давление, снижая «планки», например, фиксированные цены, дату поставки, выплаты за работу в выходные дни и т.п. Если вы это сделаете, вы сами установите предел того, что вы сможете достигнуть.

Компромисс

Компромисс – это один из наиболее распространенных методов в практике ведения переговоров. Это достаточно хороший путь заключения сделок и достижения соглашения на общей основе. Он отличается от ведения переговоров и,

пожалуй, банален. Вы можете отдать больше, чем это действительно необходимо. Многие британские бизнесмены обращаются к компромиссу в качестве своего первоначального выбора, когда он должен быть всегда последним спасительным средством.

Сдерживание

Сдерживание – обычное явление в торговых сделках между США и европейскими компаниями. Это слишком тяжелая тактика, когда одна компания играет мускулами в попытках получить то, чего она добивается. Но грубые угрозы крупных компаний могут иметь обратную реакцию в случае возникновения колебаний на рынке. Когда покупатель угрожает выйти из сделки, если не будет предоставлена особая скидка, поставщик, несомненно, запомнит эту ситуацию, и если поставки станут редкими, такой покупатель пожалует о своих прежних требованиях.

Логическое мышление

Логическое мышление посредством фактов и цифр практикуется в шведо- и германо-говорящих странах. Оно связано с эффективностью и тщательной подготовкой, поэтому прежде чем задать вопрос, подумайте о вероятном ответе.

Эмоции

Использование эмоций может быть очень полезным в коммерческих сделках, но, как и сдерживание, их нужно использовать с осторожностью. Этот метод имеет тенденцию к использованию на территориях Средиземного моря, но редко используется в Северной Европе или на Дальнем Востоке. Если используются эмоции, постарайтесь держать их под контролем, не давая себе подвергаться излишнему стрессу.

Цель переговоров – выигрывает каждый

Люди устраняют разногласия различными путями. Некоторые стараются решать потенциальные конфликты, отклоняя их или стараясь избежать вовсе. Вместо конфронтации и разрешения проблем люди могут сдерживать свой гнев и возмущение, оставаясь внешне спокойными. Такой подход может привести к постоянным личным стрессам, что может стать причиной болезни или общего ослабления здоровья. Если разногласия не удается устранить, повышается возможность более интенсивных конфликтов впоследствии. Проблемы редко решаются сами собой.

Конфликт может вовлекать вопросы силы и власти. Взрослые могут обращаться к угрозам и наказаниям для решения проблем с детьми. Профсоюзы могут устраивать стачки, а администрация может ответить увольнением рабочих. Это примеры использования силы для контроля, запугивания и навязывания решений другим людям. Такие навязанные результаты только добавляют почвы для будущих конфликтов.

Конфликт также может быть мотивирован самолюбием. Поиск решения происходит эгоистично, без учета мнения оппонента. Конфликт становится ситуацией «выиграл/проиграл», в которой одно лицо «выигрывает» за чужой счет. Односторонность такого «решения» повышает дисбаланс и ведет к другим конфликтам. «Проигравшие» будут игнорировать, сопротивляться и мстить «выигравшим».

Эффективные переговоры – это двусторонний процесс, который стимулирует обе стороны к активному участию в поисках решений. Он также предоставляет людям путь лучше узнать друг друга и развивать свои отношения. Переговоры помогают установить здоровый баланс между «отдать» и «получить». Путем перегово-

воров каждый становится «выигравшим».

Переговоры – это невраждебный подход к решению конфликтов в таких связях. Не существует «хороших парней» или «плохих парней» или «выигравших/проигравших». Переговоры строятся на равенстве. Ни один не получает больше прав или контроля, чем другой. Индивидуальные идеи, отношения, ценности и цели признаются и уважаются, как законные. Решения принимаются совместно.

Выводы

Переговоры будут наиболее успешны, когда обе стороны:

- Признают ценность связей и имеют общее желание продолжать их.
 - Активно участвуют в процессе.
 - Проявляют внимание и принятие взглядов, ценностей, выгод и целей друг друга.
 - Отделяют личности от затрагиваемых вопросов.
 - Работают вместе над выработкой решения, которое могут принять все.
- Полезные советы для успешного проведения переговоров:
- Общайтесь ясно.
 - Уважайте другую сторону.
 - Распознавайте и четко определяйте проблему.
 - Ищите решение у многих источников.
 - Сотрудничайте по достижению взаимоприемлемого решения.
 - Будьте надежны.
 - Сохраняйте связи.

12.3. ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА ПО ЗАЩИТЕ БИЗНЕС-ПРОЕКТА

Шаг первый: «Кто на защите?»

Кто будет в комиссии по защите бизнес-плана?

Какие сферы деятельности они представляют?

Какие вопросы могут задать?

- Представитель Акимата?
- Сотрудник отдела (центра) занятости?
- Представители финансовых организаций: ФФПСХ, АКК, КТ, БВУ?
- Заместитель директора/ начальник нефинансовой поддержки бизнеса РПП?

«Что я должен делать?»



Шаг второй: «Структура презентации»

Мультимедийная часть презентации

Презентация – набор цветных картинок-слайдов на определенную тему, который хранится в файле специального формата с расширением PP.

Мультимедийная компьютерная презентация – динамический синтез текста, изображения, звука

Принципы оформления слайдов:

Принцип первый: «1 = 40»: На одном слайде не более сорока слов.

Принцип второй: «Все, что можно заменить символами, нужно заменить»

Принцип третий: «20 = 7»: На двадцать минут презентации должно приходиться не более семи слайдов.

Принцип четвертый: «3 + 3»: На одном слайде нельзя использовать более трех шрифтов.

Принцип пятый: «Если шрифт, то без засечек»: На экране воспринимается легче. Times New Roman – с засечками, Arial – без.

Принцип шестой: «Не дублировать информацию»

Основная часть презентации:

- Положение дел на сегодня – простое и детальное описание происходящего
- Перспективы и последствия, если ничего не будет
- Варианты решения проблемы
- Какие есть сложности и в чем они заключаются
- Кульминация

Заключительная часть презентации:

- Яркое высказывание
- Повторение основных идей выступления
- Резюмирование
- Подведение итогов
- Ближайшие шаги

Завершение презентации должно соответствовать цели и создать запоминающееся впечатление.

Шаг четвертый: «Фиксация»

Лучший способ – слайды. Иллюстративный материал и шпалгалка одновременно.

Почему не следует писать текст дословно:

Воспроизводимый наизусть текст неестественно звучит;

- если вы не сможете текст заучить, придется, не отрываясь смотреть в шпалгалку, что лишит зрительного контакта с аудиторией;
- отрываясь от текста, вы рискуете сбиться и искать нужное место. Не факт, что найдете сразу;
- бумага в руке закрепостит и не позволит жестикулировать;
- написанное на бумаге не даст возможности корректировать продолжительность.

Шаг пятый: «Коррекция»

Узнаете, сколько времени на самом деле занимает выступление. К нему прибавьте еще одну пятую. Поймете, какие места затянуты, а где не хватает информации.

Будьте готовы к выступлению в течение 10 минут. Их них 6 минут выступление и 4 минуты ответы на вопросы комиссии.

Шаг шестой и последний: «Заслуженный отдых»

В последние сутки перед выступлением, оставьте его и отвлекитесь

Снижение индекса непредсказуемости:

- Возьмите все необходимое.
- Оденьтесь соответствующим образом.
- Обретите союзника (посадите в зал знакомых, друзей, коллег).
- Перед выступлением узнать все об аудитории.
- Провести репетицию.
- Иметь свободное время.

Способы управления волнением:

- Подвигайте интенсивно челюстью взад-вперед раз двадцать. Раздражаются корешки блуждающего нерва, сигнал передается в ЦНС, происходит выброс норадреналина и ваше состояние уравнивается.

- Сидя в ожидании объявления вашего выхода, опустите руки и расслабьте их. Представьте, что они стали настолько длинными, что уперлись в пол.

- Поболтайте кистями, подвигайте в воздухе пальцами, разомните руки. Гимнастика кистей рук позволяет не только снизить парализующий эффект волнения, но и стимулирует работу речевого аппарата.

- Пройдитесь быстрым шагом, помашите руками. Любая физическая активность, вызывающая учащенное сердцебиение, снимает нервное напряжение.

- Вообразите, будто вы сидите в тяжелой шинели с генеральскими погонами и чувствуете ее тяжесть на своих плечах. Опустите плечи, поднимите подбородок, выпрямите спину.

- Подышите медленно и глубоко. «Кто в клетке?» Не зрители пришли на вас смотреть, а вы идете смотреть, как они будут себя вести.

- Вспоминая, как вы выступили, сосредоточьтесь на том, что было особенно удачно. Запомните это и применяйте снова.

- Сосредоточьтесь на главном – на достижении ЦЕЛИ вашего публичного выступления.

- Оратор должен иметь хорошую физическую подготовку.

- Спокойно относитесь к результатам выступления!

Психология восприятия:

- Объекты, появляющиеся справа от человека, воспринимаются как потенциально опасные, враждебные.

- Слева – наоборот. Правило – «находиться слева» поможет при любых контактах с людьми.

- Место, откуда появляется человек, имеет огромное значение. Политбюро в советские времена выходило строго слева.

- Используйте «резервы местности», старайтесь выйти с левой стороны. Движение должно быть слева направо, относительно смотрящих на вас. Пусть доска, экран, президиум будут находиться по левую руку от вас.

- Зрительный контакт – не оставлять неохваченных вниманием зон.

- Стоять на сцене во весь рост, если мероприятие, требует, чтобы выступающие сидели, не уменьшать движениями свой рост.

- Не нагибаться, не склоняться.

- Не допускать бесконтрольных движений правой рукой.

- Установить максимально тесный контакт с аудиторией, общаясь на личном уровне. Следовать правилам этики, не допуская спорных моментов.

- Находясь на сцене, прохаживайтесь по ней, стараясь «охватить» все пространство. Это укрепляет ваш статус «хозяина» зала.

- Используйте развернутую жестикуляцию: не стесняйтесь указывать на экран или в зал выпрямленной рукой. Ноги необходимо поставить таким образом, чтобы положение тела было устойчивым.

- Поддерживайте зрительный контакт с каждым участником. Не следует сосредоточиваться на тех, кто принимает решение: для вас все должны быть равны. Уделите больше внимания крайним местам слева и справа и галерке.

Вербальный имидж

- Знание предмета разговора;
- Отношение к собеседнику с уважением
- Владение мастерством логических ударений, пауз и языком жестов.
- Использование «живой речи»: метафор, образов, сравнений.
- Исключение языковых шаблонов, затасканных выражений, слов-паразитов.
- Использование техники драматизации речи: изменение темпа и тембра.
- Использование личного обаяния.
- Исключение акцента и смешения языков.

Привлечение и удержание внимания

- Применять юмор
- Спрашивать, не отвсечивает ли доска, не следует ли включить свет поярче
- Делать паузы, изменять тембр, интонации и высоту голоса
- Применять факты, цифры экспертное мнение
- Предлагать совершить простое действие
- Вовлекать в принятие решений

Рекомендации по возражениям аудитории

- на первых этапах подготовки запишите три возражения, которые вы услышите с вероятностью 99%.
- поставьте себя на место аудитории и подумайте, что могло бы вызвать подобную реакцию. Не спешите, не раздувайте список.
- теперь решите, что вы могли бы ответить на эти возражения, запишите эти ответы. Посмотрите, нельзя ли их сократить или улучшить.
- не следует воспринимать возражение как нападение лично на вас, как акт агрессии. Возражение относится к сути вашего предложения или к каким-либо частностям.

В рамках данного модуля мы ознакомились с материалами по использованию навыков переговоров и публичных выступлений, которые вы можете применить при защите бизнес-проектов.

В заключении данного учебного пособия, хотелось бы отметить важность развития предпринимательства и потенциальный вклад каждого будущего предпринимателя в развитие экономики страны.

Желаем успехов и процветания вашему бизнесу!

ГЛОССАРИЙ

Административно-управленческие расходы составляют: затраты на основную заработную плату административно-управленческого персонала с начислениями на нее и премиями; затраты на командировки и транспорт, конторские и почтово-теле-графные расходы; стоимость содержания административно-хозяйственных зданий и помещений, а также затраты на амортизацию зданий и инвентаря и прочие административно-управленческие расходы.

Бизнес-план – это общепринятая в мировой хозяйственной практике форма представления деловых предложений и проектов, содержащая развёрнутую информацию о производственной, сбытовой и финансовой деятельности организации и оценку перспектив, условий и форм сотрудничества на основе баланса собственного экономического интереса и интересов партнёров, инвесторов, потребителей, посредников и др. участников проекта.

Диаграмма Ганта (англ. *Gantt chart*, также **ленточная диаграмма**, **график Ганта**, **календарный график**) – это популярный тип столбчатых диаграмм (гистограмм), который используется для иллюстрации плана, графика работ по какому-либо проекту.

Емкость рынка – это тот объем товаров и услуг, который можно реализовать на данном рынке за конкретный период.

«Зона комфорта» – это ограниченное жизненное пространство человека, а также привычный и чаще всего оседлый образ жизни.

Инструменты господдержки МСБ – это помощь населению для создания и развития предпринимательской деятельности, для повышения и улучшения социально-экономического состояния и повышения уровня жизни.

Камеральный контроль – контроль, осуществляемый налоговыми органами на основе изучения и анализа представленной налогоплательщиком (налоговым агентом) налоговой отчетности, сведений уполномоченных государственных органов, а также других документов и сведений о деятельности налогоплательщика.

Карантинирование животных – это обособленное содержание вновь прибывших, ввезенных, приобретенных, вывозимых, перемещаемых животных с целью проведения диагностических исследований и ветеринарных обработок.

Косвенные затраты – это все прочие расходы, за исключением прямых затрат, которые вы понесете при ведении своего дела. Косвенные затраты обычно напрямую несвязаны с определенным продуктом или услугой. Например, затраты на заработную плату сотрудников или владельцев, не участвующих непосредственно в процессе производства продуктов или услуг, являются косвенными. Их называют косвенными затратами труда.

Комплекс маркетинга – набор инструментов для воздействия на целевой рынок.

Кредитная история – это обобщенная информация обо всех Ваших кредитах и дисциплине их погашения.

Кредитное товарищество – коммерческая организация, осуществляющая отдельные виды банковских операций без лицензии Национального банка Республики Казахстан. Форма – ТОО на основании учредительного договора и в соответствии со своим уставом.

«**Лжепредпринимательство**» – это создание субъекта частного предпринимательства без намерения осуществлять какую-либо предпринимательскую деятельность для незаконного получения кредитов или освобождения от налогов.

Лизинг – это вид инвестиционной деятельности по приобретению имущества и передаче его на основании договора лизинга физическим и юридическим лицам за определенную плату на определенный срок и на определенных условиях, обусловленных договором, с правом выкупа имущества лизингополучателем.

Лицензия – разрешение первой категории, выдаваемое лицензиаром физическому или юридическому лицу на осуществление лицензируемого вида деятельности либо подвида лицензируемого вида деятельности, связанного с высоким уровнем опасности.

Лицензирование – комплекс мероприятий, связанных с выдачей и переоформлением лицензии и (или) приложений к лицензии и дубликата лицензии и (или) приложений к лицензии, осуществлением разрешительного контроля, приостановлением, возобновлением и прекращением действия лицензии и (или) приложений к лицензии.

Маркетинг – это любой контакт вашей компании с внешним миром, любой даже самый незначительный.

Мерчандайзинг – система продвижения товара на месте продажи.

Микрокредиты (или миникредиты) – это кредитный продукт микрофинансовых компаний, то есть тот же самый кредит, только ограниченный на выдачу не превышающей восемь тысяч МРП.

Налоги – законодательно установленные государством в одностороннем порядке обязательные денежные платежи в бюджет, производимые в определенных размерах, носящие безвозвратный и безвозмездный характер.

Налоговый режим – совокупность норм налогового законодательства РК, применяемых налогоплательщиком при исчислении всех налоговых обязательств по уплате налогов и платежей в бюджет.

Открытые данные – это площадка, где размещаются общедоступные данные государственных органов и иных обладателей информации в машиночитаемом виде.

Открытые нормативно-правовые акты (НПА) – это единая площадка для обсуждения разрабатываемых законопроектов, проектов стандартов государственных услуг и разрешительных документов.

Открытые бюджеты – портал в первую очередь был создан для того, чтобы облегчить представление граждан о понятии «бюджета» в государстве и способствовать развитию активной гражданской позиции через общественный контроль за расходованием бюджетных средств.

- Открытый диалог** – это площадка для установления эффективной обратной связи между госорганами и обществом.
- Позиционирование** – проектирование и создание для бренда наиболее выгодной позиции в сознании потребителей по отношению к позициям, уже занятым конкурентами.
- Прямые затраты** – это затраты, связанные с изготовлением определенного вида продукции, которые могут быть включены в себестоимость. К ним относятся: стоимость сырья и основных материалов; цена покупных изделий и полуфабрикатов; затраты на топливо и электроэнергию; оплата труда рабочих; амортизация оборудования.
- Предприниматель** – это человек, готовый рисковать и экспериментировать, создавая собственное дело, желающий изменить свою жизнь и готовый много и упорно трудиться.
- Предпринимательством** является самостоятельная, инициативная деятельность граждан, оралманов и юридических лиц, направленная на получение чистого дохода путем использования имущества, производства, продажи товаров, выполнения работ, оказания услуг, основанная на праве частной собственности (частное предпринимательство) либо на праве хозяйственного ведения или оперативного управления государственного предприятия (государственное предпринимательство). Предпринимательская деятельность осуществляется от имени, за риск и под имущественную ответственность предпринимателя.
- Разрешение** – подтверждение права физического или юридического лица на осуществление деятельности или действий (операций), осуществляемое разрешительными органами посредством лицензирования или разрешительной процедуры.
- Регистрация индивидуального предпринимателя** – это деятельность налоговых органов по учету, по выдаче дубликатов сертификата и замене свидетельства о государственной регистрации индивидуального предпринимателя, также временное приостановление деятельности индивидуального предпринимателя и по выходу из учета индивидуального предпринимателя в налоговом органе.
- Рентабельность продаж** – показатель финансовой результативности деятельности организации, показывающий какую часть выручки организации составляет прибыль.
- Рынок b2b** (business to business – бизнес для бизнеса) – взаимоотношения происходят между корпоративными продавцами и потребителями – оптовыми компаниями, промышленными предприятиями, услуги для корпоративных клиентов.
- Рынок b2c** (business to customer – бизнес для покупателя) – взаимоотношения между продавцом и конечным потребителем.
- Санитарно-эпидемиологическая экспертиза** – комплекс органолептических, санитарно-гигиенических, эпидемиологических, микробиологических, паразитологических, санитарно-химических, токсикологических, радиологических и

других исследований и замеров физических факторов с целью определения соответствия продукции, работ, услуг и объектов хозяйственной и иной деятельности санитарным правилам и гигиеническим нормативам.

Сегмент – группа покупателей, обладающая похожими потребностями, желаниями и возможностями. Разделение рынка на различные сегменты и их последующее изучение позволяет компаниям сконцентрировать своё внимание на наиболее перспективных, с точки зрения прибыльности, сегментах (то есть на целевых сегментах).

Сегмент рынка – группа реальных или потенциальных потребителей, которые, как ожидается, могут одинаково реагировать на выдвинутое предложение.

Сегментация – разделение рынка на группы покупателей, обладающих схожими характеристиками, с целью изучения их реакции на тот или иной товар/услугу и выбора целевых сегментов рынка.

Сельскохозяйственная кооперация – система сельскохозяйственных кооперативов и их ассоциаций (союзов), созданных сельскохозяйственными товаропроизводителями в целях удовлетворения своих экономических и иных потребностей.

Сельскохозяйственный кооператив – одна из организационно-правовых форм ведения хозяйства, представляющую собой организацию, созданную сельскохозяйственными товаропроизводителями для совместной производственной или иной хозяйственной деятельности, основанной на объединении их имущественных паевых взносов в целях удовлетворения материальных и иных потребностей членов кооператива.

Специальный налоговый режим – особый порядок исчисления и уплаты отдельных видов налогов и других обязательных платежей в бюджет, а также представления налоговой отчетности по ним для отдельных категорий налогоплательщиков.

Срок окупаемости – называется продолжительность периода от начального момента, до момента окупаемости проекта. Он определяется как период, требуемый для возврата первоначальных инвестиций, посредством накопления чистых денежных потоков, т.е. период в котором величина накопленных чистых денежных потоков становится положительной.

Субсидирование – форма государственной финансовой поддержки предпринимателей, используемая для частичного возмещения расходов, уплачиваемых предпринимателем банку, в качестве вознаграждения по кредитам в обмен на выполнение в будущем определенных условий, относящихся к операционной деятельности предпринимателя.

Точка безубыточности определяет порог прибыльности от реализации товара и означает уровень цены, объема продаж и себестоимости продукта, при которых все издержки компании будут равны выручке от реализации (т.е. прибыль = 0).

Тайм-менеджмент – это учёт, распределение и оперативное планирование собственных ресурсов времени.

- Трудовой договор** является добровольным соглашением между работником и работодателем по поводу существенных условий труда. Трудовой договор устанавливает юридическую связь между субъектами трудового права и законодательно закрепляет права и обязанности сторон, заключивших договор.
- Уведомление** – документ, составленный заявителем по утвержденной уполномоченным органом в сфере разрешений и уведомлений или Национальным Банком Республики Казахстан форме, информирующий о начале или прекращении осуществления деятельности или действия;
- Финансовая грамотность** – это знания и навыки, которые помогают принимать взвешенные и разумные решения в отношении финансов.
- Чистый денежный поток** – (другие названия чистый доход, ЧД, Net Cash Flow, NCF) рассчитывается как разница всех платежей проекта, кроме платежей, связанных с притоком и оттоком капитала (т.е. без учёта собственного капитала и заёмных средств).
- Целеполагание в бизнесе** – практическое осмысление своей деятельности человеком с точки зрения формирования (постановки) целей и их реализации (достижения) наиболее экономичными (рентабельными) средствами.
- Якорная кооперация** – партнерство мелких и средних крестьянских (фермерских) хозяйств и/или сельскохозяйственных кооперативов и других претендентов, имеющих земли сельскохозяйственного назначения, со средними и крупными субъектами АПК в целях наращивания производства сельскохозяйственной продукции и гарантированного сбыта продукции.
- Cash Flow Forecast** – прогноз движения денежных средств.
- SMM (Social Media Marketing)** – это инструмент для клиентов и продаж из социальных сетей.
- SMART** – это критерий точного определения целей в процессе целеполагания.
- SWOT-анализ** – это инструмент стратегического анализа и планирования, применяемый для оценки явлений и факторов, оказывающих влияние на компанию или проект.

Обозначения и сокращения:

- НЛП – Нейро-лингвистическое программирование
- МСБ – Малый и средний бизнес
- МРП – месячный расчетный показатель
- МЗП – минимальный размер заработной платы
- АПК – агропромышленный комплекс
- ЛПХ – личные подсобные хозяйства
- УТП – уникальное торговое предложение
- АО – акционерное общество;
- ФФПСХ – фонд финансовой поддержки сельского хозяйства;
- АКК – Агрокредитная корпорация;
- КТ – кредитные товарищества;
- БВУ – банки второго уровня;
- ГППИР – государственная программа поддержки индустриально-инновационного развития;
- С/Х – сельское хозяйство;
- СН – социальный налог;
- СНР – Специальный налоговый режим;
- АО – Акционерное общество;
- ТОО – Товарищество с ограниченной ответственностью;
- КХ – Крестьянские хозяйства;
- ИП – Индивидуальный предприниматель;
- КПН – Корпоративный подоходный налог;
- НДС – налог на добавленную стоимость;
- ИПН – индивидуальный подоходный налог;
- СО – социальные отчисления;
- ОС – основные средства;
- МА – материальные активы;
- ККМ – контрольно-кассовая машина;
- МРП – месячный расчетный показатель;
- МЗП – минимальная заработная плата;
- УТП – уникальное торговое предложение;
- ЭЦП – электронно-цифровая подпись;
- НУЦ – национально-удостоверяющий центр.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Светлов Н.М. Информационные технологии управления проектами: учеб. пособие для студентов вузов / Н.М. Светлов, Г.Н. Светлова. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2015. – 232 с.
2. Управление проектами: учеб. пособие для студентов вузов / И.И. Мазур, В.Д. Шапиро, Н.Г. Ольдерогге, А.В. Полковников; под общ. ред. И.И. Мазура, В.Д. Шапиро. – 10-е изд., стер. – М.: Омега-Л, 2014. – 960 с.
3. Управление проектом корпоративной информационной системы предприятия: учебное пособие для студ. вузов / А.Е. Сатунина, Л.А. Сысоева. – М.: Финансы и статистика: ИНФРА-М, 2015. – 352 с.
4. Попов Ю.И. Управление проектами: учебное пособие /Ю.И. Попов, О.В. Яковенко. – М.: Инфра-М, 2010. – 208 с.
5. Шулул А., Шулул В. Разработка и технико-экономическое обоснование инвестиционного проекта на всех стадиях жизненного цикла // Инвестиции в России. 2012. №7. С. 25-33; №8. С. 33-38.
6. <http://www.fingramota.kz/credit/types-of-loans/>
7. http://www.amfok.kz/sections/%D0%9C%D0%B8%D0%BA%D1%80%D0%BE%D0%BA%D1%80%D0%B5%D0%B4%D0%B8%D1%82%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B5_%D0%B2_%D0%A0%D0%9A
8. <https://business.gov.kz/ru/business-support-programs/detail.php?ID=35252>
9. <https://www.mfo.kz/articles/microcredity-v-kazahstane-i-v-mire>
10. <http://fb.ru/article/257986/selskoe-hozyaystvo-kazahstana-otrasli-problemyi-razvitiie-selskoe-hozyaystvo-uyjnogo-kazahstana>
11. Сопер П. Основы искусства речи. – М., 1992.
12. Ораторское искусство в цитатах и изречениях http://www.orator.biz/?s=38&d_id=165
13. Иванова С.Ф. Специфика публичной речи http://www.orator.biz/?s=38&d_id=256
14. Пустовалов П.С., Сенкевич М.П. Пособие по развитию речи. – М., 1987.
15. Агеев А. И. Предпринимательство: проблемы собственности и культуры. М. «Наука».1991.
16. Бункина М.К., Семенов В.А.. Экономика и психология. Учебное пособие. – М., 1998.
17. Емельянов Е.Н., Поварницына С.В. Психология бизнеса.М., Армада, 1998.
18. Китов А.И. Экономическая психология. М., 1987.
19. <http://egov.kz/cms/ru>
20. www.goszakup.gov.kz
21. Друккер Питер Фердинанд, «The Practice of Management», 1954.
22. Котлер, Ф. Основы маркетинга. 5-е европейское изд. / Ф. Котлер, А. Гари. – М.: Вильямс, 2015. – 752 с.
23. Котлер, Ф. Основы маркетинга. 5-е изд. / Ф. Котлер, А. Гари. – М.: Вильямс, 2016. – 752 с.
24. Кузнецова, Л.В. Основы маркетинга: Учебное пособие / Л.В. Кузнецова, Ю.Ю. Черкасова. – М.: Вузovsky учебник, ИНФРА-М, 2013. – 139 с.
25. Маркевич, А.Л. Основы экономики, менеджмента и маркетинга для морских специальностей рыбопромыслового флота / А.Л. Маркевич. – М.: МОРКНИГА, 2012. – 267 с.
26. Морозов, Ю.В. Основы маркетинга: Учебное пособие / Ю.В. Морозов. – М.: Дашков и К, 2013. – 148 с.
27. Морозов, Ю.В. Основы маркетинга: Учебное пособие, 8-е изд / Ю.В. Морозов. – М.: Дашков и К, 2016. – 148 с.
28. Морозов, Ю.В. Основы маркетинга: Учебное пособие, 8-е изд.(изд:8) / Ю.В. Морозов. – М.: ИТК Дашков и К, 2016. – 148 с.
29. Реброва, Н.П. Основы маркетинга. учебник и практикум для спо / Н.П. Реброва. – Люберцы: Юрайт, 2016. – 277 с.
30. Кеннеди, Дэн. Секретное оружие маркетолога: найдите ваше уникальное преимущество, превратите его в мощное рекламное сообщение и донесите до правильных клиентов / Дэн Кеннеди, пер. с англ. А. Яковенко. – М.: ГИППО, 2012. – 203 с.
31. De Bono, E.: Serious creativity. Die Entwicklung neuer Ideen durch die Kraft lateralen Denkens. Stuttgart, Schnaffer-Poeschel, 2012

32. The Handbook of New Ideas for Business. New York, New Management Publishing Company, 2014, <http://www.ibim.de/techniken>
33. Дубровин, И.А. Бизнес-планирование на предприятии: Учебник. 2-е изд. / И.А. Дубровин. – М.: Дашков и К, 2016. – 432 с.
34. Дубровин, И.А. Бизнес-планирование на предприятии: Учебник для бакалавров, 2-е изд. (изд.:2) / И.А. Дубровин. – М.: ИТК Дашков и К, 2016. – 432 с.
35. Золотухин, О.И. Бизнес-идея: учебное пособие / О.И. Золотухин. – СПб.: ГУАП, 2011. – 84 с.
36. Кренер, С. Планета МВА. Бизнес-школы: взгляд изнутри / С. Кренер, Д. Дирлова. – М.: Олимп-Бизнес, 2003. – 256 с.
37. Абрамс, Р. Бизнес-план на 100%: Стратегия и тактика эффективного бизнеса. 2-е изд. / Р.Абрамс. – М.: Альпина Паблишер, 2015. – 486 с.
38. Алиев, В.С. Практикум по бизнес-идея с использованием программы Project Expert: Учебное пособие / В.С. Алиев. – М.: Форум, ИНФРА-М, 2010. – 288 с.
39. Баринов, В.А. Бизнес-идея: Учебное пособие / В.А. Баринов. – М.: Форум, 2013. – 256 с.
40. Авадшева С.Б. Розанова Н.М. Теория организации отраслевых рынков. – М.: Магистр, 2016. – 320с.
41. Адрианов В.Д. «Новые индустриальные страны» в мировом капиталистическом хозяйстве. – М.: Международные отношения, 2015.– 184 с.
42. Аткинсон Э.Б. Стиглиц Д.Э. Лекции по экономической теории государственного сектора. – М.: Аспект пресс, 2015. – 832 с.
43. Аукуционек С.П. Теория перехода к рынку. – М.: SvR-Аргус, 2014.– 104 с.
44. Борисов Е.Ф. Основы экономической теории. – М.: Высш. шк., 2000.– 240 с.
45. Борисов Е.Ф., Волков Ф.М. Основы экономической теории. – М.: Высш. шк., 2013. – 224 с.
46. Бродель Ф. Игры обмена. Материальная цивилизация: экономика и капитализм. М.: Прогресс, 2013.– 632 с.
47. Алиев, В.С. Бизнес-планирование с использованием программы Project Expert (полный курс): Учебное пособие / В.С. Алиев. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 352 с.
48. Баринов, В.А. Бизнес-планирование: Учебное пособие / В.А. Баринов. – М.: Форум, 2013. – 256 с.
49. Горбунов, В.Л. Бизнес-планирование с оценкой рисков и эффективности проектов: Научно-практическое пособие / В.Л. Горбунов. – М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 248 с.
50. Дубровин, И.А. Бизнес-планирование на предприятии: Учебник для бакалавров / И.А. Дубровин. – М.: Дашков и К, 2013. – 432 с.
51. Жулдызбаев Н.Е. Основы предпринимательства. Учебно-методическое пособие, 2014 г. – 160 стр.
52. Жулдызбаев Н.Е. Основы предпринимательства. Учебно-методическое пособие, 2016 г. – 172 стр.
53. Авторизированный перевод и лицензионное издание учебника «Сельское хозяйство», том 1 «Фермер: базовый уровень»/ 2007 BLV Buchverlag GmbH & Co. KG, Мюнхен/Германия
54. Лосев, В. Как составить бизнес-план. Как составить бизнес-план: Практическое руководство с примерами готовых бизнес-планов для разных отраслей: Пер. с англ. / В. Лосев. – М.: Вильямс, 2013. – 208 с.
55. Морошкин, В.А. Бизнес-планирование: Учебное пособие / В.А. Морошкин. – М.: Форум, 2012. – 288 с.
56. Орлова, Е.Р. Бизнес-план: Методика составления и анализ типовых ошибок / Е.Р. Орлова. – М.: Омега-Л, 2013. – 168 с.
57. Петухова, С.В. Бизнес-планирование: как обосновать и реализовать бизнес-проект: Практическое пособие / С.В. Петухова. – М.: Омега-Л, 2013. – 171 с.
58. Брайан Трейси. «Психология достижений».
59. Роберт Дилтс «Изменение убеждений с помощью НЛП»
60. Психология бизнеса. Авторы: Емельянов Е.Н., Поварницына С.Е.
61. Стивен Кови. «Семь навыков высокоэффективных людей»
62. http://kodeksy.kz/ka/o_zdorove_naroda_i_sisteme_zdravoohraneniya/21.htm
63. <http://www.kazagro.kz>, <https://damu.kz>, <http://adilet.zan.kz>.

СПИСОК НОРМАТИВНО-ПРАВОВЫХ АКТОВ

1. Гражданский Кодекс РК
2. Предпринимательский Кодекс РК
3. Кодекс РК «Об административных правонарушениях»
4. Программа развития продуктивной занятости и массового предпринимательства на 2017 – 2021 годы «Еңбек»/Утверждена постановлением Правительства Республики Казахстан от 29 декабря 2016 года №919
5. Закон Республики Казахстан «О государственных услугах» от 15 апреля 2013 года №88-V
6. Закон Республики Казахстан «Об информатизации» от 24 ноября 2015 года №418-V ЗРК
7. Закон Республики Казахстан «Об электронном документе и электронной цифровой подписи» от 7 января 2003 года №370
8. Утвержденные стандарты оказания государственных услуг Информационно-правовой системы нормативных правовых актов Республики Казахстан Әділет <http://adilet.zan.kz>
9. О некоторых мерах по реализации Программы развития продуктивной занятости и массового предпринимательства на 2017-2021 годы/ Приказ Заместителя Премьер-Министра Республики Казахстан – Министра сельского хозяйства Республики Казахстан от 10 марта 2017 года №109. Зарегистрирован в Министерстве юстиции Республики Казахстан 14 марта 2017 года №14892.
10. Об утверждении Правил проведения камерального контроля. Приказ Министра финансов Республики Казахстан от 30 ноября 2015 года №598. Зарегистрирован в Министерстве юстиции Республики Казахстан 29 декабря 2015 года №12599. Источник: https://pro1c.kz/articles/nalogovyy-uchet/kameralnyy-nalogovyy-kontrol/@_pro1c.kz
11. Приказ Министра сельского хозяйства Республики Казахстан от 21 мая 2015 года №7-1/453 «Об утверждении Правил выдачи ветеринарных документов и требований к их бланкам»
12. Приказ Министра сельского хозяйства Республики Казахстан от 23 января 2015 года №7-1/37 «Об утверждении Правил присвоения учетных номеров объектам производства, осуществляющим выращивание животных, заготовку (убой), хранение, переработку и реализацию животных, продукции и сырья животного происхождения, а также организациям по производству, хранению и реализации ветеринарных препаратов, кормов и кормовых добавок»
13. Приказ Министра сельского хозяйства Республики Казахстан от 18 сентября 2015 года №7-1/832.) «Об утверждении ветеринарных (ветеринарно-санитарных) требований к объектам производства, осуществляющим заготовку (убой животных), хранение, переработку и реализацию продукции и сырья животного происхождения
14. О внесении изменений и дополнений в некоторые нормативные правовые акты Республики Казахстан по вопросам регулирования банковской деятельности и микрофинансовых организаций
15. О некоторых вопросах реализации Единой программы поддержки и развития бизнеса «Дорожная карта бизнеса 2020»
16. Об утверждении типовой формы договора о субсидировании и гарантировании по микрокредитованию в рамках Единой программы поддержки и развития бизнеса «Дорожная карта бизнеса 2020»
17. О внесении изменений и дополнений в некоторые приказы Министра финансов Республики Казахстан
18. О некоторых мерах государственной поддержки частного предпринимательства
19. О внесении изменений и дополнений в некоторые приказы Министра финансов Республики Казахстан
20. Закон Республики Казахстан от 31 августа 1995 года №2444 «О банках и банковской деятельности в Республике Казахстан»

21. Закон Республики Казахстан от 26 ноября 2012 года №56-V «О микрофинансовых организациях»
22. «О кредитных товариществах» Закон Республики Казахстан от 28 марта 2003 года №400.
23. Об утверждении Единой программы поддержки и развития бизнеса «Дорожная карта бизнеса 2020», внесении изменений в постановление Правительства Республики Казахстан от 10 июня 2010 года №556 «О некоторых мерах по реализации Программы «Дорожная карта бизнеса 2020» и признании утратившими силу некоторых решений Правительства Республики Казахстан»
24. Об утверждении Государственной программы развития агропромышленного комплекса Республики Казахстан на 2017-2021 годы и внесении изменения и дополнения в Указ Президента Республики Казахстан от 19 марта 2010 года №957 «Об утверждении Перечня государственных программ»
25. Закон Республики Казахстан от 29 октября 2015 года №372-V «О сельскохозяйственных кооперативах»
26. Кодекс Республики Казахстан «Гражданский кодекс» Республики Казахстан от 27 декабря 1994 года №268-XIII
27. Закон Республики Казахстан от 19 декабря 2003 года №508 «О рекламе».
28. Закон Республики Казахстан от 16 мая 2014 года №202-V ЗРК «О разрешениях и уведомлениях»
29. Кодекс Республики Казахстан «Гражданский кодекс» Республики Казахстан от 27 декабря 1994 года №268-XIII
30. Закон Республики Казахстан от 16 мая 2014 года №202-V ЗРК «О разрешениях и уведомлениях»
31. Кодекс Республики Казахстан «О налогах и других обязательных платежах в бюджет (Налоговый кодекс)»
32. Об административных правонарушениях Кодекс Республики Казахстан от 5 июля 2014 года №235-V ЗРК
33. Постановление Правительства Республики Казахстан от 29 января 2016 года №39 «О создании некоммерческого акционерного общества «Государственная корпорация «Правительство для граждан»».
34. Приказ Министра финансов Республики Казахстан от 25 декабря 2014 года №587 «Об утверждении форм налоговой отчетности и правил их составления».
35. Постановление Правительства Республики Казахстан от 30 декабря 2015 года №1128 «Об утверждении Правил расчета среднегодовой численности работников и среднегодового дохода субъектов предпринимательства»
36. Об утверждении Инструкции «Требования к бизнес-планам организаций, осуществляющих деятельность по инвестиционному управлению пенсионными активами»
37. Государственная программа «Цифровой Казахстан»
38. Послание Президента Республики Казахстан «Третья модернизация Казахстана: глобальная конкурентоспособность» от 31 января 2017 года
39. Закон «О жилищных отношениях»
40. Закон Республики Казахстан «О внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты Республики Казахстан по вопросам регулирования торговой деятельности»
41. Закон Республики Казахстан «О платежах и платежных системах» от 26 июля 2016 года №11-VI ЗРК
42. Постановление Правления Национального Банка Республики Казахстан «Об утверждении Правил осуществления безналичных платежей и (или) переводов денег на территории Республики Казахстан» от 31 августа 2016 года №208
43. О защите прав потребителей Закон Республики Казахстан от 4 мая 2010 года №274-IV.
44. Ст. 21 Кодекс РК О здоровье народа и системе здравоохранения от 18 сентября 2009 года №193-IV.

Учебное пособие по обучению основам предпринимательства предназначено для слушателей проекта «Бастау Бизнес» в рамках реализации Программы развития продуктивной занятости и массового предпринимательства на 2017-2021 годы «Еңбек»

Операторы программы:
Министерство труда и социальной защиты населения РК
и Министерство сельского хозяйства РК

Разработано Проектной группой Департамента развития бизнес коммуникации на государственном языке НПП «Атамекен» и бизнес-тренерами проекта «Бастау»

При подготовке учебного пособия использованы материалы
Министерства сельского хозяйства РК,
АО «Национального управляющего холдинга «КазАгро»,
АО «Национального инфокоммуникационного холдинга «Зерде» и др.

Редакторы: Жулдызбаев Н.Е., Садвакасов А.Ж.



Отпечатано ТОО «Шанырак-Медиа»
г. Астана, ул. И. Жансугурова, 14/1
тел.: +7 (7172) 57-99-06, 62-66-42
www.smedia.kz

Подписано в печать 03.09.18 г.
Формат 60x84/8. Заказ №647
Тираж 10000 экз.