

Қ.Т.Арыстанбеков¹, А.А.Рахимбаева²

¹Экономикалық саясат институты, Астана;

²Л.Н.Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Астана
(E-mail: asema.31.1983@mail.ru)

Қазақстан ішкі саудасының жай-күйі және оның заманауи үдерістері

Авторлар ішкі сауданың макроэкономикалық көрсеткіштеріне, сауда инфрақұрылымына, сауда бизнесі мен ішкі сауданың өзге де мәселелеріне ерекше назар аударған, сондай-ақ өңірлер арасында бөлшек сауда тұрғысынан олардың алатын орындары сараланған. Мақала қорытындысында олар мемлекет деңгейінде сауда бойынша жасалатын бірқатар қадамдар мен іс-шараларды ұсынды. Олардың қатарында 2016–2019 жж. бөлшек саудаға мемлекеттік қолдау көрсетудің қаржылық шараларын енгізу, банкілердің/ Даму банкінің жаңа сауда нысандарын салу мақсатындағы несиелеріне 50 % дейін жартылай кепілдік беру, бөлшек сауда желілерінің франшизасын сатып алуға және пайдалануға бағытталған бір мәртелік және ұдайы төлемдерінің 50 % субсидиялау, ақысыз пайдалануға немесе ұзақ мерзімге жалға беру мақсатында мемлекеттік резервтен жер телімдерін бөлу және басқалары бар.

Кілт сөздер: ішкі сауда, сауда бизнесі мен инфрақұрылымы, бөлшек сауда, эконометрикалық талдау, ішкі сауда мәселесін шешудің жолдары.

Еуразиялық экономикалық одаққа мүше-мемлекеттерде сауданы екіге бөлу көзделген, біріншісі — сыртқы сауда, ал екіншісі — ішкі сауда. Халықаралық тәжірибеге назар аударсақ, мұндай бөлу көзделмеген. Батыста ішкі сауданы сатумен байланыстырады.

Дегенмен сыртқы сауда тұрғысынан Дүниежүзілік Сауда Ұйымының жылдық есебінде әлемдік деңгейде сауданың ықпал етуіне лайықты баға берген. Мысалы халықаралық сауданың әлемдік ЖІӨ-ге ықпал етуі айтылған — егер әлемдік тауарлар мен қызметтер бойынша экспорт пен импортың әлемдік ЖІӨ-гі үлес салмағы 1995 ж. 20 % құраса, 2014 ж. нәтижесінде ол көрсеткіш 30 % өскен [1].

Сондықтан Қазақстанда сауданың төмендеуі мен өрлеуі экономикалық құлдырау мен өсуге байланысты екендігі рас. Дүниежүзілік банктің баяндамасында Қазақстан бойынша келесідей қызықты мәлімет келтірілген: 1990–2000 жж. орташа жылдық ЖІӨ 4,1 % төмендеген, 2000–2009 жж. — 8,8, ал 2009–2013 жж. — 6,4 % өскен [2].

Дегенмен, біздің ерекше назар аударатын басты мәселеміз — ішкі сауданы зерделеу.

Сауда — экономиканың үлкен бір саласы. Қазақстанда сауда аясында экономикадағы жұмыспен қамтылған халықтың жалпы санының 14,4 % жұмыс істейді (1,06 млн адам). Жұмыспен қамтылғандардың іс жүзіндегі саны 2 млн дейінгі адамды, немесе 28 %, құрайды.

Ұлттық экономиканың өзекті сұрақтарының бірі ішкі сауданың жағдайы және оның даму болашағы болып табылады. ЖІӨ көлемінің 15,2 % (немесе 4,6 трлн тг) құраған ішкі сауданың үлесі тұрақты деңгейде өсуде. Бөлшек сауданың жалпы көлемінің ішінде азық-түлік тауарларының үлесі 34,5 %, азық-түлік емес тауарларының үлесі 65,5 % құрайды [3].

Ел экономикасының салықтық төлемдері бойынша жер қойнауын пайдаланушылардың, өңдеу өнеркәсібінің және қозғалмайтын мүліктен кейін төртінші орынды сауда иеленді.

2014–2015 жж. 752 сауда базарлары жұмыс атқарып, онда 968 мың адам шұғылданған. Жалпы сауда базарларының көрсеткіштері 1-кестеде көрсетілген. Бөлшек сауданың жалпы көлемінің 45,1 пайызын сауда базарлары мен жеке кәсіпкерлер құрайды.

Осы салада өзекті мәселелердің бірі — сауда инфрақұрылымының қалпы. Қазіргі таңда сауданың моральдік жағынан тым ескірген түрі саналатын «базарлар» республика бойынша сауда алаңдарының жалпы қорының 49 %, демек, жартысына жуығын, ал қалған 51 % «сауда кәсіпорындарын», яғни дүкендік сауда алаңдарын, құрайды. Базарлардың үлесі Маңғыстау, ҚызылОрда және Алматы облыстарында әлдеқайда жоғары — 53 %, 59 және 71 %.

Қазақстанда сауда базарларының негізгі көрсеткіштері

	2009 ж.	2010 ж.	2011 ж.	2012 ж.	2013 ж.	2014 ж.
Базарлардың саны	827	829	818	796	777	752
Оның ішінде тауарлық мамандандыру бойынша						
азық-түлік	78	76	70	61	66	67
азық-түлік емес	172	169	157	147	136	130
мамандандырылған	103	104	108	104	103	87
әмбебап	474	480	483	484	472	468
Базарлардың түрлері бойынша						
жабық	322	322	310	312	278	249
шағын базар	143	140	131	124	145	153
құрамдастырылған	362	367	377	360	354	350
Сауда орындарының саны	176701	178565	178733	189177	182687	174149
Базарлар алаңы (ш. м)	6027416	6249608	6469596	6499600	6216035	6624288
Сөрелер (тш. м)	101824	98116	92103	92142	84874	75795
Ветеринарлық-санитарлық сарапшылар зертханалары	261	258	263	273	263	255

Ескерту. ҚР Ұлттық экономика министрлігі Статистика комитетінің деректері бойынша.

Қазақстанда дәстүрге айналған, бірақ заман талабына сай келмейтін «үй жанындағы дүкендер» әлі де басым. Сауда кәсіпорындары бойынша бұл форматтың орташа үлес салмағы 41 %, ал сауда алаңдарының (базарларды қоса алғанда) жалпы қоры көлемінде — 21 %.

Бөлшек сауда алаңдарының бірігуі, яғни сауда нысандарының республикалық бөлшек сауда желілеріне қосылу көрсеткіші 10,6 % құрауы әлем бойынша дамыған елдермен салыстырғанда тым аз. Бұл көрсеткіш Ресейде — 35 %, Белоруссияда — 30 %.

Сауда алаңдарының 95 % желілерге қосылған Норвегия бөлшек сауданың бірігу деңгейі бойынша әлем бойынша бірінші орында. Бұдан әрі Ұлыбритания — 86 %, Франция — 85, Германия — 84 Швейцария — 68, АҚШ — 65 % [4].

Әлемнің экономикалық жағынан дамыған елдерінде бөлшек сауданың 80–85 % бөлігі ішкі бөлшек сауда желілермен бақыланады. Бұл барлық дамыған елдер шаруашылықтарының ерекшелігі. Жалпы алғанда Қазақстан Республикасының сауда инфрақұрылымы сауда алаңдарымен тым аз, яғни 1000 адамға 412 ш. м алаңмен, қамтылған.

Сауда алаңының жетіспеушілігінен өз кезегінде сауда субъектілері үшін сауда алаңының жалға алу қымбаттылығы туындайды. Олар бөлшек сауда бағасын асырып, бұл шығын түпкі сатып алушы қарапайым халыққа жүктеледі.

Құрылыс көлемі аз болса, тиісінше, жаңа сауда алаңдарының ұсынысы азаяды. Бұл қиындық ең алдымен берілетін несие қымбаттылығына байланысты. Қазақстандағы бөлшек сауда бизнесі үшін инфрақұрылымдық мәселелерді шешу шегінде орташа есеппен жылына 15–18 % асырып қайтарылатын кредит ресурстарын алу тым ауыр жүк. Өйткені инфрақұрылымдық сипаттағы даму инвестициялары 10–20 жылдан асатын кезеңде игерілетіні белгілі, ал олар 4,5 жыл өткесін кредит берген екінші деңгейдегі банкілерге екі есе қайтаруға міндетті (100 % өсім).

Демек, әлемдік брендлер Қазақстанға келуі үшін қажет ететін сапалы сауда алаңдарының әсіре дефициті байқалады. Бұл дефицитті еңсеру үшін 8–10 млн ш. м сауда алаңдарын елімізде салу қажет. 2014 ж. елімізде сауда алаңдарының жалпы қоры 6,8 млн ш. м құраған.

Сонымен, құрылыс көлемінің аз болуы, тиісінше, жаңа сауда алаңдары ұсынысының аздығы ең алдымен, несие қымбаттылығына байланысты. Бұл көрсеткіштен Қазақстанның әлі де жүзеге аспаған әлеуеті жоғары.

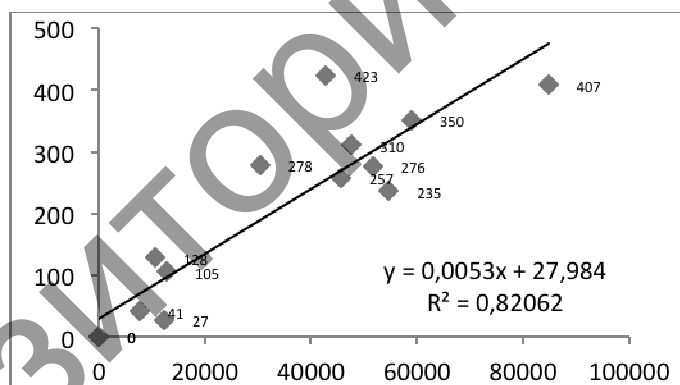
Қазақстанда сауда саласында шұғылданатын адам басына жылына \$27 мың орташа сауда айналымы келеді. Бұл көрсеткіш Ресейде \$105 мың, Батыс Еуропа елдерінде бөлшек сауда саласындағы бір жұмысшыға орташа жылына \$250 мыңнан \$400 мыңға дейін келеді (2-кесте). Сауданың қазіргі заманғы түрлерінің, ең алдымен, желілік форматтардың дамымағандығы отандық саудадағы еңбек өнімділігі көрсеткішінің өсуін тежейді.

Саудадағы адам басына келетін сату көлемі

№	Мемлекеттер	Сату көлемі, мың АҚШ долл.
1	Қазақстан	27
2	ҚХР	41
3	РФ	105
4	Түркия	128
5	АҚШ	235
6	Ұлыбритания	257
7	Голландия	276
8	Испания	278
9	Германия	310
10	Швеция	350
11	Швейцария	407
12	Франция	423

Осы мәселенің өзекті екенін ескере отырып, эконометрикалық, атап айтқанда, экономикалық даму деңгейі мен сауда саласында шұғылданған адам басына шаққан сауда айналымының көрсеткіші арасында талдау жасалды. Дәлірек айтқанда, экономикалық даму деңгейі сатып алу қабілеті теңгерімі жолымен адам басына шаққан ЖІӨ бойынша анықталды.

Осылайша, регрессиялық талдау қорытындыларына қарағанда, сауда саласында шұғылданған адам басына шаққан сауда айналымының көрсеткіші елдің экономикалық даму деңгейіне тәуелді. Арадағы корреляция коэффициенттерінің әбден жоғары, ал регрессиялық теңгерім қорытындыларының салмағы төмендегі суреттен анық көрінеді.



Сурет. Экономикалық даму деңгейі (адам басына ЖІӨ) мен сауда саласында 1 адамның сату көлемі (АҚШ долл.)

Егер сауда саласында адам басына шаққан сауда айналымының көрсеткіші 250 мың долл. асса, жан басына ЖІӨ 40 мың долл. жетеді, ал сауда көрсеткіші 350 долл. жетсе, онда жан басына ЖІӨ 60 мың долл. жетуі ықтимал.

Осыны ескере отырып, инвестициялық қызметтің басым бағыттарының тізіміне ішкі сауданы қосу, мемлекеттік қаржылық көмек беру және «Бизнестің жол картасы — 2020» бағдарламасының шегінде тәуекелдерді азайту жүйесі туралы шешімдер қабылдау керек.

Қазіргі заманғы стандартқа сай келетін дүкендер негізінен Алматы және Астана қалаларында орналасқан. Алматыда осындай дүкендердің үлес көрсеткіші 37 % болса, Астанада — 5,6 %. Іске қосылған сауда орталықтарының жалпы алаңы 140 мың ш. м жеткен. Алматыда 1000 тұрғынға орташа есеппен 57 ш. м келсе, Астанада — 73 ш. м. Салыстырып қарағанда, Мәскеудегі 1000 адамға — 150 ш. м, Лондонда — 650 ш. м, Парижде — 450 ш. м. 2014–2015 жж. аралығында елдің бөлшек саудасында стагнация байқалды. Не бәрі Қазақстанда 2015 ж. қаңтар-мамыр айларындағы бөлшек сауданың нақты көлемінің өсуі алдыңғы жылдың дәл сол кезеңінің көрсеткішімен салыстырғанда 2,9 % құраған. 2014 ж. 10 % деңгейінде болып, тек бір кезде ғана 8,4 % түскен бұл көрсеткіш 2015 ж. басынан бастап 5 % аспаған.

Стагнацияның кері әсерін ең көп көрген сауда кәсіпорындары. Ресми статистика бойынша мұндағы өсім 0,4 % ғана. Жеке кәсіпкерлер мен базарлардың 2015 жылғы 6 % (алдыңғы жылғы 7,1 %) өсу қарқыны әлдеқайда жақсы. Басқаша айтқанда, сатып алушылар ірі форматтан шағын дүкендер мен базарларға көбірек ауысып, азырақ сатып алууда.

Бөлшек сауданың нақты көлемі индексі 2015 ж. қаңтар-мамырда 9,3 % (алдыңғы жылы 0,8 %) азық-түлік тауарлар санаты бойынша ең көп төмендеді. Азық-түлік емес тауарлар санаты бойынша өсім байқалды (3,7 %), бірақ бұл көрсеткіш алдыңғы жылмен салыстырғанда біраз төмен (10,8 %).

Ең алдымен, сатып алушылар адам үшін қажеттілігі асып тұрмаған тауарларға деген жұмсалымдарын азайтады. Nielsen Kazakhstan FMCG Report мәліметі бұл үдерісті қуаттайды: соңғы жылы шоколад бұйымдары, снэкттер, дене күтіміне арналған кей тауарлар, тұрмыстық химия заттары сияқты санаттар кері сатылым қарқынын көрсеткен [5].

Бұған қоса, Қазақстан Республикасының әрбір өңірінде тұтынушылардың іс-қимылы әркелкі келеді. Қазіргі таңда Алматы қаласында, Алматы, Ақтөбе, Атырау, Батыс Қазақстан, Қарағанды, Солтүстік Қазақстан облыстарында өсімнің ең төменгі қарқыны сезіледі.

Бір жағынан, қазақстандықтар шетелдік ұқсас тауарлары арзан болса да үйренген тауарларынан бастартуға ұмтылмайды: көптеген санаттар бойынша шетелден арзан тауар сатып алу өсімі қарқынды емес. Бұған қоса, орташа есеппен жан басына келетін шынайы табыс индексі қаңтар-сәуірдің 1,6 % қорытындысына қарағанда әлі де өсе түсуде.

Басқаша айтқанда, алдағы уақытта бөлшек нарығы қарқынды түрде өспесе де, ең болмағанда стагнацияның қысқа мерзімді болатынына үміт бар. Әрине, бұл үшін сыртқы экономикалық айналада әсіре кері құбылыстардың болмағаны шарт.

Кез келген елдің шаруашылығы сияқты Қазақстанның да экономикасы сыртқы факторларға тәуелді. Соңғы кезде осы факторлар жақсы жаққа қарай өзгерді деп айту қиын. 2014 ж. шілдесінен бастап мұнай бағасының 60 % құлағанынан елдің экономикасы едәуір зәбір шегіп отыр. Мұндай жағдайда елдің қаржы реттеушісі ақшалай кіріс көздерін қалыпқа келтіру үшін ұлттық валютаның бағамын өзгертуге мәжбүр. Қазақстандық теңге 2014 ж. жүргізілген девальвациядан кейін тағы да 63,7 % салмағын жоғалтып, АҚШ долл. есептелген қазіргі бағамы 307,40.

Осы факторлар еліміздің ішкі нарығына зор ықпал етіп, сауданың кез келген саласында бағалардың артық өсуіне жол ашты. Үстіміздегі жылдың басынан бастап қоса алынған қазан айына дейін азық-түлік бұйымдар 6,1 % қымбаттаса, азық-түлік емес бұйымдардың бағасы 13,9 % көтерілген.

Қазақстан Республикасының бөлшек сауда көлемі 2015 ж. қаңтар-қазанында 5,4 % өсіп, өткен 2014 ж. тиісті кезеңімен салыстырғанда 4,9 трлн тг жеткен. Бөлшек сауда құрамына 1,7 трлн тг сомасына сатылған (+7,3 %) азық-түлік тауарлары, 3,2 трлн тг сомасына сатылған (+4,4 %) азық-түлік емес тауарлар кіреді. Бірақ азық-түлік емес тауарлар сатылымының мұндай (+4,4 %) өсуіне қарамастан, біздің жеке есептегімізге қарағанда, жасалған сатып алу әрекеттерінің 8,4 % кеміген, ал сауда көлемінің өсуін тауарларға деген бағаның өсуімен түсіндіруге болады.

Осыған орай, 2015 ж. он айына арнап жан басына шаққан бөлшек сауда көлемі бойынша ҚР өңірлерінің рейтингі жасалды.

Жан басына шаққан бөлшек сауданың ең көп көлемі Алматы қаласында — 839,15 мың тг. Демек, ай сайын бір алматылық орташа есеппен 83,9 мың тг жұмсаған. Өткен жылдың тиісті кезеңінде әрбір алматылық 860,40 мың тг сатып алу әрекетін жасап, орташа есеппен бір ай ішінде 86,04 мың тг жұмсап отырған.

Оңтүстік астананың 1,64 млн тұрғыны бөлшек сауда желілерінде 1,37 трлн тг сомасы көлемінде тауарларды сатып алған. Бұл өткен жылдың тиісті кезеңімен салыстырғанда 6,25 % көбірек. 2015 ж. 10 айдың ішінде қаланың әр тұрғыны азық-түлік тауарын сатып алу үшін 294,72 мың тг жұмсап, 544,43 мың тг азық-түлік емес тауарын сатып алған.

2014 ж. тиісті кезеңімен салыстырғанда өндірістік тауарларға деген шығын 55,45 мың тг өскен, өндірістік емес тауарлар бойынша шығын 76,70 мың тг азайған.

Екінші орынды Астана қаласы иеленді. Бас қаланың 852,8 мың тұрғыны он ай ішінде бөлшек сауда желілерінде 527,9 млрд тг қалдырып, өткен жылдың тиісті кезеңімен салыстырғанда 35,48 млрд тг, немесе 7,21 %, көбірек жұмсаған. Бұл адам басына 619,06 мың тг, немесе бір айда 61,9 мың тг. Атап айтқанда, 191,48 мың тг азық-түлік тауарын және 427,58 мың тг азық-түлік емес тауарын сатып алу үшін жұмсалған. 2015 ж. қаңтар-қазанында Астана тұрғындары азық-түлік тауарын сатып алу үшін 3,02 мың тг кем жұмсап, азық-түлік емес бұйымдарына 17,37 мың тг артық сауда жүйесінде қалдырған.

Үшінші орындағы Ақтөбе облысында жан басына шаққан бөлшек сауда көлемі 450,89 мың тг, немесе айына 45,1 мың тг, құрап, 5,8 %, немесе 18,5 млрд тг, артқан. Облыстағы бөлшек сауданың жалпы көлемі 333,8 млрд тг құрады. Азық-түлік тауар бойынша сатып алудың адам басына шаққан көлемі 168,44 мыңнан 169,48 мың тг дейін өссе, азық-түлік емес тауар сатып алу 221,37 мыңнан 236,41 мың тг дейін артқан.

Қарағанды облысы 338,10 мың тг жеткен жан басына шаққан бөлшек сауда көлемімен төртінші орында.

Демек, облыстың әрбір тұрғыны ай сайын 33,81 мың тг жұмсайды. Облыстың 1,37 млн тұрғыны 2015 жылғы қаңтар–қазанда 465,99 млрд тг бөлшек сауда жүйесінде жұмсап қалдырған. Орташа есеппен ай сайын бір адам 14,16 мың тг көлемінде азық-түлік тауарын және 19,65 мың тг көлемінде азық-түлік емес тауарын сатып алу әрекетін жасаған. Өткен жылмен салыстырғанда адам басына шаққан азық-түлік және азық-түлік емес тауарын сатып алуға жұмсалған шығын 4,41 мың тг және 4,26 мың тг артқан.

Бесінші орынды Шығыс Қазақстан облысы иеленіп отыр. Осы облыстағы бөлшек сауданың жалпы көлемі 6,1 %, немесе 26,4 млрд тг өсіп, 457,9 млрд тг құрайды. Жан басына шаққан бөлшек сауда көлемі 328,23 мың тг құрап, ай сайынғы көрсеткіш 32,8 мың тг жетіп отыр. Бөлшек сауда желілеріндегі бір адамға шаққан азық-түлік тауарын сатып алу 1,09 мың тг кеміп, 110,51 мың тг құраған. Яғни Шығыс Қазақстан облысының тұрғындары орташа алғанда бір ай ішінде азық-түлік бұйымдарына 11,01 мың тг және азық-түлік емес бұйымдарына 21,7 мың тг жұмсайды.

Тізімнің аяқ жағында Жамбыл, Алматы және Оңтүстік Қазақстан облыстары орналасты. Жамбыл облысында бір адамға есептелген он айлық бөлшек сауда көлемі 124,65 мың тг жетті. Мұнда бір тұрғын айына 12,4 мың тг жұмсайды. Бұл Алматы қаласының көрсеткішінен 71,45 мың тг кем. Алматы және Оңтүстік Қазақстан облыстарының осы көрсеткіші тиісінше 118,61 мың және 88,39 мың тг деңгейінде.

Басқаша айтқанда, осы екі өңірдің тұрғындары Алматы қаласымен салыстырғанда айына тиісінше 72 мың және 75 мың тг кем жұмсайды. Осы аталған үш өңірде тұратын 5.8 млн халықтың жалпы елге қатысты үлесі 33,4 % болса да, Қазақстан Республикасының жалпы бөлшек сауда көлеміндегі үлесі 12,3 % ғана.

2015 ж. қаңтар–қазанындағы жетістіктерді 2014 ж. тиісті кезеңімен салыстырғанда ең көп өсім Шығыс Қазақстан облысында байқалды. Мұнда бөлшек сауда көлемі 18,66 мың тг артқан. Екінші орынды 16,08 мың тг өсімімен Ақтөбе облысы иеленді. Өсім қарқыны бойынша озық үштікті Астана қаласы бекітіп отыр. Мұндағы бір адамға деген бөлшек сауда көлемі 14,35 мың тг көбейген.

Жаңа жыл мерекесіне байланысты желтоқсан айында әркез саудадағы кіріс мол болады. Осыған және инфляцияға байланысты жыл аяғында жан басына бөлшек сауда көлемі артады деп күтілуде. Дегенмен жыл аяғына күшейе түсетін девальвациядан кейінгі ықпал осы өсімнің тежеуі де ықтимал [6].

Бөлшек сауданың тиімді әрі қазіргі заманғы форматтарының ілгері дамуы оларға тән сатылымның анағұрлым тиімді, үлесіндегі шығынның азырақ болуына, тауарлардың төмен бағамен сатылып, көрсетілетін қызмет пен тауар сапасын бақылаудың жоғары екеніне байланысты. Осы үрдістің қатысушылары бөлшек сауданың қазіргі заманғы форматтарын салу кезінде қолдау көрсеткенге өте мұқтаж: супермаркеттер, гипермаркеттер, жай, мамандандырылған және сауда-сауық орталықтары, сауда-логистикалық терминалдар. Осы салада орын алған мәселелерді ескере отырып, төмендегі шараларды қабылдау ұсынылады:

- 2016–2019 жж. арнап бөлшек саудаға мемлекеттік қолдау көрсетудің қаржылық шараларын енгізу: жаңа сауда нысандарын салу, қолданыстағы сауда нысандарын қайта құру, кеңейту, сауда нысандарын қажетті сауда жабдығын сатып алу және қамтамасыз ету мақсатында банкілердің, даму банкінің және лизинг компанияларының қаржы лизингі бағытында несиелері мен келісім-шарттары бойынша пайыздық бағамын субсидиялау;
- банкілердің, даму банкінің жаңа сауда нысандарын салу мақсатындағы несиелеріне 50 % дейін жартылай кепілдік беру;
- бөлшек сауда желілерінің франшизасын сатып алуға және пайдалануға бағытталған бір мәртелік және ұдайы төлемдерінің 50 % субсидиялау;
- сауда нысандарының инженерлік және логистикалық инфрақұрылымын дамытуға арналған шығындардың 50 % субсидиялау;
- ақысыз пайдалануға немесе ұзақ мерзімге жалға беру мақсатында мемлекеттік резервтен жер телімдерін бөлу;

- сауданың желілік форматтарын басқару үшін тартылған білігі жоғары шетелдік мамандарға жалақы төлеуге арналған шығынның 50 % субсидиялау;
- маркетинг зерттеулерін өткізуге, ТЭН, бизнес жоспарларын т.т. әзірлеуге байланысты шығындардың 50 % субсидиялау;
- салық заңнамасын жетілдіру шегінде жаппай ауқаттану кәсіпорындарын автоматтандыру бағдарламасын әзірлеу немесе бейімдеу және оны салық есебін беру құжаты ретінде пайдалану;
- қоғамдық ауқаттану саласында қызмет көрсетудің бірегей ұлттық стандарттарды әзірлеп енгізу. Осы жұмысты жүргізуді үйлестіруге Қазақстан Ұлттық кәсіпкерлер палатасы, Қазақстан Республикасы Рестораторлар қауымдастығы, салалық қауымдастықтар, сондай-ақ кәсіпкерлердің қауымдастықтары тартылуы тиіс;
- жаппай ауқаттану кәсіпорындарында ISO стандарттарын енгізу.

Әдебиеттер тізімі

- 1 International Trade Statistic. — 2015 // World Trade Organization. — Special focus: World Trade and The WTO: 1995–2014. — P. 16, 17.
- 2 World Development Indicators. — 2015 // World Bank Group. — P. 83, 84.
- 3 Қазақстан Республикасының әлеуметтік-экономикалық дамуы // ҚР ҰЭМ Статистика комитетінің жинағы. — 2015 жылғы қаңтар-қыркүйек.
- 4 World Development Indicators. — 2015 // World Bank Group.
- 5 Локтев К. Центральная Азия и Кавказ // Nielsen Kazakhstan FMCG Report. — 2015. — 13 авг.
- 6 [ЭР]. Қолжетімділік тәртібі: http://forbes.kz/finances/markets/uspey_prodat_1/2015. — 11 тамыз.

К.Т.Арыстанбеков, А.А.Рахимбаева

Состояние и современные тенденции внутренней торговли Казахстана

В данной статье рассмотрены актуальные проблемы внутренней торговли Республики Казахстан. Особое внимание обращено на ряд макроэкономических показателей внутренней торговли, на инфраструктуру, состояние бизнеса в сфере торговли, сформулирован рейтинг регионов республики с точки зрения розничной торговли. По результатам изучения данного вопроса авторами предложен ряд мер и мероприятий на уровне государства в сфере торговли: внедрение финансовых мер государственной поддержки розничной торговли на 2015-2019 гг., частичное гарантирование (до 50%) по кредитам Банков/Банка Развития на строительство новых торговых объектов, субсидирование 50% расходов, направленных на развитие инженерной и логистической инфраструктуры торговых объектов, выделение земельных участков из государственного резерва в безвозмездное пользование либо в долгосрочную аренду и др.

K.T.Arystanbekov, A.A.Rahimbaeva

The status and current trends of domestic trade of Kazakhstan

This article describes the current problems of internal trade of the Republic of Kazakhstan. Particular attention is drawn to a number of macroeconomic indicators of domestic trade, infrastructure, state of business in the field of trade, formulated rating regions of the country in terms of retail. According results of study, the authors suggest a number of measures and activities at the state level in the area of trade. These are the introduction of financial measures of state support for the retail trade in the 2015–2019 years, a partial guarantee of up to 50% on loans Banks / Development Bank for the construction of new shopping facilities, subsidizing 50% of the costs, aimed at the development of engineering and logistics infrastructure of shopping facilities, the allocation of land from the state reserve for use free of any long-term lease and others.

References

- 1 *World Trade Organization*, Special focus: World Trade and The WTO: 1995–2014, p. 16, 17.
- 2 *World Bank Group*, p. 83, 84.
- 3 *Collection of socio economic development of the Republic of Kazakhstan*: National statistics Committee of the Ministry of Economics of Republic of Kazakhstan, January-September, 2015.
- 4 World Development Indicators, *World Bank Group*, 2015.
- 5 Loktev K. *Kazakhstan Report Nielsen FMCG*, August, 13, 2015.
- 6 [ER]. Access mode: http://forbes.kz/finances/markets/uspey_prodat_1/ 11 2015.

Репозиторий Қарғу