

поздней ночи. В дневное время (тайм-слот 8:00-18:00) происходит наибольший рост рейтинга измеряемых телеканалов – он составляет, в среднем, +39%, в прайм-тайм (18:00-24:00) рейтинг увеличивается, в среднем, на 21% [4]. Домашняя самоизоляция стала причиной увеличения просмотра контента среди населения.

Мировая и отечественная киноиндустрия переживает тяжелые времена. «Спасают» ситуацию телевидение и онлайн-кинотеатры, и в настоящее время наблюдается переход кинобизнеса в дистанционный режим, при этом, пандемия стала ускорителем этого процесса.

Литература

1. Шесть кинотеатров прекратили деятельность из-за коронавируса в Казахстане. –URL: режим доступа: <http://today.kz/news/kazakhstan/2020-12-04/809695-shest-kinoteatrov-prekratili-deyatelnost-iz-za-koronavirusa-v-kazahstane/> (дата обращения: 11.02.2021).
2. Кинотеатры Казахстана потеряли 20 млрд тенге из-за коронавируса– URL: режим доступа: <https://liter.kz/20-mlrd-tenge-ponesli-ubytki-kinoteatr/> (дата обращения: 11.02.2021).
3. Тикетон. Онлайн-покупка билетов. Кассовые сборы. –URL: режим доступа: <https://ticketon.kz/box-office> (дата обращения: 11.02.2021).
4. Рост телесмотра во время карантина – URL: режим доступа: <https://kantar.kz/news/rost-telesmotrenie-vo-vremya-karantina> (дата обращения: 11.02.2021).

Макалакова Б.М., магистрант 2 курса (КарУ имени Е.А.Букедова)
Научный руководитель – к.э.н., профессор Хусаинова Ж.С.

СОВРЕМЕННЫЕ ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ ОТРАСЛИ В КАЗАХСТАНЕ

По некоторым структурным параметрам телекоммуникационная отрасль Республики Казахстан схожа с рынками других среднеазиатских стран. Значительное влияние на особенности развития данной отрасли оказывают географические и демографические особенности страны, к главным из которых относятся большая территория страны и низкая плотность населения, покрытие услугами связи в масштабах всей страны требует значительных затрат. Новые реалии телекоммуникационного рынка, насыщение традиционными телеком-услугами, усиление конкуренции между операторами связи, заставляют участников телекоммуникационного рынка разрабатывать новые продукты, искать дополнительные способы монетизации услуг и сервисов, а также новые рыночные ниши. Динамика роста у разных сегментов телекоммуникационного рынка сильно различается, так например мобильный сегмент остается самым крупным направлением телекоммуникационного рынка, фиксированная телефония демонстрирует стабильное сокращение.

По итогам 2019 года совокупный объем рынка услуг связи составил 825 млрд тенге, превысив показатель предыдущего года на 7,1%. В структуре доходов по видам услуг продолжает доминировать мобильная связь, драйвером развития которой являются услуги передачи данных. Несмотря на сокращение доли мобильной связи в общих доходах, она по-прежнему генерирует более половины всего объема рынка – 53,1%. Доля доходов от фиксированной телефонии год от года сокращается, снизившись в 2019 году до 6,7%. Доля сегмента услуг передачи данных и доступа к сети Интернет в фиксированных сетях в последние годы демонстрирует тенденцию к сокращению, несмотря на рост доходов в абсолютном выражении. Сегмент услуг платного телевидения в 2019 году обеспечил 4,4% совокупных доходов от услуг связи [2]. В структуре доходов по видам услуг продолжает доминировать мобильная связь, драйвером развития которой являются услуги передачи данных. Несмотря на сокращение доли мобильной связи в общих доходах, она по-прежнему генерирует более половины всего объема рынка – 53,1%. Доля доходов от фиксированной телефонии год от года сокращается, снизившись в 2019 году до 6,7%. Сокращение сегмента в натуральном выражении происходит под влиянием мобильного и IP-замещения, что является естественным процессом для зрелого рынка. В качестве одной из мер компенсации данного падения операторы, предоставляющие услуги в фиксированных и мобильных сетях, предоставляют конвергированные предложения, включающие в один пакет услуги фиксированной и мобильной телефонии.

Доля сегмента услуг передачи данных и доступа к сети Интернет в фиксированных сетях в последние годы демонстрирует тенденцию к сокращению, несмотря на рост доходов в абсолютном выражении. Это означает, что доходы от данного вида услуг растут медленнее всего рынка. Замедление темпов роста доходов связано со зрелостью рынка, высоким уровнем проникновения услуги и активной конкуренцией между лидерами рынка – АО «Казахтелеком» и Veeline, предоставляющих домохозяйствам схожие по наполнению пакеты услуг и, соответственно, вынужденных конкурировать по цене. На сокращение доли доходов от услуг фиксированного интернет-доступа и передачи данных также оказывает влияние развитие операторами ИТ-услуг. Несмотря на то, что основной объем доходов от ИТ приходится на инфраструктурные проекты, с каждым годом растет доля ИТ-услуг и бизнес-решений на базе сети интернет, предоставляемых операторами связи.

По итогам 2019 года объем рынка мобильной связи в Казахстане составил 438,4 млрд тенге, продемонстрировав рост на 10,5% по сравнению с 2019 годом. Рынок продемонстрировал не только выход из наметившегося в 2015 году отрицательного пике, но и наибольшую за всю историю выручку рынок сотовой связи ориентирован в первую очередь на массового потребителя. До 2015 года стратегии всех операторов были направлены на завоевание наибольшей доли рынка по количеству абонентов. Во многом эта гонка за абонентами спровоцировала ценовые войны, которые отрицательно сказались на доходности абонентов и на совокупных доходах операторов. Кроме того, девальвация тенге, оказавшая отрицательное влияние на экономику страны, привела к тому, что казахстанские предприятия стали сокращать свои бюджеты на оплату услуг связи сотрудникам. Эти факторы заставили операторов сотовой связи скорректировать свои рыночные стратегии в части повышения качества абонентской базы и развития корпоративного сегмента за счет специальных услуг и готовых решений. Как результат, начиная с 2016 года доля доходов от услуг корпоративным клиентам стала ежегодно увеличиваться и по итогам 2019 года составила почти 10%. Необходимо отметить, что если на более ранних этапах развития рынка лидером по удельному весу бизнес-клиентов в общей абонентской базе был Kcell, то сейчас развитие корпоративного сектора стало приоритетной задачей для всех операторов и показатель доли доходов от бизнес-пользователей на уровне 9–11% в выручке справедлив для всех компаний.

Литература

1. Телекоммуникационная отрасль Республики Казахстан. Обзор АО «Казахстанская фондовая биржа». – Ноябрь, 2018. - https://kase.kz/files/presentations/ru/KASE_telecommunications.pdf
2. Интегрированный годовой отчет за 2019 год АО «Казахтелеком». - https://kase.kz/files/emitters/KZTK/kztkp_2019_rus.pdf

Оспанова Л.Т., магистрант 2 курса (Ка рУ имени Е .А .Буке това)
На учный руководите ль – к.э.н., профессор Хуса инова Ж.С.

АНАЛИЗ ПАРАМЕТРОВ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАЗВИТИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ СИСТЕМЫ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ

Доля расходов на здравоохранение в Казахстане составляет в среднем 3,5% от ВВП. К примеру среди стран СНГ, более высокий уровень расходов на здравоохранение в Беларуси, он составлял 4,6%, России – 3,7%, на Украине – 3,7%. Всемирной организацией здравоохранения (ВОЗ) в числе рекомендаций правительствам стран было выдвинуто предложение руководствоваться 5% ВВП в качестве минимального социального стандарта экономического обеспечения здравоохранения. В США здравоохранение поглощает более 15% ВВП страны, а в странах Западной Европы общие расходы на здравоохранение колеблются от 6 до 11% ВВП в год [1],[2].

В структуре расходов на здравоохранение на государственные расходы приходится 61%, на частные расходы – 39%. Для сравнения в странах ОЭСР доля частных расходов в общем объеме расходов на здравоохранение составляет лишь 19,6%, в странах ЕС – 16,3%.

За период с 2011 по 2018 годы расходы на здравоохранение на душу населения увеличиваются ежегодно. Так, прирост текущих расходов на здравоохранение на душу населения за указанные годы составил 106%, в то время как государственные расходы на душу населения на