

Қазақстан Республикасында сауданы дамыту жөніндегі 2010 - 2014 жылдарға арналған бағдарламаны бекіту туралы

Күші жойған

Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2010 жылғы 30 қазандағы N 1143 Қаулысы. Күші жойылды - Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2014 жылғы 27 мамырдағы № 550 қаулысымен

Ескерту. Күші жойылды - ҚР Үкіметінің 27.05.2014 № 550 қаулысымен.

«Қазақстан Республикасы Үкіметінің Қазақстан Республикасын үдемелі индустриялық-инновациялық дамыту жөніндегі 2010-2014 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламаны іске асыру жөніндегі іс-шаралар жоспарын бекіту туралы» Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2010 жылғы 14 сәуірдегі № 302 қаулысын іске асыру мақсатында Қазақстан Республикасының Үкіметі **ҚАУЛЫ**
Е Т Е Д І :

1. Қоса беріліп отырған Қазақстан Республикасында сауданы дамыту жөніндегі 2010 - 2014 жылдарға арналған бағдарлама (бұдан әрі - Бағдарлама) бекітілсін.

2. Қазақстан Республикасы Экономикалық даму және сауда министрлігі мүдделі орталық атқарушы органдармен, облыстардың, Астана және Алматы қалаларының әкімдерімен бірлесіп, Бағдарламада көзделген іс-шаралардың тиісінше және уақтылы орындалуын қамтамасыз етсін.

3. Жауапты орталық және жергілікті атқарушы органдар «Салалық бағдарламаларды әзірлеу және мониторингілеу ережесін бекіту туралы» Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2010 жылғы 18 наурыздағы № 218 қаулысымен бекітілген Салалық бағдарламаларды әзірлеу және мониторингілеу ережесіне сәйкес Бағдарламаның іске асырылу барысы туралы ақпарат берсін.

4. Осы қаулының орындалуын бақылау Қазақстан Республикасы Премьер-Министрінің бірінші орынбасары Ө. Е. Шөкеевке жүктелсін.

5. Осы қаулы қол қойылған күнінен бастап қолданысқа енгізіледі.

Премьер-Министрі

*Қазақстан Республикасының
К. Мәсімов*

Қ а з а қ с т а н

Р е с п у б л и к а с ы

Ү к і м е т і н і ң

2 0 1 0

ж ы л ғ ы

3 0

қ а з а н д а ғ ы

№

1 1 4 3

қ а у л ы с ы м е н

бекітілді

Қазақстан Республикасында сауданы дамыту жөніндегі 2010 - 2014 жылдарға арналған бағдарлама Мазмұны

1. Бағдарламаның паспорты
2. К і р і с п е
3. Ағымдағы жағдайды талдау
4. Бағдарламаның мақсаты, міндеттері, нысаналы индикаторлары және іске асыру нәтижелерінің көрсеткіштері
5. Бағдарламаны іске асыру кезеңдері
6. Қажетті ресурстар
7. Бағдарламаны іске асыру жөніндегі іс-шаралар жоспары

1. Бағдарламаның паспорты

Бағдарламаның атауы	Қазақстан Республикасында сауданы дамыту жөніндегі 2010 - 2014 жылдарға арналған бағдарлама
Әзірлеу үшін негіздеме	«Қазақстан Республикасын үдемелі индустриялық-инновациялық дамыту жөніндегі 2010 - 2014 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарлама және Қазақстан Республикасы Президентінің кейбір жарлықтарының күші жойылды деп тану туралы» Қазақстан Республикасы Президентінің 2010 жылғы 19 наурыздағы № 958 Жарлығы
Бағдарламаны сауда министрлігі	Қазақстан Республикасы Экономикалық даму және әзірлеуші
Бағдарламаны іске жауапты мемлекеттік орган	Қазақстан Республикасы Экономикалық даму және асыруға сауда министрлігі, Қазақстан Республикасы Қаржы министрлігі, Қазақстан Республикасы Көлік және коммуникация министрлігі, Қазақстан Республикасы Индустрия және жаңа технологиялар министрлігі, Қазақстан Республикасы Сыртқы істер министрлігі, Қазақстан Республикасы Бәсекелестікті қорғау агенттігі
Мақсаты	Қазақстан Республикасының сауда саласын орнықты дамыту мен оның бәсекеге қабілеттігін жоғарылату үшін жүйелік және институционалдық негіз жасау

Міндеттері

- ішкі сауданы мемлекеттік қолдау жүйесін қалыптастыру (бірлесіп қаржыландыру, саланы кадрлық қамтамасыз ету);
- биржалық және электрондық сауданы жедел дамыту үшін қолайлы жағдай жасау;
- сауда қызметі мәселелері бойынша нормативтік құқықтық базаны сауда саласындағы мемлекеттік саясаттың мақсаттарына сәйкес келтіру;
- көтерме сауда жүйесін халықаралық транзиттік желіге ықпалдастыру;
- Қазақстан аумағындағы қазіргі заманғы бәсекеге қабілетті өнімдер өндірісін дамыту, экспортқа бағдарланған жаңа өндірістерді қалыптастыру және жоғары технологиялық секторға шетелдік капиталды тарту үшін қолайлы жағдай жасау;
- сыртқы нарықтарға қазақстандық өнімді жылжыту үшін қолайлы жағдай жасау;
- ішкі саудаға қатысушыларға сервистік қолдауды (ақпараттық, талдау және өзге)

ұйымдастыру.

Іске асыру

2010-2014 жылдар

мерзімдері

Нысаналы

индикаторлар

Өткен жылға %-бен санағанда бөлшек тауар айналымы (ағымдағы бағада) өсуінің жыл сайынғы қарқынын 2014 жылдан бастап кемінде 106%-ға, атап айтқанда, 2010 жылы - 100%-ға, 2011 жылы - 102%-ға, 2012 жылы 103%-ға, 2013 жылы - 104%-ға жеткізу; өткен жылға %-бен санағанда бөлшек сауданың нақты көлем индексінің жыл сайынғы есуін 2010 жылы -108%-ға, 2011 жылы - 104%-ға, 2012 жылы - 104,1%-ға, 2013 жылы - 104,4%-ға, 2014 жылы - 105,3%-ға жеткізу; 2014 жылға қарай бөлшек сауда алаңдарының (базарларды қоса алғанда) жалпы көлемінде сауда кәсіпорындары алаңдарының үлесін 30%-ға ұлғайту; 2014 жылға қарай 1000 адамға шаққанда сауда

алаңдарымен қамтамасыз етілу үлесін 30%-ға ұлғайту; бөлшек тауар айналымының жалпы көлемінде қазіргі заманғы сауда пішімдерінің үлесін 50%-ға дейін жеткізу; 1 шаршы метр сауда алаңына арналған сату көлемдерін (базалық жыл бағасында) 40%-ға ұлғайту; бөлшек нарықтың шоғырлануының деңгейін 7%-ға дейін ұлғайту; ашық баға белгілеуді арттыру мақсатында тауар айналымының жалпы көлемінде биржалар арқылы сауда операциялары көлемінің үлесін 2010 жылы - 0,8%-ға, 2011 жылы - 0,9%-ға, 2012 жылы - 1,0%-ға, 2013 жылы - 1,1 %-ға және 2014 жылы - 1,2%-ға дейін ұлғайту, өткен жылға %-бен санағанда сыртқы сауда айналымы өсуінің жыл сайынғы қарқынын 2010 жылы - 110,0%-ға; 2011 жылы - 106,2%-ға, 2012 жылы - 105,0%-ға; 2013 жылы - 103,7%-ға; 2014 жылы - 104,1%-ға жеткізу; Еуразия экономикалық қоғамдастығы шеңберінде Кеден одағын қалыптастыруды аяқтау; Кеден одағына мүше елдердің импорттық кеден баждарының ставкаларын біріздендіру (Беларусь Республикасы, Қазақстан Республикасы, Ресей Федерациясы) - 2010 жылы - 96% деңгейінде, 2011 жылы - 96% деңгейінде, 2012 жылы - 97% деңгейінде, 2013 жылы - 99% деңгейінде және 2014 жылы - 99% деңгейінде; Беларусь Республикасының, Қазақстан Республикасының және Ресей Федерациясының Бірыңғай экономикалық кеңістігін қалыптастыруды аяқтау; Дүниежүзілік сауда ұйымына кіру. әлемдік сауда жүйесіне тартылушылық бойынша ДЭФ рейтингін 80 орынға дейін жоғарылату.

**Қаржыландыру
көздері мен
көлемі**

Іс-шараларды іске асыруға 2011 жылы республикалық бюджет қаражатынан Қазақстан Республикасы Экономикалық даму және сауда министрлігінің 007 «Экономика, сауда және мемлекеттік басқару саласындағы қолданбалы

зерттеулерді жүргізу» бюджеттік бағдарламасы бойынша 20 млн. теңге, 2012 жылы - 35 млн. теңге, 2013 жылы - 25 млн. теңге бөлінетін болады. Іс-шараларды іске асыруға 2014 жылы қажетті қаражат 2012-2014 жылдарға арналған республикалық бюджеттің шеңберінде қарастырылатын болады.

Бағдарламаны қаржыландыру даму институттарының қаражаты, кәсіпорындардың өз қаражаты, отандық және шетелдік инвестициялар есебінен және республикалық бюджетте көзделген қаражат шегінде жүзеге асырылады.

2. Кіріспе

Сауда басқа салалармен өзара тығыз байланысты және елдің барлық ауқымында және сыртқы экономикалық қызмет шеңберінде тұтынушыларға (ұйымдарға, халыққа) тауарлар мен қызметтерді жылжытуды қамтамасыз ететін экономиканың функционалдық секторы болып табылады. Сауданың жүйе және қазіргі заманғы дамыған бизнес ретіндегі тиімділігі маркетингке, логистикаға шығындарды азайтуға және түптеп келгенде, көтерме және бөлшек сауда бағасын төмендетуге басқа салаларға мүмкіндік бере отырып, барлық экономика үшін мультипликативтік нәтиже береді. Нәтижесінде, ішкі сауданы дамыту тауарлардың ішкі өндірісінің өсуіне жәрдемдеседі.

Бұдан өзге, 2010 жылдан бастап Қазақстан Ресей Федерациясымен және Беларусь Республикасымен бірге жаңа жағдайларда - оның шеңберінде үшінші елдерге қатысты бірыңғай сыртқы сауда саясаты жүргізілетін Кеден одағының құрамында әрекет етеді. 2012 жылдан бастап Қазақстан, Ресей және Беларусь арасында оның шеңберінде қызметтердің, капиталдың және жұмыс күшінің еркін жылжуын да қамтамасыз етуді болжайтын экономикалық ықпалдасудың неғұрлым тереңдетілген нысанын болжайтын Бірыңғай экономикалық кеңістіктің жұмыс істей бастауын жоспарлайды.

Елдің экономикалық дамуы үшін сауданың үлкен мәніне қарамастан сауданы дамыту бағдарламасы бұрын әзірленген жоқ және аталған құжат, алғашқы жүйелік құжат болып табылады.

Қазақстан Республикасында сауданы дамыту жөніндегі 2010-2014 жылдарға арналған бағдарлама (бұдан әрі - Бағдарлама) Қазақстан Республикасы Президентінің 2010 жылғы 1 ақпандағы Жарлығымен бекітілген Қазақстан Республикасының 2020 жылға дейінгі Стратегиялық даму жоспарының басты

бағыттарына және Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2010 жылғы 14 сәуірдегі № 302 қаулысымен бекітілген Қазақстан Республикасын үдемелі индустриялық-инновациялық дамыту жөніндегі 2010 - 2014 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламаны (бұдан әрі - ҮИИМДБ) іске асыру жөніндегі іс-шаралар жоспарына сәйкес әзірленген. Бағдарлама ҮИИМДБ функционалдық б ө л і м і н б і л д і р е д і .

Қазақстан Республикасының сауда саласын орнықты дамыту мен оның бәсекеге қабілеттігін жоғарылату үшін жүйелік және институционалдық негізін жасау Бағдарламаның негізгі мақсаты болып табылады.

Бағдарламада тұтастай алғанда, сауданы, оның ішінде, бөлшек, көтерме, биржалық, электрондық сауданы және қоғамдық тамақтандыру жүйесін қамтитын сыртқы және ішкі сауданы дамыту мәселелері көрсетілген.

Ішкі сауданы дамыту үшін қазіргі заманғы пішімдердегі сауда алаңдарының санын және бөлшек саудадағы жалпы айналымда олардың үлесін ұлғайтуды ынталандыруды, электрондық сауданы дамытуды, шалғайдағы, әсіресе, ауылдық жерлердегі өндірушілерді тауар қозғалысының негізгі арналарымен жақындастыруды, сауданың ашықтығын арттыруды және нарық қатысушыларын хабарландыруды, сондай-ақ оның қатысушыларының кәсіби деңгейін арттыруды болжайды. Сыртқы сауда саясатында кәсіпкерлік қызметті жүзеге асыру, саудадағы кедергілерді жою, өндірісті дамытуды және әлемдік сауда кеңістігіне ықпалдасуды ынталандыру үшін рәсімдерді оңтайландыру мақсатымен Кеден одағы елдері шеңберінде саясатты жетілдіру көзделіп отыр. Қазақстандағы сауда саласын болжамды жаңғырту оны сауданың қазіргі заманғы халықаралық талаптарына сәйкес келтіруге және ең аз транзакциялық шығындармен тауар қозғалысының тиімді үдерісіне жәрдемдесуге бағытталған.

Шараларды іске асыру халықтың қажеттіліктерін тиімді қанағаттандыру түрінде (тауарлардың физикалық қолжетімділігі, тауарлардың бағалық қолжетімділігі, тауарлар мен қызметтердің жоғары сапасы) өндірушілер үшін де (ауқымды географиялық қамту, үлкен өткізу қабілеті, жүйенің төмен үлестік шығындары) және тұтынушылар үшін де тиімді дистрибуцияны қамтамасыз етуге мүмкіндік береді.

3. Ағымдағы жағдайды талдау

Классикалық нарықтық экономикалық жүйеде сауда қызметі тауарлар мен қызметтерді шығару мен тұтыну арасындағы делдалдық (тарату) функциясын орындайды. Сондықтан, қазіргі заманғы нарық жағдайында сауданы дамыту сұраныс пен ұсыныстың дамуына, тауарлардың ішкі өндірісінің өсуіне және халықтың сатып алу қабілетінің ұлғаюына тікелей тәуелді болады.

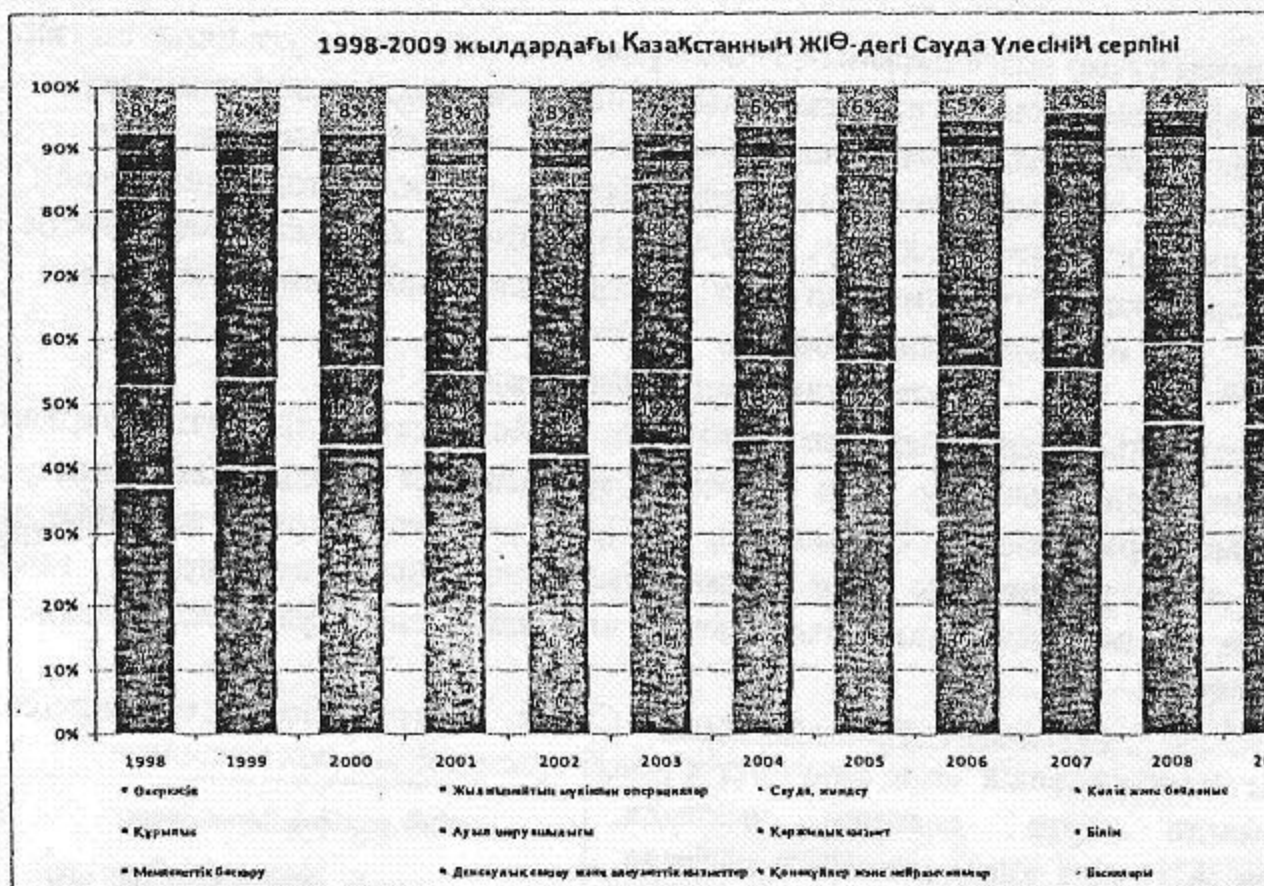
ЖІӨ-дегі сауданың үлес салмағы. Сауда секторы көптеген елдерде маңызды экономикалық және әлеуметтік рөлді орындайтын деп танылған.

Әлемде орта есеппен алғанда, сауданың ЖІӨ-дегі үлесі шамамен алғанда, 10%, ал жалпы жұмыспен қамтуда 13% құрайды (Eurostat, US Census деректері). Ресейде сауда үлесі ЖІӨ-нің - 20%, Словенияда - 13%, Нидерландта - 13%, АҚШ-та шамамен 12%, Қытайда 8% құрайды.

Қазақстанда ЖІӨ құрылымында сауда 1998 — 2009 жылдар кезеңінде 12 - 13% ЖІӨ құрай отырып, үшінші орын алды.



Дереккөзі. US Census Bureau



Халықты жұмыспен қамтудағы сауданың үлес салмағы. Саудада елдің барлық жұмыспен қамтылған халқының 14,8% жұмыс істейді. Бұл ретте, Қазақстанның саудасындағы жұмыспен қамтылған халықтың саны жыл сайын орта есеппен алғанда, 33 мың адамға өсу үрдісі бар. Мәселен, егер 2005 жылы саудада жұмыспен қамтылғандардың саны 1 038,5 адамды құраған болса, ол 2009 жылы - 1 170,6 мың адамды құрады, ол бұл сектордағы еңбек өнімділігінің артуын растамайды, өйткені ЖІӨ құрылымындағы сауданың үлесі өзгеріссіз қалды.

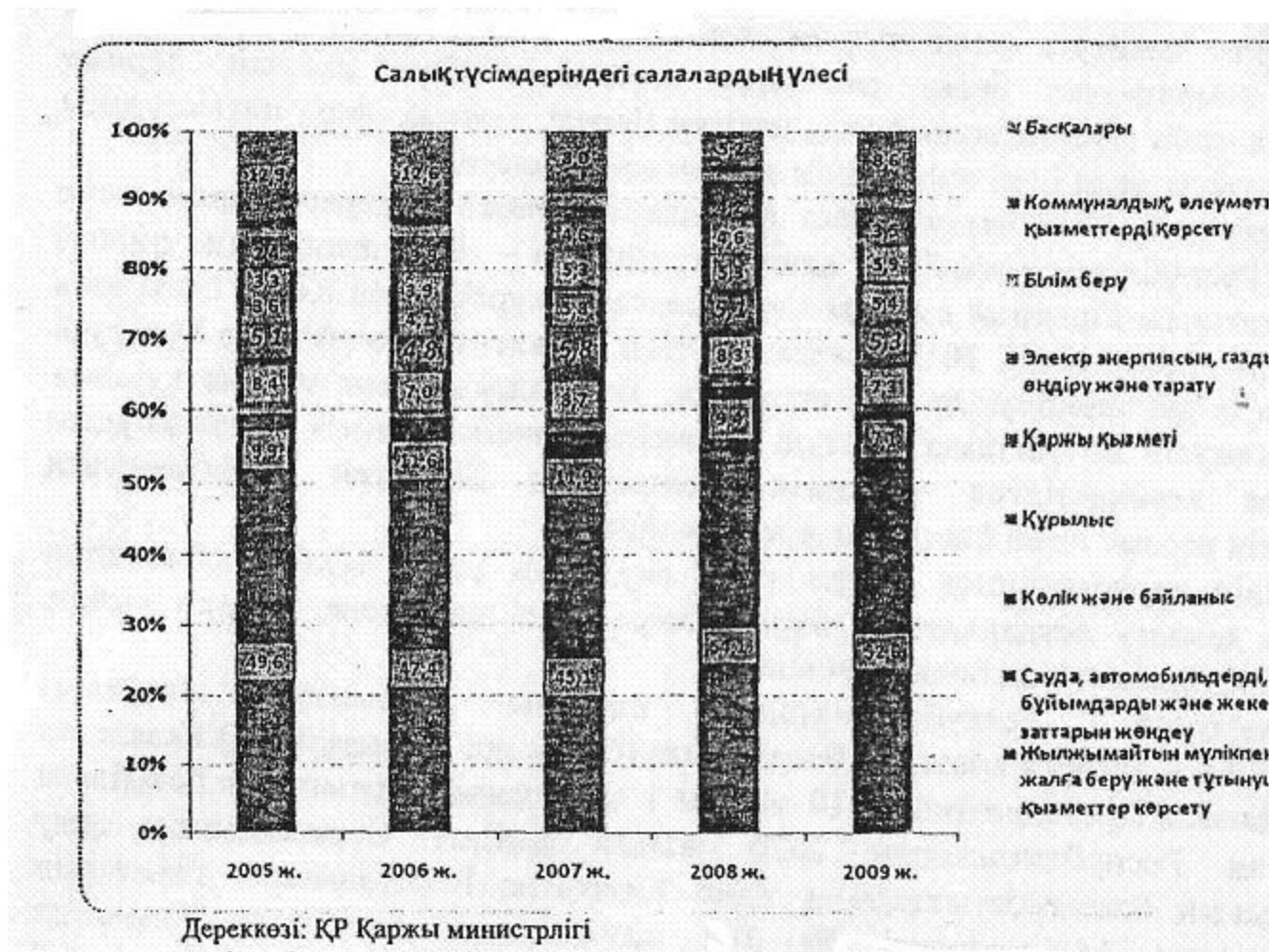
Жұмыспен қамту, мың адам



Дереккөзі: ҚР Статистика агенттігі

Саудадағы жұмыспен қамту көрсеткіші экономикада жұмыспен қамтылған жалпы халықтың 10% құрайтындығы АҚШ-та (15%), Ұлыбританияда (15%), Францияда (13%), Словакияда (19%), Нидерландта (17%), Польшада (15%) және Ресейде (17%) бар екенін атап өту қажет.

Салық түсімдеріндегі сауда. Соңғы жылдары салық түсімдерінің құрылымында үлкен бөлік тау-кен өндіруші өнеркәсіпке тиесілі, оның үлесі 2009 жылы шамамен 52,6% құрады.



Екінші және үшінші орындарда өңдеуші өнеркәсіп және жылжымайтын мүлікпен операциялар нық тұр. 2005 - 2008 жылдар кезеңінде салық төлемдері құрылымында алымдардың көлемдері бойынша 4 орын алды, бірақ 2009 жылы оның үлесі құрылыс (5,9%), көлік және байланыс (5,4%) үлесімен шамамен тең болды және 5,3% құрады.



Дереккөзі. US Census Bureau

Саудадағы жұмыспен қамтылғандардың үлесін ескере отырып (14,8%), салық түсімдеріндегі 5,3% мөлшеріндегі оның үлесі салаға сәйкес келмейді және әкімшілік ету проблемаларын, көлеңкелі сектордың болуын, салық салудың оңтайландырылған режимі арқылы іске қосылған үлкен үлесін, оның салыстырмалы төмен тиімділігін көрсететіндігін атап өту қажет.

І ш к і с а у д а .

Әлемдік бөлшек сауданың жалпы айналымы шамамен 14,5 трлн. АҚШ долларына тең, одан шамамен 30% Батыс Еуропа елдерінің үлесіне, тағы 25% АҚШ-тың, 2% - Ресейдің үлесіне келеді. ҚР Статистика агенттігінің деректеріне сәйкес 2009 жыл үшін Қазақстанның бөлшек тауар айналымы 17,3¹ млрд. долл. немесе шамамен 2,5 трлн. теңгені құрайды, ол әлемдік бөлшек саудатауар айналымының 0,12%-ын құрайды.

2005 - 2008 жылдар аралығындағы кезеңде бөлшек сауда секторының жалпы әлемдік айналымы орташа қарқынмен 8,3%-ға өсті. 2009 жылы экономикалық дағдарыс салдарынан бөлшек сауда айналымы 6,4%-ға төмендеуі байқалды. Алайда, 2010 жылдың бірінші жартыжылдығының нәтижелері бойынша тауар айналымы қалпына келе бастады.

Іске асырылмаған елеулі әлеуеті бар елдер - Қытай, Үндістан, Бразилия, Ресей әлемдік тауар айналымының дамуына елеулі оң үлес қосады. Бұл елдердің көпшілігінде ішкі сауданы дамыту жөніндегі кешенді мемлекеттік бағдарламалар жұмыс істейді.

Бөлшек сауданы дамыту бірқатар факторлармен айқындалады, олардың ішінде мыналар елеулі болып табылады:

халықтың әл-ауқатының деңгейі (Қазақстанда теңгедегі орташа жалақы деңгейі 2009 жылы 2005 жылмен салыстырғанда 31%-ға өсті (нақты көріністе);

халықтың саны 2009 жылы 5,4% өскен (кезең соңына халық санының көрсеткіші бойынша есеп);

халықтың тығыздығы - 2005 жылы Алматы қ., Оңтүстік Қазақстан облысы, Қарағанды облысы, Шығыс Қазақстан облысы ел өңірлерінің неғұрлым жиі қоныстаған өңірлері болды және 2009 жылы да көшбасшылықты сақтады (орташа жылдық халық саны бойынша есеп);

қаржы ресурстарына қолжетімділік (Ұлттық банктің деректері бойынша 2005 жылы заңды тұлғалар үшін 1 жылдан 5 жылға дейінгі мерзіммен теңгедегі кредиттер бойынша орташа банктік ставка 13,9%, ал 2009 жылы - 14,6% құрады);

базалық инфрақұрылымның және инфрақұрылымдық қызметтердің дамуы (2005 - 2009 жылдар кезеңінде ҚР бөлшек тауар айналымының көлемі 27,7%-ға ұлғайды, осы кезеңдегі ҚР сауда кәсіпорындары алаңдарының көлемі 66%-ға ұлғайды).

Қазақстандағы бөлшек сауда.

Қазақстан Республикасының заңнамасына сәйкес тұтынушылардың жеке пайдалануы үшін оларға тауарларды сату жөніндегі кәсіпкерлік қызмет бөлшек саудаға жатады. Бөлшек сауда дүкендер, сауда үйлері, базарлар мен автоматтар, дүңгіршектер, автодүкендер, шатырлар, шығарылатын сөрелер арқылы жүзеге асырылады. Бөлшек сауда дүкендері алаңдары, ассортименті, қызмет көрсету сапасы, техникалық жарақтандырылуы бойынша ерекшеленеді. Жіктеу кезінде оларды сауда алаңдарының көлемдері бойынша бөлу қабылданған, өйткені, «А», «В», «С» санаттарына бөлу бөлшек сауда дүкендерін жіктеудің маркетингте ең жиі таралған түрі болып табылады.

«А» санатының дүкендері - бұл сауда алаңы 100 шаршы метр² астам дүкендер (бұдан әрі - шаршы м). Мұндай дүкендер көп ассортиментімен, клиенттердің ағынын жоғары өткізу қабілетімен, қолма қол ақшасыз есеп айырысудың техникалық мүмкіндіктерімен, жоғары сервис деңгейімен, жеткізу мен сақтауға арналған төмен үлестік шығындармен, неғұрлым жоғары еңбек өнімділігімен ерекшеленеді. Дәл жоғарыда аталған артықшылықтар себебі бойынша сауда желілері осы пішімдердегі дүкендерде жұмыс істегенді қалайды. Іскерлік әдебиетте және бұқаралық ақпарат құралдарында «Қазіргі заманғы пішімдер» терминін пайдалану кезінде негізінен «А» санатының дүкендерін білдіреді.

¹ ҚР Ұлттық банкінің деректері бойынша 2009 жыл үшін АҚШ долларына орташа өлшемді теңге бағамы.

² Кейде дүкендердің бұл санаты үшін сауда алаңының мөлшері 250 шаршы метрдегі жоғары планка белгіленеді

«В» санатының дүкендері - бұл сауда алаңы 50-ден 100 шаршы м. дейінгі дүкендер. Сауда желілері сауда нүктелерінің бұл санатына онша барғысы келмейді, өйткені, мұндай нүктелер жеткізу мен сақтауға неғұрлым жоғары операциялық шығындарға және әкімшілік сипатындағы шығыстарға ұшырайды.

«С» санатының дүкендері - бұл сауда алаңы 50 шаршы м. аспайтын дүкендер. Бұл санат Қазақстанда неғұрлым көп таралған. Мұндай дүкендер басқаруға және есепке алуға өз талаптарында өте таңдамаушылығымен ерекшеленеді. Мұндай дүкендердің тауар айналымының жеке бөлігі көбінесе тіркелмейді, азық-түліктерді қалыпты сақтау үшін жағдай болмауы мүмкін. Бұл дүкендерде азық-түліктерді жеткізуге және сақтауға жоғары шығындар, жоғары сатып алу бағалары, шектелген ассортимент, сапасыз сервис бар. Осы санат дүкендерінен сауда желісін ұйымдастыру қиын, өйткені, клиенттердің және тауарлардың өткізу қабілеті өте шектеулі, ал үлестік операциялық және әкімшілік шығыстары неғұрлым ірі дүкендерге қарағанда елеулі жоғары. Мұның бәрі, тұтастай алғанда, осы санат дүкендеріндегі баға деңгейіне әсер етеді, олар, әрине, неғұрлым ірі пішімдегі дүкендерге қарағанда жоғары. Бөлшек тауар айналымының көлемі. Арналар бойынша айналымдар



Дереккөзі: ҚР Статистика агенттігі

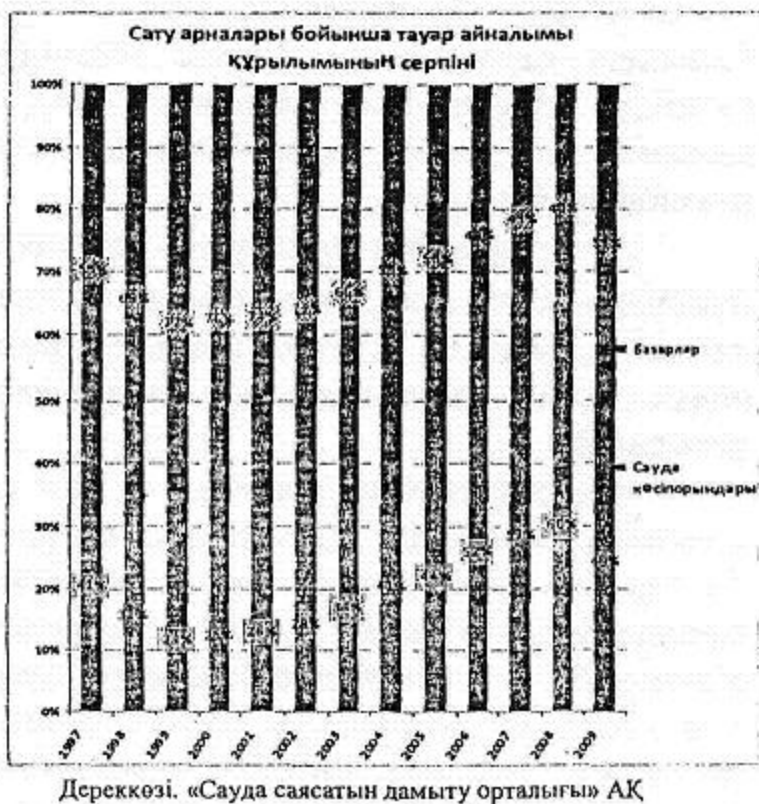
Бөлшек тауар айналымы. 2009 жылы бөлшек тауар айналымының жалпы көлемі 2 551,4 млрд. теңгені құрады, ол 2008 жылға қарағанда 2,7%-ға аз.

Бөлшек тауар айналымының жалпы көлемін қалыптастыруда 51,1% базарлардағы саудаға және жеке кәсіпкерлерге тиесілі.

1997 - 2009 жылдар кезеңінде бөлшек тауар айналымының көлемі 342 млрд. теңгеден 2 551 млрд. теңгеге дейін (ағымдағы бағаларда) яғни 6,4 есе ұлғайды.

Көрсетілген кезеңде бөлшек тауар айналымының тұрақты өсуі байқалады.

Бөлшек тауар айналымының көлемі дағдарысты құбылыстарға байланысты 2,7%-ке төмендегенде, ерекшелік 2009 жыл болды. Базарлар/Сауда кәсіпорындары. Бөлшек тауар айналымы құрылымының даму сипаты қызғылықты.



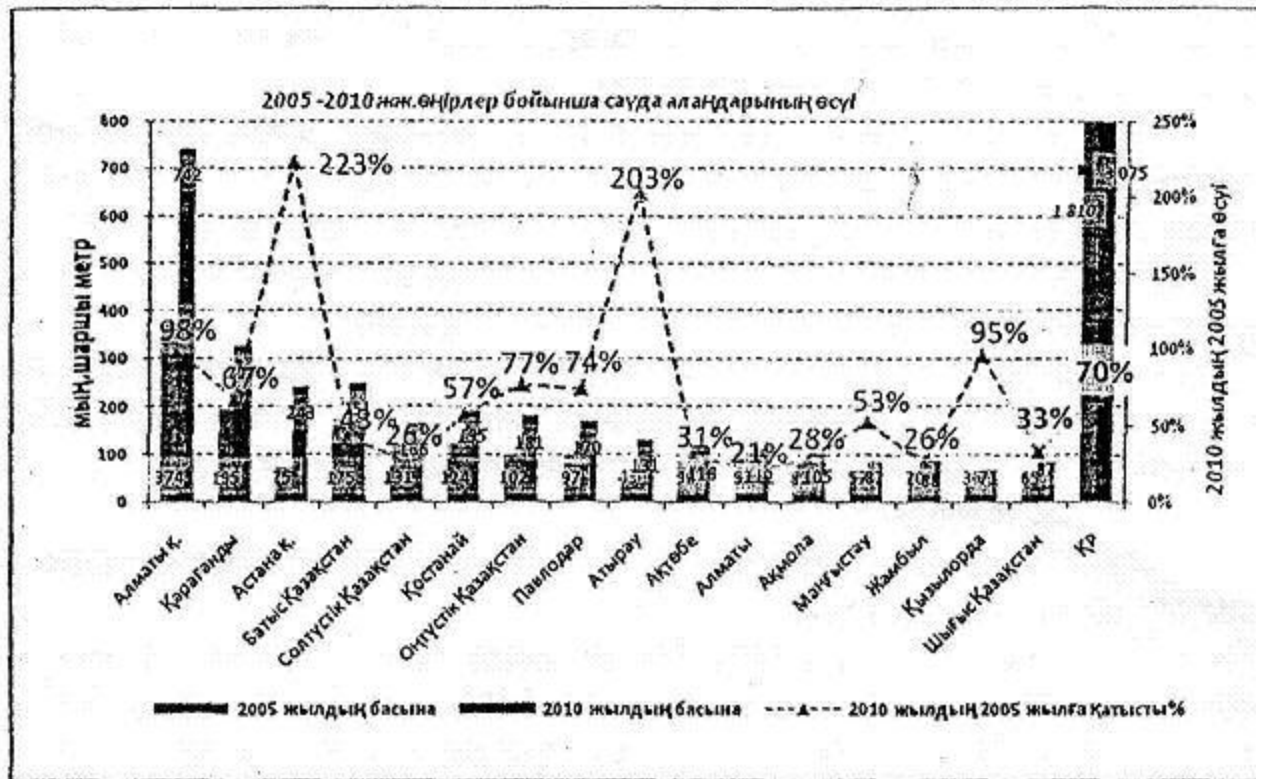
Мәселен, егер, 1997 - 1999 жылдар кезеңінде «Базарлар» арнасы арқылы бөлшек тауар айналымы үлесінің сенімді ұлғаюы байқалатын болса, онда 2000 - 2008 жылдар аралығында оның сенімді төмендеуі және «Сауда кәсіпорындары (дүкендері)» үлесінің өсуі байқалады. «Базарлар» арқылы сату үлесінің төмендеуі елдегі экономикалық жағдайдың жақсаруымен және халықтың тұрмыс деңгейінің жақсаруымен байланысты.

Егер 1999 жылы Қазақстан Республикасы Статистика агенттігінің деректеріне сәйкес базарлардағы және жеке кәсіпкерлермен сауда үлесі 77% құрайтын болса, онда енді 2008 жылы ол 40% дейін төмендеді және бір мезгілде «Сауда кәсіпорындарының» үлесі 23%-дан 60% дейін немесе 2,6 есе астамға өсті. Алайда, 2009 жылы экономикалық жағдайдың нашарлауымен байланысты «Сауда кәсіпорындары» арқылы тауар айналымы республиканың барлық бөлшек тауар айналымының 49%-на дейін күрт төмендегенін қайта көрсетті.

Қазақстан бойынша сауда алаңдарының құрылымы.

Қазақстан Республикасының Статистика агенттігінің деректеріне сәйкес 1 қаңтарға 2005 - 2009 жылдар кезеңінде сауда алаңдарының көлемі 1 811 мың

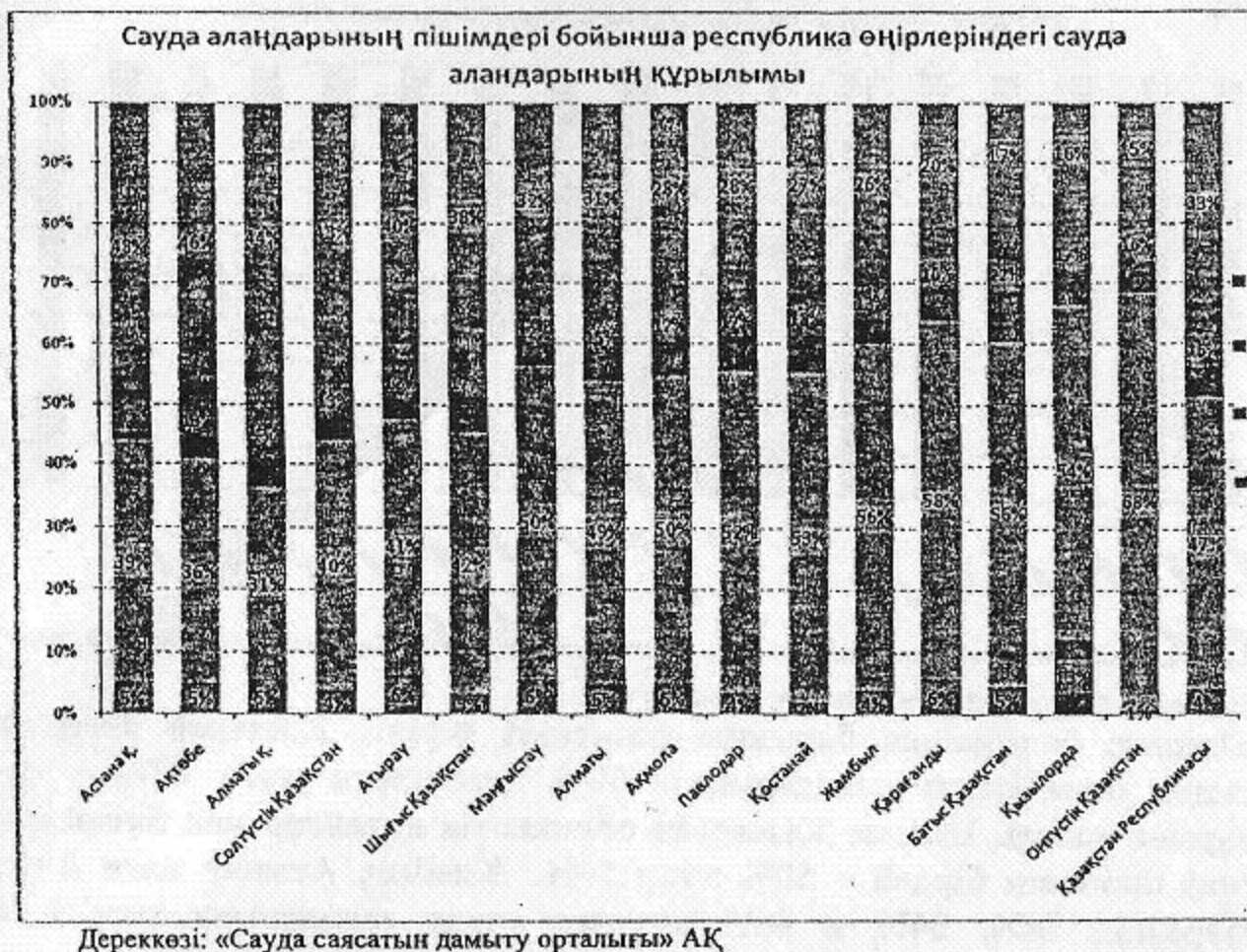
шаршы. м-ден 3 075 мың шаршы м-ге дейін немесе 53% ұлғайды. Бұл ішінара бөлшек сауданың инвестициялық тартымдылығы коммерциялық жылжымайтын мүлікке арналған бағаның өсуінің күшеюімен және бағаның одан әрі ұлғаюын күтумен жылжымайтын мүлік нарығындағы серпіліспен байланысты болды. Бұл кезеңде банктер сауда кәсіпорындарына да және халыққа да жаппай кредиттер берді (тұтынушылық кредиттер).



Өңірлік бөліністе бұл кезеңде сауда алаңдарының неғұрлым өсімі Астанада байқалды - 223%, ол, атап айтқанда, бас қаланың сол жағалауының дамуымен байланысты болды. Сауда алаңдарының өсу қарқыны бойынша екінші орында «мұнайлы» Атырау облысы болды - 203%. Сауда алаңдары елеулі өсті, Алматыда - 98%, Қызылорда, Оңтүстік Қазақстан және Павлодар облыстарында - тиісінше 95%, 77% және 74%.

Сауда алаңдарының көлемінің ең аз өсуі Солтүстік Қазақстан (26%), Жамбыл (26%), Алматы (21%) облыстарында байқалды.

Ел бойынша сауда алаңдарының құрылымы. Республика бойынша сауда алаңдарының құрылымында неғұрлым үлес салмақ барлық сауда алаңдарының 47% - «С» санаты пішіміндегі дүкендерге тиесілі, екінші орында - «А» санатындағы пішімге (33%) тиесілі. «В» санатындағы дүкендерге сауда алаңдарының 16%, ал «Дүңгіршектер» пішіміне - бар болғаны 4% келеді.



«А» санатындағы дүкендердің неғұрлым көп үлесі Астанада байқалады - 48% , «В» санаты әсіресе, Батыс Қазақстан облысында - 22% және Алматыда - 19% ұ с ы н ы л ғ а н .

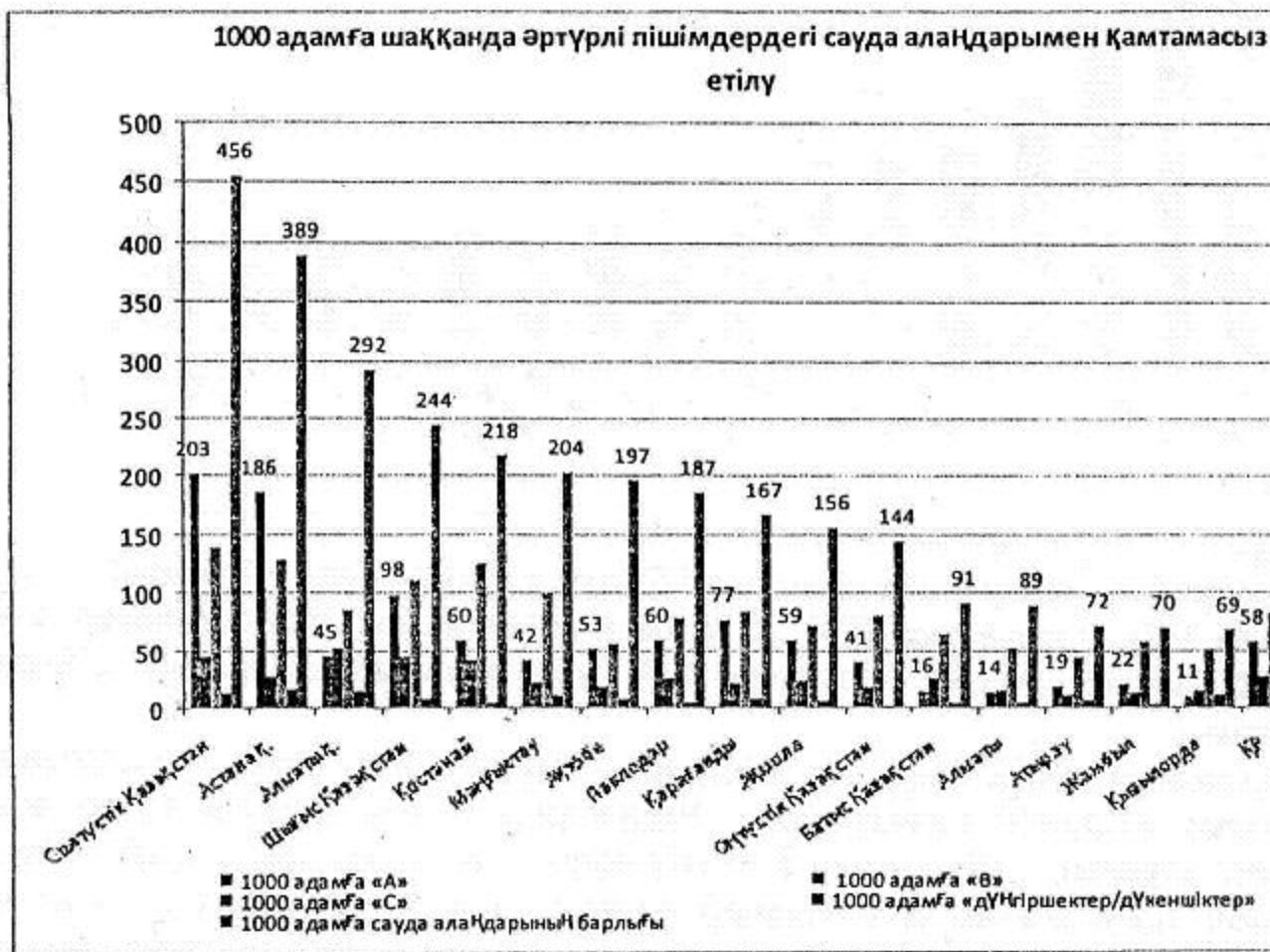
«С» санатының дүкендері бойынша Оңтүстік Қазақстан облысы көшбасшы болып табылады - 68%. Бөлшек сауда нүктесі сияқты дүңгіршектер ең алдымен Қызылорда облысында кең таралған - 13%.

Осы өңірлік шолудан көрінетіндей «А» және «В» санаттарындағы сауда пішімдерінің әртүрлі өңірлерде қамтамасыз етілуінің елеулі саралану проблемасы бар. Мәселен, батыс өңірі олармен неғұрлым қамтамасыз етілген болып табылады, онда басқа облыстармен және тіптен, астанамен салыстырғанда әлеуетті жоғары төлем қабілеті сұранысы бар. Бөлшек сауда сегментінде ұсыныс пен сұраныстың сәйкес еместігі көрініп тұр.

Сауда алаңдарымен қамтамасыз етілу. Қазақстан Республикасы Статистика агенттігінің деректеріне негізінде жүзеге асырылған «Сауда саясатын дамыту орталығы» Акционерлік Қоғам есептеріне сәйкес 2009 жылдың басында республиканың 1000 тұрғынына яғни, дүңгіршектерді/дүкеншіктерді қоса алғанда, бірақ сауда базарларын есепке алмағанда сауда кәсіпорындарының

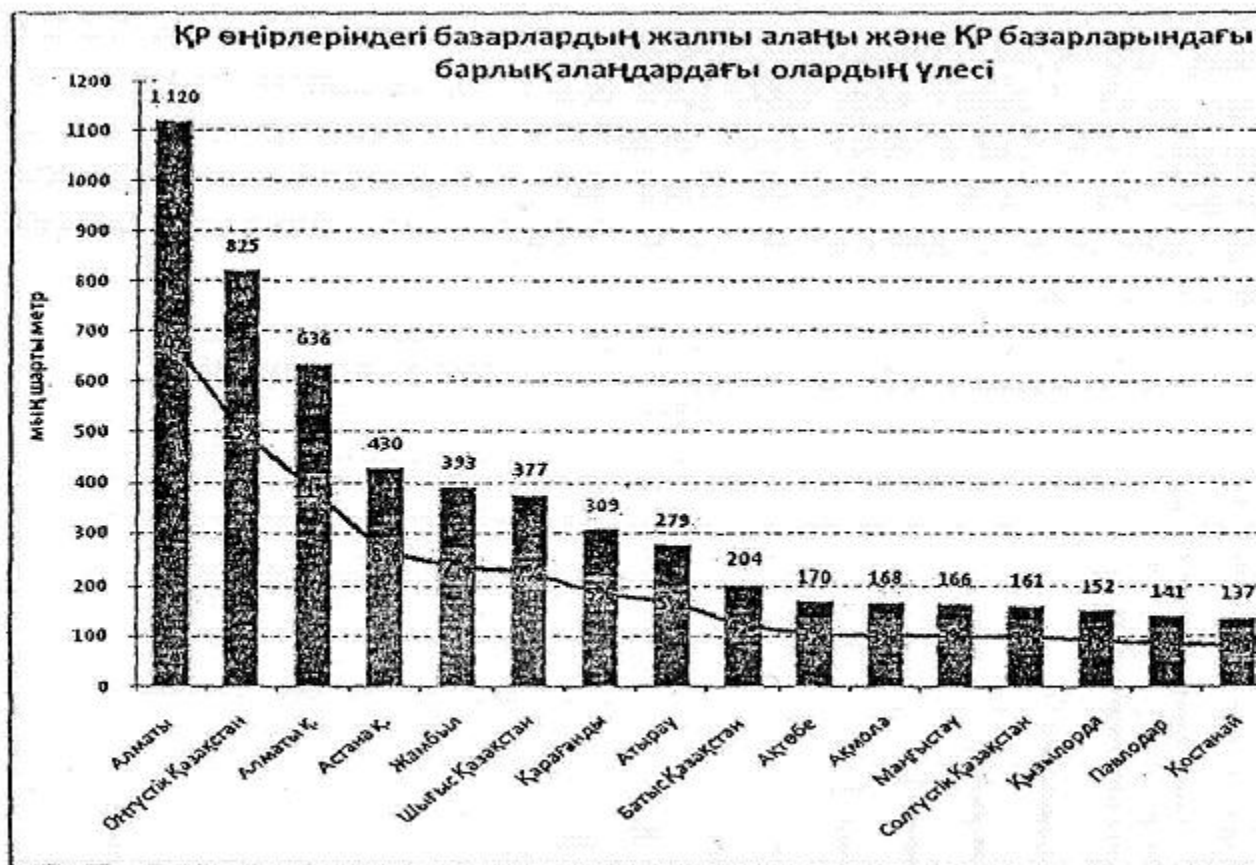
барлық түрлерінің 176 шаршы м. келеді. Бұл ретте, 176 шаршы м, тек 58 шаршы м. немесе 33% «А» санатындағы дүкендерге келеді, ал «С» санатындағы пішімге 83 шаршы м. немесе 47% келеді.

Барлық өңірлердің ішінен сауда алаңдарымен Алматы қ. (456 ш.м.), одан кейін Астана қ. (389 ш.м.) және СҚО (292 ш.м.) жақсы қамтамасыз етілген. Сауда алаңдарымен қамтамасыз етілу бойынша ең нашар жағдай Алматы (70 ш.м.) және Оңтүстік Қазақстан (69 ш.м.) облыстарында байқалады, бұл осы өңірлердегі сауданың дүкендермен емес басым түрде базарлар арқылы дамығанын көрсетеді.



Базарлардың сауда алаңдары. Қазақстан Республикасы Статистика агенттігінің деректеріне сәйкес 2008 жылы «Базарлардың» ең көп алаңдары Алматы облысында орналасқан -1 120 мың шаршы м. немесе республикадағы барлық базарлардың 20%. Оңтүстік Қазақстан облысында 825 мың шаршы м. немесе базарлардың жалпы алаңының 15% орналасады. Алматы базарлардың алаңы бойынша үшінші

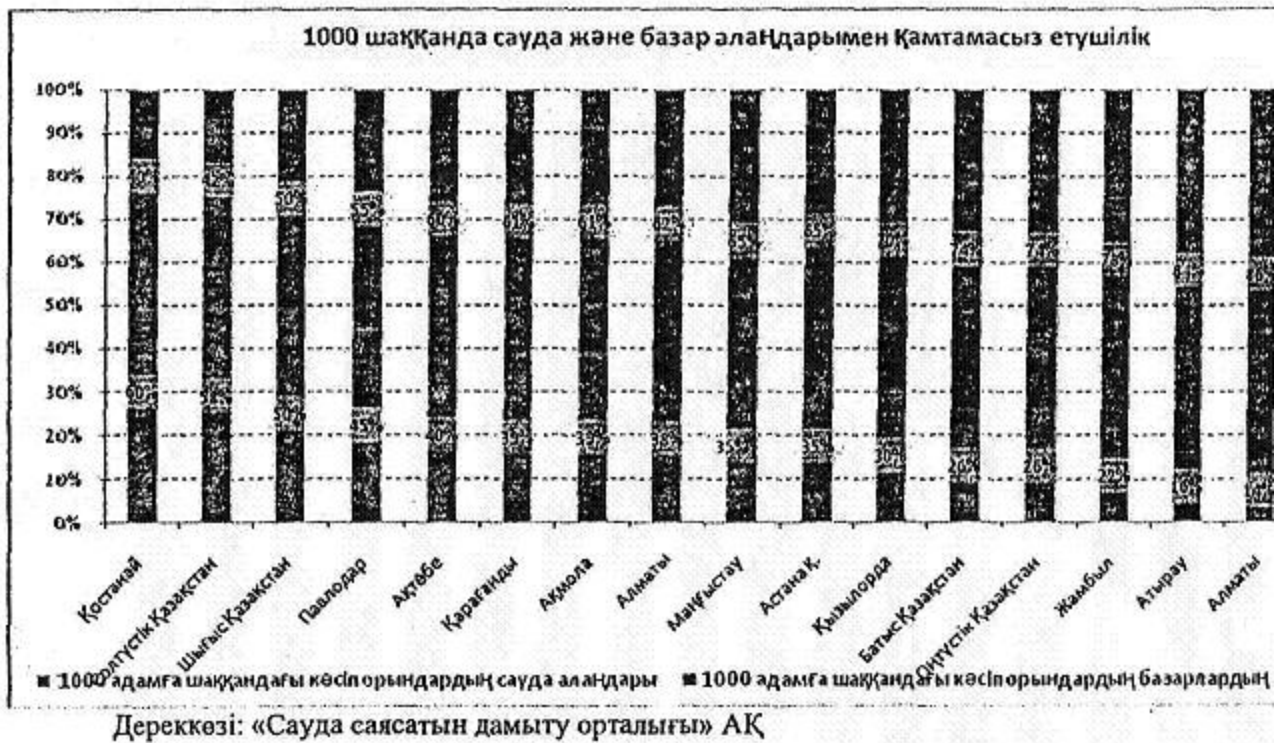
орында тұр - 635 мың шаршы м (11%). Шамамен тең алаңдар Астанаға (430 мың шаршы м немесе 8%), Жамбыл (397 мың шаршы м немесе 7%) және Шығыс Қазақстан облыстарына (377 мың шаршы м немесе 7%) тиесілі.



Дереккөзі: ҚР Статистика агенттігі

Базарлар алаңдарының ең аз үлесі Солтүстік Қазақстан (161 мың шаршы м. немесе 3%), Қызылорда (152 мың шаршы м. немесе 3%), Павлодар және Қостанай облыстарында (шамамен 140 мың шаршы м. немесе 2%-дан) байқалады.

Қазақстан және өңірлер халқының сауда және базар алаңдарымен қамтамасыз етілуінің арақатынасы. Республика халқы дүкендерге жататын алаңдарға қарағанда (Қазақстан Республикасы Статистика агенттігінің «Сауда кәсіпорындары» жіктемесі бойынша) базарларға жататын алаңдармен елеулі дәрежеде қамтамасыз етілген (Қазақстан Республикасы Статистика агенттігінің «Базарлар/ЖК» жіктемесі бойынша). Орташа алғанда, «Сауда саясатын дамыту орталығы» Акционерлік Қоғам есебіне сәйкес республика бойынша 1000 адамға олардың алаңдары 67% (352 шаршы м.) және 33% (176 шаршы м.) ретінде сәйкес келеді.



Өңірлер бөлінісінде барынша позитивті көрініс Қостанай облысында байқалады, онда сауда алаңдарының 60% дүкендерге және 40% - сауда базарларына келеді. Шығыс Қазақстан облысында дүкендер мен базарлардың алаңдары шамамен бірдей - 50% және 50%. Жамбыл, Атырау және Алматы облыстарында 78%, 84% және 86% алаңдар сауда алаңдарына тиесілі. Бұл арақатынас тұтынушылардың батыс және оңтүстік өңірлерде бөлшек саудадағы дүкендерге, ал кейбір өңірлерде - баға өлшемдерінің салдарынан базарларға басымдық берумен байланысты туындаған. Тауар айналымының тиімділігі.

«Сауда саясатын дамыту орталығы» АҚ есептеріне сәйкес бөлшек сауда алаңдарының 1 шаршы метріне республика бойынша орташа алғанда жылына 800 мың теңгеден келді.



Дереккөзі: «Сауда саясатын дамыту орталығы» АҚ

Сауда алаңдарының барынша тиімді жүктемесі Алматы қ. және Ақтөбе облысында байқалды, онда 1 шаршы м. сауда алаңдарында бір жылда 1 млн. 200 мың теңгенің сомасына өнім өткізілген, бұл республика бойынша орташа алғандағыдан шамамен екі есе жоғары. Сауда алаңдарының ең аз тиімділігі 2009 жыл үшін 1 шаршы м. Қостанай облысында - 392 мың теңге және Солтүстік Қазақстан облысында - 315 мың теңге байқалды.

Ш о ғ ы р л а н у д е ң г е й і

Базарларды шоғырландыру бөлшек сауданы дамытудың маңызды көрсеткіші болып табылады, базарларды шоғырландыру деп бір емес, бірнеше бөлшек сауда нүктелері бар, яғни, дүкендер немесе сауда желісі бар сауда кәсіпорындары жүзеге асыратын тауар айналымы/сату түсініледі.



Дереккөзі: «Сауда саясатын дамыту орталығы» АҚ

Қазақстанда азық-түлік тауарлары базарларының шоғырлануы 5% аспайды. Ресейде Бөлшек сауда компаниялары қауымдастығының бағалауы бойынша жергілікті бөлшек базардың шоғырлануы барлық тауар айналымының 11%-на жетеді. Осындай елеулі айырмашылықтың негізгі себептерінің бірі Қазақстанда Ресейге қарағанда «А» санатындағы сауда пішімдерімен қамтамасыз етушілік елеулі төмен болып табылады, ал сауда желілері, мысалы, азық-түлік тауарларын сату жөніндегі сауда желілері негізінен «А» пішімінде жұмыс істейді. Сондай-ақ бөлшек тауар айналымының шоғырлануына үлкен деңгейдегі кедергі базарлар арқылы өнімдерді сатып алудан тұратын тұлынушылардың тәртіп моделі болып табылады.

Қазақстандағы шоғырландырылған базарлардың болмау себептерінің ішінде Қазақстандағы халық санының және тығыздығының төмендігін атап өтеміз, ол Ресейде байқалатын бизнес үшін ауқымды емес. Бұл батыс және Ресей сауда желілері әзірге қазақстандық нарыққа шығу мүмкіндігінің өте мұқият қарастыратынының басты себебі болып табылады.

Осылайша, үлесіне тауар айналымының 51% және сауда аландарының 67% келетін базарлардың басымдығы Қазақстанның сауда секторында сауданы өркениетті дамытуға жәрдемдеспейді.

Базарларда тұтынушылардың құқықтарын қорғаудың тиісті деңгейі жоқ, санитарлық-эпидемиологиялық талаптарды сақтауды және салықтардың жиналуын қамтамасыз ету қиын. Бұдан басқа, тиісінше базарларда тауар ағынының көлемдерін, құрылымын, серпінін талдау мүмкін емес.

Саудасы дамыған елдерде базарлар бөлшек сауданың ескі нысанына жатады және іс жүзінде пайдаланылмайды немесе мамандандырылған бағыттар бойынша (мысалы, халық қол өнері бойынша) жұмыс істейді.

Бұрын атап өткеніміздей, республикадағы «уақыты өткен пішімдер» деп

аталатын, яғни, «В», «С» және «Дүңгіршектер» санатындағы дүкендердің басымдығы көрініс береді, оларға дүкендердің барлық алаңдарының 67% тиесілі. Бұл санаттар алаңдардың шектелген көлемдерімен, төмен өткізу қабілетімен, жоғары үлестік шығындармен сипатталады, яғни, сауда қызметін шоғырландыру үшін негіз бола алмайды.

Дүкендердің, сондай-ақ, базарлардың әртүрлі санаттарының артықшылықтары мен кемшіліктері кестеде егжей-тегжейлі келтірілген.

Бөлшек сауда арналарының және пішімдерінің артықшылықтары мен кемшіліктері

БӨЛШЕК САУДА АРНАЛАРЫ МЕН ПІШІМДЕРІ ТИІМДІЛІГІНІҢ ӨЛШЕМДЕРІ	Базарлар/ЖК	"В"/"С"/"Дүңгіршектер" санатының дүкендері	"А" санатының жеке дүкені	Сауда желісі
МЕМЛЕКЕТТІК МҮДДЕЛЕР				
Тұтынушылардың құқықтарын қорғау	Іс жүзінде жоқ дерлік	Төмен	Орташа	Жоғары
Мониторинг және статистика мүмкіндігі	Іс жүзінде жоқ дерлік	Төмен	Орташа	Жоғары
Отандық өндірушіні қорғау және жылжыту	Іс жүзінде жоқ дерлік	Іс жүзінде жоқ дерлік	Төмен	Жоғары
Салықтардың жиналуы	Төмен	Төмен	Төмен	Жоғары
Санитарлық нормалар мен талаптарды сақтау	Төмен	Төмен	Орташа	Жоғары
ІШКІ ҮДЕРІСТЕР				
Жеткізушіден жеңілдіктер мен тауар кредиттерін алу мүмкіндігі	Іс жүзінде жоқ дерлік	Іс жүзінде жоқ дерлік	Төмен	Жоғары
Қазіргі заманғы жоспарлау жүйелерін пайдалану	Іс жүзінде жоқ дерлік	Іс жүзінде жоқ дерлік	Төмен	Жоғары
Басқарушы кадрлық ресурстардың сапасы	Төмен	Төмен	Орташа	Жоғары
Менеджмент пен штатқа арналған үлестік шығындар	Жоғары	Жоғары	Орташа	Төмен
Үшінші тұлғалар қызметінің құны (көлік компаниялары, консультациялар және т.б.)	Жоғары	Жоғары	Орташа	Төмен
Логистикалық инфрақұрылымды пайдалану тиімділігі (көлік, қойма, тоңызатқыштар, жүкшілер және т.б.)	Төмен	Төмен	Орташа	Жоғары
Логистикаға арналған үлестік шығындар	Жоғары	Жоғары	Орташа	Төмен
Өндірушілермен тікелей жұмыс істеу мүмкіндігі	Төмен	Төмен	Орташа	Жоғары

САТЫП АЛУШЫЛАРМЕН ЖҰМЫС

Ұсынылатын бағалар	Орташа	Жоғары	Орташа	Төмен
Ассортименттің ауқымдылығы	Төмен	Төмен	Жоғары	Жоғары
Жарнама компанияларының тиімділігі	Жоқ	Жоқ	Төмен	Жоғары
Адалдықтың тиімді дисконттық және өзге де бағдарламалары	Жоқ	Жоқ	Төмен	Жоғары

Кестеде келтірілген факторлар баға үстемелерінің төмен деңгейімен сауда қызметін жүргізудің мүмкіндігін қамтамасыз етеді. Мысалы, Батыс Еуропаның, METRO, REAL, Auchan, Carrefour сияқты және басқа да сауда желілері 3 - 4%-да «Өндіруші - Сауда Желісі» тізбегіндегі орташа баға үстемесі кезінде жұмыс істейді, ол операциялық тиімділігіне және олардың қызметінің ауқымының тиімділігіне негізделген.

Ұсақ дүкендер, базарлар және тіптен, «А» санатының жекелеген дүкендері бөлшек желілермен салыстырғанда бәсекелестік қабілеті жоқ екені мәлім және елде әлсіз инфрақұрылымдық дамуға және бөлшек саудадағы инвестициялардың жеткіліксіз деңгейіне, сәйкесінше, сауда үстемелерінің үлкен деңгейіне байланысты ғана жұмыс істеуін жалғастырады.

Осылайша, әртүрлі пішімдердегі өңірлік бөліністе бөлшек сауда алаңдарына шолу жасау және олардың тиімділігіне салыстырмалы талдау жүргізу қазіргі заманғы сауда пішімдері мен сауда желілерінің дамуының артықшылықтарын көрсетеді. Дамыған елдер осы жолмен жүріп өтті және Қазақстан да осы жолмен жүретіні айқын.

К ө т е р м е с а у д а .

Көтерме сауда - бұл жеке, отбасылық, үй және өзге де осындай пайдаланумен байланысты емес кейіннен сатуға немесе өзге де мақсаттарға арнаған тауарларды өткізу жөніндегі кәсіпкерлік қызмет.

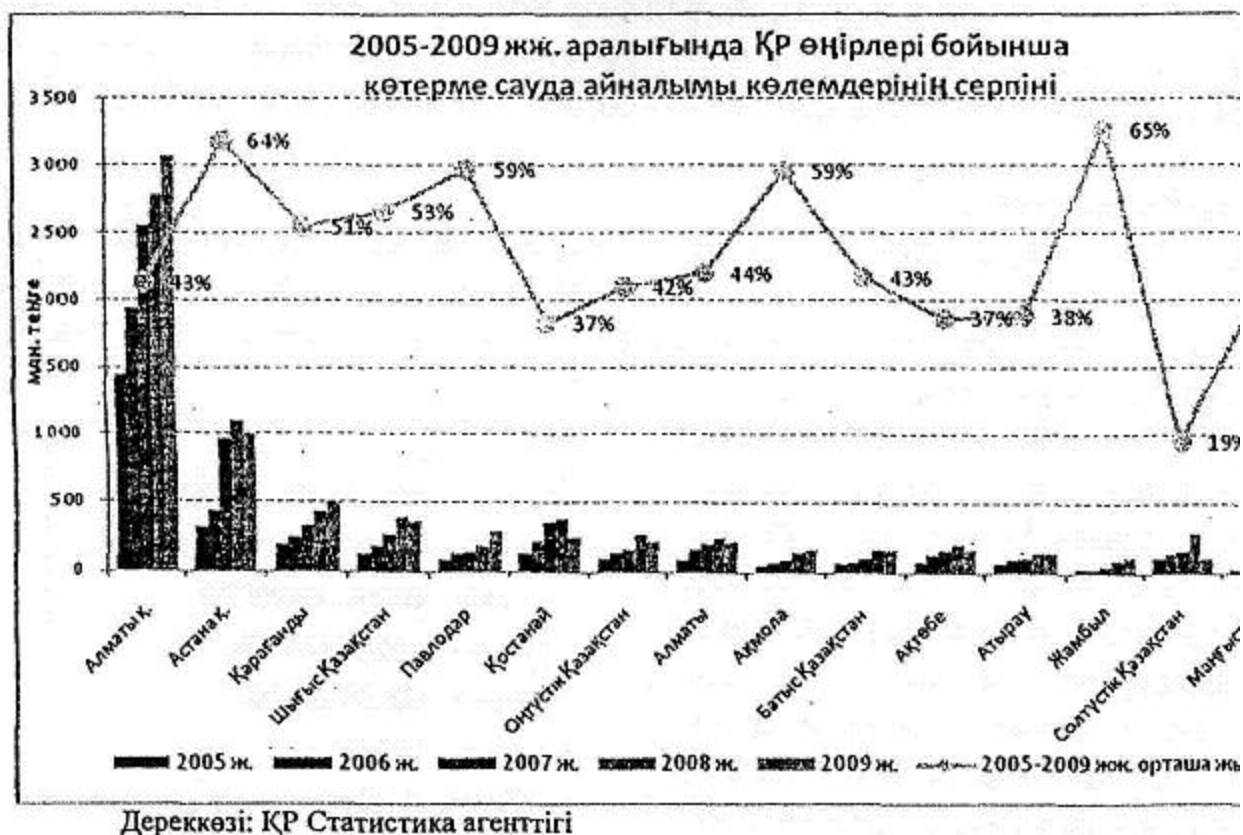
Көтерме сауда бөлшек сауданы жүзеге асыру орнын алыс, оқшауланған жерлердің болуы кезінде мамандандырылған немесе аралас дүкендерде, сауда үйлерінде және базарларда жүзеге асырылады.

Қазақстан Республикасы Статистика агенттігінің деректеріне сәйкес 2009 жылы 2005 жылмен салыстырғанда көтерме тауар айналымы (ағымдағы бағада) 127,5%-ға ұлғайып, 6 872,3 млрд. теңгені құраған. 2009 жылы көтерме тауар айналымында азық-түлік тауарларының үлесі 16,9%, азық-түлік емес тауарларының үлесі - 83,1 % құрады.

Соңғы бес жылда елдің көтерме тауар айналымындағы елеулі үлесті Алматы алады - 3 075,3 млрд. теңге немесе көтерме сауданың жалпы көлемінен 45%. Екінші көрсеткіш Астана қ. бойынша 1 002,5 млрд. теңге (немесе 15%) мөлшерінде, үшінші орында - Қарағанды облысы (495,1 млрд. теңге немесе 7%).

Соңғы бес жыл үшін көтерме сауда көлемдерінің жыл сайынғы өсуінің

неғұрлым көп пайызы Астанада (64%), ең төмені - Солтүстік Қазақстан облысында (19%) байқалды.



2008 жылы республиканың көтерме сауда құрылымында ең көп үлесті мұнай өңдеу өнімдері - дизель отыны мен автомобиль бензині, сондай-ақ, қара металдар мен астық, яғни, халық тұтыну емес тауарлары мен азық-түліктік емес тауарлар алды.

Алматы бойынша базар үлесінің және көтерме сауданың өсуінің жоғары көрсеткіштері бұл қаланың айрықша рөлімен түсіндіріледі. Алматы аса ірі автопаркі бар қала (ЖЖМ елеулі тұтыну және автомобилдерді көп сату), сондай-ақ тамақ өнімдерін елеулі бөлігін орналастыру орны (сыра, шарап, ас суын, шырындарды және сүт және кондитер өнімдерін өндіру) болып табылады.

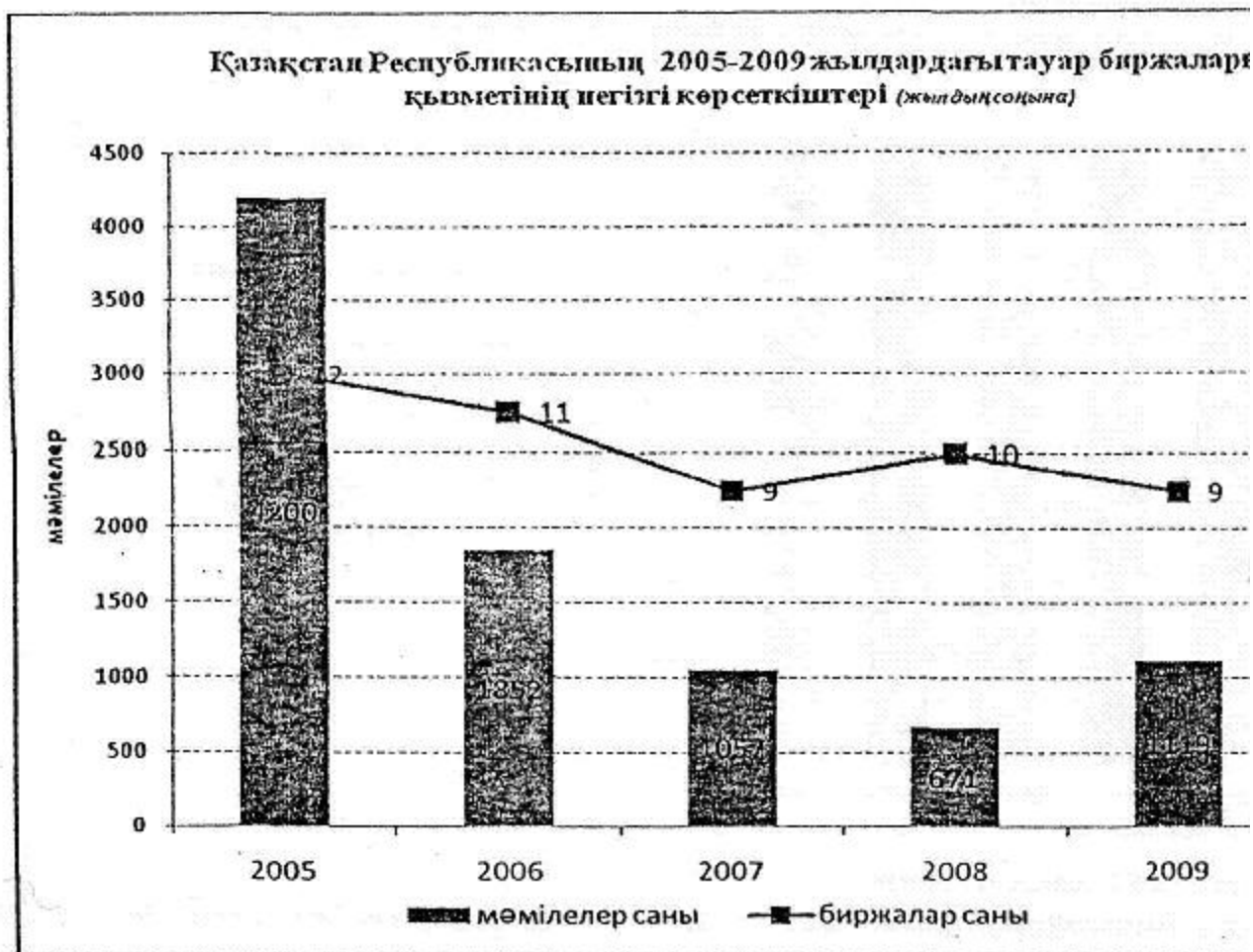
Көлемдерді тең бөлінбеуі себептерінің бірі өзара байланыстардың бұзылуы және көтерме сауда кәсіпорындарында меншікті айналым қаражатының жеткілікті көлемінің болмауы болып табылады, бұл көбінесе ірі өткізу базарларының маңында, яғни өнімді тұтынудың неғұрлым көп деңгейі бар өңірлерде тауарлардың үлкен көлемінің шоғырлануына алып келеді.

Осылайша, Қазақстандағы көтерме сауда бүгінгі күні ең алдымен, ЖЖМ, астық, қара металдар, құрылыс материалдары сияқты тұтынушылық емес тауарлардағы қажеттілікті қамтамасыз ете отырып, сауданың жеке буыны болып табылады. Көтерме сауда бөлшек саудамен байланыстырушы буын рөлін

атқармайды, тауар ағындарын реттегіш функциясын орындамайды, бұл ондағы айналыстағы тауарлардың құрылымынан көрінеді, мұнда бөлшек саудада өткізілетін тауарлардың түрлері айтарлықтай емес.

Б и р ж а л ы қ с а у д а

Биржалық сауда - бұл сауда-саттықтарды, оның ішінде, электрондық сауда-саттықтарды, мәмілелерді тіркеуді және ресімдеуді жүргізу жолымен тауар биржасында жүзеге асырылатын биржалық тауарларды өткізу жөніндегі кәсіпкерлік қызмет.

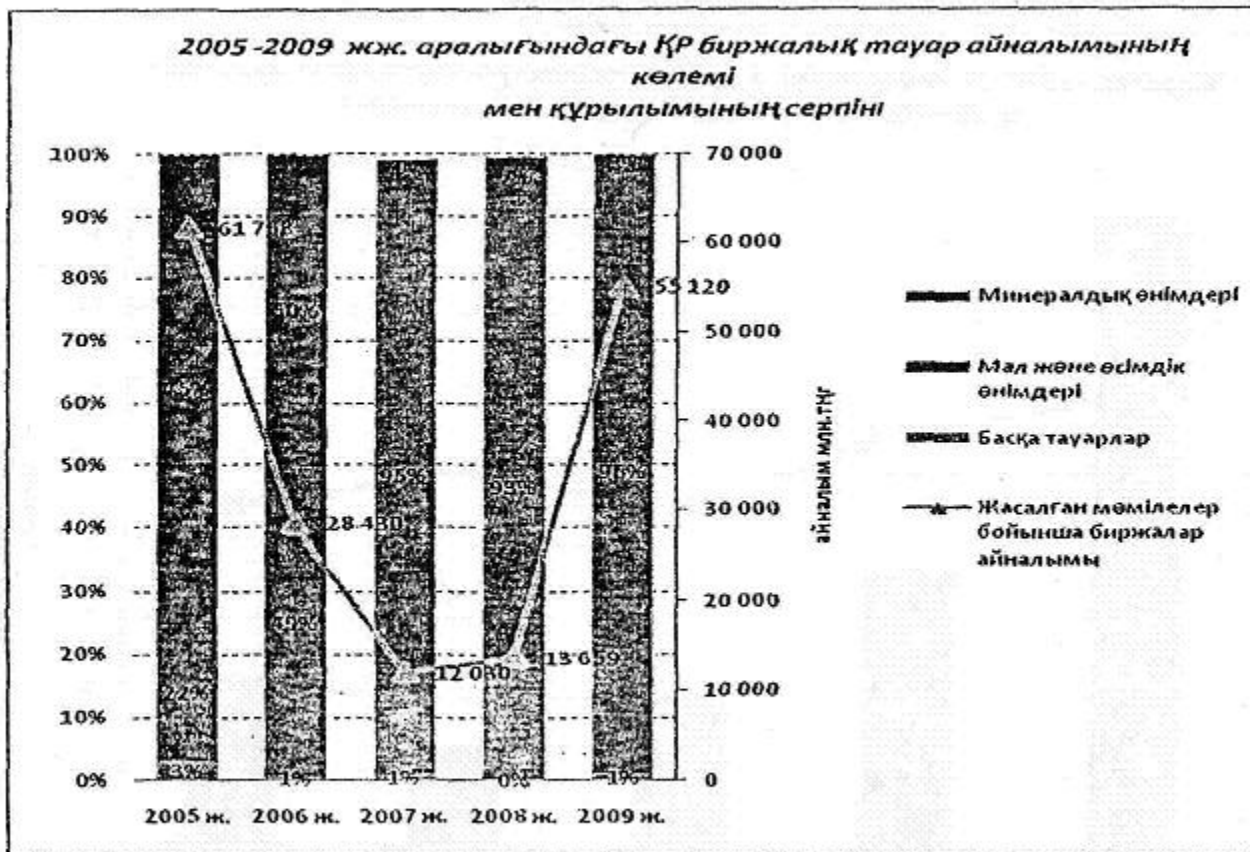


Дереккөзі: ҚР Статистика агенттігі

Республикада 2010 жылғы 1 мамырда лицензия алған 33 брокерлік-дилерлік ұйым және 4 тауарлық биржа қызметін жүзеге асырады: «Еуразия Сауда Жүйесі» тауар биржасы» (ЕСЖ), «Қазақстан» халықаралық тауар биржасы», «Жамбыл облысының» тауарлық биржасы», «Астана» әмбебап тауар биржасы». ҚРСА деректеріне сәйкес 2009 жылы осы биржалардағы мәмілелердің саны 2005 жылмен салыстырғанда 3,7 есе төмендеген. Дегенмен, бұл ретте, сауда-саттыққа шығарылатын тауарлардың көлемі 29%-ға өсті. Жасалған мәмілелердің төмендеу серпінін атап өту қажет. Мәселен, егер 2005 жылы сауда-саттыққа шығарылатын биржалық тауарлардың жалпы көлемінен мәмілелер тауарлардың 84% бойынша жасалған болса, 2009 жылы - 58% бойынша жасалды.

Қазақстан Республикасында 2005 - 2009 жылдар аралығындағы тауар биржалары қызметінің негізгі көрсеткіштері

Көрсеткіштер	2005	2006	2007	2008	2009
Биржалар саны, бірлік	12	11	9	10	9
Мәмілелер саны, бірлік	4 200	1 852	1 057	671	1 119
Сауда-саттыққа шығарылатын биржалық тауарлар көлемі, млн.теңге	73 199	28 543	12 068	25 383	94 548
Жасалған мәмілелер бойынша биржалар айналымы, млн.теңге	61 768	28 430	12 030	13 659	55 120



Дереккөзі: ҚР Статистика агенттігі

Тауар биржаларындағы жасалған мәмілелердің негізгі үлесі мал және өсімдік өнімдеріне, майларына жатады, олардың үлесі бес жылдық кезең үшін жасалған мәмілелердің жалпы көлемінен 61%-ды және 2009 жылы жасалған мәмілелердің 97%-ын құрады. Жасалған мәмілелердегі екінші орынды минералдық өнімдер иеленеді (кендер, отын, мұнай және мұнай өнімдері), олардың үлесі 2005 жылы 75%-дан 2009 жылы 3%-ға дейін төмендеді.

Осылайша, биржалық сауда ел экономикасына елеулі әсер етпейді, атап айтқанда, 2009 жылы көтерме тауар айналымының жалпы келеміндегі оның үлесі

1% аспайды. 2005 жылдан басталған кезеңде тауар биржаларының саны 3 бірлікке азайды, ол бұл нарықтың құрылымдалмағандығын, жаңа ойыншылардың мүмкін кездейсоқ пайда болуын, бұл бизнестің әлсіз тартымдылығын білдіреді. Сатудың бұл арнасы тұтынушылардың бірде бір тобында (өнеркәсіптік кәсіпорындар, көтерме және бөлшек сауда кәсіпорындары, дистрибуциялық компаниялар, азық-түлік тауарларын сату жөніндегі трейдерлер, мемлекеттік органдар мен мемлекеттік компаниялар) жоғары сұранысқа ие емес. Тауар биржалары арқылы өткізілуі мүмкін ресурстар (тауарлар) иелерінің тарапынан ұсыныстар сатудың осы арнасы үлесін ұлғайтуға мүдделі емес.

Баға конъюктурасына тауар биржаларының іс жүзінде әсер ете алмауы мұнда кемшілік болып табылады. Белгілі Лондон тауар биржалары халықаралық сату арнасы функциясын орындаудан басқа, сондай-ақ, әлемді тауарлық нарықтарға елеулі әсер ете отырып, қандай да бір тауарлардың бағасын белгілеуді қалыптастырады, мәселен тауар биржалары арқылы тиісті биржалық тауарлармен 5-тен 20%-ға дейін әлемдік сауда жүреді. Бұл жағдайларда республикада биржалық сауданы дамытуға биржалық тауарлардың тізбесін және олардың қалыптасу кезеңінде қолданылатын тауар биржалары арқылы тауарларды өткізу көлемдерін заңнамалық тұрғыдан айқындауда көрініс беретін ұсынысты белсенді мемлекеттік ынталандыру әсер ете алады.



Дереккөзі: «Сауда саясатын дамыту орталығы»

Электрондық сауда

Электрондық сауда байланысының электрондық құралдарын пайдалана отырып, тауарларды сатуға-сатып алуға арналған электрондық саудаға қатысушылардың келісімінің (шартының) негізінде сауда мәмілелерін жасау жолымен жүзеге асырылады.

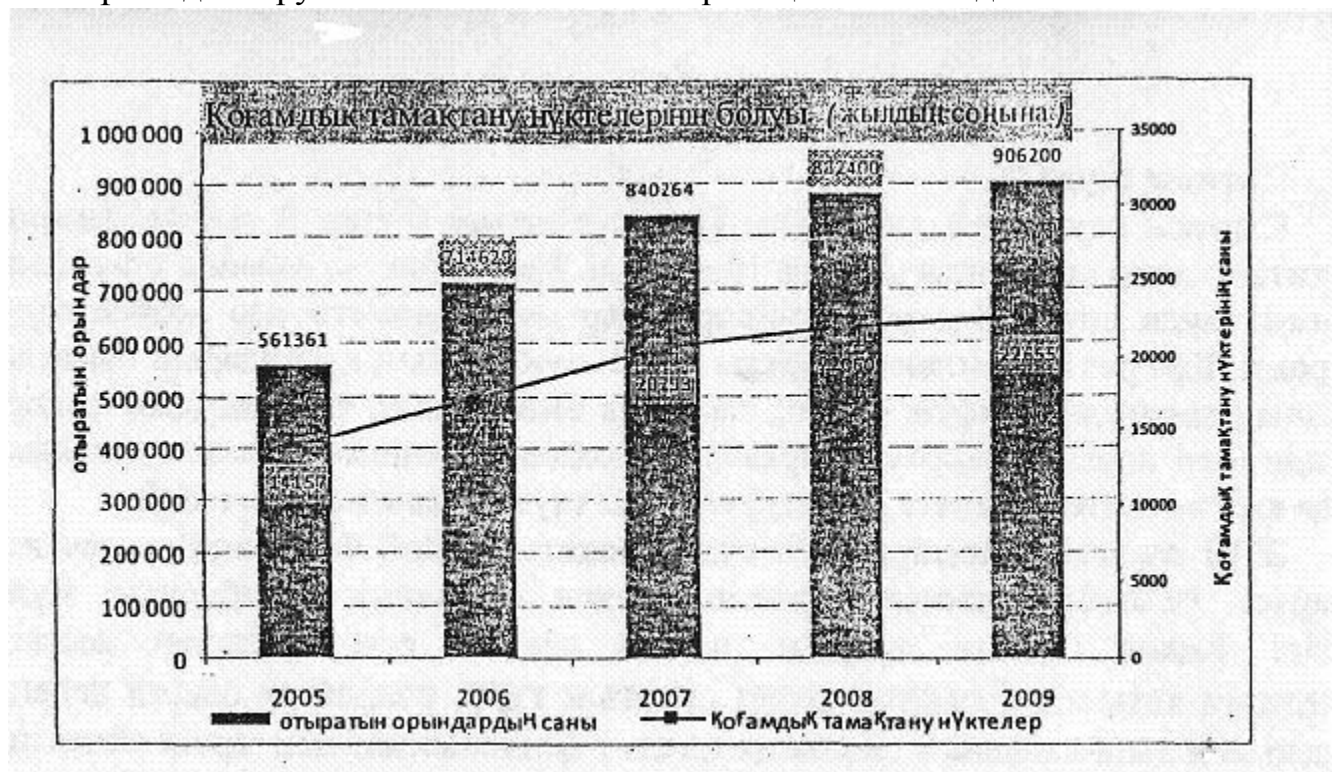
дамыған жерлерде ғана Интернет оларға жаңа сапа алып келеді; электрондық төлем жүйелерінің салыстырмалы түрде дамымауы; қазақстандық электрондық бизнес нарығының дамуының әркелкілігі; оларды пайдаланатын қазақстандық компаниялар үшін электрондық төлем жүйелерінің жоғары құны да маңызды болып табылады (банктердің комиссиялары 3% дейін жетеді).

Дегенмен, дамыған электрондық сауда - бұл технологиялық қажеттіліктің ұлғаюы және өмір бейнесі бойынша күшейе түсетін халықаралық тренд. Алайда, электрондық сауданы бөлшек сауда және сауданың басқа да түрлерінен, қор нарығының және қаржылық қызметтердің дамуынан айырып қарауға болмайды. Бұл аспектіде кәдімгі сауда немесе банктік қызмет үшін технологиялық шешім ретіндегі электрондық сауданың рөлі электрондық сауданың абстрактілік жеке дамуына қарағанда неғұрлым назар аударатын болып көрінеді.

Осылайша, электрондық сауданы дамыту үшін негізгі мағынаға коммуникациялық технологиялар саласындағы инфрақұрылым ие, өйткені ол негізінен оның даму деңгейі мен пайдалану кендігіне байланысты.

Қоғамдық тамақтандыру қызметтері.

Қоғамдық тамақтануға тағам өнімдерін өндірумен, қайта өңдеумен, сатумен және ұйымдастырумен байланысты кәсіпкерлік қызмет жатады.



ҚР Статистика агенттігінің деректеріне сәйкес қоғамдық тамақтану объектілерінің саны 2005 - 2009 жылдар кезеңінде 1,6 есе дерлік артты және 22,7 мың мекемені құрады.

Өңірлер бойынша қоғамдық тамақтану қызметтерінің көлемі бойынша

жетекші позиция Алматыға тиесілі (28,3 млрд. теңге). Екінші орынды Атырау облысы (14,2 млрд. теңге), үшінші орынды — Астана (9,9 млрд. теңге) алады.

Сонымен бірге қоғамдық тамақтану қызметі нарығының негізгі ерекшеліктері мен үрдістері мыналар болып табылады:

- Алматы мен Астанада мейрамхана бизнесінің шоғырлануы;
- нарықтың құрылымсыздығы, ірі ойыншылардың болмауы;
- объектілердің пішімі бойынша көпшілік қабылдаған стандарттардың жоқтығы, маңдайшадағы жазулар мен мазмұнының жиі сәйкес келмеуі;
- шетелдік брендтер санының онша көп еместігі (негізінен түріктердікі);
- қоғамдық тамақтану жүйесіндегі франчайзингтің нашар дамуы;
- орташа мейрамхана немесе дәмхана қызметінің аз уақытты мерзімі, осы бизнестің жоғары қауіптілігі және шығындылығы;
- стихиялық, көбінесе кенеттен болатын, сұраныс, сынып/санат сияқты тұрақты клиенттердің жоқтығы;
- әдеттегідей тек қана дисконтты карталармен шектелетін клубтық жүйенің бір жақты дамуы;
- персоналды даярлаудың орталықтандырылған жүйесінің болмауы.

Сонымен қатар қоғамдық тамақтану саласы негізінен шағын бизнеспен айналысатынын атап өту керек. Ресейден айырмашылығы Қазақстанда табысты бизнесмен-рестораторлар, оның ішінде өзінің саны онша көп еместігі себепті танымал емес.

Осылайша, аталған сала көп жағдайда оның тұтынуға деген сұранысының өзгеруіне байланысты болады. Оның одан әрі дамуы көбінесе қызметі қызмет көрсету стандарттарын, клиенттер үшін жағдайлардың сапасына бағытталған қоғамдық бірлестіктерді, ұйымдарды дамыту жолымен өзіндік реттеумен байланысты.

С ы р т қ ы с а у д а .

Сыртқы сауда деп шығаруды (экспорт) және (немесе) әкелуді (импорт) қамтитын елдер арасындағы сауда түсініледі. Нарықтық экономика жағдайында сыртқы сауда операцияларын кәсіпорындар мен ведомстволар дербес жүзеге асырады. Бұл ретте мемлекет сыртқы сауда саясатының құралдарын пайдалану арқылы (кедендік-тарифтік саясат, тарифтік емес саясат, тауарлардың импорты кезінде ішкі нарықты қорғау шараларын қолдану, келісімдер жасасу жолымен сауда қарым-қатынастарын дамыту) сыртқы тауар тасқынын реттейді.

2010 жылғы 1 қаңтардан бастап Қазақстан Ресей Федерациясымен және Беларусь Республикасымен бірлесіп, Кеден одағының шеңберінде жұмыс істейді. Кеден одағын құрудың негізгі міндеті осы аумақтан шығатын тауарларға қатысты бірыңғай кеден аумағын құру, сондай-ақ оларға кедендік баждар мен экономикалық сипатына шектеу қолданылмайтын еркін айналымға шығарылған

үшінші елдерден әкелінген тауарлар болып табылады. Бұл ретте қатысушы мемлекеттер бірыңғай кеден тарифін және үшінші елдердің тауарларымен сауда жасауды реттеудің бірыңғай шараларын қолданады.

С ы р т қ ы с а у д а к ұ р ы л ы м ы .

Қазақстан үшін Кеден одағының елдері негізгі әріптестердің бірі болып табылады, олардың республиканың сыртқы саудасындағы үлесі 18% құрайды және тұрақты болып табылады.

Тұтас алғанда, Қазақстанның сыртқы сауда серпіні соңғы 5 жылда өсумен сипатталады. Егер 2005 жылы тауар айналымы 45,2 млрд. АҚШ долл. құраса, 2009 жылы сыртқы сауданың деңгейі 71,6 млрд. АҚШ долл. құрап, 58,4% өсті. Салыстыру үшін, Ресей Федерациясында тауар айналымы 2009 жылы 469 млрд. АҚШ долл. (қазақстандық айналымнан 6,5 есе көп), ал Беларусьта 49,8 млрд. АҚШ долл. құрады.

Бағыттар бойынша сыртқы саудадағы үлестік салмақ. Қазақстанның ТМД елдерімен тауар айналымының үлестік салмағы 2009 жылы 26,3% (немесе 18,8 млрд. АҚШ долл.), ал алыс шетел елдерімен сауда үлесі 73,7% (немесе 52,7 млрд. АҚШ долл.) құрады. Тауар тасқынының бағыттары бойынша сыртқы сауда құрылымындағы едәуір өзгерістер орын алған жоқ. 2009 жылы елдер арасындағы Қазақстанның негізгі сауда әріптестері:

- ЕО елдері (40,2% - 28,8 млрд. АҚШ долл.);
- Ресей (17,4% - 12,4 млрд. АҚШ долл.),
- Қытай (13,2% - 9,5 млрд. АҚШ долл.),
- Украина (4,8% - 3,4 млрд. АҚШ долл.),
- АҚШ (2,8% - 2,0 млрд. АҚШ долл.) болды.

Сыртқы сауда сальдосы. Қазақстандық сыртқы сауда сальдосы экспорттың едәуір көлеміне байланысты оң болып табылады. Сөйтіп, 2009 жылы сальдо 2005 жылмен салыстырғанда (10,5 млрд. АҚШ долл.) 40,9%-ға ұлғайып 14,8 млрд. АҚШ долл. құрады, бұған алыс шетел елдеріне экспорттық жеткізілімдердің артуы есебінен қол жетті. Бұл ретте ТМД елдерімен саудадағы сальдо керісінше теріс болып табылады және (-5,3) млрд. АҚШ долл. құрайды, бұл 2005 жылғы көрсеткіштен 30%-ға төмен.

Оң сальдо ұлттық валюта бағамының өсуі үшін қолайлы фактор болып табылатынын атап өту керек. Алайда оған көбінесе шикізат экспорты, атап айтқанда отын-энергетикалық тауарлар көлемінің (барлық экспорттың 69,5%) өсуі есебінен қол жетті.

И м п о р т

Негізгі жеткізушілер. Қазақстандық кедендік статистика деректеріне сәйкес 2009 жылы импорт 2005 жылмен салыстырғанда \$17,4 млрд. -тан \$28,4 млрд. дейін, яғни 63,7%-ға ұлғайды. 2009 жылы Қазақстанға негізгі жеткізушілер алыс

шетел елдері болды, оған барлық импорттың 57,5% келді.

Қазақстанға әкелінетін тауарлар. 2009 жылы Қазақстанға әкелінетін негізгі өнім:

Қазақстанның негізгі тауарлық топтар импортының серпіні, 2005 және 2009 жж.



Пәпеккөз: ҚР Қаржы министрінің ҚББ

Импорттың құрылымы Қазақстан көбінесе дайын өнімдерді, жабдықты, көлік құралдарын әкелетініне куәлік береді.

Қазақстанға Кеден одағына мүше елдерден әкелінетін тауарлар. Қазақстандық кедендік статистиканың деректері бойынша Ресейден келетін импорттың үлесіне 31,3% немесе 8,9 млрд. АҚШ доллары, ал Беларусьтан келетін импорттың үлесіне - 1,3% немесе 367,1 млн. АҚШ доллары келеді.

Қазақстанға Ресейден әкелінетін негізгі өнімдер:

- шикі мұнай - 16,3% (1,4 млрд. АҚШ долл. немесе 6,1 млн. тонна);
- мұнай өнімдері - 7,1% (635,9 млн. АҚШ долл. немесе 1,5 млн. тонна);
- қара металдан жасалған құбырлар - 5,2% (458,2 млн. АҚШ долл. немесе 1 9 2 , 9 мың тонна);
- қара металдан жасалған металл конструкциялар - 1,5% (134,8 млн. АҚШ долл. немесе 26,4 мың тонна) болып табылады.

Осылайша, әкелінетін тауарлардың негізгі үлесі Павлодар мұнай-химия зауытында өңделетін шикі мұнайды қоспағанда, түпкілікті пайдалану үшін пайдаланылатын дайын өнімдер болып табылады.

Қазақстанға Беларусь Республикасынан әкелінетін негізгі өнімдер:

- пневматикалық резеңке жаңа шиналар мен доңғалақ тыстары - 10,3% (37,7 млн. АҚШ долл. немесе 500,7 мың дана);
- қызылшадан жасалған қант - 8,6% (31,5 млн. АҚШ долл. немесе 55,9 мың

т о н н а) ;

- сүт және қоюлатылған қаймақ - 7,4% (27,1 млн. АҚШ долл. немесе 18 мың

т о н н а) ;

- ұшу аппараттары (тікұшақтар, ұшақтар) - 5,6% (20,6 млн. АҚШ долл. немесе 4 дана) ;

- тракторлар - 5,0% (18,5 млн. АҚШ долл. немесе 1 028 дана);

- астық жинауға немесе ауыл шаруашылық дақылдарын бастыруға арналған машиналар немесе механизмдер - 5,0% (18,3 млн. АҚШ долл.);

- жүк көлік құралдары - 4,3% (15,8 млн. АҚШ долл. немесе 96 дана);

- сарымай - 4,2% (15,3 млн. АҚШ долл. немесе 5 810,3 тонна) Беларусьтен көбінесе дайын өнімдер де әкелінеді. Бұл ретте ең көп үлес азық-түлік тауарларына (сүт, қант), сондай-ақ машина жасау өніміне тиесілі.

Кеден одағы құрылғанға дейін Қазақстанның кеден-тарифтік саясат көбінесе тұтынушылардың мүддесін қорғады және шын мәнінде отандық өндірістің дамуын ынталандырған жоқ. Нәтижесінде, бүгінгі күні республикада өндіруге мүмкіндік бар тауарлар импортының едәуір үлесі жоғары. Бұл ретте бұл сипаттама негізінен халық тұтынатын тауарларға және өнеркәсіп өндірісінде пайдаланылатын тауарларға жатады.

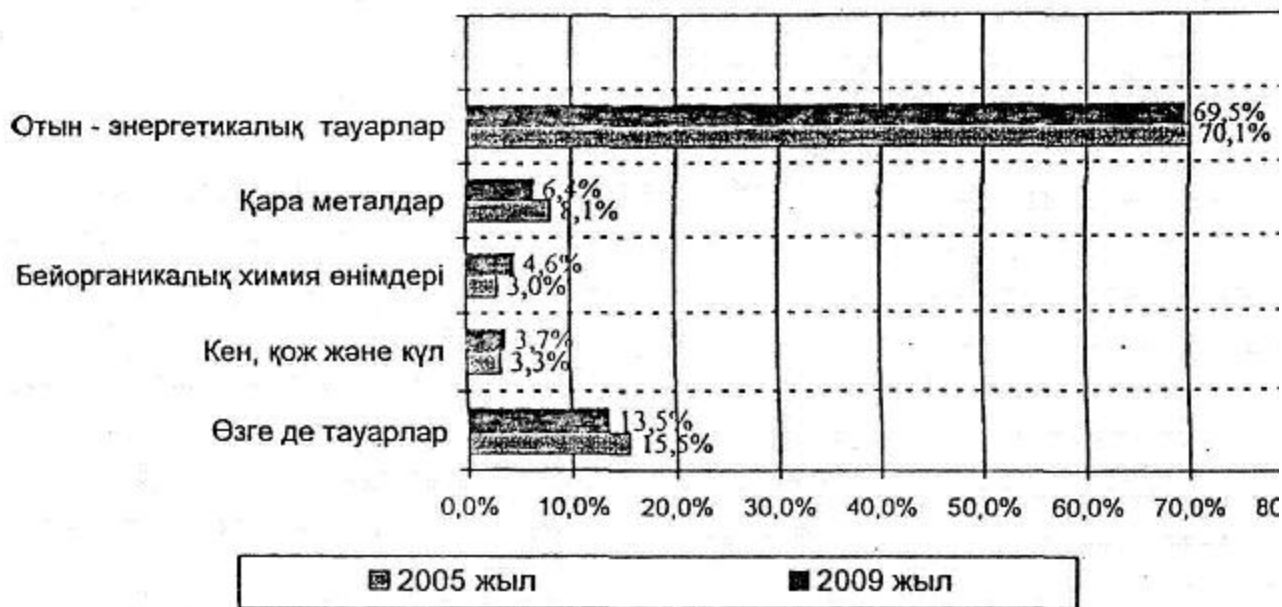
Сонымен, кеден-тарифтік қорғаудың орта есеппен 10 - 20% дейін артуы машина жасау, металлургия, құрылыс материалдарын өндіру, химия және мұнай-газ-химия, жеңіл және келешекте фармацевтика саласына оң ықпалын тигізеді. Азық-түлік өнімдері бүгінгі күні елдің нарықтарында ұсынылды және оның негізгі бәсекелесі ТМД елдерінен, оның ішінде Кеден одағы елдерінен әкелінетін тауарлар болып табылады, оларға қатысты кедендік баж қолданылмайды.

Э к с п о р т .

Негізгі сатып алушылар. Қазақстандық кедендік статистиканың деректеріне сәйкес 2009 жылы республиканың экспорты 43,2 млрд. АҚШ долл. құрады. Өсім 2005 жылмен салыстырғанда (27,8 млн. АҚШ долл.) 55,1% алыс шет елдерге жеткізілімдердің (өсім 53,1%-ға) көбеюімен байланысты. Бұл елдердің қазақстандық тауарлардың негізгі сатып алушылары болып табылатынын және олардың үлесіне барлық экспорттың 84,3% (немесе 36,4 млн. АҚШ долл.) келетінін, сонымен бірге ТМД елдерінің үлесі Қазақстанның жалпы экспортында 15,7% (немесе 6,8 млн. АҚШ долл.) құрайтынын атап өту қажет.

Қазақстаннан шығарылатын тауарлар. Қазақстандық өнімнің экспорттық жеткізілімдері көбінесе шикізаттық сипатта болады. Мәселен, отын-энергетикалық тауарларды шығару (мұнай және мұнай өнімдері) 69,5% (\$30 млрд.); кара металлдар - 6,9% (\$3 млрд.); бейорганикалық химия өнімдері - 5% (2,1 млрд. АҚШ долл.); кендер, қож, күл - 4% (1,7 млрд. АҚШ долл.) құрайды

. Экспорттың ұқсас құрылымы 2005 жылы да болды және іс жүзінде өзгерген жоқ.



Дереккөз: ҚР Қаржымині КБК

Кеден одағына мүше елдерге шығарылатын тауарлар. Қазақстандық кедендік статистиканың деректері бойынша Ресейге экспорттың үлесіне 8,2% немесе 3,5 млрд. АҚШ долл., ал Беларусьқа экспорттың үлесіне - 0,1% немесе 54,7 млн. А Қ Ш дол л . к е л е д і .

Қазақстаннан Ресейге шығарылатын негізгі өнім түрлері: кендер мен темір концентраттары - 13,7% (485,5 млн. АҚШ долл. немесе 8,3 м л н . т о н н а) ;

тас көмір - 11,6% (412 млн. АҚШ долл. немесе 23,8 млн. тонна);

шикі мұнай - 9,8% (347,3 млн. АҚШ долл. немесе 1,8 млн. тонна);

жасанды корунд - 8,6% (305,2 млн. АҚШ долл. немесе 1,4 млн. тонна);

химиялық радиоактивті элементтер - 7,6% (268,6 млн. АҚШ долл. немесе 3 м ы ң т о н н а) ;

темірден жасалған жазық прокат - 6,3% (223,8 млн. АҚШ долл. немесе 277,7 т ы с . т о н н а) ;

мұнай газдары - 4,7% (168,3 млн. АҚШ долл. немесе 6,7 млн. тонна).

Осылайша, әкелінетін тауарлардың негізгі үлесі шикізат немесе түпкі өнім өндіру үшін пайдаланылатын жартылай фабрикаттар болып табылады.

Қазақстаннан Беларусь Республикасына шығарылатын негізгі өнімдер: темірден жасалған жазық прокат - 44,7% (24,5 млн. АҚШ долл. немесе 33,1 м ы ң т о н н а) ;

салқындай басылған жазық прокат - 17% (9,3 млн. АҚШ долл. немесе 20,7 м ы ң т о н н а) ;

конвейерлік таспалар немесе жетек белдіктер — 5,2% (2,8 млн. АҚШ долл. немесе 1 мың тонна) ;
ыстықтай басылған жазық прокат - 5,1% (2,1 млн. АҚШ долл. немесе 2 мың тонна) ;
феррокорытпалар - 3,9% (1,8 млн. АҚШ долл. немесе 4,7 мың тонна) болып табылады .

Беларусьқа сонымен қатар көбінесе не шикізат не кейіннен өңдеу үшін жартылай фабрикаттар шығарылады .

Жоғарыда айтылғандарды ескере отырып, Кеден одағы құрылғанға дейін Қазақстанның экспортты реттеуге қатысты кеден-тарифтік саясаты көбінесе шикізат пен жартылай фабрикаттар шығаратын отандық кәсіпорындарды қолдағанын, бірақ дайын өнімдерді өңдеуді және кейіннен өндіруді ынталандырмағанын байқауға болады. Нәтижесінде, бүгінгі күні шикізаттық өнімдер мен жартылай дайындалған өнімдер экспортының едәуір үлесі болып отыр. Бұл ретте бұл сипаттама негізінен металлургиялық және мұнай өнімдеріне қатысты. Кедендік-тарифтік қорғаудың орта есеппен 10-20% дейін артқанын ескере отырып, машина жасау, дайын металлургия өнімдерін өндіру, құрылыс материалдарын өндіру, химия және мұнай-газ-химия, жеңіл өнеркәсіп сияқты салаларда шикізат қажеттілігі туындайды .

Сауданы мемлекеттік реттеудің қолданыстағы саясатын талдау.

Дамыған елдерде мемлекеттік реттеу саясаты мынадай қағидаттарға негізделеді :

сауда саласындағы қатынастарды оның дамуын ынталандыратын нормативтік құқықтық актілер қабылдау арқылы реттеу;

болжамды келеңсіз фактілерді өзге жолмен болдырмау мүмкін болмаған ерекше жағдайларда тыйым салулар мен шектеулер белгілеу;

мемлекеттік реттеудің тиімділігі мен орындылығын немесе мемлекеттік реттеуді енгізу қажеттілігін анықтау мақсатында мониторинг жүргізу.

Ішкі сауданы реттеу .

Жалпы реттеу. Сауда өндірушілер мен сауда ұйымдарының өзара іс-қимыл үдерісінде мемлекет тарапынан араласудың төмен деңгейімен ерекшеленеді, бұл атап айтқанда көтерме сауда және дистрибуциялық компанияларды реттеудің жоқтығынан тауарлық позициялардың көпшілігі бойынша бағаны бақылаудың болмауынан көрінеді .

Сауда қызметі саласындағы базалық заңнамалық акті «Сауда қызметін реттеу туралы» Қазақстан Республикасының Заңы болып табылады, ол оны мемлекеттік реттеудің қағидаттары мен ұйымдастыру негізін белгілейді. Сонымен қатар қазіргі уақытта сауда ішкі сауда мәселелерін реттейтін 27 заңнамалық актімен (оның ішінде бес кодекс) және 105 заңға тәуелді актілермен (Үкіметтің 77

қаулысы, министрліктердің 28 бұйрығы) реттеледі. Бұл ретте сауданы оның түрлері бойынша нормативтік құқықтық реттеу былайша көрінеді: аукциондық сауда бойынша - 20, комиссиялық - 16, тапсырыстар бойынша сауда - 16, шекаралық өңірдегі сауда - 17, көшпелі сауда - 17, көрме-жәрмеңкелік сауда - 14, электрондық (үлгілер бойынша тауардың бөлшек саудасы) - 16, биржалық - 18 нормативтік құқықтық актілер.

«Сауда қызметін реттеу туралы» Қазақстан Республикасының Заңын кәсіпкерлер жасаған талдау онда заңның мыналарға қатысты көптеген сілтеме нормаларының бар екенін көрсетті: ішкі сауданы жүзеге асыру ережесі; бағаларды мемлекеттік реттеу; көтерме сауданы ұйымдастыру жөніндегі талаптар; сауда орындарынан тыс бөлшек сауда тәртібі; әкелінетін және әкетілетін тауарларға кеден баждарын белгілеу; тауарлардың жекелеген түрлерін әкелуге (әкетуге) тыйым салу; тарифтік квоталар белгілеу; тауарлардың жекелеген түрлеріне мемлекеттік монополия; қорғау шараларын белгілеу; аукциондық, комиссондық, шекара маңы электрондық және биржалық сауда жүргізу тәртібі; сауда қызметі субъектілеріне қойылатын жекелеген талаптар; дауларды шешу; заңды бұзған үшін жауапкершілік белгілеу.

Бұдан басқа, саудадағы мемлекеттік реттеу қазіргі уақытта, әлеуметтік-маңызды азық-түлік тауарларына баға белгілеу және тауарлардың сапасы мен қауіпсіздігін қамтамасыз ету мәселелерінде ерекше мәнге ие болады. Мемлекет саудадағы бәсекелестікті қорғауға кепілдік беретінінен, тауарларды сатып алушы азаматтардың өмірі мен денсаулығын қорғауды, қоғамның өзге де заңды мүдделерін өзіне алатындықтан мемлекеттік реттеуге қажеттілік туындайды.

Қазіргі заманғы терминология. Қолданыстағы заң негізінен сауда қызметін реттеуге бағытталған және саланың дамуын жеткіліксіз ынталандырады. Бұдан басқа, ішкі сауда мәселелері бойынша заңнама ішкі сауданың барлық түрлерін реттеу ерекшеліктерін көрсетпейді, қазіргі технология бөлшек сауда және көтерме сауда кәсіпорындарының қызметін ұйымдастыруға қойылатын бірыңғай және мәндел талаптарды қамтымайды. Мысалға, осы заманғы сауда пішімінің, сауда желілерінің, электронды коммерцияның айқын анықтамасы жоқ.

Дүкен саудасын ұйымдастыруға қойылатын талаптар. Дүкен саудасын ұйымдастыруға қойылатын талаптар мен сауда алаңдарымен қамтамасыз етілу

нормативтері жоқ. Нәтижесінде, қала құрылысы жоспарларын іске асыру барысында бөлшек сауда объектілерін орналастыру әркелкі жүзеге асырылуда, тауарлар мен қызметтердің аумақтық қол жетімділігіне бірдей жағдай қ а м т а м а с ы з е т і л м е й д і .

Біліктілікті арттыру. Сауда саласының мамандарын қайта даярлау және біліктілігін арттыру жүйесін ұйымдастыру және дамыту үшін ынталандыру заңнамалық деңгейде қалыптаспаған. Сауда объектілерінің көпшілігі сауда ұйымдары үшін персоналды даярлау және уәждемесінің төмен деңгейін атап өтеді, бұл ретте кадрлардың тапшылығы мен жеткіліксіз біліктілігі барлық деңгейде байқалады. Кадрларды жүйелі түрде даярлаумен бүгінгі күні тек қана ірі сауда желілері, әдеттегідей шетелдік ірі сауда желілері айналысады.

С ы р т қ ы с а у д а н ы р е т т е у .

Мемлекет белгілі бір сыртқы экономикалық саясат жүргізе отырып, таңдау оның нақты мақсатына байланысты сыртқы сауда саясатының құралдарын пайдаланады. Бір мақсатқа жету үшін әртүрлі құралдар қолданылуы мүмкін, сондықтан әрбір нақты жағдайда мемлекет олардың сол немесе өзгеше үйлесуін т а ң д а й д ы .

Б ұ л қ ұ р а л д а р ғ а :

кедендік-тарифтік - кеден тарифін пайдалануға негізделгендер (импорттық және экспорттық б а ж д а р) ,

тарифтік емес - барлық өзге әдістер (тыйым салулар мен шектеулер, оның ішінде сандық; үлестеу; тауарларды шығаруға және (немесе) әкелуге мемлекеттік монополия; лицензиялау, техникалық реттеу)

тауарлардың импорты кезінде ішкі нарықты қорғау шаралары (демпингке қарсы шаралар; есесін өтеу шаралары; қорғау шаралары;) жатады.

Көбіне құралдар ретінде екіжақты және көпжақты шарттар пайдаланылады.

Кеден-тарифтік саясат. Кеден-тарифтік саясат мынадай 5 халықаралық құ ж а т қ а н е г і з д е л е д і :

- Бірыңғай кедендік-тарифтік саясатының негізін қалыптастыратын бірыңғай кедендік-тарифтік реттеу туралы келісім - Бірыңғай кедендік тариф, сондай-ақ, оның жұмыс істеу тетігі - Қазақстан Республикасының 2008 жылғы 18 қарашадағы Заңымен ратификацияланған.

- Ерекше жағдайларда Бірыңғай кедендік тариф ставкаларынан өзгеше әкелімді кедендік баж алымдары ставкаларын қолдану жағдайлары мен тәртібі туралы хаттама — Қазақстан Республикасының 2009 жылғы 24 қарашадағы Заңымен р а т и ф и к а ц и я л а н ғ а н .

Тарифтік жеңілдіктер беру туралы хаттама - Қазақстан Республикасының 2009 жылғы 24 қарашадағы Заңымен ратификацияланған.

- Тарифтік квоталарды қолдану жағдайлары мен тетігі туралы келісім -

Қазақстан Республикасының 2009 жылғы 24 қарашадағы Заңымен р а т и ф и к а ц и я л а н ғ а н .

- Кеден одағының тарифтік преференцияларының бірыңғай жүйесі туралы хаттама - Қазақстан Республикасының 2009 жылғы 24 қарашадағы Заңымен р а т и ф и к а ц и я л а н ғ а н .

Барлық жоғарыда аталған шарттар Кеден одағының жоғарғы органының 2009 жылғы 27 қарашадағы № 18 шешіміне сәйкес (ЕурАзЭҚ мемлекетаралық кеңесінің) 2010 жылғы 1 қаңтардан бастап күшіне енді. Сонымен қатар осы Ш е ш і м м е н :

Үшінші елдердің импортына қатысты қолданылатын және экспорттық баж алымдарын қамтымайтын бірыңғай импорттық кедендік баж алымдарының жиынтығын білдіретін Кеден одағының Бірыңғай кедендік тарифі бекітілді.

Бүгінгі күні тараптар экспорттық баж алымы салынатын тауарлар тізбесін дербес анықтайтыны және Кеден одағының комиссиясын және бір-бірін хабардар е т е т і н і б о л ж а н у д а .

Кеден одағының тарифтік преференциялар жүйесін пайдаланушылар дамушы е л д е р д і ң т і з б е с і ;

Кеден одағының тарифтік преференциялар жүйесін пайдаланушылар ең аз дамыған е л д е р д і ң т і з б е с і ;

Әкелу кезінде тарифтік преференциялар берілетін дамушы және ең аз дамыған елдерде жасалған және әкелінетін тауарлардың тізбесі;

Кеден одағына қатысушы мемлекеттердің бірі өтпелі кезең ішінде Кеден одағының бірыңғай кедендік тарифінің ставкасынан өзгеше әкелімді кедендік баж алымдарының ставкасы қолданылатын тауарлар мен ставкалардың тізбесі;

Кеден одағы комиссиясының кедендік әкелу бажының ставкаларын өзгерту туралы шешім ымырамен қабылданатын сезімтал тауарлардың тізбесі.

Тарифтік емес реттеу шаралары. Бұл шаралар Кеден одағының шеңберінде:

Тарифтік емес реттеу шаралары туралы негізгі ережелерді анықтайтын 2009 жылғы 25 қаңтардағы үшінші елдерге қатысты бірыңғай тарифтік емес реттеу шаралары т у р а л ы к е л і с і м м е н ;

Үшінші елдерге қатысты тарифтік емес реттеу шараларын қолдану тәртібін анықтайтын 2009 жылғы 9 маусымдағы бірыңғай кедендік аумақта тауарлармен сыртқы сауданы қозғайтын шараларды енгізу және қолдану тәртібі туралы к е л і с і м м е н ;

Тауарлардың экспортына және (немесе) импортына лицензиялар мен рұқсат беру тәртібін анықтайтын 2009 жылғы 9 маусымдағы тауарлармен сыртқы сауда жасау саласындағы лицензиялау тәртібі туралы келісіммен реттеледі.

Тауарлардың импорты кезінде ішкі нарықты қорғау шаралары. Арнайы қорғау, демпингке қарсы және өтемақы шараларын қолданумен байланысты

қарым-қатынасты реттейтін бірыңғай саясат қалыптастыру маңызды элемент
б о л ы п т а б ы л а д ы .

Кеден одағының сауда шараларын қолдану саласындағы базалық құжаты үшінші елдерге қатысты 2008 жылғы 25 қаңтардағы арнайы қорғау, демпингке қарсы және өтемақы шараларын қолдану туралы келісім болып табылады.

Жалпы, өздігінше сыртқы сауда саясатын толық өткізу мүмкіндігі шектелген. Бірақ, Қазақстанның мәртебесін Кеден одағының мүшесі ретінде арттырумен байланысты бірқатар оң сәттер бар, өйткені енді қазақстандық нарық Кеден одағы нарығының бөлігі болып табылады, бұл шетелдік тауарларға қол жеткізу үшін оның тартымдылығын арттырады. Бұдан басқа, тауарлық шараларды қолдану саласында ресейлік-беларустік тәжірибені пайдалану отандық тауар өндірушілерді қолдау үшін қолайлы жағдай жасауға мүмкіндік береді. Сондай-ақ бірыңғай Кеден одағы тәрізді халықаралық келіссөздерге қатысу әлемдік нарықтағы позициясы нығайтуға мүмкіндік береді және сауда-инвестициялық әріптес ретінде біздің еліміздің беделіне оң көрініс береді.

Халықаралық рейтингтерге қатысу.

Мемлекет экономикасын дамытудың, оның бәсекеге қабілеттілігін арттырудың маңызды өлшемі Дүниежүзілік экономикалық форум (бұдан әрі - ДЭФ) рейтингін әлемдік сауда жүйесінде тартылуы бойынша 80-орынға дейін көтеру болып табылады. 2010 жылы Қазақстан 88-орында болды.

Бұл индекс тоғыз бағытты қамтитынын атап өту қажет.

Бірінші бағыт - отандық және шетелдік тауар нарығына қол жеткізу. Бүгінгі күні Қазақстан осы бағыт бойынша 53-орында келеді. Бұл ретте аталған көрсеткішті мемлекеттік реттеу саясатын жетілдіру Кеден одағы комиссиясының шеңберіндегі өзара іс-қимылға байланысты, оның басқаруына Кеден-тарифтік саясат пен тарифтік емес шаралар саласындағы саясат жатады.

Екінші бағыт — кедендік әкімшілік етудің тиімділігі. Қазақстан 103-орында (2010 жыл), жағдайдың жақсаруы 2009 жылмен салыстырғанда 3 позиция. Көрсеткіш кедендік рәсімдерді өткізу үдерісін, сондай-ақ кеден органдары мен басқа қатысушылар көрсететін қызметтер көлемін есепке алады. Аталған көрсеткішті жетілдіру бойынша шара қабылдау Кеден одағы комиссиясының шеңберіндегі өзара іс-қимылға байланысты қазақстан ұлттық заңнама шеңберінде кедендік әкімшілік етуді оңтайландырудың елеулі әлеуетіне ие.

Үшінші бағыт - импорттық-экспорттық рәсімдердің тиімділігі. Қазақстан 125-орында, жағдайдың нашарлауы 2009 жылмен салыстырғанда 5 позицияға төмен. Бұл бағыт өзімен бірге «кедендік тазарту» үдерісін; шекаралық бақылау рәсімдерін оңайлатуды; тауарлардың импортына немесе экспортына жоғалған уақытты; тауарлардың импорты мен экспорты үшін талап етілетін барлық құжаттардың санын; тауарлардың импорты немесе экспорты үшін қажет барлық

рәсімдермен байланысты шығындарды түспалдайды. Осы бағыт бойынша Қазақстан ұлттық заңнама шеңберінде рейтингті жақсартудың кең мүмкіндіктеріне де ие.

Төртінші бағыт - ашықтық, бұл ресми емес төлемдерге, сыбайлас жемқорлыққа байланысты мәселелерді түспалдайды. Қазақстан бұл бағыт бойынша 81-орында тұр, жағдайдың жақсаруы 7 позиция. Аталған бағыт мемлекеттік саясаттың жалпы жүйелік шараларын қабылдауды талап етеді.

Бесінші бағыт - көлік инфрақұрылымының қол жетімділігі және сапасы. Қазақстан бұл бағыт бойынша 35-орында, жағдайдың жақсаруы 13 позиция. Бұл көрсеткіш Қазақстан Республикасының Көлік және коммуникация министрлігінің қарауына жатады және өзіне бір миллион адамға ең кемі тұрақты бір (ең аз) рейсі бар әуежайлардың санын; әрбір елдің екі жақты бағыттарға қол жетімді жүк женелтушілерге артық жүктеме байланыс түрлерін; жолдардың жалпы санынан пайыздағы асфальталған жолдарды; авиакөлігі инфрақұрылымының және теміржол көлігі инфрақұрылымының, жолдардың, порт инфрақұрылымының сапасын қамтиды. Осы бағыт мемлекеттің инфрақұрылымды дамыту облысындағы саясатына, сонымен бірге Қазақстан Республикасының көліктік инфрақұрылымды дамыту жөніндегі 2010-2014 жылдарға арналған салалық бағдарлама шеңберінде дамытылады.

Алтыншы - көлік қызметінің қол жетімділігі және сапасы. Қазақстан бұл көрсеткіш бойынша 47-орында, жағдайдың жақсаруы 28 позиция. Аталған көрсеткіш кеме қатынасы компаниялары көрсететін қызметтердің сапасын есепке алады; халықаралық жеткізілімдердің бағасы бойынша бәсекеге қабілетті ұйымдардың жеңілдігін; логистикалық қызметтердің құзыреттілігі мен сапасын; тауар партиясын қадағалауды және іздеп табуды жүзеге асыру мүмкіндігін; белгіленген мерзім шеңберінде жүк алушыға жеткізілетін жеткізілімнің жиілігін; почта қызметтерінің тиімділігі; Сауда қызметтері жөніндегі бас келісім шеңберінде көлік секторы жөніндегі міндеттемелер индексын ескереді. Даму экономиканың жалпы экономикалық жағдайымен, сондай-ақ жеке бизнес субъектілерінің қызметімен байланысты.

Жетінші бағыт — ақпараттық-коммуникациялық технологиялардың болуы мен оларды пайдалану. Қазақстан бұл бағыт бойынша 61 орында тұр, жағдай 7 позицияға жақсарған. Бұл көрсеткіш кәсіпкерлердің Интернетті пайдалану ауқымын; ұялы байланыс абоненттер санын; 100 адамға арналған кең жолақты Интернет абоненттерінің жалпы санын мен 100 адамға арналған Интернет пайдаланушыларды; 100 адамға арналған негізгі телефон желілерінің санын; мемлекеттік органдардың шұғыл қызметтер көрсету санын қамтиды. Бұл бағыт мемлекеттің байланыс технологияларын дамытумен, сонымен бірге Қазақстан Республикасының ақпараттық және коммуникациялық технологияларды дамыту

туралы 2010 - 2014 жылдарға арналған салалық бағдарламасы шеңберінде іске асырумен байланысты.

Сегізінші бағыт - нормативтік құқықтық база. Қазақстан бұл бағыт бойынша 80 орында, жағдай 3 позицияға төмендеген. Бұл көрсеткіште меншік құқығы; этика мен сыбайлас жемқорлық; сот жүйесі мен мемлекеттік қызметшілер арасындағы ықпал; мемлекеттік органдардың тиімділігі; отандық бәсекеге қабілеттілік; қаржы нарығының тиімділігі; шетел қатысуы үшін ашықтық ескеріледі.

Тоғызыншы бағыт - физикалық қауіпсіздік. Қазақстан бұл бағыт бойынша 82 орында тұр, жағдай 4 позицияға төмендеген. Бұл көрсеткіште полиция қызметтерінің сенімділігі; қылмыстар мен құқық бұзушылықтар шығындары; терроризм шығындары ескеріледі.

Осылайша сауда саясатына тауарларды әкелу және әкету мәселелерімен байланысты алғашқы үш бағыттың тікелей қатысы болады, барлық қалған бағыттар республикадағы инфрақұрылымның дамуына және бизнес ахуалдың өзіне байланысты болады. Бұл ретте 2010 жылғы 1 қаңтардан бастап Кеден одағының жұмыс істейтінін ескерсек, бұл бағыттар бойынша мемлекеттік реттеу саясатын жетілдіруді Кеден одағы комиссиясының шеңберінде Кеден одағы елдерімен өзара іс-қимылда жүзеге асыру қажет.

Кеден одағы шеңберінде, бірақ үшінші елдермен, оның ішінде Дүниежүзілік сауда ұйымына кіру арқылы жүргізілуі қажет сыртқы нарықтарға қол жеткізуді арттырумен байланысты мәселе жоғарыда аталғандарға жатпайды.

Сала үшін күшті және осал тұстарын, мүмкіндіктері мен қауіптерін талдау.

Ішкі сауданың жай-күйін SWOT - талдау.

Күшті тұстары	Әлсіз тұстары
<ul style="list-style-type: none"> - ішкі сауданы дамыту үшін заңнамалық және институционалды негіздің болуы; - ішкі сауданы дамыту стратегиясын әзірлеу қажеттігін түсіну; - қазақстандықтардың тұтынушылық әрекетіндегі өзгерістер; - ішкі өндірушілерді тарифтік қорғаудың барабар деңгейі; - бөлшек сауда нарығында қалыптасқан күшті қазақстандық ойыншылардың болуы. 	<ul style="list-style-type: none"> - сауда бойынша заңнаманың «бытыранқылығы», сондай-ақ нормативтік құқықтық актілерде қазіргі заманғы терминологияның жоқтығы; - әкімшілік кедергілер; - инженерлік-техникалық инфрақұрылым салу мен пайдалануға беру құнының жоғарылығы; - жаңа дүкендер не жұмыс істеп тұрған дүкендер үшін алаңдардың жеткіліксіздігі; - отандық кәсіпорындар өнімі ассортиментінің ауқымсыздығы, оның импорттық тауарлармен салыстырғанда бәсекеге қабілетінің әлсіздігі; - ірі қалаларда көлік-логистикалық орталықтардың (КЛЮ) жоқтығы, сондай-ақ «ауылдық жер» байланысының логистикалық проблемасы; - сауда кәсіпорындары мен желілерінің айналым қаражатының тапшылығы мен қарыз жүктемесінің жоғарылығы; - кәсіптік-техникалық, оның ішінде сауда мамандықтары бойынша білім беру жүйесінің әлсіздігі

Мүмкіндіктер	Қауіптер
<p>Қазақстанның қайта өңдеуші өнеркәсібін дамыту;</p> <ul style="list-style-type: none"> - отандық өнім өндірісінің өсіру; - әкімшілік кедергілерді төмендету бойынша мемлекеттік саясатты жүргізу; - көлік-логистикалық орталықтар желісін дамыту; - бәсекелестікті өсіру, сауда желілерінің бәсекеге қабілеттігін өсіру; - орта тапты қалыптастыру, халықтың төлем қабілетінің үлесін ұлғайту. 	<ul style="list-style-type: none"> - қазақстандық сауда кәсіпорындары мен желілерінің банкрот болуы; - шетел сауда желілері тарапынан отандық ойыншыларды ығыстыру мен сіңіру; - шағын бизнес кәсіпорындарын қазіргі заманғы сауда пішімдерімен ығыстыру.

Сыртқы сауданың жай-күйін SWOT - талдау

Күшті тұстары	Әлсіз тұстары
<ul style="list-style-type: none"> - Еуропа мен Азия арасындағы стратегиялық орналасуы, бұл республиканың транзиттік әлеуетін дамытуға мүмкіндік береді; - Кеден одағындағы мүшелік. 	<ul style="list-style-type: none"> - теңізге тікелей шығыстың жоқтығы; - ТМД және Кеден одағы елдерінен әкелінетін азық-түлік тауарларының импорттық жеткізілімдеріне тәуелділік; - республикада өндірілетін өнімнің бәсекеге қабілетінің төмендігі; - қазақстандық экспорттың шикізаттық бағыты; - сыртқы сауда саясаты шаралары бойынша шешімдер қабылдаудың талдамалық дайындығының әлсіздігі; - қабылданатын шешімдер бойынша іскер топтармен өзара байланыстың әлсіздігі; - сыртқы сауда саясатындағы өзгерістер бойынша шешімдерді әзірлеу мен қабылдау рәсімдерінің пысықталмағандығы; - сыртқы саудадағы өзгерістердің және қабылданған шешімдердің іске асырылуының мониторингі жүйесінің жоқтығы.
Мүмкіндіктер	Қауіптер
<ul style="list-style-type: none"> - алыс және жақын шетелдермен, оның ішінде Кеден одағы шеңберінде жұмыс істеу мен ДСҰ-ға кіру арқылы әріптестікті дамыту; - мыналар арқылы өткізу нарығын ұлғайту: <ol style="list-style-type: none"> 1) Кеден одағын дамыту; 2) ДСҰ - ға кіру; 3) Ресейге, ҚХР мен Үндістанға аумақтық жақындықты пайдалану; 4) дайын өнімнің импорты кезінде кедендік әкелу баждары ставкаларының жоғарылығы мен шикізатқа арналған баждың төмендігі, бұл Кеден одағы шеңберінде жалпы нарықты құру кезінде ішкі өндірісті дамытуға мүмкіндік береді. 	<ul style="list-style-type: none"> - ТМД елдерінен, әсіресе Кеден одағы елдерінен азық-түлік тауарларының да, азық түлік емес тауарларының да импорттық жеткізілімдеріне қарай өсуі; - Оңтүстік-Шығыс Азия елдерінде, әсіресе Қытайда шығарылатын азық-түлік емес тауарлары бойынша жоғары бәсекелестік; - тұрақсыздықтың жоғарылығы, конъюнктура мен республикадан экспортталатын тауар бағаларының елеулі ауытқушылығы.

Сауданы мемлекеттік реттеумен байланысты проблемалар.

Мемлекеттік реттеумен байланысты проблемалар ішінде көп жылдар бұрын пайда болған барынша кешенді және бүгінде сауда секторын дамытуға айтарлықтай кедергі жасайтын проблемалар бөліп алынады.

Біріншіден, бұл сауда бойынша заңнамадағы «бытыраңқылық» мәселесі, яғни әртүрлі нормативтік құқықтық актілерде сауда мәселелерінің болуы.

Екіншіден, нормативтік құқықтық актілерде қазіргі заманғы терминологияның, қазіргі заманғы сауда пішімдері (супермаркет, гипермаркет, дискаунтер, «А», «В», «С» класты дүкендер) мен қоғамдық тамақтандыру мекемелері жіктемесінің жоқтығы.

Инфрақұрылым проблемасы. Сауда алаңдарының жетіспеушілігі.

Бүгінде Қазақстанда елеулі инфрақұрылымдық проблема «А» пішіміне жататын сауда алаңдарының тапшылығы болып табылады. Бұл проблема бірінші кезекте ірі қалаларға қатысты болады. Мәселен, Петропавл және Талдықорған сияқты қалаларда «А» санатты алаңдармен қамтамасыз ету тиісінше 272 және 223 шаршы метрді құраса, еліміздің аса ірі мегаполисі Алматыда бұл көрсеткіш 84 шаршы метрге тең, бұл тіптен республика бойынша қала халқын қамтамасыз етудің орташа деңгейінен 91 шаршы метрге төмен.

Бұл проблема алаңдардың қат болуы көрінісінде күрделене түседі, тіптен жалдау мен сатып алу құны жылжымайтын мүлік нарығындағы тұралау жағдайының өзінде айтарлықтай жоғары күйінде қалып отыр. Осылайша, алаңдардың тапшылығы мен жалдау бағасының жоғарылығы бөлшек бизнесті ұйымдастыруға кіретін шығындардың жоғарлауына және түптеп келгенде, бұл дүкендердегі тауарлар бағаларының жоғарлауына әкеледі.

Инженерлік-техникалық коммуникацияларды салу мен пайдалануға беру құнының жоғарылығы. Көбіне оған кететін шығыстар бөлшек сауда объектісін салуға кететін барлық шығындардың 50%-ына дейін жетеді. Мұның бәрі тағы да отандық бөлшек сауданың тиімділігі мен бәсекеге қабілеттігіне әсер етеді.

«Ауылдық жер - қала» байланысындағы логистикалық проблема. Ауылдық жерлердегі және ұсақ қалалардағы шағын бизнес деңгейіндегі, шаруа және фермерлік қожалықтар өндірістері дайын өнімді жолға қойылған және шығынсыз тасымалдау арнасының жоқтығы нәтижесінде ұсақ өңірлік өндіруші қала желісіне қол жеткізу алаңынан тыс қалуымен байланысты қиындыққа тап болып отыр. Ауылдық және қашықтағы өндірушінің елеулі проблемасы сауда желісіне кіру кезінде қажет болатын өз өнімін сапалы орамамен қамтамасыз етуге қабілетсіздігі болып табылады.

Ірі қалаларда көлік-логистикалық орталықтардың (КЛО) болмауы. КЛО өндіруші мен сауда желілерінің арасында ірі буын ретінде көріне отырып, бөлуші көтерме орталықтары (көтерме алаңдары) рөлін орындай алады.

Тұтастай алғанда, алаңдардың жетіспеушілігі мен тиісінше жалдау ставкаларының жоғарылығы, логистика мен сақтаудың шығындығының көптігі барлық сауда жүйесінің жалпы тиімсіз болмауы мен бәсекеге қабілетсіздігін болжайды. Қазіргі кезде инфрақұрылым (алаң, инженерия, логистика және қоймалау) мәселелері сауда саласының ең аз зерделенген бөлігі болып табылады, алайда дәл осы салада тұтастай алғанда барлық сауда жүйесінің тиімділігін

жақсартудың елеулі резерві бар.

Қаржы мәселелері. Сауда бизнесінің барынша өзекті проблемаларына, мыналарды жатқызуға болады:

біріншіден, сауда кәсіпорындары мен желілерінің қарыз жүктемесі деңгейінің жоғарылығы. Мәселен, қарыздардың ЖІӨ-ге қатынасы ретінде бұл сала бойынша өндірістік әдіспен есептелген сауданың қарыз жүктемесі 128%-ды құрады.

екіншіден, бұл айналым қаражатының тапшылығы. Сауда бизнесіне дағдарыстың ықпалы банктік кредит беру көлемінің қысқаруымен де, тұтыну сұранысындағы өзгерістерге де байланысты күшті сезілді.

Білікті мамандардың жетіспеушілігі. Сауда секторының кадрлық проблемалары қаржылық емес және шикізаттық емес сектор үшін ортақ. Қысқаша оларды мынадай түрде белгілеуге болады:

- кәсіптік-техникалық, оның ішінде сауда мамандықтары бойынша білім беру жүйесі бұзылған;

- жоғары білім беру жүйесіндегі сауда мамандықтарының шағын үлесі, олардың жоғары оқу орындары үшін де, талапкерлер үшін де танымал еместігі;

- қысқа мерзімді білім беру жүйесі (тренингтер, семинарлар, мастер-кластар) тек Алматыда ғана жұмыс істейді;

- жеке тренингтік орталықтардың құны шағын бизнес үшін қол жетімсіз; жеке рекрутингтік агенттік қызметтердің құны шағын және орта бизнес үшін қол жетімсіз, персоналды іздеудің басқа арналары (жұмысқа орналастыру агенттігі, мамандандырылған газеттер мен сайттар) үлкен тиімділікпен және кәсібилікпен ерекшеленбейді;

- толыққанды HR қызметіне ірі сауда желілері ғана мүмкіндігі бар;

- сауда секторында топ-менеджменттің тапшылығы.

Оң шетелдік тәжірибеге шолу жасау.

Сауданы мемлекеттік реттеудің халықаралық тәжірибесінде бастапқы кезеңде шағын және орта кәсіпкерлерді ірі бөлшек сауда кәсіпорындарының ығыстыруын, бөлшек нарықты шетелдік бөлшек бизнес көшбасшыларының басып алуын, бөлшек сауда кәсіпорындарының барынша тиімді ірі пішімдерінің таралуы кезінде бөлшек саудадағы жұмыспен қамтудың төмендеуін болдырмауға бағытталған қатаң реттеу қолданылады. Бұл шаралар ірі пішімді сауда объектілерін ашуға рұқсат алуды қиындату, жұмыс уақытын белгілеуге дейін болған қатаң талаптармен ілесе жүрді.

Алайда, экономиканың даму шамасына қарай жаңа сауда мақсаттарын қалыптасады, мысалы, жоғарылатылған бағаларды төмендету, сапа стандарттарын арттыру, логистикалық инфрақұрылымды дамыту, бөлшек сауда тиімділігін арттыру. Осыған байланысты дамыған елдерде де (Франция, Нидерланды, Ұлыбритания, Жапония), дамушы елдерде де (Қытай, Сингапур,

Үндістан) елдерінде де қолданылатын мемлекеттік реттеудің оңтайландырылған талаптары жүргізіледі. Бұл шаралар ірі сауда пішімдерін дамытуға ықпал етіп, саланың өнімділігінің, тиімділігі мен бәсекеге қабілетінің өсуіне әкеліп, ауқым тиімділігін іске асыруға, барынша жоғары тиімділікке қол жеткізуге мүмкіндік б е р е д і .

Көтерме және бөлшек сауда.

Халықаралық тәжірибеде көтерме және бөлшек сауданы реттеудің нақты моделі жоқ, өйткені бұл әрбір елдің қажеттілігіне байланысты болады. Мәселен, Франция, АҚШ және Польша ірі пішімді сауданы дамытумен белсенді айналысты, ал Жапония сияқты елдер керісінше ұсақ дүкендердің дамуын қолдай отырып, ірі пішімдерді дамыту үшін мүмкіндіктерді шектеуге ұмтылды. Алайда, тұтастай бірқатар әмбебап құралдар да бар, олардың көмегімен қандай да бір мақсаттарға қол жеткізуге болады.

Үлкен пішімді дүкендерді дамытуды шектеу. Бұл шаралар алаңы белгілі бір шектік деңгейден асатын дүкендерді ашуға міндетті түрде келісім белгілеу жолымен іске асырылады. Орташа алғанда бұл деңгей 300-ден 3000 шаршы метр аралығында түрленіп отырады.

Көптеген Еуропа елдерінде жаңа сауда объектісін салуға немесе ашуға рұқсат ету үшін жобаның коммерциялық орындылығына сараптамадан өтіп, тиісті рұқсат алу керек. Бұл ретте жаңа объектінің жұмыспен қамтуға, бағалар мен жұмыс істеп тұрған шағын бизнеске әсері ескеріледі. Сауда объектілерін ашуға арналған мұндай рұқсаттар Австрияда (сауда алаңдарының шектік деңгейі - 800 шаршы метр), Бельгияда (400 шаршы метр), Венгрияда (3000 шаршы метр), Германияда (800 шаршы метр), Данияда (1000 шаршы метр), Испанияда (2500 шаршы метр), Италияда (1500 шаршы метр), Польшада (2000 шаршы метр), Португалияда (500 шаршы метр), Финляндияда (2000 шаршы метр) бар.

Мысалы, Францияда сауда және индустрияны дамыту туралы заңда (1996 жыл) жаңа сауда объектісін салуға және ашуға арналған рұқсат етудің рәсімдері нақты айқындалған. Бизнесің алуан түрлерін үйлесімді дамыту үшін мынадай қағидаттар белгіленген: дистрибуцияның жаңа нысандарының жоспарланбаған өсімінің алдын алу, жергілікті жоспарларға сәйкес және қоршаған ортаға залалын тигізбейтін теңгерімді қалалық даму.

Үлкен пішімді дүкендерді орналастыру бойынша шектеулер. Бұл мақсат жоспарлау жүйесінің көмегімен орындалады. Мәселен, Ұлыбританияда мемлекеттің негізгі тетігі жерді пайдалануды жоспарлау жүйесі болып табылады, ол қалалық орындардағы супермаркеттердің орналасуын реттейді. Ұлыбританияда бөлшек сауданы реттейтін арнайы заңнама жоқ, алайда мемлекеттің қала орталығына таяу супермаркеттер салуға рұқсаттар беруді шектеу арқылы қызметті жанама реттеудің құралдары бар.

аумағында қызмет көрсетілетін мемлекетті айқындау мәселесінің маңызы зор. Мұндай қызмет коммерциялық кәсіпорынды шектеусіз мерзімге құруды көздеуі тиіс. Бұл ережеге сәйкес оның сайты деректерінің нақты орналасқан орны емес, ал оның нақты экономикалық белсенділігі, яғни қызметті ұсыну қамтамасыз етілетін орын қызметтерді жеткізушінің орналасқан орны болып табылады.

ЕО ішкі нарығының қағидаттарын іске асыру ақпараттық қоғам қызметтерін көрсету үшін биліктен алдын ала рұқсат алу қажетсіздігі туралы көріністен де байқалады. Бұл ретте жеткізуші фирмалық атауын, шынайы орналасқан жері, электрондық почта мекенжайын қамтитын өзі туралы ақпаратқа тұрақты қол жетімділікті қамтамасыз етуге міндетті.

Қоғамдық тамақтандыру қызметі.

Бұл саланы реттеу мемлекеттің секторды дамытуға мүдделілігіне байланысты болады. Мәселен, Мальтада қоғамдық тамақтандыру қызметтері саласына айрықша назар аударылады, осыған байланысты «Қоғамдық тамақтандыру объектілерін құру тәртібі туралы нұсқаулықты бекіту туралы» тиісті қаулы (2005 жыл) жұмыс істейді. Бұл елде барлық қоғамдық тамақтандыру объектілерін міндетті түрде лицензиялау жүргізіледі, оны жергілікті билік жүзеге асырады.

Осыған байланысты осы нормативтік құқықтық актімен тамақтандыру объектілері 3 класқа бөлінеді: «Бірінші класс», «Екінші класс» және «Үшінші класс», оның ішінде:

- мейрамханалар да үш класқа бөлінеді;
- снэк-барлар мен қарапайым барлар «Бірінші» және «Екінші кластарға» жіктелген;

- күнгі клубтар мен дискотекалар «Стандарт» ретінде жіктелуі тиіс. АҚШ-та Michelin Red Guide Trip Organization халықаралық жүйесі жұмыс істейді. Ол ерекше мейрамханалар үшін жұлдыз береді (ең көбі үш жұлдыз):

- * - «өз санатындағы өте жақсы мейрамхана»;

- ** - «онда қайта баруға лайық»;

- *** - «арнайы саяхат жасауға лайық» (Michelin жүйесі).

Отелдер мен отелдер жанындағы мейрамханаларда да осындай жүйе пайдаланады, ең көбі 7 жұлдыз. Бұл жүйеге сәйкес қоғамдық тамақтандырудың барлық қалған объектілері санаттар бойынша бөлуге жатпайды.

Бұл секторды мемлекеттік реттеу мен нормативтік бақылаудың негізгі құралы лицензиялау болып табылады, ол алкоголь сусындары мен темекі өнімдерін сатуды жүзеге асыратып сауда объектілеріне қолданылады. Алайда әлемдік стандарттарға сәйкес болуын рейтингтік бағалау мен бақылауды Michelin Red Guide Trip Organization ұйымы реттейді. Оның үстіне сәйкестікке әділ тексеру жүргізу мақсатында инспекцияны бұл ұйымның сарапшысы (біліктілік жүйесі өлшемдерін толтыру үшін), сондай-ақ жекелеген өңірдің қауіпсіздік мэриясы

Мұндай жүйе Ұлыбритания мен Францияда да бар.

4. Бағдарламаның мақсаты, міндеттері, нысаналы индикаторлары және іске асыру нәтижелерінің көрсеткіштері

Бағдарламаның мақсаты Қазақстан Республикасының сауда саласын тұрақты дамыту үшін жүйелік және институттық негіз жасау мен оның бәсекеге қабілеттігін арттыру болып табылады.

Ішкі сауда бөліміне нысаналы индикаторлар:

бөлшек тауар айналымының жыл сайынғы өсу қарқынын алдыңғы жылғы (ағымдағы бағада) %-ға шаққанда 2014 жылдан бастап кемінде 106%, оның үстіне 2010 жылы - 100%-ға, 2011 жылы - 102%-ға, 2012 жылы - 103%-ға, 2013 - 104%-ға қол жеткізу;

сауданың физикалық көлемі индексінің жыл сайынғы өсу қарқынын алдыңғы жылғы %-ға шаққанда 2010 жылы 108%-ға, 2011 жылы - 104%-ға, 2012 жылы - 104,1%-ға, 2013 жылы - 104,5 %-ға, 2014 - 105,3%-ға қол жеткізу;

2014 жылға қарай бөлшек сауда алаңының жалпы көлеміндегі сауда кәсіпорындары алаңының үлесін 30 %-ға ұлғайту;

2014 жылға қарай 1000 адамға сауда алаңдарымен қамтамасыз етушілік үлесін 30 %-ға ұлғайту;

бөлшек тауар айналымының жалпы көлемінің қазіргі заманғы сауда пішімдерінің үлесін 50% дейін жеткізу;

сауда алаңының 1 шаршы метрге сату көлемдерін 40%-ға ұлғайту;

бөлшек нарықтың шоғырланушылық деңгейін 7 %-ға дейін ұлғайту;

баға құрылымының ашықтығын ұлғайту мақсатында биржа арқылы сауда операциялары көлемі үлесін жалпы тауар айналымы көлемінде 2010 жылы - 0,8% -ға, 2011 жылы - 0,9%-ға, 2012 жылы - 1,0%-ға, 2013 жылы - 1,1 %-ға және 2014 - 1,2 %-ға көтеру;

Негізгі міндет:

ішкі сауданың тиімділігін арттыру, сауда инфрақұрылымын жетілдіру арқылы сауда саласындағы еңбек өнімділігін ұлғайту, атап айтқанда:

ішкі сауданы мемлекеттік қолдау жүйесін қалыптастыру;

биржалық және электрондық сауданы жедел дамыту үшін қолайлы жағдайлар жасау;

сауда қызметі мәселелері жөніндегі нормативтік құқықтық базаны сауда саласындағы мемлекеттік саясаттың мақсаттарына сәйкес келтіру;

көтерме сауда жүйесін халықаралық транзит желісімен ықпалдастыру;

ішкі сауда қатысушыларына сервистік қолдау (ақпараттық, талдамалық, және

б а с қ а)

ұ й ы м д а с т ы р у ;

Көрсеткіштер:

Көрсеткіш	2010 жылдың басында	Жоспар				Дереккөзі
		2011 жыл	2012 жыл	2013 жыл	2014 жыл	
Алдыңғы жылға қарағанда бөлшек сауда тауар айналымының %-бен өсу қарқыны	100	102	103	104	106	Статистикалық мәліметтер
Алдыңғы жылға қарағанда физикалық көлем индексінің %-бен өсу қарқыны	108	104	104,1	104,4	105,3	Статистикалық мәліметтер
Сауда кәсіпорындарының жалпы алаңы, мың м ²	3 075	3 260	3 488	3 767	4 068	Статистикалық мәліметтер
1000 адамға шаққанда сауда алаңымен қамтамасыз етілушілік	176*	187	200	216	233	Статистикалық мәліметтер
1000 адамға шаққанда «А» санатты сауда алаңымен қамтамасыз ету етілушілік	58	67	81	97	116	«Сауда саясатын дамыту орталығы» АҚ есебі
Сауда алаңының 1 шаршы метріне (мың теңге) сату көлемі (базалық жыл бағасымен)	830	913	1004	1105	1215	«Сауда саясатын дамыту орталығы» АҚ есебі
Бөлшек сауда нарығының шоғырлану дәрежесі	5,0%	5,5%	6,0%	6,6%	7,3%	«Сауда саясатын дамыту орталығы» АҚ есебі
Биржа арқылы тауар айналымының жалпы көлеміндегі сауда операцияларының көлемі, %	0,8	0,9	1,0	1,1	1,2	«Сауда саясатын дамыту орталығы» АҚ есебі

*- 2009 жылдың басына

Сыртқы сауда бөліміне нысаналы индикаторлар:

сыртқы сауда айналымының жыл сайынғы өсу қарқынына қол жеткізу алдыңғы жылға % -ға шаққанда 2010 жылы - 110 %-ға; 2011 жылы - 106,2 %-ға; 2012 жылы - 105,0 %; 2013 - 103,7 %-ға; 2014 жылы - 104,1 %-ға жеткізу;

Еуразиялық экономикалық қоғамдастық шеңберінде Кеден одағын қ а л ы п т а с т ы р у д ы а я қ т а у ;

Кеден одағына мүше елдерінің (Беларусь Республикасы, Қазақстан Республикасы, Ресей Федерациясы) импорттық кедендік баж ставкаларын 2010 жылы - 96%; 2011 жылы - 96%; 2012 жылы - 97%; 2013 - 99%; 2014 жылы - 99% деңгейінде бірегейлендіру;

Беларусь Республикасының, Қазақстан Республикасының және Ресей Федерациясының Бірыңғай экономиканың кеңістігін қалыптастыруды аяқтау;

Дүниежүзілік сауда ұйымына кіру; әлемдік сауда жүйесіне тартылу бойынша ДЭФ рейтингін 80 орынға дейін

к ө т е р у ;

Н е г і з г і м і н д е т :

Әлемдік сауда жүйесіне кірігу жолымен республиканың экономикалық мүдделерін ілгері жылжыту және қорғаудың тиімді және оперативті жүйесін құру , а т а п а й т қ а н д а :

Қазақстанның аумағында осы заманғы бәсекеге қабілетті өндірісті дамыту үшін қолайлы жағдай жасау, жаңа экспортқа бағдарланған өндірістер құру және жоғары технологиялық секторға шетел капиталын тарту; қазақстандық өнімдерді сыртқы нарықтарға жылжыту үшін қолайлы жағдай ж а с а у .

Көрсеткіштер:

Көрсеткіш	2010 жылдың басында	Жоспар				Дереккөзі
		2011 жылы	2012 жылы	2013 жылы	2014 жылы	
Алдыңғы жылға пайызбен сыртқы сауда айналымының өсім қарқыны	110	106,2	105	103,7	104,1	Статистикалық мәліметтер
Әлемдік сауда жүйесіне тартылу бойынша ДЭФ рейтингі	93	88*	87	84	80	ДЭФ рейтингі

*-2011 жылдың басына

Ж а у а п т ы о р ы н д а у ш ы л а р :

Қазақстан Республикасы Экономикалық даму және сауда министрлігі, Қазақстан Республикасы Қаржы министрлігі, Қазақстан Республикасы Көлік және коммуникация министрлігі, Қазақстан Республикасы Индустрия және жаңа технологиялар министрлігі, Қазақстан Республикасы Сыртқы істер министрлігі, Бәсекелестікті қорғау агенттігі.

5. Бағдарламаны іске асыру кезеңдері

Ескерту. 5-бөлімге өзгеріс енгізілді -ҚР Үкіметінің 2012.01.18 N 100 Қаулысымен.

Бағдарлама мына бағыттар бойынша 2010-2014 жылдары кезең кезеңмен о р ы н д а л а т ы н б о л а д ы :

сауда инфрақұрылымын дамыту үшін қолайлы жағдайлар жасау;
биржалық және электрондық сауданың тартымдылығын арттыру;
сауда қызметі субъектілерімен жүйелі жұмыс құру;
отандық өндірісті дамыту үшін қолайлы жағдайлар жасау;
көп жақты және екі жақты ынтымақтастықты дамыту;
ақпараттық тұғырнама қалыптастыру.

Сауда инфрақұрылымын дамыту үшін қолайлы жағдайлар жасау

Сауда инфрақұрылымын дамытуды мемлекеттік ынталандыру.

Сауда инфрақұрылымын дамыту саласындағы мемлекеттік саясат сауда мен логистикалық ұйымдар құру және дамыту үшін алаңның, жердің, сауда жабдығын сатып алу мүмкіндігінің қол жетімділігін ұлғайтуға бағдарлануы тиіс.

Осыған байланысты 2011 - 2012 жылдарда:

1) ішкі сауданы бөлшек сауда компанияларының инвестицияларға қол жетімділігін жеңілдету үшін инвестициялық қызметтердің басым бағыттарының т і з і м і н е е н г і з у ;

2) кредиттер бойынша пайыздық ставкаларды субсидиялау мәселесін төмендегілер бойынша «Бизнестің жол картасы - 2020» бағдарламасына қосуды п ы с ы қ т а у :

жоғары технологиялық жылыжай кешендерін және ауыл шаруашылығы өнімдері қоймаларын салу және қайта жаңарту;

ауыл шаруашылығы өнімін сақтауға арналған жаңа базалар салу және жұмыс істеп тұрғандарын қайта жаңалау, тауарларды қоймалау технологияларын жетілдіру (қоймалардың қазіргі заманғы жобаларын, жабдықтардың жаңа түрлерін әзірлеу, қоймаларды механикаландыру және автоматтандыру)

3) мемлекеттік-жеке әріптестікті дамыту, оның шеңберінде мемлекет жер беріп, учаскеге барлық қажетті коммуникацияны әкеледі, ал жеке компания тауар өндірушілердің өнімін өткізу үдерісін қамтамасыз ететін қойма аймағы мен логистика инфрақұрылымын дамыту мақсатында сауда немесе логистикалық о б ь е к т с а л у ы қ а ж е т .

шағын сауда ішімдерін біріктіруді және ауылдық жерлер мен қала өндірушілерінің және тұтынушылардың арасындағы кооперацияны ынталандыру .

Сауда кәсіпорындарының ірі пішімді талаптарын қанағаттандыратын және транзакциялық шығындардың қысқаруына ықпал ететін жеткізудің қазіргі заманғы жүйесі екі тәсілмен құрылуы мүмкін (бірақ, онымен шектелмейді):

сауда кәсіпорны өндірушілермен тікелей жұмыс жасайды, бұл бірнеше өңірде жұмыс жасайтын ірі сауда желілеріне тән;

сауда кәсіпорны тауарларды белгілі бір өнімге маманданған және бөлшек саудаға жеткізетін тәуелсіз көтерме құрылымдар арқылы сатып алады.

Осылайша дистрибьюторлық орталықтар мен көтерме құрылымдарды дамыту және шағын өндірушілерді біріктіру үшін жағдайлар жасаған орынды.

Бұл шаралар бірінші кезекте ауыл шаруашылығы өндірушілерінің бәсекеге қабілеттігін арттыруға бағытталуы тиіс. Бұл жағдайда бәсекеге қабілеттілік өлшеніп, оралған немесе оралмаған күйде жас жемістер мен көкеністердің ірі партияларын үздіксіз және тиімді жеткізуден көрінеді.

Осыған байланысты саудадағы, оның ішінде ауыл шаруашылығындағы шағын және орта кәсіпкерлікті дамытуды қолдау үшін:

1) «Даму» КҚК құралдары арқылы кәсіпкерлерге маркетингтік зерттеулер бойынша шығындар бөлігін өтеуге арналған субсидиялар ұсыну арқылы қаржылық қолдау көрсету;

2) «Даму» КҚК құралдары арқылы шағын сауда пішімдерін («үйдегі дүкен») бірыңғай брендпен және бірыңғай ассортиментпен әрі баға саясатымен біріктіру үшін, оның ішінде олардың сауда жабдығын сатып алуға кредиттер бойынша пайыздық ставканы субсидиялау, сондай-ақ жеңілдікті жағдайларда негізгі құралдарды сатып алуға лизинг ұсыну бөлігінде қаржылық қолдау көрсету;

3) тиісті нормативтік құқықтық акті әзірлеу және кооперация кезінде консультациялық көмек көрсету жолымен өткізу және сатып алу кооперативтерін құру арқылы шағын және орта кәсіпкерлік кооперациясын қолдау қажет.

Өндірушілердің өткізу кооперативтері бірнеше өндірушілердің ұсыныстарын жинақтауға және қолайлы шығын үлесімен дистрибуцияның бірыңғай жүйесін құруға мүмкіндік береді, ол кооператив мүшелеріне: жаңа өнімдер мен сату арналарына (оның ішінде жеткізу көлемдері мен мерзімдері, сапасы, таңбалануы т.б. бойынша сауда желілерінің талаптарына сәйкес келу) шығуға; сауда компанияларынан барынша тартымды жағдайлар алуға; қатерлерді төмендету және осыған орай бұл кәсіпорындар үшін қаржы ресурстарының құнын төмендетуге мүмкіндік жасайды. Сатып алу кооперативтері бірнеше шағын және орта бөлшек сауда компанияларының сұранысын біріктіре алады, бұл: шығын үлесін азайтатын дистрибуцияның тиімді жүйесін құруға, оның ішінде қоймалар т.б. салуға; ауқым әсері есебінен жеткізушілерден жақсы жағдайлар алуға; жеткізу тізбегіндегі делдал буынын алып тастауға және өндірушілерге тікелей шығуға; бір шағын немесе орта кәсіпорындар үшін тым қымбат қазіргі заманғы ІТ жүйесін енгізуге; желілік ойыншылардың брендтерімен бәсекелесе алатын бірыңғай бренд құруға және ілгерілетуге; қатерлерді төмендетуге және осының салдарынан қаржы ресурстарының құнын төмендетуге мүмкіндік береді.

Биржалық және электрондық сауданың тартымдылығын арттыру
Биржалық сауданы дамыту:

1) «Тауар биржалары туралы» Қазақстан Республикасының Заңына өндірістің жылдық көлемінен тауар биржалары арқылы өткізуге жататын тауарлардың міндетті үлесінің көлемін айқындау бөлігінде өзгерістер енгізу;

2) Биржалық тауарлар тізбесін әзірлеу және бекіту;

3) тауар биржалары арқылы сауданы жүргізу кезінде салық жеңілдіктерді беру мәселесін пысықтау;

4) биржалық сауда арқылы мемлекеттік сатып алуды дамыту бойынша ұсынымдар әзірлеу.

Электрондық сауданы дамыту.

Электрондық сауданы дамыту және телекоммуникация мен электрондық төлемдер саласын дамытуға жағдай жасау үшін 2011 - 2012 жылдарда мыналарды :

1) бөлшек сауда кәсіпорындары үшін аудару арқылы есептесу бойынша банктік операциялар шығындарын төмендету мәселесін пысықтау;

2) барлық екінші деңгейдегі банктерді бірыңғай процессингтік орталыққа (Webmoney, Раурал ұқсас) біріктіретін Интернет-дүкендерге кіріктіру үшін ыңғайлы модульдері бар Интернет желісінде аудару арқылы электрондық төлеу жүйесін құру бойынша ұсыныстар әзірлеу;

3) бірыңғай республикалық электрондық сауда алаңын құру бойынша ұсыныстар әзірлеу.

Сауда қызметінің субъектілерімен жүйелік жұмысты құру
Заңнаманы жетілдіру

Ұлттық заңнаманы жандандыру, оны сауда саласындағы қазіргі заманғы талаптармен сәйкес келтіру мақсатында 2010-2013 жылдарда мыналарды:

1) сауда қызметін реттейтін барлық деңгейдегі нормативтік құқықтық актілеріне түгендеу жүргізу, бұл заңнамадағы бар олқылықтарды, қайшылықтарды және ескірген нормаларды анықтауға мүмкіндік береді;

2) қазіргі заманғы сауданың барлық пішімдерін (гипермаркеттер, супермаркеттер, дискаунттер) нақты жіктеуді белгілеу және әрбір пішімдердің негізгі сипаттамасын айқындау қажет. Бұл жіктеу қазіргі халықаралық жіктеулер негізінде әзірленетін болады;

Сауда кәсіпорындарын орналастыруды жоспарлау жүйесін енгізу.

Қалалық даму ерекшеліктерін ескеретін және түрлі пішімдер мен сауда объектілері өлшемдерінің арасындағы қажетті теңгерімді сақтап, жергілікті сұранысты қанағаттандыратын, халықты сауда объектілерімен ұтымды қамтамасыз ету мақсатында Ресей мен Еуропа елдері (Ұлыбритания, Франция) үлгісі бойынша бөлшек сауда кәсіпорындарын дамытуды (орналастыруды) жоспарлау жүйесі енгізілетін болады.

Осыған байланысты, 2011 жылы мыналар:

1) сауда алаңдарымен тұрғындардың қамтамасыз етілуі (шаршы метр немесе 1000 адамға бірлік) және сауда желілерінің қашықтықтан қол жетімділігі бойынша нормативтерді әзірлеу және бекіту қажет. Жоспарлау шағын және орта кәсіпкерліктің мүддесі мен дүкендер мен базарлардың әртүрлі пішіні арасындағы теңгерімнің сақталуын есепке ала отырып, қала құрылысы заңнамасының, аумақтарды дамыту жоспарлары негізінде жүзеге асырылуы тиіс.

2) бөлшек сауда кәсіпорындарын орналастыру бойынша әдістемелік ұсынымдар әзірлеу және бекіту қажет. Республикалық әдістемелік нұсқаулардың

негізінде жергілікті атқарушы органдар шағын және орта кәсіпкерліктің мүддесін ескере отырып, бөлшек сауда кәсіпорындарын орналастыру және олардың жұмыс істеуі бойынша жергілікті жоспарлар/талаптар әзірлейтін болады. Кейіннен, құрылысты ынталандыру және сауданың жетіспейтін пішімдерін дамыту жөніндегі іс-шаралар жүргізілетін болады. Жергілікті атқарушы органдар жер учаскелерін жеңілдікпен бөлу, отандық инвесторларды тарту, әртүрлі инвестициялардағы құжаттаманы келісуден инвесторлардан босату үшін жоба алды құжаттамасын әзірлеу, рұқсат беру рәсімдерін оңайлату және шығыс-рұқсат беру құжаттамасын (ресей тәжірибесінің үлгісі) әзірлеудің шекті мерзімін белгілеу жолымен жаңа сауда объектілерін ашуға ықпал ете алады. Сондай-ақ құрылысқа рұқсат беру құжаттарын алу үдерісін оңайлату үшін «бір терезе» қағидатын енгізу мүмкіндігі қарастырылатын болады.

3) жергілікті атқарушы органдардың құзыретінде сауда инфрақұрылымын жоспарлау және дамыту бойынша функциялар көзделуі қажет.

Сауда нарықтарының инфрақұрылымына қойылатын талаптарды
к е з е ң - к е з е ң м е н к ү ш е й т у

Әлемдік сауда тәжірибесі көрсеткеніндей, сауда қызметін көрсетудің жоғары ұйымдастырылған жүйелерінде де нарықтар мен көше саудасының орны бар, алайда олардың сатудағы жалпы көлемі айтарлықтай емес.

Қазақстанда халықтың өмір сүру деңгейінің өсуімен және артықшылықтардың өзгеруімен тауарлар және сервистің анағұрлым жоғары сапасының пайдасына нарықтардағы тауар айналымының үлесі төмендейді.

Дегенмен, нарықтардың белгілі бір үлесі қалды, өйткені олар халықтың қорғалмаған жіктерін басқа сауда пішіндерінде іске асырылмайтын қол жетімді тауарлар мен ерекше азық-түліктерге қатысты қамтамасыз етеді және сондай-ақ ұсақ өндірушілерге өз өнімдерін өздігінен іске асыруға мүмкіндік береді. Осыған байланысты, бір жағынан, тауарлар мен қызметтердің басқа саласындағы нарықтарды қайта даярлау үдерісін жеделдету және реттеу, екінші жағынан, олардың деңгейін әлемдік стандарттарға барынша жақындатып, жұмыс істейтін нарықтарды жаңғырту үшін жағдай жасау қажет.

Бұл үшін қолданыстағы біліктілік талаптарына сәйкес талдау жүргізу, одан әрі бес жыл ішінде оларды кезең-кезеңімен жаңғыртуды есепке ала отырып, сауда нарықтарына қатысты жаңа республикалық талаптарды әзірлеу және бекіту керек. Осы талаптарға сәйкес, әрбір нарық орналасқан орнына сәйкес оған жазылғаннан төмен емес тип пен санатына сәйкес келуі тиіс. Ең жоғарғы талаптар республикалық маңызы бар қалаларда орналасқан нарықтарға қойылатын болады. Облыс орталықтарындағы нарықтарға қойылатын талаптар басқа қалаларға, аудан орталықтарына және ауылдық жерлерге қарағанда

барынша қатаң болуы тиіс.

Нарықтарды 2014 жылға дейін жаңғырту жоспарының жобасы*

2011-2012

I санат
2014 жылдан бастап

* Жабық базар (көтерме және бөлшек сауда нарықтарының функцияларын қоса атқару мүмкін)		**	
		Мыналарға бөлу:	
		Ірі сауда	
		орталығы және	
		Сауда-логистикалық	
		терминал	

2011-2012

I I санат
2014 жылдан бастап

* Аралас сауда базары		** Мыналарға бөлу:	
		Жақсартылған жабық	
		және Көтерме база	

2011-2012

I I I санат
2014 жылдан бастап

* Ашық нарық		** Жабық базар (көтерме	
		(және бөлшек сауда	
		нарықтарының функцияларын	
		қоса атқару мүмкін)	

Ескерту: 1 санат — Республикалық маңызы бар қалалар, 2 санат - Облыс орталықтары мен басқа қалалар, 3 санат — аудан орталықтары және ауылдың ж е р л е р .

«» түсіндіруді жеңілдете отырып, санат ішіндегі градацияны көрсетеді.*

Санатты айқындау жергілікті органдардың жанынан мемлекеттік органдардың өкілдерінен, сондай-ақ іскер адамдардан, салалық қауымдастықтардан, қоғамдық бірлестіктердің мамандарынан тұратын арнайы құрылған сараптамалық кеңестердің салалық қауымдастықтарының қорытындыларын қарау қорытындысы бойынша жүзеге асырылуы тиіс.

Бұл ретте барлық сауда базарлары ыңғайлы жерде орналасуы, елді мекен өміріне кірігуі тиіс, өйткені олар тек экономикалық қана емес, әлеуметтік функцияларды да орындайды. Көптеген қалаларда базарларды қала сыртына

көшіру үрдісі бар, бұл олардың дәстүрлі функциялары мен олардың қызмет тиімділігінің жоғалуын білдіреді. Осыған байланысты, базарлардың орналасуы бойынша шешімде тек қаланы дамыту жоспары ғана емес барлық салдарлар ескерілуі тиіс.

Осыған байланысты, 2011 - 2012 жылдарда мыналарды:

1) республиканың барлық жұмыс істейтін сауда базарларына паспорттау жүргізу;

2) жаңғыртуға кедергі жасайтын себептер мен факторларды анықтау мақсатында қолданыстағы талаптарға сәйкес сауда базарларының жағдайын талдау жүргізу;

3) оларды кезең-кезеңмен жаңғыртуды ескере отырып базарлардың сыныптамасы талаптарын әзірлеу.

Коммуналдық базарлар мен жәрмеңкелердің қызметін мемлекеттік реттеу саясатын жетілдіру.

Халықтың әлеуметтік қорғалмаған жіктерін қолдауға бағытталған мемлекеттік саясат құралының бірі коммуналдық базарлардың қызметін дамыту, сондай-ақ жәрмеңкелік сауданы ұйымдастыруға жәрдемдесу болып табылады. Коммуналдық базарларды, сондай-ақ алаңдарды жалға алудың ең аз құны бойынша ұсынып, отандық азық-түлік емес тауарларды өндірушілерді қолдау ретінде пайдалануға болатынын атап өткен жөн. Осы объектілерде сатылатын өнімдердің көп бөлігі азық-түлік емес тауарларға жатады.

Базарлар инфрақұрылымына қойылатын талаптарды күшейту мақсатында 2011 - 2012 жылдардан бастап:

1) республиканың барлық жұмыс істеп тұрған сауда базарларына паспорттандыру жүргізу;

2) жаңғыртуға кедергі жасайтын себептер мен факторларды анықтау мақсатында қолданыстағы талаптарға сәйкес сауда базарларының жағдайын талдау жүргізу;

3) оларды кезең-кезеңмен жаңғыртуды ескере отырып, базарларды жіктеу талаптарын әзірлеу;

Коммуналдық базарлар мен жәрмеңкелердің қызметін реттеудің мемлекеттік саясатын жетілдіру қажет.

Халықтың әлеуметтік қорғалмаған жіктерін қолдауға бағытталған мемлекеттік саясат құралдарының бірі коммуналдық базарлардың қызметін дамыту, сондай-ақ жәрмеңкелік сауданы ұйымдастыруға жәрдемдесу болып табылады. Коммуналдық нарықтарды ең аз құны бойынша жал алаңдарын ұсыну, бүгінде коммуналдық базарларда сатылатын өнімнің басым бөлігі азық-түлік емес тауарларына жататынын ескере отырып, азық-түлік емес тауарларының отандық өндірушілерін қолдау ретінде пайдалану қажет.

Осыған байланысты, 2010-2014 жылдарда мыналарды:

1) коммуналдық базарлардың ағымдағы қызметіне, олардың өңірлердегі баға саясатына ықпалын, шығындар құрылымына талдау жүргізу;

2) сауда орны үшін жалға беру ақысын айқындау әдістемесін қоса алғанда коммуналдық базарлардың қызметі бойынша әдістемелік ұсынымдарды бекіту;

3) коммуналдық базарлар әкімшілігін конкурстық іріктеу, оның қызметін жергілікті атқарушы органдардың тарапынан бағалау және реттеу өлшемдерін әзірлеу;

4) жәрмеңкелер өткізу арқылы халыққа әлеуметтік маңызы бар тауарларды тікелей сатуды ынталандыру тәжірибесін дамыту қажет.

Отандық өндірісті дамыту үшін қолайлы жағдай жасау.

Кедендік-тарифтік саясат. 2010 жылғы 1 қаңтардан бастап Кеден одағы жұмыс істейді, ол әлеуетті шетелдік инвесторлар үшін бірқатар артықшылықтар ұсынады, өткізу нарығын кеңейтуге, тауарлардың экспорты кезінде көліктік және кедендік шығыстарды азайтуға, Ресей мен Беларусь арқылы тауарларды тасымалдау кезінде салық салу жүйесін жеңілдетуге мүмкіндік береді.

Осыған байланысты, 2011 - 2014 жылдарда Қазақстанды мемлекеттік реттеудің жекелей және Кеден одағы шеңберінде мынадай жолдармен жетілдіру қажет:

1) құқықтық базаны жаңа талаптар арқылы бейімдеу:

«Сауда қызметін реттеу туралы» Қазақстан Республикасының Заңында экспортты дамыту және жылжыту мен экспортты экономикалық ынталандыру құралдары жөніндегі Ұлттық ұйымның құқықтық мәртебесін бекіту, сондай-ақ оған мыналардың бөлігінде тарифтік квотаны қолдану тетігін енгізу;

Кеден одағы шеңберінде тараптардың ұстанымдарын тиімді келісуге және оларды ұлттық ұйымдардың шешімдері шеңберінде ескеруге мүмкіндік беретін ережелерді, рәсімдерді және регламенттерді әзірлеу және енгізу, бұл кеден одағының ұлттық ұйымдардың жұмыс істеуінің тиімді және шұғыл тетіктерін қамтамасыз етуге мүмкіндік береді;

2) төмендегі әдістер арқылы өндірісті жаңартуды ынталандыру және қазақстандық өнімнің бәсекелестігін арттыру:

отандық өндірістердің технологиялық деңгейін көтеруге ықпал ететін және Кеден одағы елдерінде ұқсастығы жоқ өндірістік мақсаттағы жоғары технологиялық жабдықтарды, жинақтауыштар, дайын бұйымдарды әкелу үшін жағдайлар жасау (Кеден одағының әкелу кедендік баждары ставкаларын төмендету немесе нөлге түсіну жөніндегі комиссиясының отырысына ұсыныс әзірлеу);

Қазақстан Республикасын үдемелі индустриялық-инновациялық дамыту жөніндегі мемлекеттік бағдарламаны және салалық бағдарламаларды іске

асыруға нысаналы негізде байланысты, сондай-ақ Кеден одағы бойынша әріптес елдердегі ұқсас құжаттардың әкелу және әкету баждарын өзгерту кестесін бекіту;
кеден тарифінің эскалация деңгейін көтеру және жиынтықтауыштарға арналған әкелу баждарын азайту/нөлге түсіру;

3) бағаның тез, оның ішінде маусымдық сипаттағы ауытқуын болдырмау, сондай-ақ аграрлық саладағы (маусымдық баждар, бағалық диапазондардың негізіндегі баждары, тарифтік квоталар) импортты реттеу үшін арнайы құралдарды пайдалану бойынша Кеден одағы комиссиясының отырысына ұсыныстар әзірлеу арқылы өндірушілер мен тұтынушылар мүддесінің теңгерімін қамтамасыз ету. Осы шараларды қолдану өндірістің тұрақты мониторингі мен ауыл шаруашылығы өнімдерінің және азық-түлік тағамдарының маңызды түрлерін сату негізінде ауыл шаруашылығы саласындағы мемлекеттік саясат шараларын ескеру қажет;

4) шикізатты қайта өңдеу және одан жасалған дайын өнімдерді өндіру бойынша, сондай-ақ фискалдық мақсаттарда әкетілген кедендік баждарды белгілеу және әкімшілік ету тетіктерін жетілдіру. Бұл ретте өткізу нарықтарын шығынға әкелмес үшін әлемдік нарықтардағы қазақстандық тауарлардың бағалық бәсекеге қабілеттілігін ескерген жөн;

5) Кеден одағы шеңберінде Қазақстан ұсынған шешімдердің негіздемелік базасын күшейту, олардың әлеуметтік-экономикалық және сауда-саяси салдарларын болжау, сондай-ақ кейіннен кедендік-тарифтік реттеудің алдын ала шараларының жоспарын әзірлеу үшін сыртқы ортада өсіп келе жатқан қатерлермен және халықаралық сауда үдерісінде Қазақстанның жылдам тартылумен байланысты сыртқы экономикалық салада мониторинг жүйесін көру.

6) Сауда саясаты мәселелері бойынша ақпараттық ресурстардың бірыңғай базасын құру арқылы Кеден одағы шеңберінде әзірленетін және қабылданатын шешімдерді талқылауға іскер топтарын тарту.

Тарифтік емес реттеу шаралары. Тарифтік емес реттеу шаралары қаржылық, техникалық, кредиттік және сауда саясаты шараларын, сондай-ақ экологиялық саясат іс-шаралары, адам денсаулығын, жануарлар мен өсімдіктерді қорғауға бағытталған шаралардың ауқымды біртекті тобын қамтиды. Осы шараларды біршама түрде пайдалану тауарлар мен қызметтердің сыртқы нарығы үшін кедергі жасайды.

Осыған байланысты 2011 - 2014 жылдарда мыналар:

1) нарықта бәсекеге қабілетті жағдайдың бұзылуы, тауарларды орналастыруды шектеу кезінде жекелеген түрлердің экспортына және/немесе импортына айрықша құқық беру тәжірибесін қысқарту. Әлемдік тәжірибеде импортқа және (немесе) экспортқа айрықша құқық беруді монополистік шаралар деп те атайды - бұл шаралар мемлекеттік өнімдердің экспортына (импортына)

жекелеген шаруашылық субъектілеріне айрықша құқық беруді болжайтын, оның ішінде монополистік жағдайды құру, бір немесе шектелген тұлғалар тобына экономикалық, әлеуметтік не қаржылық себептері бойынша айрықша құқық беру салдарының шаралары. Осылайша, бүкіл импорты немесе жекелеген тауарлардың импорты мемлекеттік органдар не мемлекет бақылайтын кәсіпорындар арқылы өтуі тиіс. Жекелеген жағдайда жеке салаға айрықша құқық беріледі, бұл нарықтың басқа қатысушыларын ығыстырады.

2) сыртқы сауда саласында лицензиялауға жататын тауарлар тізбесін кезең-кезеңі бойынша Кеден одағы отырысына ұсыныстар әзірлеу, сондай-ақ лицензия алу процесіне байланысты рәсімдер мен құжаттамаларды оңайлату;

3) Кеден одағы келісімдерінің нормаларын ДСҰ нормаларына сәйкес келтіру мақсатында тарифтік емес реттеу шараларының жүйесін жетілдіру;

4) Қазақстандық тауарлардың Кеден одағына мүше елдерінің нарығына қол жеткізуіне қатысты кедергілерге жол бермеу мақсатында тарифтік емес реттеу шараларының мониторингін жүргізу.

Тауарлардың импорты кезінде ішкі нарықты қорғау.

Кеден одағы құрылғанға дейін Қазақстанда әлемнің барлық елдерінен, оның ішінде Кеден одағы елдерінің импортына қатысты демпингке қарсы және өтемдік шараларын қабылдау мүмкіндігі болды, ал арнайы қорғау шаралары шығу еліне қарамастан барлық импортқа қатысты болды. 2010 жылғы шілдеден бастап сауда шаралары тек Кеден одағына кірмейтін елдерде өндірілетін тауарларға қатысты қабылдануы мүмкін.

Халықаралық құқық жүйесінде сауда шараларын қолдану 1947 жылғы ГАТТ-тың VI және XIX баптарымен және ДСҰ-ның ГАТТ-тың VI бабын қолдану туралы, субсидиялар мен өтемдік шаралары туралы және арнайы қорғау шараларын қолдану туралы Келісімдерімен реттелетінін атап өткен жөн. Әлемдік саудада барынша таратылған демпингке қарсы шаралар болып табылады — ДСҰ статистикасына сәйкес 1995 жылдан бастап 2008 жыл аралағында ДСҰ-ға мүше елдер 6000-ға жуық тексерулер жүргізген.

Жалпы алғанда, Сауда шаралары бойынша ДСҰ-ның құқықтық базасы мүше елдерге, егер тауарлар импортының өсуі кәсіпорындар немесе отандық өндірістерге шығын келтірген жағдайда ішкі нарықты қорғауға; сауда әріптестері тарапынан әділетсіз сауда жағдайында отандық өндірушілердің мүддесін қорғау үшін шаралар қабылдауға; ДСҰ-ның басқа мүшелері тарапынан сауда шараларын негізсіз пайдаланған жағдайда отандық экспорттаушыларды кемсітушіліктен қорғауға мүмкіндік береді.

Сауда шараларын пайдалануда көшбасшы елдер мыналар болып табылады: Үндістан, Бразилия, Аргентина, Түркия, ЕС, АҚШ, Австралия, Канада, Қытай, ОАР. Ұлттық өндірістерді қорғау үшін ДСҰ мүмкіндігін табысты пайдаланатын

дамыған елдердің сауда шараларын белсенді қолдану үрдістері байқалуда. Оларға қарсы сауда шаралары жиі қолданылатын елдер: Қытай (50%-дан астам), Таиланд, Тайвань, Индонезия, Корея, АҚШ, Үндістан және Ресей.

Осыған байланысты 2010-2014 жылдарда мыналарды:

1) Кеден одағы шеңберінде ауысу кезеңінде тексеру жүргізудің уақытша тетігін әзірлеу. 2010 жылғы шілдеден бастап Үшінші елдерге қатысты арнайы қорғау, демпингке қарсы және өтем шараларын қолдану туралы келісім күшіне енді, бұл ретте Кеден одағы шеңберінде білікті мамандармен толыққанды жұмыс істейтін құзыретті органды құруға қосымша уақыт қажет болады. Осыған байланысты, осы уақытта Кеден одағының өндірушілері жосықсыз немесе тез өсетін импорттан қорғау мүмкіндігінен айырылып қалмас үшін тиісті тетіктер әзірлеу қажет;

2) өндіріске қауіп төндіретін немесе өз бастамасы бойынша тексеруге бастамашылық жасау мәселесін құзыретті органның қарауына кейіннен ұсыныстар әзірлеу үшін инвестициялық жобаларды іске асыруға кедергі келтіретін импорттың айтарлықтай көлемін анықтау мақсатында Үдемелі индустриялық-инновациялық даму жөніндегі мемлекеттік бағдарлама шеңберінде басым салаларға жататын салаларға мониторинг жүргізу;

3) арнайы қорғау, демпингке қарсы және өтем шараларын қолдану туралы өтінімді дайындау мен беру кезінде қазақстандық өндірушілерге жәрдемдесу, сондай-ақ оларға қатысты тексеруге бастамашылық жасалған және үшінші елдерде сауда шараларын қолданатын қазақстандық экспорттаушылардың мүддесін қорғауға мамандандырылған талдау тұғырнамасын құру қажет.

Көпжақты және екіжақты ынтымақтастықты дамыту.

Қазіргі уақытта Қазақстан күш-жігері экономиканың мынадай басым салаларын дамытуға шоғырландырған:

дәстүрлі (мұнай-газ секторы, тау-кен металлургия кешені, шикізат өндірістерін кейіннен барынша жоғары қайта бөлулерге ауыстыратын атом және химия өнеркәсібі);

жер қойнауын пайдаланушылар, ұлттық компаниялар және мемлекет сұранысына негізделген (машина жасау, құрылыс индустриясы, фармацевтика);

шикізаттық сектормен байланыстырылмаған және экспортқа басым бағдарланған өндірістер (агроөнеркәсіптік кешен, жеңіл өнеркәсіп, туризм);

кейінгі 15 — 20 жылда әлемдік экономикада үстем рөлге ие болатын «болашақ экономикасының» секторлары (ақпараттық және коммуникациялық технологиялар, биотехнологиялар, баламалы энергетика, ғарыш қызметі).

Осыған байланысты, әріптестікті дамыту жаһандық экономикада республиканы дамыту және ұлттық экономиканың бәсекеге қабілеттілігін арттыру үшін жағдай жасауға мүмкіндік береді, атап айтқанда 2010-2014

ж ы л д а р ы :

1) дәстүрлі нарықтарды қазақстандық экспорттаушылар мен инвесторлардың ұстанымдарын ұлғайтуды және мынадай жолдармен жаңа нарықтарды игеруді қамтамасыз ететін сауда байланыстарын географиялық әртараптандыру:

Қазақстанның экономикалық мүдделерін есепке ала отырып, Дүниежүзілік сауда ұйымына қосылу;

ірі сауда және экономикалық әріптестер - Еуропа одағы, АҚШ, Қытай, Үндістанмен келіссөзді, сондай-ақ стратегиялық әріптестік шеңберінде (Шанхай ынтымақтастық ұйымы және басқалар), оның ішінде Қазақстан Республикасы мен Еуропа одағы арасында жаңа Негіздемелік келісімді әзірлеу және жасау, сауда және инвестициялар саласындағы қатынастарды дамыту жөніндегі Келісім шеңберінде (ТИФА) өзара қарым-қатынастарды жандандыру арқылы дамыту.

Кеден одағы бойынша әріптестермен бірлесіп алыс шет елдермен өзара қарым-қатынастарды еркін сауда аймағы туралы келісімді, атап айтқанда Еркін сауданың Еуропалық қауымдастығына мүше мемлекеттермен (Швейцария, Лихтенштейн, Норвегия, Исландия), Сербиямен және Черногориямен еркін сауда туралы, Египетпен, Иорданиямен, Израильмен, Ауғанстанмен, Парсы шығанағы елдерімен (Сауд Арабиясы Корольдігі, Кувейт, Бахрейн, Оман, Катар, БАӘ) және басқа да елдермен преференциялық сауда туралы келісімдер жасасу арқылы дамыту.

Кеден одағы бойынша әріптестермен бірлесіп ТМД елдерімен өзара қарым-қатынастар үшін бірыңғай сыртқы саясатты бірыңғай сауда режимін қалыптастыру, оның ішінде Түркіменстанмен еркін сауда туралы келісімді жасасу арқылы жүргізу.

2) әлемдік нарықта ауыл шаруашылығы өнімдерін перспективалы экспорттаушы ретінде өңірдің инвестициялары үшін тартымды республиканың ұстанымдарын күшейту, сондай-ақ азық-түлік емес тауарлар импортына тәуелділікті азайту.

3) мыналарға бағытталған құқықтық базаны әзірлеу арқылы Бірыңғай экономикалық кеңістікті құру:

келісілген экономикалық саясатты, атап айтқанда бірыңғай макроэкономикалық саясатты, бәсекелестік саясатты, табиғи монополиялар, өнеркәсіптік субсидиялар, мемлекеттік сатып алу, ауыл шаруашылығын субсидиялау саласындағы саясатты қалыптастыру;

инвестициялық қызмет және валюталық саясатпен келісілген капиталдың еркін қозғалысы үшін жағдайлар жасау;
қызметтің еркін қозғалысы үшін жағдайлар жасау;
жұмыс күшінің еркін қозғалысы үшін жағдайлар жасау;

БЭК-ке қатысушы елдер инфрақұрылымына, атап айтқанда электр

энергетикасы, темір жол көлігі, мұнай мен газды тасымалдау саласындағы кемсітушіліксіз қол жетімділік ұсыну.

Ақпараттық тұғырнаманы қалыптастыру

Сервистік қолдау. Экономиканың кез келген саласын ұзақ мерзімді дамыту көбінесе нарықтың ашықтығына, хабардар болушылыққа және болжампаздығына байланысты болады. Осыған байланысты, жалпы алғанда сала үшін және жекелеген бағыттар бойынша проблемаларды зерделеумен, шешімдерді қарастырумен және стратегиялар мен тәсілдерді қалыптастырумен үнемі айналысуы қажет. Нәтижесінде, нарықтың хабардар болуы мен ашықтығы жергілікті және шетелде шығарылатын салаларға қосымша инвестицияларды белсенді тартуға мүмкіндік береді.

Осыған байланысты 2010-2014 жылдары мыналарды:

«Сауда саясатын дамыту орталығы» АҚ базасында бөлшек сауданы дамытуға мамандандырылған зерттеу және талдау тұғырнамасын, оның ішінде мамандандырылған электрондық Интернет-ресурс құру; сауда саласының қызметін реттейтін нормативтік құқықтық актілер бойынша с і л т е у і ш ә з і р л е у ;

тәжірибе және бөлшек сауда бизнесіндегі, бөлшек сауданы мемлекеттік реттеудегі және қолжетімді қолдау шараларының жаңалықтары туралы ақпарат алмасу мақсатында ірі шетелдік бөлшек сауда желілері өкілдерінің қатысуымен бөлшек сауда бизнесі өкілдері үшін жыл сайын форумдар мен семинарлар ұ й ы м д а с т ы р у қ а ж е т .

Біліктілікті арттыру. Қатардағы сауда персоналын және басқарушы буынның менеджерлерін оқыту мен кәсібилігін арттыру жүйесін енгізу үшін мыналар:

1) жыл сайын тұрақты негізде барлық республика бойынша кадрлардың қамтамасыз етілуінің мониторингін жүргізу қажет. Әрбір елдің жекелеп алған өңірінде түрлі бейінді мамандардың көлемі мен тапшылығын бағалау керек. Кадрлардың аса тапшылығы жалпы алғанда, республика бойынша және жекелей алған өңірлерде сауда жүйесі тиімділігінің төмендеуіне әкелуі мүмкін. Сондықтан әрбір кадрға мұқтаж өңірлерде қысқа мерзімде оқу курстарын ұ й ы м д а с т ы р у д ы ң м а ң ы з ы з о р ;

2) салалық қауымдастықтармен бірлесіп сауда компанияларының персоналы үшін қысқа оқыту курстары бар тренингтік орталықтарды құру мәселесін пысықтау қажет. Семинарлар мен дәрістер жүргізу үшін Батыс және Шығыс Еуропа елдерінен тәжірибелі мамандарды тұрақты түрде шақыру керек.

Осылайша, қатардағы персонал деңгейінде және сондай-ақ топ менеджер деңгейінде кадрлық мәселелерді шешу қазақстандық сауда компанияларының тиімділік деңгейін осы саладағы үздік әлемдік стандарттарға барынша жақындатуы тиіс.

6. Қажетті ресурстар

Іс-шараларды іске асыруға 2011 жылы республикалық бюджеттің қаражаты есебінен Қазақстан Республикасы Экономикалық даму және сауда министрлігінің «Экономика, сауда және мемлекеттік басқару саласындағы қолданбалы зерттеулерді жүргізу» деген 007 бюджеттік бағдарламасы бойынша 20 млн. теңге, 2012 жылы - 35 млн. теңге, 2013 жылы - 25 млн. теңге бөлінетін болады. 2014 жылы іс-шараларды іске асыруға арналған қажетті қаражат 2012 - 2014 жылдарға арналған республикалық бюджет шеңберінде қарастырылатын болады.

Бағдарламаны қаржыландыру даму институттарының қаражаты, кәсіпорындардың меншікті қаражаты, отандық және шетелдік инвестициялар есебінен және республикалық бюджетте көзделген қаражат шегінде жүзеге асырылады.

7. Қазақстан Республикасында сауданы дамыту жөніндегі 2010-2014 жылдарға арналған бағдарламаны іске асыру жөніндегі іс-шаралар жоспары

Ескерту. 7-бөлімге өзгеріс енгізілді -ҚР Үкіметінің 2012.01.18 N 100 Қаулысымен.

№	Іс-шара	Аяқталу нысаны	Орындауға жауаптылар	Орындалу мерзімі	Болжамды шығыстар					Барлы
					2010 ж.	2011 ж.	2012 ж.	2013 ж.	2014 ж.	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1. Сауда инфрақұрылымын дамыту үшін қолайлы жағдайлар жасау										
1.1 Сауда инфрақұрылымын дамытуды мемлекеттік ынталандыру										
1	Инвестициялық қызметтің басым бағыттарының тізіміне ішкі сауданы енгізу мәселесін пысықтау	Қазақстан Республикасы Үкіметіне ұсыныс	ЭДСМ	2011 жыл						
2	«Бизнес — 2020 жол картасы» бағдарламасына мыналарға кредиттер бойынша пайыздық ставканы субсидиялау мәселесін енгізу мәселесін пысықтау: - жоғары технологиялық жылыжай кешендерін және ауыл шаруашылығы өнімі қоймаларын салу және қайта жаңғырту; - ауыл шаруашылығы өнімін сақтау үшін жаңа базаларды	Қазақстан Республикасы	ЭДСМ, ИЖТМ, АШМ, Қаржымині, «	2011 жыл						

	салу және жұмыс істеп тұрғандарын қайта жаңғырту, тауарларды қоймада сақтау технологиясын жетілдіру (қоймалардың, жабдықтардың қазіргі заманғы жобаларын, жабдықтардың жаңа түрлерін әзірлеу, қоймаларды механикаландыру және автоматтандыру).	Үкіметіне ақпарат	Қазагро» ҰБК» АҚ, «Даму» КДҚ» АҚ						
3	Тауар өндірушілердің өнімін өткізу үдерісін қамтамасыз ететін қоймалық және логистикалық инфрақұрылымды дамыту мақсатында мемлекеттік жеке әріптестікті дамыту бойынша ұсыныстарды әзірлеу	Қазақстан Республикасы Үкіметіне ақпарат	ЭДСМ, ИЖТМ, АШМ, Қаржымині, ККМ, «МЖӨ ҚО» АҚ облыстардың, Астана және Алматы қалаларының әкімдіктері	2011 - 2012 жылдар					

1.2. Ауылды жерлердегі және қаладағы өндірушілер мен тұтынушылар арасындағы шағын сауда пішімдерін ынтал:

4	Қарызын өтеу бөлігіндегі кәсіпкерлерді қаржылық қолдау құралдары бойынша ұсыныстарды әзірлеу және енгізу: жобалау-сметалық құжаттамасын және техникалық-экономикалық негіздемені әзірлеу бойынша шығыстар бөлігі; - сауда жабдықтарын сатып алуға және айналым қаражатын толықтыруға кредиттер бойынша, сондай-ақ жеңілдікті жағдайларда негізгі құралдарды сатып алуға лизинг беру бойынша шығыстар	Қазақстан Республикасы Үкіметіне ақпарат	ЭДСМ, ИЖТМ, АШМ, Қаржымині, ККМ, «Қазагро» ҰБХ» АҚ, «Даму» КДҚ» АҚ	« 2011 жыл					
5	Өткізу және сатып алу кооперативтерін құру бойынша ұсыныстар әзірлеу	Қазақстан Республикасы Үкіметіне ақпарат	ЭДСМ, ИЖТМ, АШМ, Қаржымині, облыстардың, Астана және Алматы қалаларының әкімдіктері, Сауда кәсіпорындары	2012 жыл					

12	Интернет-дүкендерге ықпалдасу үшін қолайлы модульмен Интернет желісінде төлемнің қолма-қол электрондық желісін құру (Webmoney, Раурал ұқсастарды) жөніндегі ұсыныстарды әзірлеу	Қазақстан Республикасы Үкіметіне ақпарат	ЭДСМ, Қаржымині, ҚР ҰБ	2012 жыл						
3. Сауда қызметі субъектілерімен жүйелік жұмысты құру										
3.1 Заңнаманы жетілдіру										
13	Сауда саласындағы қызметті реттейтін барлық деңгейдегі нормативтік құқықтық актілерге түгендеу жүргізу	Қазақстан Республикасы Үкіметіне ұсыныстар	ЭДСМ, Қаржымині, ДСМ, ККМ, Еңбекмині, ТЖМ, ИМ, ИЖТМ, БҚА, ТМРА, АШМ	2011 жыл						
14	«Сауда қызметін реттеу туралы» Заңға өзгеріс енгізу туралы» Заң жобасының тұжырымдамасын әзірлеу	Тұжырымдаманы Заң жобалау жұмыстары мәселелері жөніндегі ведомство аралық комиссияның қарауына шығару	ЭДСМ	2013 жыл						
15	Сауда саласындағы қызметті реттейтін нормативтік құқықтық акті бойынша жол көрсетуші жинағын (guide) шығару	Жол көрсетуші жинағы	ЭДСМ, «ССДО» АҚ, Сауда кәсіпорындары қауымдастығы (келісім бойынша)	2011 жыл		10 млн. теңге				10 млн теңге
3.2 Сауда кәсіпорындарын орналастыруды жоспарлау жүйесін енгізу										
16	Халықты сауда аландарымен қамтамасыз ету бойынша ең аз нормативтерді әзірлеу	Қазақстан Республикасы Үкіметіне ақпарат	ЭДСМ, Қаржымині, МЗ, ККМ, ТЖМ, ИЖТМ, БҚА, ҚТКША, «ССДО» АҚ	2011 жыл						
17	Бөлшек сауда кәсіпорындарын орналастыру бойынша әдістемелік ұсынымдар әзірлеу	ЭДСМ бұйрығы	ЭДСМ, Қаржымині, ДСМ, ККМ, ТЖМ, ИЖТМ, БҚА, ҚТКША, «ССДО» АҚ	2011 жыл		10 млн. теңге				10 млн теңге
3.3 Базарлар инфрақұрылымына қойылатын талаптарды кезең-кезеңмен күшейту										
			Облыстардың, Астана және							

18	Республиканың барлық жұмыс істейтін сауда базарларына паспорттау жүргізу	ҚР ЭДСМ -ға есеп	Алматы қалаларының әкімдіктері, салық органдары, Сауда кәсіпорындары қауымдастығы (келісім бойынша)	2011 жыл						
19	Жаңғыртуға кедергі жасайтын себептер мен факторларды анықтау мақсатында қолданыстағы талаптарға сәйкес сауда базарларының жағдайын талдау жүргізу	Қазақстан Республикасы Үкіметіне есеп	ЭДСМ, облыстардың, Астана және Алматы қалаларының әкімдіктері, «ССДО» АҚ, Сауда кәсіпорындары қауымдастығы (келісім бойынша)	2011 жыл						
20	Оларды кезең-кезеңмен жаңғыртуды ескере отырып базарлардың сыныптамасы талаптарын әзірлеу	Қазақстан Республикасы Үкіметіне ақпарат	ЭДСМ, Астана және Алматы қалаларының әкімдіктері, «ССДО» АҚ, Сауда кәсіпорындары қауымдастығы (келісім бойынша)	2012 жыл			10 млн теңге			10 млн теңге

3.4 Коммуналдық базарлар мен жәрмеңкелердің қызметін мемлекеттік реттеу саясатын жетілдіру

21	Коммуналдық базарлардың ағымдағы қызметіне, олардың өңірлердің бағалық саясатына әсеріне, шығыстар құрылымына талдау жүргізу	Қазақстан Республикасы Үкіметіне ақпарат	ЭДСМ, облыстардың, Астана және Алматы қалаларының әкімдіктері	2011 жыл						
22	Сауда орнына жалдық төлемді айқындау әдістемесін қоса алғанда, коммуналдық базарлар қызметін ұйымдастыру бойынша әдістемелік ұсынымдары әзірлеу	ЭДСМ бұйрығы	ЭДСМ, Қаржымині, облыстардың, Астана және Алматы қалаларының әкімдіктері	2012 жыл						
23	Коммуналдық базарлар әкімшіліктерін конкурстық іріктеу өлшемдерін және оның қызметін бағалау және	Қазақстан Республикасы	ЭДСМ, Қаржымині, облыстардың, Астана және	2012 жыл						

	реттеу жүйесін әзірлеу бойынша мәселелерді пысықтау	Үкіметіне ақпарат	Алматы қалаларының әкімдіктері						
24	Халыққа әлеуметті маңызы бар тауарларды тікелей сатуды ынталандыру мақсатында жәрмеңкелер өткізу	ЭДСМ -ға ақпарат	Облыстардың, Астана және Алматы қалаларының әкімдіктері	2010-2014 жылдар					
25	Азық-түлік тауарлары бойынша республикалық және өңірлік баланстарды жүргізуді қамтамасыз ету	ЭДСМ -ға ақпарат	А Ш М , облыстардың, Астана және Алматы қалаларының әкімдіктері	2011-2014 жылдар					

4. Республиканың логистикалық жүйелерін және транзиттік әлеуетін дамыту
4-кіші бөлім алып тасталды - ҚР Үкіметінің 2012.01.18 N 100 Қаулысымен.

5 Отандық өндірісті дамыту үшін қолайлы жағдайлар жасау

5.1 Кедендік-тарифтік саясат

30	Мыналар бойынша ұсыныстар әзірлеу: - Қазақстан Республикасының ү д е м е л і индустриялық-инновациялық дамуы бойынша мемлекеттік бағдарламаны және салалық бағдарламаларды іске асыруға байланысты нысаналы түрдегі әкелу және әкету баждарын өзгерту кестесін бекіту; - кедендік тариф эскалациясының және а у ы л шаруашылық-техникасының және құрастырмалы құрылыс құрастырмаларының жинақтаушыларын әкелу баждарын төмендету/нөлге келтіру деңгейін арттыру.	Сауда саясаты жөніндегі ведомствоаралық комиссияға ұсыныстар	ЭДСМ, ИЖТМ, АШМ, Б А М , Қаржымині, ККМ	2011-2014 жылдар					
31	Аграрлық сектордағы импортты реттеу үшін арнайы құралдарды пайдалану бойынша ұсыныстар әзірлеу (мерзімдік баждар, негізгі бағалық диапазондарға арналған баждар, тарифтік квоталар)	Сауда саясаты жөніндегі ведомствоаралық комиссияға ұсыныстар	ЭДСМ, АШМ, Қаржымині	2011-2014 жылдар					
32	Кедендік жеңілдіктер және преференциялар жүйесін оңтайландыру және қысқарту бойынша ұсыныстар әзірлеу	Сауда саясаты жөніндегі ведомствоаралық комиссияға ұсыныстар	ЭДСМ, Қаржымині	2011-2014 жылдар					

33	Сыртқы экономикалық саладағы мониторинг жүйесін әзірлеу және жасау	Қазақстан Республикасы Үкіметіне ақпарат	ЭДСМ, Қаржымині, «ССДО» АҚ	2011-2012 жылдар						
5.2 Тарифтік емес реттеу шаралары										
34	Тауарлардың жеке түрлерін экспорттауға және/немесе импорттауға арналған ерекше құқықтарын беру тәжірибесін қысқарту бойынша ұсыныстары әзірлеу	Сауда саясаты жөніндегі ведомствоаралық комиссияға ұсыныстар	ЭДСМ, ИЖТМ, АШМ, БАМ, Қаржымині, ККМ	2011-2014 жылдар						
35	Сыртқы сауда саласындағы лицензиялауға жататын тауарлар тізбесін кезең-кезеңмен қысқарту, сондай-ақ лицензия алу үдерісімен байланысты рәсімдер мен құжаттамаларды қысқарту бойынша ұсыныстар әзірлеу	Сауда саясаты жөніндегі ведомствоаралық комиссияға ұсыныстар	ЭДСМ, ИЖТМ, АШМ6 БАМ, Қаржымині, ККМ 2011-2014 жылдар							
5.3 Тауарлар импорты кезінде ішкі нарықты қорғау шаралары										
36	Кеден Одағы шеңберінде өтпелі кезеңге арналған тексеру жүргізудің уақытша тетігін әзірлеу	Қазақстан Республикасы Үкіметіне ақпарат	ЭДСМ, СИМ, «ССДО» АҚ	2010 жыл						
37	Өндіріске қауіп төндіретін не инвестициялық жобаларды іске асыруға кедергі болатын импорттың елеулі көлемін анықтау мақсатында, өзіндік бастамасы бойынша тексеруді бастамашылық ету мәселесін құзыретті органның қарауына ұсыныстарды одан әрі әзірлеу үшін ҮИИДМБ шеңберінде басым салаларға қатысты салалар мониторингін жүргізу	Қазақстан Республикасы Үкіметіне ақпарат	ЭДСМ, Қаржымині, СИМ, ИЖТМ, АШМ, «ССДО» АҚ	2011-2014 жылдар						
38	Арнайы қорғау, демпингке қарсы және өтемдік шараларды қолдану туралы өтінішті дайындау және беру кезіндегі қазақстандық өндірушілерге ықпалдасуға, сондай-ақ оларға қатысты тексеру бастамашылық етілген және үшінші елдердің сауда шаралары қолданылатын қазақстандық экспорттаушылар	Қазақстан Республикасы Үкіметіне ақпарат	ЭДСМ, «ССДО» АҚ	2011-2012 жылдар						

	мүдделерін қорғауға маманданған талдамалық тұғырнаманы құру									
6 Көпжақты және екіжақты ынтымақтастықты дамыту										
39	Дүниежүзілік сауда ұйымына қосылу бойынша іс-шараларды жүргізу	Қазақстан Республикасы Үкіметіне ақпарат	ЭДСМ, Қаржымині, ИЖТМ, СІМ, АШМ, ККМ, барлық мүдделі мемлекеттік органдар	2010-2014 жылдар						
40	Бірыңғай экономикалық кеңістікті құру бойынша іс-шараларды жүргізу	Қазақстан Республикасы Үкіметіне ақпарат	ЭДСМ, Қаржымині, ИЖТМ, СІМ, АШМ, ККМ, барлық мүдделі мемлекеттік органдар	2010-2012 жылдар						
41	Еуропалық еркін сауда қауымдастығына қатысушы мемлекеттермен (Швейцария, Лихтенштейн, Норвегия, Исландия) еркін сауда туралы келісім жасау туралы мәселені пысықтау	Қазақстан Республикасы Үкіметіне ақпарат	ЭДСМ, Қаржымині, СІМ, ИЖТМ, АШМ, ККМ, «ССДО» АҚ	2010-2011 жылдар						
42	Сербиямен еркін сауда туралы келісім жасау туралы мәселені пысықтау	Қазақстан Республикасы Үкіметіне ақпарат	ЭДСМ, Қаржымині, СІМ, ИЖТМ, АШМ, ККМ, «ССДО» АҚ	2010-2011 жылдар						
43	Черногориямен еркін сауда туралы келісім жасау туралы мәселені пысықтау	Қазақстан Республикасы Үкіметіне ақпарат	ЭДСМ, Қаржымині, СІМ, ИЖТМ, АШМ, ККМ, «ССДО» АҚ	2010-2011 жылдар						
44	Египетпен еркін сауда туралы келісім жасау туралы мәселені пысықтау	Қазақстан Республикасы Үкіметіне ақпарат	ЭДСМ, Қаржымині, СІМ, ИЖТМ, АШМ, ККМ, «ССДО» АҚ	2010-2011 жылдар						
45	Иорданиямен еркін сауда туралы келісім жасау туралы мәселені пысықтау	Қазақстан Республикасы Үкіметіне ақпарат	ЭДСМ, Қаржымині, СІМ, ИЖТМ, АШМ, ККМ, «ССДО» АҚ	2010-2011 жылдар						

46	Израильмен еркін сауда туралы келісім жасау туралы мәселені пысықтау	Қазақстан Республикасы Үкіметіне ақпарат	ЭДСМ, Қаржымині, СІМ, ИЖТМ, АШМ, ККМ, «ССДО» АҚ	2010-2011 жылдар							
47	Ауғанстанмен еркін сауда туралы келісім жасау туралы мәселені пысықтау	Қазақстан Республикасы Үкіметіне ақпарат	ЭДСМ, Қаржымині, СІМ, ИЖТМ, АШМ, ККМ, «ССДО» АҚ	2010-2011 жылдар							
48	Парсы бұғазы елдерімен (Сауд Арабиясы Корольдігі, Кувейт, Бахрейн, Оман, Катар, БАӘ) және басқа елдермен еркін сауда туралы келісім жасау туралы мәселені пысықтау	Қазақстан Республикасы Үкіметіне ақпарат	ЭДСМ, Қаржымині, СІМ, ИЖТМ, АШМ, ККМ, «ССДО» АҚ	2010-2011 жылдар							
49	Түркіменстанмен еркін сауда туралы келісім жасау туралы мәселені пысықтау	Қазақстан Республикасы Үкіметіне ақпарат	ЭДСМ, Қаржымині, СІМ, ИЖТМ, АШМ, ККМ, «ССДО» АҚ	2010-2011 жылдар							
50	ТМД елдері шеңберінде сауда режимін бірегейлендіру мәселесін пысықтау	Қазақстан Республикасы Үкіметіне ақпарат	ЭДСМ, Қаржымині, СІМ, ИЖТМ, АШМ, ККМ, «ССДО» АҚ	2010-2011 жылдар							

7 Ақпараттық тұғырнаманы қалыптастыру

51	Бөлшек сауданы дамытуға мамандандырылған зерттеу және талдау тұғырнамасын, оның ішінде мамандандырылған электронды Интернет-ресурсты «Сауда саясатын дамыту орталығы» АҚ базасында құру	Қазақстан Республикасы Үкіметіне ақпарат	ЭДСМ, «ССДО» АҚ	2010-2011 жылдар							
52	Бөлшек бизнестегі, бөлшек сауданы мемлекеттік реттеудегі және қолдаудың қол жетімді шараларындағы жаңашылдықтар туралы тәжірибемен және ақпаратпен алмасу мақсатында ірі шетел бөлшек желілері өкілдерінің қатысумен бөлшек бизнесі өкілдері үшін жыл сайынғы форумдар және семинарлар ұйымдастыру	Қазақстан Республикасы Үкіметіне ақпарат	ЭДСМ, «ССДО» АҚ, Сауда кәсіпорындары қауымдастығы (келісім бойынша)	2012-2014 жылдар			25 млн. теңге	25 млн. теңге	*3		50 млн теңге
			ЭДСМ, «ССДО» АҚ,								

53	Сауда компаниялары персоналдары үшін қысқа оқыту курстарымен тренингтік орталық ұйымдастыру мәселелерін пысықтау	Қазақстан Республикасы Үкіметіне ақпарат	Сауда кәсіпорындары қауымдастығы (келісім бойынша)	2011-2013 жылдар						
----	--	--	--	------------------	--	--	--	--	--	--

³ 2012-2014 ж.ж. арналған республикалық бюджет шеңберінде қаралатын болады

Ескерту: аббревиатуралардың толық жазылуы:

- | | |
|-----------|--|
| ҚР ҰБ | - Қазақстан Республикасының Ұлттық Банкі |
| ЭДСМ | - Қазақстан Республикасы Экономикалық даму және сауда министрлігі |
| ИЖТМ | - Қазақстан Республикасы Индустрия және жаңа технологиялар министрлігі |
| МГМ | - Қазақстан Республикасы Мұнай және газ министрлігі |
| ККМ | - Қазақстан Республикасы Көлік және коммуникация министрлігі |
| СІМ | - Қазақстан Республикасы Сыртқы істер министрлігі |
| Қаржымині | - Қазақстан Республикасы Қаржы министрлігі |
| АШМ | - Қазақстан Республикасы Ауыл шаруашылығы министрлігі |
| БҒМ | - Қазақстан Республикасы Білім және ғылым министрлігі |
| ТЖМ | - Қазақстан Республикасы Төтенше жағдайлар министрлігі |
| ДСМ | - Қазақстан Республикасы Денсаулық сақтау министрлігі |
| БҚА | - Қазақстан Республикасының Бәсекелестікті қорғау агенттігі (Монополияға қарсы агенттік) |
| ҚТКША | - Қазақстан Республикасы Құрылыс және тұрғын үй-коммуналдық шаруашылық істері агенттігі |
| ТМРА | - Қазақстан Республикасы Табиғи монополияларды реттеу агенттігі |
| ҚҚА | - Қазақстан Республикасының Қаржы |

	нарығын және қаржы ұйымдарын реттеу мен қадағалау агенттігі
Еңбекмині	- Қазақстан Республикасы Еңбек және халықты әлеуметтік қорғау министрлігі
Қазына» АҚ	«С а м ұ р ы қ - «Самұрық-Қазына» ұлттық әл-ауқат қоры» акционерлік қоғамы
«ССДО» АҚ	- «Сауда саясатын дамыту орталығы» акционерлік қоғамы
«Даму» КДҚ» АҚ	- «Даму» кәсіпкерлікті дамыту қоры» акционерлік қоғамы
«МЖӘ ҚО» АҚ	- «Мемлекеттік-жекеменшік әріптестіктің қазақстандық орталығы» акционерлік қоғамы
«ҚазАгро» ҰБХ» АҚ	- «ҚазАгро» ұлттық басқарушы холдингі» акционерлік қоғамы