

## ЭКОНОМИКА

УДК 664:330(574)

Алджанкызы А., Омаркулова М.Б.

*Казахский национальный аграрный университет, г. Алматы*

### ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ СТИМУЛИРОВАНИЯ ИННОВАЦИЙ В ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

#### **Аннотация**

В статье раскрыто содержание основных групп инноваций в пищевой промышленности, выявлены основные факторы, препятствующие инновационной деятельности в отрасли и определены меры по снижению их негативного влияния, предложена классификация методов стимулирования инноваций и разработан организационно-экономический механизм стимулирования инноваций в отрасли.

**Ключевые слова:** инновации, пищевая промышленность, стимулирование, совершенствование.

#### **Введение**

Вопросы активизации инновационной деятельности в пищевой промышленности становятся особенно актуальными в связи со вступлением Казахстана во Всемирную Торговую Организацию (ВТО). В условиях открытия рынков возникает угроза резкого увеличения импорта продовольствия, что может привести к ухудшению положения национальных производителей.

Пищевая промышленность обладает рядом особенностей. К ним относятся высокие санитарно-гигиенические и экологические требования к содержанию продуктов питания и технологии их производства, ограниченный срок хранения и доставки ряда видов готовой продукции, постоянное повышение требований безопасности для здоровья потребителей, что ограничивает использование ряда материалов.

Специфика пищевой промышленности связана с особенностями рынка продуктов питания. С одной стороны, спрос на продукцию является стабильным, что делает пищевую отрасль по всей цепочке создания стоимости привлекательной для инвестиций. В то же время, на многие виды продуктов питания он весьма тесно связан с уровнем платежеспособности населения и существенно колеблется на локальных рынках. Это требует постоянной работы по выбору ассортимента производимой продукции, способов ее расфасовки и доставки до потребителя.

В рамках парадигмы устойчивого развития задача повышения не только экономической, но социологической и экологической эффективности особенно актуальна для пищевой промышленности. Её решение возможно только при резком повышении инновационной активности предприятий пищевой промышленности, обеспечивающей производство новых видов продукции, осваивая новые виды и формы ее хранения, формы продвижения готовых продуктов до групп населения с разным уровнем доходов.

Анализ актуальных направлений развития пищевой промышленности позволил сгруппировать инновации, которые необходимо реализовать для повышения конкурентоспособности отечественной пищевой промышленности (таблица 1).

Таблица-1 Направления инновационного развития отечественной конкурентоспособной пищевой промышленности.

№	Тип инноваций	Направление инновационного развития
1.	Продуктовые (ассортиментные)	1.1. Разработка продуктов «здорового питания» 1.2. Производство полуфабрикатов и продуктов, требующих минимальной обработки. 1.3. Разработка продукции для особых групп населения, детей, людей с инвалидностью.
2.	Технологические	2.1. Внедрение безотходных производств. 2.2. Применение энергосберегающих и ресурсосберегающих технологий на всех этапах производства и хранения продукции. 2.3. Увеличение сроков хранения продуктов с использованием упаковочных материалов, обладающих фунгицидными свойствами.
3.	Маркетинговые	3.1. Использование биоразлагаемой упаковки. 3.2. Создание съедобных упаковок. 3.3. Развитие современных технологий маркетинга, рекламы и продвижения товара.
4.	Организационные	4.1. Применение современных систем контроля качества и сертификации (например, получение звание «Поставщик императорского двора», ISO и др.). 4.2. Создание механизма взаимодействия производителей и заинтересованных сторон при производстве и реализации продуктов питания. 4.3. Активное развитие организаций малого бизнеса. 4.4. Постоянное повышение инновационной активности персонала.

Источник: составлено по данным экспертного опроса, проведенного автором

По продуктовым инновациям наиболее актуальным является расширение ассортимента, по технологическим – деятельность, направленная на экономию энергии и сырья, увеличение безопасного срока хранения и внедрение безотходного производства, инновациям в сфере маркетинга – использование экологической упаковки и формирование узнаваемости товара. Организационные инновации связаны с совершенствованием

организации бизнес-процессов и должны быть направлены на создание необходимых условий для обеспечения, реализацию инновационного потенциала организаций, совершенствованию хозяйственных связей, интеграции предприятий пищевой промышленности с сельскохозяйственными предприятиями, в частности, с фермерскими хозяйствами, и создание на их основе малых предприятий.

Вместе с тем как специфику пищевой промышленности следует отметить необходимость интеграции инноваций разного типа, обеспечивающих синергетический эффект. Так, разработка принципиально новых продуктов часто связана со спецификой переработки (технологии) одного и того же сырья, при этом более полно учитываются разнообразие спроса разных категорий населения и обеспечивается более глубокая проработка сырьевых ресурсов. Маркетинговые инновации способствуют более быстрому распространению продукта при разнообразии его расфасовки и, в то же время, обеспечивая увеличение срока хранения, могут способствовать повышению его массовости. Развитие малых производств и переработка сельскохозяйственного сырья на месте его переработки снижает его потери, а в ряде случаев повышает качество продукции. Обоснованная интеграция разных инноваций позволит модернизировать пищевую промышленность, обеспечить импортозамещение и повысить качество и конкурентоспособность продуктов питания на локальных рынках.

Как показывает анализ современной деятельности организаций пищевой промышленности, их инновационная активность весьма низка, неблагоприятная тенденция связана с рядом негативных факторов, основными из которых являются: отсутствие работы по позиционированию инвестиционной привлекательности организаций, отсутствие интереса у банковского сектора к развитию малого предпринимательства.

Как показывают данные, первым по значимости фактором, ограничивающим инвестиционную деятельность в пищевой промышленности, является «недостаток собственных финансовых средств», вторым – «высокий процент коммерческого кредита», третьим – «неопределенность экономической ситуации в стране»

Для изменения сложившейся ситуации необходимо в ближайшей перспективе, как показал мировой опыт, создание совместных предприятий с обязательным формированием собственного бренда. Для достижения долгосрочных конкурентных преимуществ целесообразным является формирование агропромышленных холдингов, охватывающих полный цикл создания, производства и реализации продуктов питания, потому что они обладают большим инвестиционным потенциалом, позволяют создать единую инфраструктуру и наиболее привлекательны для крупных инвесторов.

Существенное значение могут иметь меры государственной поддержки малого бизнеса в пищевой промышленности, в частности, организация малого бизнеса по производству продуктов повседневного спроса с учетом шаговой доступности к потребителю. Важно раскрыть взаимодействие банковского сектора, в частности, региональных банков с малым бизнесом, включая расширение кредитования малых предприятий при усилении банковского контроля за использованием кредита. Возможно предоставление льготной аренды, отсрочки и рассрочек налоговых платежей.

Отсутствие необходимого количества и качества сырья оказывает негативное влияние на инновационную деятельность в отрасли, что актуализирует проблему роста сельскохозяйственного производства. Эта задача может быть решена посредством интеграции пищевой промышленности и сельского хозяйства в условиях создания агропромышленных объединений.

Трудности продвижения на рынок инновационной продукции, а также её реализации, существенно сдерживают инновационную деятельность в пищевой отрасли в связи с тем, что основной канал продаж хорошо развит только для крупных розничных торговых сетей.

С целью снижения негативного влияния этого фактора требуются законодательные инициативы, регулирующие взаимоотношение торговых сетей с малыми предприятиями и инновационной продукцией пищевой отрасли, с использованием льготных условий, в частности снижением торговых наценок на их продукцию. Кроме того, необходимо интегрировать собственно маркетинговые инновации по продвижению товаров малого бизнеса к потребителю.

На уровне государства необходимо разработать Стратегию стимулирования инноваций в пищевой промышленности на долгосрочную перспективу с разбивкой по подотраслям. В документе должен быть отражен прогноз инновационных потребностей каждой подотрасли, намечены проблемы и задачи, определены факторы, способствующие и препятствующие внедрению инноваций, и разработана адекватная система стимулирования инноваций. В Стратегии необходимо выделить приоритетные направления инновационной деятельности, выявить реализуемые инновационные проекты и возможности участия в них научных и образовательных учреждений, определить состав задействованных в них предприятий, взаимосвязь реализуемых инноваций и их влияние на эффективность деятельности отрасли, включая создание новых рабочих мест, повышение качества и объема производимой продукции, себестоимости ее производства, каналы реализации, эффективность бизнеса в целом.

Отраслевой уровень предусматривает разработку последовательности и взаимосвязи инноваций на разных стадиях производственного цикла в пищевой отрасли, интеграцию предприятий для создания и реализации инноваций, экономическую заинтересованность в реализации инновации ее участников, экологические и социальные последствия инноваций.

Особое значение имеет механизм управления инновациями в пищевой промышленности, формируемый на уровне региона. Это определяется рядом причин. Во-первых, большинство предприятий пищевой промышленности работают на уровне региональных рынков, а иногда и местных рынках. Во-вторых, развитие среднего и малого бизнеса в рамках пищевой промышленности усиливает роль региональных органов управления в развитии пищевой промышленности. При формировании механизма управления инновациями могут быть задействованы административные, экономические стимулы, обеспечивающие рациональное использование производительных сил региона, совершенствование хозяйственных связей между предприятиями региона и с организациями других территорий. Учитывая важное социальное значение пищевой промышленности, стимулирование инноваций для ее развития будет способствовать повышению уровня жизни и удовлетворенности населения.

С целью интеграции инноваций разного вида и ускорения их использования в организациях региона целесообразно создание центров, которые могли бы заниматься проблемами взаимодействия научных, образовательных и производственных структур, оказывали консультационную и информационную поддержку инновационному бизнесу, участвовали в разработке методов стимулирования инновационной деятельности, осуществляли поиск источников финансирования инновационных проектов, а также осуществляли контроль за расходованием привлеченных средств. Организационная форма – саморегулируемая организация, объединяющая представителей бизнес – сообщества, региональных и муниципальных органов власти, общественных профессиональных организаций, потенциальных инвесторов и жителей региона, в котором создается центр.

На уровне предприятия стимулирование инноваций включает создание необходимых условий для активизации инновационной деятельности сотрудников. Результатом стимулирования инноваций может быть рост рентабельности инновационной продукции за счет повышения её потребительских свойств, снижение себестоимости в результате технологических инноваций.

Ожидаемый эффект от реализации организационно-экономического механизма и создания центра стимулирования инновационной деятельности позволит повысить качество продуктов питания местных производителей, улучшить систему сбыта и обеспечить инновационному процессу в пищевой промышленности непрерывный характер.

Таким образом, подводя итог, можно отметить, что в современных условиях становления рыночных отношений в пищевой промышленности отводится важное место. Переход отрасли на инновационный уровень развития - объективная закономерность в развитии промышленного производства 21 века. Взаимосвязь инновационной деятельности и образовательной подсистемы, как показало исследование, состоит в том, что именно их взаимное сочетание обеспечит решение первостепенных задач, стоящих перед отраслью.

### Литература

1. Кузина, Л.А. Совершенствование стимулирования инновационной деятельности промышленных предприятий [Электронный ресурс] / Л.А. Кузина // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. – 2012. – №9 (45). URL:<http://www.uecs.ru/logistika/item/1530-2012-09-12-07-22-07>
2. Шаркова А.В. Условия и факторы развития промышленности / А.В. Шаркова // Предпринимательство. – 2012. - №6.
3. Бухарова, И.М. Экономика инновационной промышленности (региональные особенности): учебное пособие / И.М. Бухарова, -А. Ахинов, Н.М. Шатохина. Воронеж: Изд.: ВГТА, 2013. 258с.
4. Долженко, А.В. Государственное регулирование инновационной деятельности в социальной сфере/ А.Н. Боровой. Изд.: Менеджер-социолог. 2012. 912с.
5. Магамедов, М.Д. Экономика пищевой промышленности: учебник / М.Д. Магамедов, А.В. Каменских, И.В. Паньшин. М.: Издательско-торговая корпорация Дашков и К°, 2013. 254

Алджанқызы А., Омарқұлова М.Б.

### АЗЫҚ-ТҮЛІК ӨНЕРКӘСІБІНДЕ ИННОВАЦИЯЛАРДЫ ЫНТАЛАНДЫРУ ҰЙЫМДАСТЫРУШЫЛЫҚ-ЭКОНОМИКАЛЫҚ МЕХАНИЗМІ

#### *Аннотация*

Мақала тамақ өнеркәсібінде инновацияларды негізгі топтары, секторында инновацияны кедергі келтіретін негізгі факторлардың мазмұнын ашып және олардың теріс әсерін, инновацияларды және өнеркәсіп инновацияларды ынталандыру дамыған ұйымдастырушылық және экономикалық механизмді ынталандыру әдістерін жіктеу азайту үшін шаралар анықтауға.

**Кілт сөздер:** инновациялық, азық-түлік өңдеу, насихаттау, жетілдіру.

**Alzhankyzy A., Omarkulova M.B.**

ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC MECHANISMS STIMULATING INNOVATION IN  
THE FOOD INDUSTRY

**Abstract**

The article disclosed the content of the main groups of innovation in the food industry, identified the main factors hampering innovation activities in industry and identify measures to reduce their negative impact, the proposed classification of methods of stimulating innovation. The organizational and economic mechanism of stimulation of innovation in the food industry is developed in it.

**Keywords:** innovation, food industry, promotion, improvement.

**УДК 338.436**

**Бекбосынова А.Б., Гусева В.И.**

*Казахский национальный аграрный университет  
Международный университет Кыргызстана*

АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ РАЗВИТИЯ ФОРМ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ В ОБЛАСТИ  
РАСТЕНИЕВОДСТВА ТАЛГАРСКОГО РАЙОНА

**Аннотация**

В статье проведен анализ деятельности сельскохозяйственных формирований в области растениеводства по категориям хозяйствующих субъектов. В статье опубликованы результаты исследования по грантовому финансированию по теме проекта №5467/ГФ 4 номер регистрации № 0115RK01913.

**Ключевые слова:** сельскохозяйственные предприятия, крестьянские (фермерские) хозяйства, хозяйства населения, объемы производства.

**Введение**

Талгарский район Алматинской области является крупнейшим производителем сельскохозяйственной продукции.

Талгарский район в области занимает третье место по численности населения после Енбекшиказахского и Каскеленского районов. В настоящее время в районе проживает 141,3 тыс. человек. На территории района имеются 53 населенных пункта, объединенные в 11 сельских округов. Численность населения за 2010-2014 годы увеличилась со 127,5 до 141,3 тыс. человек. Общая земельная площадь района занимает 372 тыс. га, из них 237 тыс. га сельскохозяйственные угодья, 39,9 тыс. га – пашня, 185,2 тыс. га – пастбища. Производством сельскохозяйственной продукции занимаются 4570 рыночных субъектов, из них 77 сельскохозяйственных предприятий и 4493 крестьянские хозяйства. Сельскохозяйственные предприятия района включают 3 государственные предприятия, 47 товариществ с ограниченной ответственностью, одно акционерное общество, 17 производственных кооперативов.