



Об утверждении Программы по развитию торговли в Республике Казахстан на 2010 - 2014 годы

Утративший силу

Постановление Правительства Республики Казахстан 30 октября 2010 года № 1143. Утратило силу постановлением Правительства Республики Казахстан от 27 мая 2014 года № 550

Сноска. Утратило силу постановлением Правительства РК от 27.05.2014 № 550.

В целях реализации постановления Правительства Республики Казахстан от 14 апреля 2010 года № 302 «Об утверждении Плана мероприятий Правительства Республики Казахстан по реализации Государственной программы по форсированному индустриально-инновационному развитию Республики Казахстан на 2010 - 2014 годы» Правительство Республики Казахстан

ПО С Т А Н О В Л Я Е Т :

1. Утвердить прилагаемую Программу по развитию торговли в Республике Казахстан на 2010 - 2014 годы (далее - Программа).

2. Министерству экономического развития и торговли Республики Казахстан совместно с заинтересованными центральными исполнительными органами, акимами областей, городов Астаны и Алматы обеспечить надлежащее и своевременное выполнение мероприятий, предусмотренных Программой.

3. Ответственным центральным и местным исполнительным органам представлять информацию о ходе реализации Программы в соответствии с Правилами разработки и мониторинга отраслевых программ, утвержденными постановлением Правительства Республики Казахстан от 18 марта 2010 года № 218 «Об утверждении Правил разработки и мониторинга отраслевых программ».

4. Контроль за исполнением настоящего постановления возложить на Первого заместителя Премьер-Министра Республики Казахстан Шукеева У.Е.

5. Настоящее постановление вводится в действие со дня подписания.

П р е м ь е р - М и н и с т р

Республики Казахстан

К. Масимов

У т в е р ж д е н а

постановлением

Правительства

Республики

Казахстан

от 30 октября 2010 года № 1143

Программа по развитию торговли в Республике Казахстан на 2010 - 2014 годы

Содержание

1. П а с п о р т П р о г р а м м ы
2. В в е д е н и е
3. А н а л и з т е к у щ е й с и т у а ц и и
4. Ц е л ь, з а д а ч и, ц е л е в ы е и н д и к а т о р ы и п о к а з а т е л и
р е з у л ь т а т о в р е а л и з а ц и и П р о г р а м м ы
5. Э т а п ы р е а л и з а ц и и П р о г р а м м ы
6. Н е о б х о д и м ы е р е с у р с ы
7. П л а н м е р о п р и я т и й п о р е а л и з а ц и и П р о г р а м м ы

1. Паспорт Программы

Наименование Программы	Программа по развитию торговли в Республике Казахстан на 2010 - 2014 годы
Основание для разработки Программы	Указ Президента Республики Казахстан от 19 марта 2010 года № 958 «О Государственной программе по форсированному индустриально-инновационному развитию Республики Казахстан на 2010 - 2014 годы и признании утратившими силу некоторых указов Президента Республики Казахстан»
Разработчик Программы	Министерство экономического развития и торговли Республики Казахстан
Государственный орган, ответственный за реализацию Программы	Министерство экономического развития и торговли, Министерство финансов Республики Казахстан, Министерство транспорта и коммуникаций Республики Казахстан, Министерство индустрии и новых технологий, Министерство иностранных дел Республики Казахстан, Агентство Республики Казахстан по защите конкуренции
Цель	Создание системной и институциональной основы для устойчивого развития торговой отрасли

Республики Казахстан и повышения ее конкурентоспособности

Задачи

- сформировать систему государственной поддержки внутренней торговли (софинансирование, кадровое обеспечение отрасли) ;
- создать благоприятные условия для ускоренного развития биржевой и электронной торговли ;
- привести нормативную правовую базу по вопросам торговой деятельности в соответствие с целями государственной политики в сфере торговли ;
- интегрировать систему оптовой торговли в международную транзитную сеть;
- создать благоприятные условия для развития производства современной конкурентоспособной продукции на территории Казахстана, формирования новых экспортоориентированных производств и привлечения иностранного капитала в высокотехнологичные сектора;
- создать благоприятные условия для продвижения казахстанской продукции на внешние рынки ;
- организовать сервисную поддержку участников внутренней торговли (информационную, аналитическую и иную).

Сроки реализации 2010 - 2014 годы

Целевые

индикаторы

Достижение ежегодных темпов роста розничного товарооборота (в текущих ценах) в % к предыдущему году начиная с 2014 года не менее 106 %, причем в 2010 году - 100 %, в 2011 году - 102 %, в 2012 году - 103 %, в 2013 году - 104 % ;

достижение ежегодного роста индекса физического объема розничной торговли в 2010 году - 108 %, в 2011 году - 104 %, в 2012 году - 104,1 %, в 2013 году - 104,4 %, в 2014 году - 105,3 % в % к предыдущему году;

увеличение доли площадей торговых предприятий
в общем объеме розничных торговых площадей
(включая рынки) на 30 % к 2014 г.;

увеличение доли обеспеченности торговыми
площадями на 1000 человек на 30 % к 2014 году;

доведение доли современных торговых форматов в
общем объеме розничного товарооборота до 50 %;

увеличение на 40 % объемов продаж (в ценах
базового года) на 1 квадратный метр торговой
п л о щ а д и ;

увеличение степени консолидированности
розничного рынка до 7 %;

увеличение доли объема торговых операций через
биржи в общем объеме товарооборота в целях
повышения прозрачного ценообразования до 0,8 %
в 2010 году, 0,9 % в 2011 году, в 2012 году -
1,0 %, в 2013 году - 1,1 % и в 2014 году -
1,2 % от общего объема товарооборота;

достижение ежегодных темпов роста
внешнеторгового оборота в % к предыдущему
году, в 2010 году - 110,0 %; в 2011 году -
106,2 %; в 2012 году - 105,0 %; в 2013 году
- 103,7 %; в 2014 году - 104,1 %;

завершение формирования Таможенного союза в
рамках Евразийского экономического сообщества;

унификация ставок импортных таможенных пошлин
стран-членов Таможенного союза (Республики
Беларусь, Республики Казахстан, Российской
Федерации) - в 2010 году на уровне 96 %,
в 2011 году - 96 %, в 2012 году - 97 %, в 2013
году - 99 % и в 2014 году - 99 %;

завершение формирования Единого экономического
пространства Республики Беларусь, Республики
Казахстан и Российской Федерации;

вступление во Всемирную торговую организацию;

повышение рейтинга ВЭФ по вовлеченности в
мировую торговую систему до 80 места.

Источники и На реализацию мероприятий будет выделено в
объемы финансирования 2011 году из средств республиканского бюджета

20 млн. тенге по бюджетной программе 007 «Проведение прикладных исследований в сфере экономики, торговли и государственного управления» Министерства экономического развития и торговли Республики Казахстан, в 2012 году - 35 млн. тенге, в 2013 году - 25 млн. тенге. На реализацию мероприятий в 2014 году необходимые средства будут рассматриваться в рамках республиканского бюджета на 2012 - 2014 года. Финансирование Программы осуществляется за счет средств институтов развития, собственных средств предприятий, отечественных и зарубежных инвестиций и в пределах средств, предусматриваемых в республиканском бюджете.

2. Введение

Торговля является функциональным сектором экономики, тесно взаимосвязанным с другими отраслями и обеспечивающим продвижение товаров и услуг к потребителям (организации, население) в масштабах всей страны и в рамках внешнеэкономической деятельности. Эффективность торговли как системы и современного развитого бизнеса дает мультипликативный эффект для всей экономики, позволяя другим отраслям уменьшать издержки на маркетинг, логистику, продажи и, в конечном счете, снижать оптовые и розничные цены. Наконец, развитие внутренней торговли способствует росту внутреннего производства товаров.

Кроме того, с начала 2010 года Казахстан вместе с Российской Федерацией и Республикой Беларусь функционирует в новых условиях - в составе Таможенного союза, в рамках которого проводится единая внешнеторговая политика по отношению к третьим странам. С 2012 года между Казахстаном, Россией и Беларусью планируется начало функционирования Единого экономического пространства, которое предполагает более углубленную форму экономической интеграции, в рамках которой предполагается также обеспечение свободного передвижения услуг, капитала и рабочей силы.

Несмотря на большое значение торговли для экономического развития страны программа развития торговли ранее не разрабатывалась и данный документ является первым системным документом.

Программа по развитию торговли в Республике Казахстан на 2010 - 2014

годы (далее - Программа) разработана в соответствии с ключевыми направлениями Стратегического плана развития Республики Казахстан до 2020 года, утвержденного Указом Президента Республики Казахстан от 1 февраля 2010 года № 922 и Планом мероприятий по реализации Государственной программы по форсированному индустриально-инновационному развитию Республики Казахстан на 2010 - 2014 годы (далее - ГПФИИР), утвержденным постановлением Правительства Республики Казахстан от 14 апреля 2010 года № 302. Программа представляет собой функциональный раздел ГПФИИР.

Основной целью Программы является создание системной и институциональной основы для устойчивого развития торговой отрасли Республики Казахстан и повышения ее конкурентоспособности.

В Программе отражены вопросы развития торговли в целом, в том числе, внешней торговли и внутренней, включающей в себя розничную, оптовую, биржевую, электронную торговлю и систему общественного питания.

Для развития внутренней торговли предполагается стимулирование увеличения количества площадей современных торговых форматов и их доли в общем обороте розничной торговли, развитие электронной торговли, сближение удаленных производителей, особенно в сельской местности, с основными каналами товародвижения, повышение прозрачности торговли и информированности участников рынка, а также повышение уровня профессионализма его участников. Во внешнеторговой политике предполагается совершенствование политики в рамках стран Таможенного союза с целью упрощения процедур для осуществления предпринимательской деятельности, устранения барьеров в торговле, стимулирования развития производства и интеграции в мировое торговое пространство.

Предполагаемая модернизация торговой отрасли Казахстана направлена на приведение ее в соответствие современным международным требованиям торговли и содействие эффективному процессу товародвижения с минимальными транзакционными издержками. Реализация мер позволит обеспечить эффективную дистрибуцию как для производителей (широкий географический охват, большая пропускная способность, низкие удельные издержки системы), так и для потребителей в виде эффективного удовлетворения потребностей населения (физическая доступность товаров, ценовая доступность товаров, высокое качество товаров и услуг).

3. Анализ текущей ситуации

В классической рыночной экономической системе торговая деятельность выполняет посредническую (распределительную) функцию между

производством и потреблением товаров и услуг. Поэтому в условиях современного рынка развитие торговли напрямую зависит от развития спроса и предложения, роста внутреннего производства товаров и увеличения покупательной способности населения.

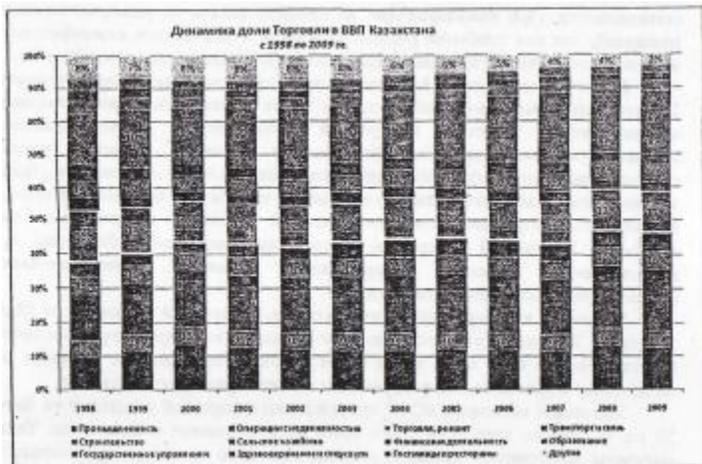
Удельный вес торговли в ВВП. Сектор торговли признан во многих странах выполняющим важную экономическую и социальную роль.

В среднем в мире вклад торговли в ВВП составляет порядка 10 %, а в общую занятость - до 13 % (данные Eurostat, US Census). В России доля торговли занимает до 20 % ВВП, в Словении - 13 %, Нидерландах - 13 %, в США около 12 % , в Китае 8 % .

В Казахстане торговля в структуре ВВП в период с 1998 по 2009 годы занимала третье место, составляя 12 - 13 % ВВП.



Источник: US Census Bureau

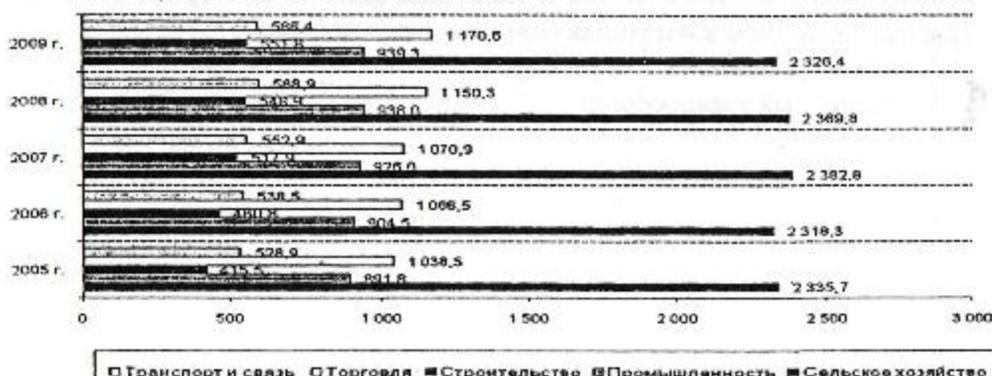


Источник: Агентство РК по статистике

Удельный вес торговли в занятости населения. В торговле занято 14,8 % от всего занятого населения страны. При этом численность занятого населения в торговле Казахстана имеет тенденцию к увеличению в среднем на 33 тыс. чел. ежегодно. Так, если в 2005 году численность занятых в торговле составила 1

038,5 тысяч человек, то в 2009 году - 1 170,6 тыс. чел., что не свидетельствует о повышении производительности труда в этом секторе, т.к. доля торговли в структуре ВВП осталась неизменной.

Занятость, тыс. чел.



Источник: Агентство РК по статистике

Необходимо отметить, что показатель занятости в торговле более 10 % от общего населения, занятого в экономике, существует в США (15 %), Великобритании (15 %), Франции (13 %), Словакии (19 %), Нидерланды (17 %), Польше (15 %) и России (17 %).

Торговля в налоговых поступлениях. В структуре налоговых поступлений на протяжении последних лет большая часть принадлежит горнодобывающей промышленности, доля которой в 2009 году составила около 52,6 %.



Источник: Министерство финансов РК

На втором и третьем месте прочно стоят обрабатывающая промышленность и операции с недвижимым имуществом. В период с 2005 - 2008 годы в структуре налоговых платежей торговля занимала 4-е место по объемам сборов, но в 2009 году ее доля оказалась почти равной доли строительства (5,9 %), транспорта и связи (5,4 %) и составила 5,3 %.

Следует отметить, что с учетом доли занятого населения в торговле (14,8 %), ее доля в налоговых поступлениях в размере 5,3 % не соответствует отрасли и отражает проблемы администрирования, наличие теневого сектора, большую

долю задействованных через упрощенный режим налогообложения, ее сравнительно низкую доходность. Внутренняя торговля.

Общий оборот мировой розничной торговли равен примерно 14,5 трлн. долларов США, из которых на долю стран Западной Европы приходится порядка 30 %, еще 25 % приходится на США, 2 % - на Россию. Согласно данным Агентства РК по статистике, розничный товарооборот Казахстана за 2009 год составил 17,3¹ млрд. долл. США или порядка 2,5 трлн. тенге, что составляет 0,12 % от мирового розничного товарооборота.

Общеплановый оборот сектора розничной торговли рос в период с 2005 по 2008 год со средним темпом в 8,3 %. Вследствие экономического кризиса в 2009 году отмечалось снижение оборота розничной торговли на 6,4 %. Однако по результатам первого полугодия 2010 года товарооборот начал восстанавливаться.

¹ Средневзвешенный курс тенге к доллару США за 2009 по данным Нацбанка РК - 147,5 тенге.

Существенный позитивный вклад в развитие мирового товарооборота вносят страны, имеющие значительный нереализованный потенциал - Китай, Индия, Бразилия, Россия. В большинстве этих стран действуют комплексные государственные программы по развитию внутренней торговли.

Развитие розничной торговли определяется рядом факторов, среди которых наиболее значительными являются:

уровень благосостояния населения (уровень средней заработной платы в тенге в Казахстане в 2009 году по сравнению с 2005 годом увеличился на 31 % (в реальном выражении));

численность населения, которая в 2009 году выросла на 5,4 % (расчет по показателю численности населения на конец периода);

плотность населения - наиболее населенными регионами страны в 2005 году являлись г. Алматы, Южно-Казахстанская область, Карагандинская область, Восточно-Казахстанская области, которые сохранили лидерство и в 2009 году (расчет по показателю среднегодовой численности);



Источник: US Census Bureau

доступ к финансовым ресурсам (по данным Национального банка в 2005 году средняя банковская ставка по кредитам в тенге сроком от 1 года до 5 лет для юридических лиц составила 13,9 %, а в 2009 году - 14,6 %); развитие базовой инфраструктуры и инфраструктурных услуг (за период с 2005 по 2009 год объем розничного товарооборота РК увеличился на 27,7 %, а объем площадей торговых предприятий РК в этот период увеличился на 66 %).

Розничная торговля в Казахстане.

В соответствии с законодательством Республики Казахстан к розничной торговле относится предпринимательская деятельность по продаже товаров потребителям для их личного использования. Розничная торговля осуществляется через магазины, торговые дома, рынки и автоматы, киоски, автолавки, палатки, выносные прилавки. Магазины розничной торговли различаются по площадям, ассортименту, качеству обслуживания, технической оснащенности. При классификации их принято делить по размерам торговых площадей, так как наиболее распространенной в маркетинге классификацией магазинов розничной торговли является деление на категории «А», «В», «С».

Магазины категории «А» - это все магазины с торговой площадью свыше 100 квадратных метров (далее - кв. м.²). Такие магазины отличаются широким ассортиментом, высокой пропускной способностью потока клиентов, техническими возможностями безналичных расчетов, высоким уровнем сервиса, низкими удельными издержками на доставку и хранение, более высокой производительностью труда. Именно по причине вышеперечисленных преимуществ торговые сети предпочитают работать в магазинах этих форматов. В деловой литературе и средствах массовой информации при использовании термина «Современные форматы» преимущественно подразумевают магазины к а т е г о р и и « А » .

Магазины категории «В» - это магазины с торговой площадью от 50 до 100 кв . м. Торговые сети неохотно идут в данную категорию торговых точек, т.к. такие

точки чаще всего имеет более высокие операционные издержки как на доставку и хранение, так и на расходы административного характера.

Магазины категории «С» - это магазины с торговой площадью не более 50 кв. м. Данная категория более всего распространена в Казахстане. Такие магазины отличаются крайней неприхотливостью в своих требованиях к управлению и к учету. Чаще всего отдельная часть товарооборота таких магазинов не фиксируется, возможно, отсутствие условий для нормального хранения продуктов. В этих магазинах высокие издержки на доставку и хранение продукции, высокие закупочные цены, ограниченный ассортимент, некачественный сервис. Организация торговой сети из магазинов данной категории затруднительна, т.к. пропускная способность, как клиентов, так и товаров весьма ограничена, а удельные операционные и административные расходы значительно выше, чем в более крупных магазинах. Все это в целом накладывается на уровень цен в магазинах данной категории, которые, как правило, выше, чем в магазинах более крупного формата.

Объем розничного товарооборота. Обороты по каналам.
Розничный товарооборот.

2 Иногда для данной категории магазинов обозначается верхняя планка размера торговой площади в 250 квадратных метров

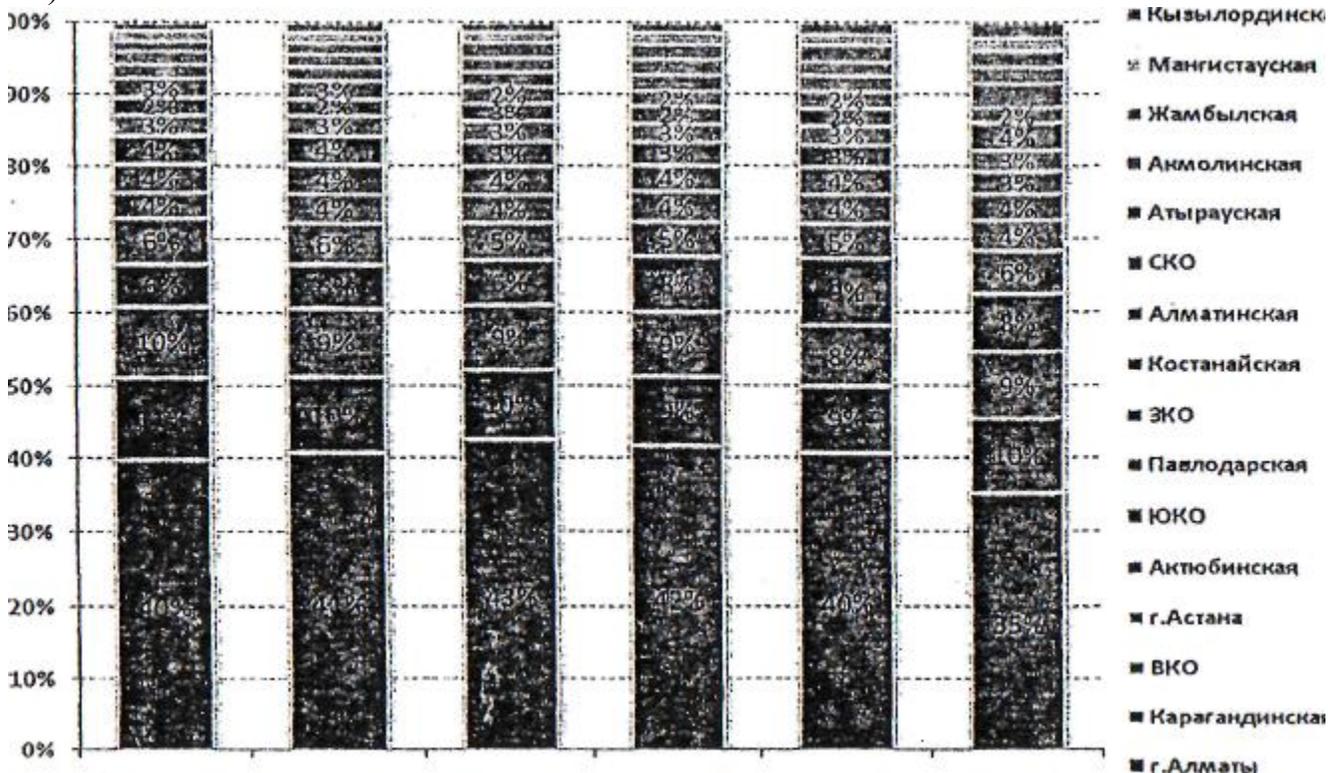
В 2009 году общий объем розничного товарооборота составил 2 551,4 млрд. тенге, что на 2,7 % меньше, чем в 2008 году. В формировании общего объема розничного товарооборота 51,1 принадлежит торговле на рынках и индивидуальными предпринимателями.

За период с 1997 по 2009 годы объем розничного товарооборота увеличился с 342 млрд. тенге до тенге 2 551 млрд. тенге (в текущих ценах), т.е. в 6,4 раза.



В указанный период отмечается стабильный рост розничного товарооборота. Исключением стал 2009 год, когда объем розничного товарооборота в силу кризисных явлений снизился на 2,7 %.

Динамика региональной структуры розничного товарооборота РК (2004-2009 гг.)



Источник: Агентство РК по статистике

Рынки/Торговые предприятия.

Примечателен характер развития структуры розничного товарооборота. Так, если в период с 1997 по 1999 годы наблюдается уверенное увеличение доли розничного товарооборота через канал «Рынки», то с 2000 по 2008 годы прослеживается его уверенное снижение и рост доли «Торговых предприятий» (магазинов).



Источник: АО «Центр развития торговой политики»

Снижение доли продаж через «Рынки» связано с улучшением экономической ситуации в стране и повышением уровня жизни населения. Если в 1999 году, согласно данным Агентства РК по статистике, доля торговли на рынках и индивидуальными предпринимателями составляла 77 %, то уже к 2008 году она снизилась до 40 %, при одновременном увеличении доли «Торговых предприятий» с 23 % до 60 % или более чем в 2,6 раза. Однако в 2009 году в связи с ухудшением экономической ситуации товарооборот через «торговые предприятия» вновь продемонстрировал резкое снижение до 49 % от всего розничного товарооборота республики.

Структура торговых площадей по Казахстану.

Согласно данным Агентства РК по статистике за период с 1 января 2005 по 1 января 2010 годы объем площадей торговых предприятий РК увеличился с 1 811 тыс. кв. м 3 075 тыс. кв. м или на 70 %. Отчасти это связано с бумом на рынке недвижимости, когда инвестиционная привлекательность розничной торговли усилилась ростом и ожиданием дальнейшего увеличения цен на коммерческую недвижимость. В этом же периоде банки массово кредитовали как торговые предприятия, так и население (потребительские кредиты).



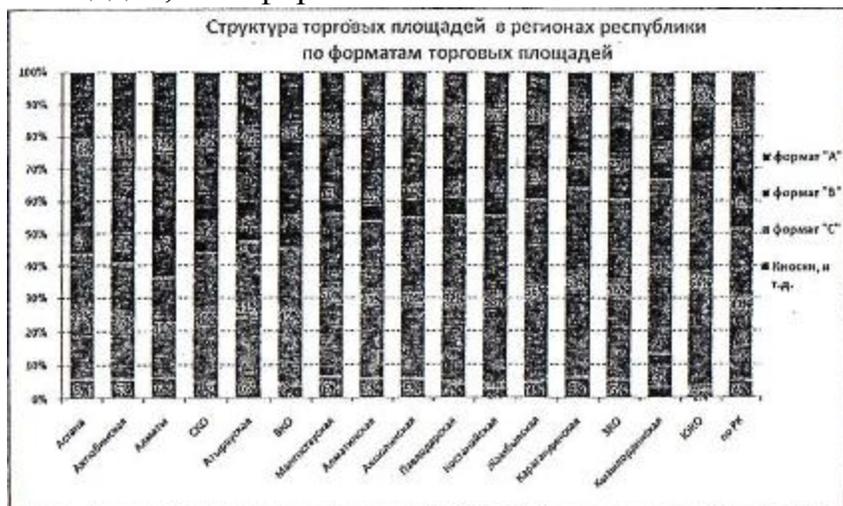
Источник: Агентство РК по статистике

В региональном разрезе наибольший рост торговых площадей в этот период наблюдался в Астане - 223 %, что, в частности, связано с развитием левого берега столицы. На втором месте по темпам роста торговых площадей оказалась «нефтяная» Атырауская область - 203 %. Заметно выросли торговые площади в Алматы - на 98 %, в Кызылординской, Южно-Казахстанской и Павлодарской областях - на 95 %, 77 % и 74 %, соответственно.

Медленнее всего увеличение объема торговых площадей наблюдается в Северо-Казахстанской (26 %), Жамбылской (26 %), Алматинской (21 %) о б л а с т я х .

Структура торговых площадей по стране. По республике в структуре

торговых площадей наибольший удельный вес приходится на магазины формата категории «С» - 47 % от всех торговых площадей, второе место - на формат категории «А» (33 %). На магазины категории «В» приходится 16 % торговых площадей, а на формат «Киоски» - 4 %.



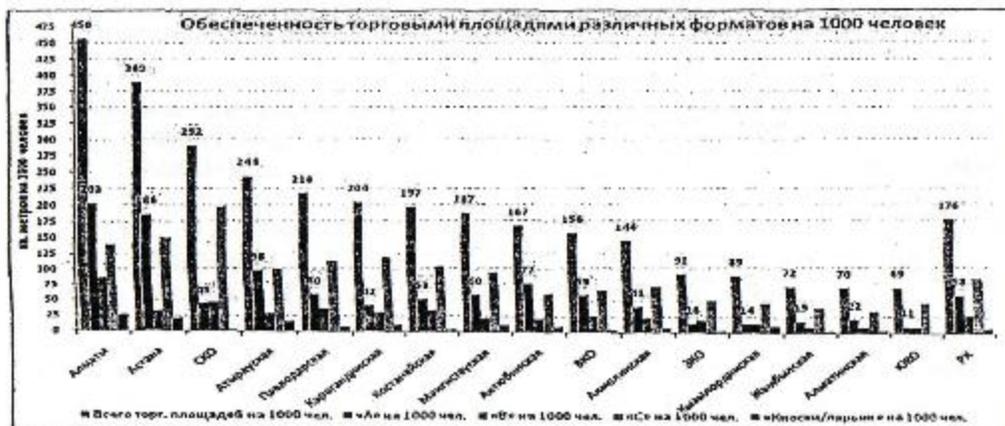
Источник: АО «Центр развития торговой политики»

Наибольшая доля магазинов категории «А» отмечается в Астане - 48 %, категория «В» лучше всего представлена в Западно-Казахстанской области - 22 % и в Алматы - 19 %.

По магазинам категории «С» лидером является Южно-Казахстанская область - 68 %. Киоски как розничная торговая точка более всего распространены в Кызылординской области - 13 %.

Как видно из данного регионального обзора существует проблема значительной дифференциации обеспеченности разных регионов торговыми форматами категорий «А» и «В». Так, наиболее необеспеченным ими является западный регион, где в сравнении с другими областями и даже столицей существует потенциально высокий платежеспособный спрос. Налицо несоответствие спроса и предложения в сегменте розничной торговли.

Обеспеченность торговыми площадями. Согласно расчетам акционерного общества «Центр развития торговой политики» осуществленных на основе данных Агентства РК по статистике на начало 2009 года, на 1000 жителей республики приходится 176 кв. м всех видов торговых предприятий, т.е. магазинов, включая киоски/ларьки, но без учета торговых рынков. При этом из 176 кв. м, только 58 кв. м, или 33 %, приходится на магазины категории «А», а на формат категории «С» приходится 83 кв. м. или 47 %.



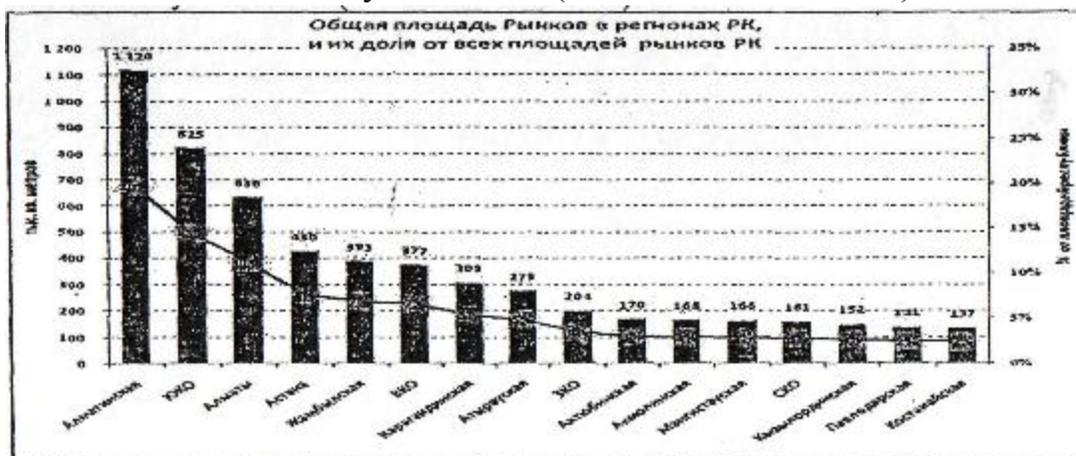
Источник: АО «Центр развития торговой политики»

Из всех регионов лучше всего торговыми площадями на 1000 жителей региона обеспечен г. Алматы (456 кв.м), затем г. Астана (389 кв.м) и СКО (292 кв.м). Наихудшее положение по обеспеченности торговыми площадями наблюдается в Алматинской (70 кв.м) и Южно-Казахстанской (69 кв.м) областях, что свидетельствует о преимущественном развитии в этих регионах торговли через рынки, а не магазины.

Торговые площади рынков.

Согласно данным Агентства РК по статистике за 2008 год, наибольшие площади «Рынков» находятся в Алматинской области - 1 120 тыс. кв. м или 20 % от всех рынков в республике.

В Южно-Казахстанской области располагается 825 тыс.кв.м. или 15 % от общей площади рынков. Город Алматы по площади рынков находится на третьем месте - 635 тыс.кв.м (11 %). Примерно равные площади приходятся на Астану (430 тыс.кв.м или 8 %), Жамбылскую (393 тыс.кв.м или 7 %) и Восточно-Казахстанскую области (377 тыс.кв.м или 7 %).



Источник: Агентство РК по статистике

Наименьшие доли площадей рынков отмечаются в Северо-Казахстанской (161 тыс.кв.м или 3 %), в Кызылординской (152 тыс.кв.м или 3 %), в Павлодарской и Костанайской областях (примерно по 140 тыс.кв.м или по 2 %).

Соотношение обеспеченности населения Казахстана и регионов торговыми и рыночными площадями. Население республики в значительно большей степени обеспечено площадями, относящимися к рынкам (по классификации Агентства РК по статистике «Рынки»), чем площадями, относящимися к магазинам (по классификации Агентства РК по статистике «Торговые предприятия»). В среднем по республике, согласно расчетам акционерного общества «Центр развития торговой политики», их площади на 1000 человек соотносятся как 67 % (352 кв.м) и 33 % (176 кв.м).



Источник: АО «Центр развития торговой политики»

В разрезе регионов наиболее позитивная картина наблюдается в Костанайской области, где 60 % торговых площадей приходится на магазины и 40 % - на торговые рынки. В Восточно-Казахстанской области площади магазинов и рынков примерно одинаковы - 50 % на 50 %. В Жамбылской, Атырауской и Алматинской областях 78 %, 84 % и 86 %, площадей приходится на торговые рынки. Данное соотношение вызвано как предпочтением потребителей рынков магазинам, так и общим уровнем благосостояния населения.

Эффективность товарооборота.

Согласно расчетам акционерного общества «Центр развития торговой политики», в 2009 году на 1 квадратный метр розничных торговых площадей приходилось в среднем по республике - 800 тыс. тенге в год.



Источник: АО «Центр развития торговой политики»

Максимальная эффективная загрузка торговых площадей наблюдалась в г. Алматы и Актюбинской области, где на 1 кв.м торговых площадей было реализовано продукции на сумму - 1 млн. 200 тыс. тенге за год. Наименьшая эффективность торговых площадей наблюдалось в Костанайской области - 392 тыс. тенге и в Северо-Казахстанской области - 315 тыс. тенге на 1 кв.м за 2009 г о д .

С т е п е н ь к о н с о л и д а ц и и

Важным качественным показателем развития розничной торговли является консолидация рынка, под которой подразумевается товарооборот/продажи, осуществляемые торговыми предприятиями, представленными не одной, а несколькими розничными торговыми точками, т.е. сетью магазинов или торговой с е т ь ю .

В Казахстане консолидированность рынка продовольственных товаров составляет не более 5 %. В России по оценке Ассоциации компаний розничной торговли консолидация местного рынка розницы достигает 11 % от всего т о в а р о о б о р о т а .

Одной из основных причин столь значительной разницы является то, что в Казахстане, в отличие от России, обеспеченность торговыми форматами категории «А» существенно ниже, а торговые сети, например по продаже продовольственных товаров, работают преимущественно в форматах «А». Также в не меньшей степени препятствием к консолидации розничного товарооборота является модель поведения потребителей, предпочтения которых сводятся к покупке м п р о д у к ц и и ч е р е з р ы н к и .

Среди причин отсутствия консолидированности рынка в Казахстане отмечаем невысокую численность и плотность населения в Казахстане, что не дает для бизнеса масштаба, наблюдаемого в России. Это также является причиной того, что западные и российские торговые сети пока очень осторожно рассматривают

возможности выхода на казахстанский рынок.

Таким образом, превалирование торговли на рынках, на долю которых приходится 51 % объема товарооборота и 67 % торговых площадей, в торговом секторе Казахстана не способствует цивилизованному развитию торговли.

На рынках отсутствует должный уровень защиты прав потребителей, сложно обеспечивать санитарно-эпидемиологические требования и собираемость налогов. Кроме того, на рынках невозможно анализировать объемы, структуру, динамику товаропотоков соответственно.



Источник: АО «Центр развития торговой политики»

В странах с развитой торговлей, рынки относятся к архаичной форме розницы и практически изжиты, либо функционируют по специализированным направлениям (например, по народным ремеслам).

Как отмечено ранее, наглядно превалирование в республике так называемых «несовременных форматов», то есть магазинов категории «В», «С» и «Киоски», на которые приходится 67 % всех площадей магазинов. Эти категории характеризуют ограниченные размеры площадей, низкая пропускная способность, высокие удельные издержки, что не может быть базой для консолидации торговой деятельности.

Подробно достоинства и недостатки различных категорий магазинов, а так же рынков, приведены в таблице.

Преимущества и недостатки различных каналов и форматов розницы

КРИТЕРИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ РОЗНИЧНЫХ КАНАЛОВ И ФОРМАТОВ	Рынки/ИП	Магазины категории "В"/"С"/"Киоски"	Отдельный магазин категории "А"	Торговые сети
ГОСУДАРСТВЕННЫЕ ИНТЕРЕСЫ				
Защита прав потребителей	Практически отсутствует	Низкая	Средняя	Высокая

Возможность мониторинга статистики	и	Практически отсутствует	Низкая	Средняя	Высокая
Защита продвижение отечественного производителя	и	Практически отсутствует	Практически отсутствует	Низкая	Высокая
Собираемость налогов		Низкая	Низкая	Низкая	Высокая
Соблюдение санитарных требований	норм и	Низкая	Низкая	Средняя	Высокая
ВНУТРЕННИЕ ПРОЦЕССЫ					
Возможность получения и кредитов поставщиков	скидок товарных у	Практически отсутствует	Практически отсутствует	Низкая	Высокая
Использование современных систем планирования		Практически отсутствует	Практически отсутствует	Низкая	Высокая
Качество управленческих кадровых ресурсов		Низкая	Низкая	Средняя	Высокая
Удельные издержки на менеджмент и штат	на	Высокие	Высокие	Средние	Низкие
Стоимость третьих (транспортные компании, консультации)	услуг лиц	Высокая	Высокая	Средняя	Низкая
Эффективность использования логистической инфраструктуры (транспорт, холодильники, грузчики)	склад,	Низкая	Низкая	Средняя	Высокая
Удельные на логистику	издержки	Высокие	Высокие	Средние	Низкие
Возможность работать производителями напрямую	с	Низкая	Низкая	Средняя	Высокая
РАБОТА С ПОКУПАТЕЛЯМИ					
Предлагаемые цены		Средние	Высокие	Средние	Низкие
Широта ассортимента		Низкая	Низкая	Высокая	Высокая

Эффективность рекламных компаний	Отсутствует	Отсутствует	Низкая	Высокая
Эффективные дисконтные и иные программы лояльности	Отсутствует	Отсутствует	Низкая	Высокая

Перечисленные в таблице факторы обеспечивают возможность торговым сетям осуществлять деятельность с низким уровнем торговых наценок. К примеру, торговые сети Западной Европы, такие как METRO, REAL, Auchan, Carrefour работают при средней торговой накрутке в цепи «Производитель - Торговая Сеть» в 3 - 4 %, что обусловлено операционной эффективностью и эффектом масштабов их деятельности.

Очевидно, что мелкие магазины, рынки и даже отдельные магазины категории «А» неконкурентоспособны по сравнению с розничными сетями и сохраняют функционирование в стране только из-за слабого инфраструктурного развития и недостаточного уровня инвестиций в розничную торговлю.

Таким образом, обзор торговых площадей розничной торговли в региональном разрезе различных форматов и сравнительный анализ их эффективности свидетельствует о преимуществах развития современных торговых форматов и торговых сетей. По этому пути шли развитые страны, и Казахстан не должен являться исключением.

О п т о в а я т о р г о в л я .

Оптовая торговля - это предпринимательская деятельность по реализации товаров, предназначенных для последующей продажи или иных целей, не связанных с личным, семейным, домашним и иным подобным использованием.

Оптовая торговля осуществляется в специализированных или смешанных, при наличии обособленных мест, отделенных от мест осуществления розничной торговли, магазинах, торговых домах и рынках.

Согласно данным Агентства РК по статистике в 2009 году по сравнению с 2005 годом оптовый товарооборот (в текущих ценах) увеличился на 127,5 %, составив 6 872,3 млрд. тенге. В 2009 году в оптовом товарообороте доля продовольственных товаров составляла 16,9 %, непродовольственных - 83,1 %.

Последние пять лет значительную долю в оптовом товарообороте страны занимает Алматы - 3 075,3 млрд. тенге или 45 % от общего объема оптовой торговли. Второй показатель по г. Астана в размере 1 002,5 млрд. тенге (или 15 %), на третьем месте - Карагандинская область (495,1 млрд. тенге или 7 %).

Наибольший процент ежегодного роста объемов оптовой торговли за последние пять лет наблюдается в Астане (64 %), наименьший - в Северо-Казахстанской области (19 %).



Источник: Агентство РК по статистике

Наибольшую долю в структуре оптовой торговли республики за 2008 год занимали продукты нефтепереработки - дизельное топливо и автомобильный бензин, а также черные металлы и пшеница, т.е. не товары народного потребления и непродовольственные товары.

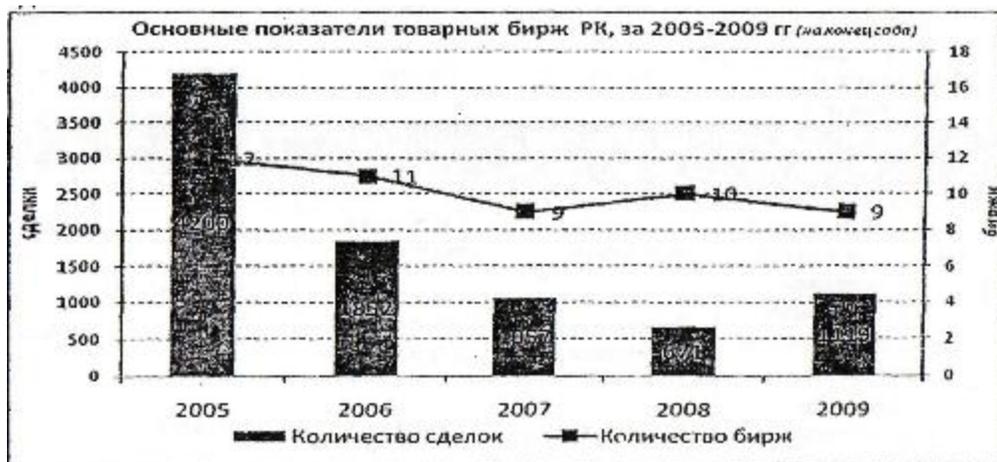
Высокие показатели рыночной доли и прироста оптовой торговли по Алматы объясняется особой ролью этого города. Алматы является городом с крупнейшим автопарком (значительное потребление ГСМ и большие продажи автомобилей), а также местом размещения значительной части пищевой промышленности (производство пива, вина, столовой воды, соков, молочной и кондитерской продукции).

Одной из причин столь неравномерного распределения объемов является разрушение взаимосвязей и отсутствие у предприятий оптовой торговли достаточного объема собственных оборотных средств, что чаще приводит к концентрации больших объемов товаров вблизи крупных рынков сбыта, т.е. в регионах с наибольшим уровнем потребления продукции.

Таким образом, оптовая торговля в Казахстане сегодня выступает отдельным звеном торговли, главным образом, обеспечивая потребность в непотребительских товарах, таких как, ГСМ, зерно, черные металлы, стройматериалы. Оптовая торговля не выступает связующим звеном с розничной, не выполняет функции регулятора товаропотоков, что видно по структуре обращаемых в ней товаров, где незначительны виды товаров, реализуемых в розничной торговле.

Биржевая торговля.

Биржевая торговля - это предпринимательская деятельность по реализации биржевых товаров, осуществляемая на товарной бирже путем проведения торгов, в том числе электронных, регистрации и оформления сделок.

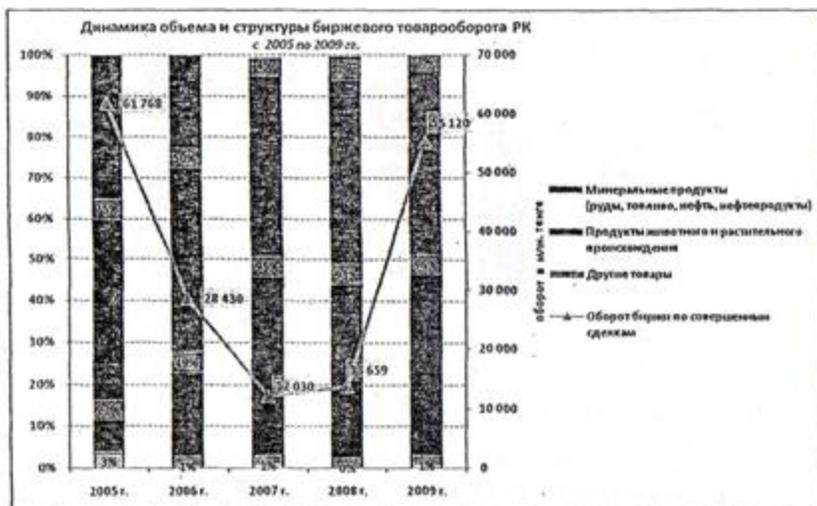


Источник: Агентство РК по статистике

На 1 мая 2010 года в республике осуществляют деятельность 33 брокерско-дилерских организации и 4 товарные биржи получившие лицензию: «Товарная биржа «Евразийская Торговая Система» (ЕТС), «Международная товарная биржа «Казахстан», «Товарная биржа Жамбылской области», «Универсальная товарная биржа «Астана». Согласно данным Агентства РК по статистике количество сделок на биржах в 2009 году снизилось более чем в 3,7 раза, по сравнению с 2005 годом. Тем не менее, при этом объем выносимых на торги биржевых товаров вырос на 29 %. Следует отметить динамику снижения совершенных сделок. Так, если из общего объема выносимых на торги биржевых товаров в 2005 году сделки были совершены по 84 % товарам, то в 2009 году - по 58 %.

Основные показатели деятельности товарных бирж в Республике Казахстан с 2005 по 2009 годы

Показатели	2005	2006	2007	2008	2009
Количество бирж, единиц	12	11	9	10	9
Количество сделок, единиц	4 200	1 852	1 057	671	1 119
Объем выносимых на торги биржевых товаров, млн.тенге	73 199	28 543	12 068	25 383	94 548
Оборот биржи по совершенным сделкам, млн. тенге	61 768	28 430	12 030	13 659	55 120



Источник: Агентство РК по статистике

Основная доля совершенных сделок на товарных биржах относится к продуктам, жирам и маслам животного и растительного происхождения, доля которых за пятилетний период составила 61 % от общего объема совершенных сделок и 97 % от совершенных сделок в 2009 году. Второе место в совершенных сделках занимают минеральные продукты (руды, топливо, нефть и нефтепродукты), доля которых сократилась с 75 % в 2005 году до 3 % в 2009 г о д у .

Таким образом, биржевая торговля не оказывает значительного влияния на экономику страны, в частности, ее доля в общем объеме оптового товарооборота 2009 году не превышает 1 %. За период с 2005 года количество товарных бирж уменьшилось на 3 единицы, что свидетельствует о неструктурированности этого рынка, возможно, случайном характере появления новых игроков, слабой привлекательности этого бизнеса. Данный канал продаж не пользуется повышенным спросом, пожалуй, ни у одной группы потребителей (промышленные предприятия, предприятия оптовой и розничной торговли, дистрибуционные компании, трейдеры по продовольственным товарам, госорганы и госкомпании). Со стороны предложения владельцы ресурсов (товаров), которые могут реализовываться через товарные биржи, не заинтересованы в увеличении доли этого канала продаж.

Минусом здесь является и отсутствие практической возможности товарных бирж влиять на ценовую конъюнктуру. Известные лондонские товарные биржи помимо исполнения функции международного канала продаж также формируют котировки на те или иные товары, оказывая тем самым значительное влияние на мировые товарные рынки, так через товарные биржи проходит от 5 до 20 % мировой торговли соответствующими биржевыми товарами. В этих условиях на развитие биржевой торговли в республике может повлиять активное государственное стимулирование, выраженное в законодательном определении

перечня биржевых товаров и объема реализации товаров через товарные биржи, применяемые на период их становления.

Э л е к т р о н н а я т о р г о в л я .

Электронная торговля осуществляется путем заключения торговых сделок на основе соглашения (договора) участников электронной торговли на куплю-продажу товаров с использованием электронных средств связи.

В мировой розничной торговле возрастает роль продаж через интернет, но уровень проникновения электронной торговли еще не очень велик и существенно различается между странами. В наиболее технологически развитых странах, характеризующихся небольшой площадью территории и высокой плотностью населения, доля электронной торговли достигает 5 % и выше. В Казахстане перспективы электронной торговли осложняются огромными расстояниями, невысокой плотностью населения, слабым развитием логистических систем, неиспользованием торговых функций интернета (и его сравнительно невысоким использованием), небольшими объемами большинства рынков и сегментов потребительских товаров, что снижает эффект масштаба.



Источник: АО "Центр развития торговой политики"

В Казахстане в 2009 году количество пользователей сети интернет составляло 3,15 млн. человек или 19,8 пользователей на 100 жителей. Но данные цифры скорее отражают число пользователей электронной почты, сетевых сообществ и новостных ресурсов, чем количество тех из них, которые используют Интернет как потребители товаров и услуг.

Со стороны предложения в последние годы в Казахстане появился интерес со стороны бизнеса в рамках электронной торговли, что характеризуется появлением более двух десятков интернет-магазинов разного профиля, площадок по продаже карточек по оплате сотовой связи, мультимедийной продукции, книг, а также продовольственных товаров.

Однако, несмотря на то, что численность казахстанских

интернет-пользователей сравнительно незначительно, эксперты отмечают еще более значительное отставание интернет-продаж в доменной зоне KZ, что связано с небольшой емкостью этого рынка, недостаточностью критической массы покупателей.

Существует ряд следующих факторов, которые сдерживают развитие данного вида торговли в Казахстане:

сравнительно небольшое количество интернет-пользователей; неразвитость контента казахстанской части интернета, что обостряет проблему малого числа пользователей интернета в доменной зоне KZ, т.к. большинство пользователей предпочитает использовать более содержательные и разнообразные российские сайты;

имеющиеся в казахстанских компаниях внутренние резервы оптимизации деятельности, в том числе, за счет специализированного программного обеспечения;

недоверие интернет-пользователей и казахстанского бизнеса к надежности средств связи при передаче конфиденциальной финансовой информации;

низкая покупательская способность большей части населения Казахстана, особенно в регионах;

несовершенство традиционных каналов розничной торговли. Лишь там, где эти каналы хорошо развиты, интернет привносит в них новое качество;

относительная неразвитость электронных платежных систем;

неравномерность развития казахстанского рынка электронного бизнеса;

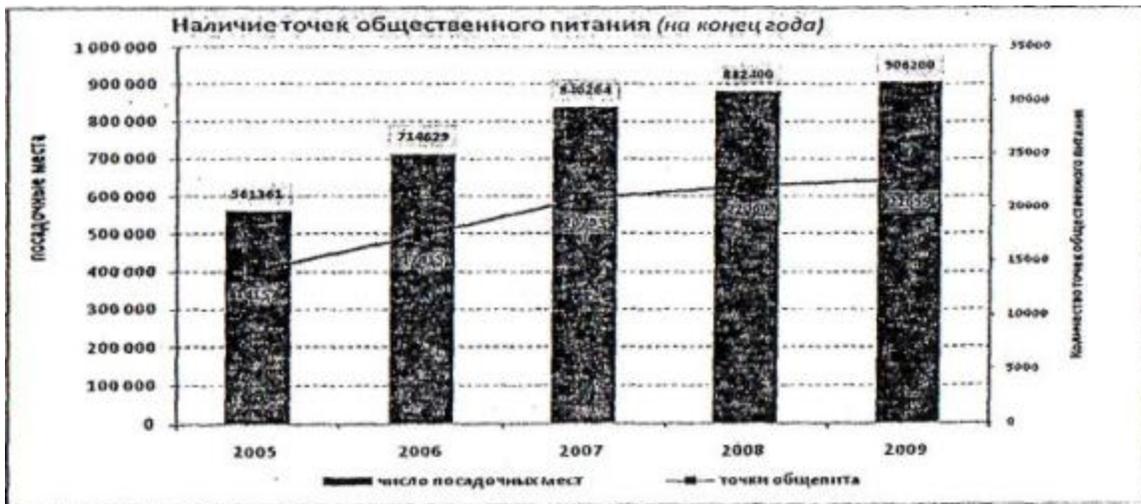
высокая стоимость электронных платежных систем для использующих их казахстанских компаний (комиссия банков доходит до 3 %).

Тем не менее, развитая электронная торговля - это международный тренд, усиливающийся по мере увеличения технологичности потребления и образа жизни. Однако не стоит рассматривать электронную торговлю в отрыве от розничной и других видов торговли, развития фондового рынка и финансовых услуг. В этом аспекте роль электронной торговли, как технологического решения для обычной торговли или банковских услуг, выглядит более заслуживающей внимания, чем абстрактное отдельное развитие электронной торговли.

Таким образом, основное значение для развития электронной торговли имеет инфраструктура в сфере коммуникационных технологий, так как от этого в основном зависит степень ее развития и широта использования.

Услуги общественного питания.

К общественному питанию относится предпринимательская деятельность, связанная с производством, переработкой, реализацией и организацией потребления продуктов питания.



Источник: Агентство РК по статистике

Согласно данным Агентства РК по статистике количество объектов общественного питания выросло с 2005 по 2009 годы почти в 1,6 раза и составило 22,7 тыс. заведений.

В региональном разрезе лидирующие позиции по объему услуг общественного питания занимает Алматы (28,3 млрд. тенге). Второе место занимает Атырауская область (14,2 млрд. тенге), на третьем - Астана (9,9 млрд. тенге).

Вместе с тем, особенностями и тенденциями рынка услуг общественного питания являются следующие:

- концентрация ресторанного бизнеса в Алматы и Астане;
- неструктурированность рынка, отсутствие крупных игроков;
- отсутствие общепринятых стандартов по форматам объектов, зачастую несоответствие вывески и содержания;
- немногочисленность иностранных брендов (в основном турецкие);
- слабое развитие франчайзинга в системе общественного питания;
- недолгий срок деятельности среднего ресторана или кафе, высокие риски и убыточность этого бизнеса;
- стихийный, во многом спонтанный, спрос, отсутствие постоянных клиентов как класса/категории;
- однобокое развитие клубной системы, ограничиваемой, как правило, лишь дисконтными картами;
- отсутствие централизованной системы подготовки персонала.

Следует также отметить, что сферой общественного питания в основном занимается малый бизнес, действия которого основываются на общем экономическом развитии, повышении платежеспособности населения.

Таким образом, данная сфера в большей степени зависит от изменений спроса, его потребностей. Дальнейшее ее развитие больше связано с

саморегулированием, путем развития общественных объединений, организаций, деятельность которых направлена на повышение стандартов обслуживания, качества условий для клиентов. Внешняя торговля.

Под внешней торговлей понимается торговля между странами, включающая вывоз (экспорт) и (или) ввоз (импорт). В условиях рыночной экономики внешнеторговые операции осуществляются самостоятельно предприятиями и ведомствами. При этом, государство путем использования инструментов внешнеторговой политики (таможенно-тарифная политика, нетарифная политика, применение мер защиты внутреннего рынка при импорте товаров, развитие торговых взаимоотношений путем заключения соглашений) регулирует внешние товаропотоки.

С 1 января 2010 года Казахстан совместно с Российской Федерацией и Республикой Беларусь функционирует в рамках Таможенного союза. Основной задачей создания Таможенного союза является формирование единой таможенной территории, на которой в отношении товаров, происходящих с этой территории, а также товаров из третьих стран, выпущенных в свободное обращение на ней, не применяются таможенные пошлины и ограничения экономического характера. При этом государствами-участниками применяется единый таможенный тариф и другие единые меры регулирования торговли товарами с третьими странами. Структура внешней торговли.

Для Казахстана страны Таможенного союза являются одними из основных партнеров, их доля во внешней торговле республики составляет 18 % и является стабильной.

В целом, динамика внешней торговли Казахстана за последние 5 лет характеризуется ростом. Если в 2005 году товарооборот составил 45,2 млрд. долларов США, то в 2009 году уровень внешней торговли увеличился на 58,4 %, составив 71,6 млрд. долларов США. Для сравнения, в Российской Федерации товарооборот в 2009 году составил 469 млрд. долларов США (больше казахстанского оборота в 6,5 раз), а в Беларусь - 49,8 млрд. долларов США.

Удельный вес во внешней торговле по направлениям. Удельный вес товарооборота Казахстана со странами СНГ в 2009 году составил 26,3 % (или 18,8 млрд. долларов США), а доля торговли со странами дальнего зарубежья составила 73,7 % (или 52,7 млрд. долларов США). Значительных изменений в структуре внешней торговли в разрезе направлений товаропотоков за последние пять лет не произошло. Среди стран основными торговыми партнерами Казахстана в 2009 году являлись:

- страны ЕС (40,2 % - 28,8 млрд. долл. США);

- Россия (17,4 % - 12,4 млрд. долл. США),
- Китай (13,2 % - 9,5 млрд. долл. США),
- Украина (4,8 % - 3,4 млрд. долл. США),
- США (2,8 % - 2,0 млрд. долл. США).

Сальдо внешней торговли. Казахстанское сальдо внешней торговли является положительным в связи со значительными объемами экспорта. Так в 2009 году сальдо составило 14,8 млрд. долларов США, увеличившись на 40,9 % по сравнению с 2005 годом (10,5 млрд. долларов США), что достигнуто за счет роста экспортных поставок в страны дальнего зарубежья. При этом, сальдо в торговле со странами СНГ является, напротив, отрицательным и составляет (-5,3) млрд. долларов США, что ниже показателей 2005 года на 30 %.

Следует отметить, что положительное сальдо является благоприятным фактором для роста курса национальной валюты. Однако достигнуто оно преимущественно за счет роста объемов экспорта сырья, в частности топливно-энергетических товаров (69,5 % от всего экспорта):

И м п о р т .

Основные поставщики. Согласно данным казахстанской таможенной статистики в 2009 году по сравнению с 2005 годом импорт увеличился с 17,4 млрд. долларов США до 28,4 млрд. долларов США, т.е. на 63,7 %. Основными поставщиками в Казахстан в 2009 году являлись страны дальнего зарубежья, на которые приходилось 57,5 % всего импорта.

Ввозимые в Казахстан товары. Основной продукцией, ввозимой в Казахстан в 2009 году, являются:



Источник: КТК МФ РК

Структура импорта свидетельствует о том, что в Казахстан ввозятся преимущественно готовая продукция, оборудование, транспортные средства.

Товары, ввозимые в Казахстан из стран-членов Таможенного союза. По данным казахстанской таможенной статистики на долю импорта из России приходится 31,3 % или 8,9 млрд. долларов США, а на долю импорта из Беларуси - 1,3 % или 367,1 млн. долларов США.

Основной продукцией, ввозимой в Казахстан из России являются:

нефть сырая - 16,3 % (1,4 млрд. долларов США или 6,1 млн. тонн);
нефтепродукты - 7,1 % (635,9 млн. долларов США или 1,5 млн. тонн);
трубы из черных металлов - 5,2 % (458,2 млн. долларов США или 192,9 тыс. тонн) ;

металлоконструкции из черных металлов - 1,5 % (134,8 млн. долларов США или 26,4 тыс. тонн) .

Таким образом, основная доля ввозимых товаров является готовой продукцией, используемой для конечного пользования, за исключением сырой нефти, перерабатываемой на Павлодарском нефтехимическом заводе.

Основной продукцией, ввозимой в Казахстан из Республики Беларусь являются :

шины и покрышки пневматические резиновые новые - 10,3 % (37,7 млн. долларов США или 500,7 тыс. штук);

сахар свекловичный - 8,6 % (31,5 млн. долларов США или 55,9 тыс. тонн);

молоко и сливки сгущенные - 7,4 % (27,1 млн. долларов США или 18 тыс. тонн) ;

летательные аппараты (вертолеты, самолеты) - 5,6 % (20,6 млн. долларов США или 4 штук) ;

тракторы - 5,0 % (18,5 млн. долларов США или 1 028 штук);

машины или механизмы для уборки или обмолота сельскохозяйственных культур - 5,0 % (18,3 млн. долларов США);

грузовые транспортные средства - 4,3 % (15,8 млн. долларов США или 96 штук) ;

сливочное масло - 4,2 % (15,3 млн. долларов США или 5 810,3 тонн).

Из Беларуси также преимущественно ввозится готовая продукция. При этом наибольшая доля приходится на продовольственные товары (молочные, сахар), а также продукцию машиностроения.

До создания Таможенного союза таможенно-тарифная политика Казахстана преимущественно защищала интересы потребителей и фактически не стимулировала развитие отечественного производства. В результате, на сегодняшний день присутствует значительная доля импорта товаров, которые имеют потенциал для производства в республике. При этом данная характеристика относится в основном к товарам народного потребления и товарам, используемым в промышленном производстве.

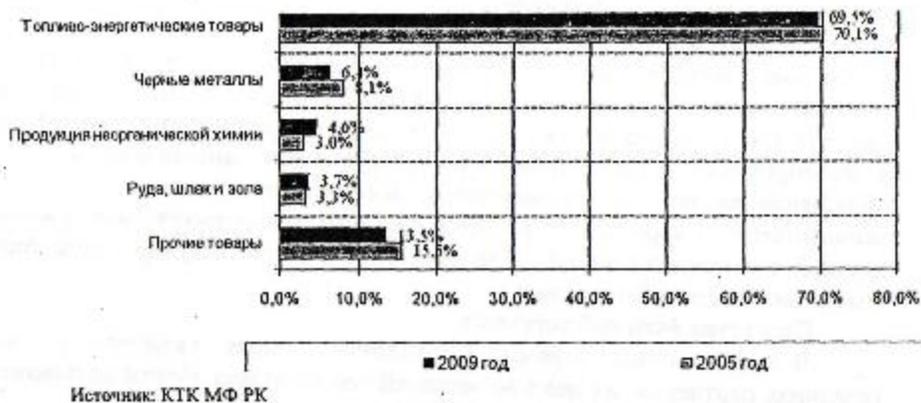
Так, повышение таможенно-тарифной защиты в среднем до 10-20 % окажет положительное влияние на отрасль машиностроения, металлургии, производства строительных материалов, химической и нефтегазохимической, легкой и в перспективе фармацевтической. Продовольственная продукция на сегодняшний день представлена на рынке страны и ее основным конкурентом являются

товары из стран СНГ, в том числе, стран Таможенного союза, в отношении которых таможенные пошлины не распространяются. Таким образом, для развития данного вида продукции необходимы дополнительные меры стимулирования.

Экспорт.

Основные покупатели. Согласно данным казахстанской таможенной статистики в 2009 году экспорт республики составил 43,2 млрд. долларов США. Рост по сравнению с 2005 годом (27,8 млн. долларов США) на 55,1 % связан с увеличением поставок в страны дальнего зарубежья (рост на 53,1 %). Следует отметить, что данные страны являются основными покупателями казахстанских товаров, и на их долю которые приходится 84,3 % всего экспорта (или 36,4 млн. долларов США), в то время как доля стран СНГ в общем экспорте Казахстана составляет 15,7 % (или 6,8 млн. долларов США).

Товары, вывозимые из Казахстана. Экспортные поставки казахстанской продукции носят преимущественно сырьевой характер. Так, вывоз топливно-энергетических товаров (нефть и нефтепродукты) составляет 69,5 % (30 млрд. долларов США); черных металлов - 6,9 % (3 млрд. долларов США); продукции неорганической химии - 5 % (2,1 млрд. долларов США); руды, шлак, зола - 4 % (1,7 млрд. долларов США). Аналогичная структура экспорта была и в 2005 году и практически не изменилась.



Товары, вывозимые в страны Таможенного союза. По данным казахстанской таможенной статистики на долю экспорта в Россию приходится 8,2 % или 3,5 млрд. долларов США, а на долю экспорта в Беларусь - 0,1 % или 54,7 млн. долларов США.

Основные виды продукции, вывозимые из Казахстана в Россию: руды и концентраты железные - 13,7 % (485,5 млн. долларов США или 8,3 млн. тонн); уголь каменный - 11,6 % (412 млн. долларов США или 23,8 млн. тонн); нефть сырая - 9,8 % (347,3 млн. долларов США или 1,8 млн. тонн);

искусственный корунд - 8,6 % (305,2 млн. долларов США или 1,4 млн. тонн);
элементы химические радиоактивные - 7,6 % (268,6 млн. долларов США или
3 т ы с . т о н н) ;

прокат плоский из железа плакированный - 6,3 % (223,8 млн. долларов США
или 2 7 7 , 7 т ы с . т о н н) ;

газы нефтяные - 4,7 % (168,3 млн. долларов США или 6,7 млн. тонн).

Таким образом, основная доля ввозимых товаров является сырьем или полуфабрикатом, используемыми для производства конечной продукции.

Основной продукцией, вывозимой из Казахстана в Республику Беларусь я в л я ю т с я :

прокат плоский из железа плакированный - 44,7 % (24,5 млн. долларов США
или 3 3 , 1 т ы с . т о н н) ;

прокат плоский из железа холоднокатаный - 17 % (9,3 млн. долларов США
или 2 0 , 7 т ы с . т о н н) ;

ленты конвейерные или ремни приводные - 5,2 % (2,8 млн. долларов США
или 1 т ы с . т о н н) ;

прокат плоский из железа горячекатаный - 5,1 % (2,1 млн. долларов США или
2 т ы с . т о н н) ;

ферросплавы - 3,9 % (1,8 млн. долларов США или 4,7 тыс. тонн).

В Беларусь также преимущественно вывозится либо сырье, либо полуфабрикаты для последующей переработки.

Исходя из вышеизложенного видно, что до создания Таможенного союза таможенно-тарифная политика Казахстана в отношении регулирования экспорта преимущественно поддерживала отечественные предприятия, вывозящие сырье и полуфабрикаты, но не стимулировала переработку и последующее производство готовой продукции. В результате, на сегодняшний день присутствует значительная доля экспорта сырьевой продукции и полуфабрикатов. При этом, данная характеристика относится в основном к металлургической и нефтяной продукции. Учитывая повышение таможенно-тарифной защиты в среднем до 10 - 20 %, возникает потребность в сырье в таких отраслях как машиностроение, производство готовой металлургической продукции, производство строительных материалов, химической и нефтегазохимической, легкой промышленности.

Анализ действующей политики государственного регулирования торговли.

Политика государственного регулирования в развитых странах основывается на с л е д у ю щ и х п р и н ц и п а х :

регулирование отношений в области торговли путем принятия нормативных правовых актов, стимулирующих ее развитие;

установление запретов и ограничений исключительно в тех случаях, когда

предполагаемые негативные факты невозможно предотвратить иным путем; ведение мониторинга с целью выявления эффективности и целесообразности государственного регулирования или необходимости введения государственного регулирования.

Регулирование внутренней торговли.

Общее регулирование. Торговля отличается низкой степенью вмешательства со стороны государства в процесс взаимодействия производителей и торговых организаций, что в частности выражается в отсутствии регулирования оптовых и дистрибуционных компаний, отсутствии ценового контроля по большинству товарных позиций.

Базовым законодательным актом в сфере торговой деятельности является Закон Республики Казахстан «О регулировании торговой деятельности», который устанавливает принципы и организационные основы ее государственного регулирования. Также в настоящее время торговля регулируется 27 законодательными актами (в числе которых пять кодексов) и 105 подзаконными актами, регламентирующими вопросы внутренней торговли (77 постановлений Правительства, 28 приказов министерств). При этом нормативное правовое регулирование торговли по ее видам выглядит следующим образом: по аукционной торговле - 20, комиссионной - 16, торговли по заказам - 16, приграничной торговли - 17, выездной торговли - 17, выставочно-ярмарочной торговли - 14, электронной (розничная торговля товара по образцам) - 16, биржевой - 18 нормативных правовых актов.

Анализ Закона Республики Казахстан от 12 апреля 2004 года «О регулировании торговой деятельности», проведенный предпринимателями показал, что в нем присутствует множество отсылочных норм закона, касающихся:

правил осуществления внутренней торговли;
государственного регулирования цен;
требований по организации оптовой торговли;
порядка розничной торговли вне торговых мест;
установления таможенных пошлин на ввозимые и вывозимые товары;
запрета на ввоз (вывоз) отдельных видов товаров;
установления тарифных квот;
государственной монополии на отдельные виды товаров;
установления защитных мер;
порядка проведения аукционной, комиссионной, приграничной электронной
и биржевой торговли;
отдельных требований к субъектам торговой деятельности;
разрешения споров;

определения ответственности за нарушение закона.

Кроме того, государственное регулирование в торговле в настоящее время приобретает особое значение в вопросах ценообразования на социально-значимые продовольственные товары и обеспечения качества и безопасности товаров. Необходимость в государственном регулировании возникает потому, что именно государство гарантирует защиту конкуренции в торговле, берет на себя защиту жизни и здоровья граждан, приобретающих товары, обеспечение иных законных интересов общества.

Современная терминология. Действующий закон в основном направлен на регулирование торговой деятельности и недостаточно стимулирует развитие отрасли. Кроме того, законодательство по вопросам внутренней торговли, не отражает особенности регулирования всех видов внутренней торговли, современной терминологии, не содержит единые и однозначные требования к организации деятельности как розничных, так и оптовых торговых предприятий. К примеру, нет четкого определения современных торговых форматов, торговой сети, электронной коммерции.

Требования к организации магазинной торговли. Отсутствуют требования к организации магазинной торговли и нормативы обеспеченности торговыми площадями. В результате, в ходе реализации градостроительных планов размещение объектов розничной торговли осуществляется неравномерно, не обеспечиваются равные условия в территориальной доступности товаров и услуг.

Повышение квалификации. На законодательном уровне не сформированы стимулы для организации и развития системы переподготовки и повышения квалификации специалистов сферы торговли. Большинство субъектов торговли отмечают низкий уровень подготовки и мотивации персонала для торговых организаций, при этом, дефицит и недостаточная квалификация кадров отмечается на всех уровнях. Системно подготовкой кадров сегодня занимаются только крупные торговые сети, как правило, иностранные.

Регулирование внешней торговли.

Государства, проводя определенную внешнеэкономическую политику, используют инструменты внешнеторговой политики, выбор которых зависит от ее конкретных целей. Для достижения одной и той же цели могут быть применены различные инструменты, поэтому в каждой конкретной ситуации государство выбирает то или иное их сочетание.

К этим инструментам относятся: таможенно-тарифные - те, что основаны на использовании таможенного тарифа (импортные и экспортные пошлины), нетарифные - все прочие методы (запреты или ограничения, в том числе,

количественные; квотирование; государственная монополия на вывоз и (или) ввоз товаров; лицензирование, техническое регулирование); меры защиты внутреннего рынка при импорте товаров (антидемпинговые, компенсационные и защитные меры).

Зачастую в качестве инструментов используются также двусторонние и многосторонние договоры.

Таможенно-тарифная политика. Таможенно-тарифная политика в Казахстане основывается на 5 следующих международных документах:

- Соглашение о едином таможенно-тарифном регулировании, закладывающее основу единой таможенно-тарифной политики - Единый таможенный тариф, а также механизм его функционирования - ратифицировано Законом Республики Казахстан от 18 ноября 2008 года.

- Протокол об условиях и порядке применения в исключительных случаях ставок ввозных таможенных пошлин, отличных от ставок Единого таможенного тарифа - ратифицирован Законом Республики Казахстан от 24 ноября 2009 года.

- Протокол о предоставлении тарифных льгот - ратифицирован Законом Республики Казахстан от 24 ноября 2009 года.

- Соглашение об условиях и механизме применения тарифных квот - ратифицировано Законом Республики Казахстан от 24 ноября 2009 года.

- Протокол о единой системе тарифных преференций таможенного союза - ратифицирован Законом Республики Казахстан от 24 ноября 2009 года.

Все вышеназванные договора в соответствии с Решением Высшего органа таможенного союза (Межгосударственного Совета ЕврАзЭС) от 27 ноября 2009 года № 18 вступили в силу с 1 января 2010 года. Также данным Решением были утверждены:

Единый таможенный тариф Таможенного союза, представляющий собой свод единых импортных таможенных пошлин, применяемых в отношении импорта из третьих стран и не охватывающий экспортные пошлины.

На сегодня предполагается, что стороны самостоятельно определяют перечни товаров, которые будут облагаться экспортными пошлинами и информируют Комиссию Таможенного союза и друг друга.

Перечень развивающихся стран - пользователей системы тарифных преференций Таможенного союза;

Перечень наименее развитых стран - пользователей системы тарифных преференций Таможенного союза;

Перечень товаров, происходящих и ввозимых из развивающихся и наименее развитых стран, при ввозе которых предоставляются тарифные преференции;

Перечень товаров и ставок, в отношении которых в течение переходного периода одним из государств-участников таможенного союза применяются

ставки ввозных таможенных пошлин, отличные от ставок Единого таможенного тарифа Таможенного союза;

Перечень чувствительных товаров, в отношении которых решение об изменении ставки ввозной таможенной пошлины Комиссия Таможенного союза принимает консенсусом.

Меры нетарифного регулирования. Данные меры в рамках Таможенного союза регулируются:

Соглашением о единых мерах нетарифного регулирования в отношении третьих стран от 25 января 2008 года, определяющим основные положения о мерах нетарифного регулирования;

Соглашением о порядке введения и применения мер, затрагивающих внешнюю торговлю товарами, на единой таможенной территории в отношении третьих стран от 9 июня 2009 года, определяющим порядок применения мер нетарифного регулирования;

Соглашением о правилах лицензирования в сфере внешней торговли товарами от 9 июня 2009 года, определяющим порядок выдачи лицензий и разрешений на экспорт и (или) импорт товаров.

Меры защиты внутреннего рынка при импорте товаров. Важным элементом является формирование единой политики, регулирующей отношения, связанные с применением специальных защитных, антидемпинговых и компенсационных мер.

Базовым документом Таможенного союза в области применения торговых мер является Соглашение о применении специальных защитных, антидемпинговых и компенсационных мер по отношению к третьим странам от 25 января 2008 года.

В целом, во многом возможность проведения полностью самостоятельной внешнеторговой политики ограничена. Однако имеется ряд положительных моментов, связанных с повышением статуса Казахстана как члена Таможенного союза, так как казахстанский рынок теперь является частью рынка Таможенного союза, что повышает его привлекательность для доступа иностранных товаров. Кроме того, использование российско-белорусского опыта в сфере применения торговых мер позволит создать благоприятные условия для поддержки отечественных товаропроизводителей. Также участие в международных переговорах как единого Таможенного союза позволит укрепить позиции на мировом рынке и положительно отразится на имидже нашей страны как торгово-инвестиционного партнера.

Участие в международных рейтингах.

Важным критерием развития экономики государства, повышения ее конкурентоспособности является рейтинг Всемирного экономического форума (

далее - ВЭФ). Применительно к торговле, ВЭФ формирует рейтинг вовлеченности в мировую торговую систему. По данному показателю в 2010 году Казахстан занимает 88-ю позицию.

Следует отметить, что этот индекс включает в себя девять направлений.

Первое направление - доступ на отечественный или иностранный рынок товаров. На 2010 год Казахстан находится по данному направлению на 53 месте. При этом совершенствование политики государственного регулирования названного показателя зависит от взаимодействия в рамках Таможенного союза, нежели от мер на национальном уровне.

Второе направление - эффективность таможенного администрирования. Казахстан находится на 103 месте, улучшение положения по сравнению с 2009 годом на 3 позиции. Показатель учитывает процесс проведения таможенных процедур, а также объем услуг, оказываемых таможенными органами и другими участниками. Принятие мер по совершенствованию названного показателя в меньшей степени зависит от взаимодействия в рамках Таможенного союза. У Казахстана имеется значительный потенциал упрощения таможенного администрирования в рамках национального законодательства.

Третье направление - эффективность импортно-экспортных процедур. Казахстан находится на 125-м месте, ухудшение положения по сравнению с 2009 годом - снижение на 5 позиций. Данное направление подразумевает под собой процесс «таможенной очистки»; упрощении процедур пограничного контроля; время, затраченное на импорт или экспорт товаров; количество всех документов, требуемых для импорта или экспорта товаров; затраты, связанные со всеми процедурами, необходимыми для импорта или экспорта товаров. По данному направлению Казахстан также имеет широкие возможности улучшения рейтинга в рамках национального законодательства.

Четвертое направление - прозрачность, что подразумевает под собой вопросы, связанные с неофициальными платежами, коррупцией. Казахстан находится по данному направлению на 81-м месте, улучшение положения на 7 позиций. Данное направление требует принятия общесистемных мер государственной политики.

Пятое направление - доступность и качество транспортной инфраструктуры. Казахстан находится по данному направлению на 35 месте, улучшение положения на 13 позиций. Данный показатель включает: количество аэропортов с одним (как минимум) регулярным рейсом на один миллион человек; виды связей перегрузок, доступных грузоотправителям каждой страны на двусторонних маршрутах; асфальтированные дороги в процентах от общего количества дорог; качество инфраструктуры авиатранспорта и железнодорожной инфраструктуры, дорог, портовой инфраструктуры. Данное направление

развивается с учетом проводимой политики государства в области развития инфраструктуры, в том числе в рамках отраслевой программы по развитию транспортной инфраструктуры в Республике Казахстан на 2010 - 2014 годы.

Шестое направление - доступность и качество транспортных услуг, по которому Казахстан находится на 47 месте, улучшение положения на 28 позиций. Названный показатель учитывает качество услуг, оказываемых судоходными компаниями; легкость организации конкурентоспособных по цене международных поставок; компетентность и качество логистических услуг; возможность осуществлять слежение и разыскивать партии товара; частота поставок, поставляемых грузополучателю в рамках установленных сроков; эффективность почтовых услуг; индекс обязательств по транспортному сектору в рамках Генерального соглашения по торговле услугами. Развитие связано с общеэкономическим состоянием экономики, а также с деятельностью субъектов частного бизнеса.

Седьмое направление - наличие и использование информационно-коммуникационных технологий, по которому Казахстан находится на 61 месте, улучшение положения на 7 позиций. Данный показатель включает масштабы использования Интернета предпринимателями; количество абонентов сотовой связи; общее количество абонентов широкополосного Интернета на 100 человек и пользователей Интернета на 100 человек; количество основных телефонных линий на 100 человек; качество оказания государственными органами оперативных услуг. Данное направление связано с развитием коммуникационных технологий государства, в том числе в рамках реализации программы по развитию информационных и коммуникационных технологий в Республике Казахстан на 2010 - 2014 годы.

Восьмое направление - нормативная правовая среда. Казахстан находится по данному направлению на 80-м месте, ухудшение положения на 3-ей позиции. В данном показателе учитываются право собственности, этика и коррупция; влияние в судебной системе и среди государственных служащих; эффективность государственных органов; отечественная конкуренция; эффективность финансового рынка; открытость для иностранного участия.

Девятое направление - физическая безопасность. Казахстан находится по данному направлению на 82-м месте, ухудшение положения на 4 позиции. В названном показателе учитываются надежность полицейских услуг; издержки преступлений и нарушений; издержки терроризма.

Таким образом, непосредственно к торговой политике имеют отношения первые три направления, которые связаны с вопросами ввоза и вывоза товаров, все остальные связаны с развитием инфраструктуры в республике с уровнем бизнес-климата, ситуацией с коррупцией и вопросами деятельности

правоохранительных органов. При этом, учитывая функционирование Таможенного союза с 1 января 2010 года, совершенствование политики государственного регулирования по данным направлениям следует осуществлять во взаимодействии со странами Таможенного союза.

Исключением является вопрос, связанный с повышением доступа на внешние рынки, который необходимо прорабатывать как в рамках национального законодательства, так и Таможенного союза, развития сотрудничества с третьими странами, в том числе, через вступление во Всемирную торговую организацию.

Анализ сильных и слабых сторон, возможностей и угроз для отрасли.

SWOT - анализ состояния внутренней торговли

Сильные стороны	Слабые стороны
<ul style="list-style-type: none"> - наличие законодательной и институциональной основы для развития внутренней торговли; - понимание необходимости разработки стратегии развития внутренней торговли; - положительные изменения в потребительском поведении казахстанцев; - адекватный уровень тарифной защиты внутренних производителей; - наличие сформировавшихся сильных казахстанских игроков на рынке розничной торговли. 	<ul style="list-style-type: none"> - «размытость» законодательства по торговле, а также отсутствие современной терминологии в нормативных правовых актах; - административные барьеры; - высокая стоимость возведения и эксплуатации инженерно-технической инфраструктуры; - нехватка площадей для новых магазинов, либо расширения существующих; - узость ассортимента продукции отечественных предприятий, ее слабая конкурентоспособность по сравнению с импортными товарами; - отсутствие в крупных городах транспортно-логистических центров (ТЛЦ), а также логистическая проблема в связке «сельская местность»; - дефицит оборотных средств и высокая долговая нагрузка торговых предприятий и сетей; - слабая система профессионально-технического образования, в том числе, по торговым специальностям.
Возможности	Угрозы
<ul style="list-style-type: none"> - развитие перерабатывающей промышленности Казахстана; - рост производства отечественной продукции; - проведение государственной политики по снижению административных барьеров; - развитие сети транспортно-логистических центров; - рост конкуренции, повышение конкурентоспособности торговых сетей; 	<ul style="list-style-type: none"> - банкротство казахстанских торговых предприятий и сетей; - вытеснение и поглощение отечественных игроков со стороны иностранных торговых сетей;

- формирование среднего класса, увеличение доли платежеспособного населения.	- вытеснение современными торговыми форматами предприятий малого бизнеса.
--	---

SWOT - анализ состояния внешней торговли

Сильные стороны	Слабые стороны
<p>- стратегическое местоположение между Европой и Азией, что позволяет развивать транзитный потенциал республики;</p> <p>- членство в Таможенном союзе.</p>	<p>- отсутствие прямого выхода к морю;</p> <p>- зависимость от импортных поставок продовольственных товаров из стран СНГ и Таможенного союза;</p> <p>- низкая конкурентоспособность производимой в республике продукции;</p> <p>- сырьевая направленность казахстанского экспорта;</p> <p>- слабая аналитическая подготовка принятия решений по мерам внешнеторговой политики;</p> <p>- слабая взаимосвязь с деловыми кругами по принимаемым решениям;</p> <p>- непроработанность процедур выработки и принятия решений по изменениям во внешнеторговой политике;</p> <p>- отсутствие системы мониторинга изменений во внешней торговле и за реализацией принятых обязательств.</p>
Возможности	Угрозы
<p>- развитие партнерства со странами ближнего и среднего зарубежья, в том числе, через функционирование в рамках Таможенного союза и вступление в ВТО;</p> <p>- расширение рынков сбыта через:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) развитие Таможенного союза; 2) вступление в ВТО; 3) использование территориальной близости к России, КНР и Индии; 4) высокие ставки ввозных таможенных пошлин при импорте готовой продукции, а также низкие пошлины на сырье, что вкуче с созданием общего рынка в рамках Таможенного союза дает возможность развитию внутреннего производства. 	<p>- рост зависимости от импортных поставок из стран СНГ, в особенности, стран Таможенного союза, как по продовольственным товарам, так и не продовольственным товарам;</p> <p>- высокая конкуренция по непродовольственным товарам, производимым в странах Юго-Восточной Азии, в особенности Китая;</p> <p>- высокая нестабильность, значительные колебания конъюнктуры и цен на товары, экспортируемые из республики.</p>

Проблемы, связанные с государственным регулированием торговли. Среди ряда проблем, связанных с государственным регулированием выделяются наиболее комплексные, возникшие на протяжении многих лет, и на сегодняшний день, серьезно препятствующие развитию торгового сектора.

Во-первых, это вопрос «размытости» законодательства в сфере торговли, то есть присутствие вопросов регулирования торговли в различных нормативных правовых актах.

Во-вторых, это отсутствие в нормативных правовых актах современной терминологии, классификации современных торговых форматов (супермаркет,

гипермаркет, дискаунтеры, магазины класса «А», «В», «С») и заведений общественного питания. Отсутствие утвержденной терминологии влечет соответственно, и низкое качество статистической информации, что затрудняет процесс совершенствования торгового законодательства.

Проблемы инфраструктуры. Нехватка торговых площадей. Серьезной инфраструктурной проблемой на сегодня в Казахстане является дефицит торговых площадей, относящихся к формату «А». Данная проблема касается, в первую очередь, крупных городов. Так, к примеру, если в таких городах, как Петропавловск и Талдыкорган, обеспеченность площадями категории «А» составляет, соответственно, 272 и 223 кв. м, то в крупнейшем мегаполисе страны Алматы этот показатель равен 84 кв. м, что даже ниже среднего уровня обеспеченности городского населения по республике в 91 кв. м.

Данная проблема усугубляется тем, что на фоне дефицита площадей, стоимость аренды и выкупа даже в условиях стагнации на рынке недвижимости все еще остается довольно высокой. Таким образом, дефицит площадей и высокие цены аренды неминуемо приводят к повышению издержек на организацию розничного бизнеса и, в конечном итоге, завышенным ценам на товары в этих магазинах.

Высокая стоимость возведения и эксплуатации инженерно-технических коммуникаций. Часто расходы на нее доходят до 50 % от всех расходов на строительство объекта розничной торговли. Все это опять же влияет на эффективность и конкурентоспособность отечественной розничной торговли.

Логистическая проблема в связке «Сельская местность - город». Производство в сельской местности и мелких городах на уровне малого бизнеса, крестьянских и фермерских хозяйств осложнено тем, что в результате отсутствия налаженного и незатратного канала транспортировки готовой продукции мелкий региональный производитель остается вне поля досягаемости городских сетей. Серьезной проблемой сельского и удаленного производителя также является неспособность обеспечить свою продукцию качественной упаковкой, что необходимо при входе в торговые сети.

Отсутствие в крупных городах транспортно-логистических центров (ТЛЦ). ТЛЦ могут выполнять роль распределительных оптовых центров (оптовых площадок), выступая крупным звеном между производителями и торговыми сетями.

В целом необходимо отметить, что дефицит площадей и соответственно высокие арендные ставки, высокие затраты логистики и хранения предопределяют общую неэффективность и неконкурентоспособность всей торговой системы. Вопросы инфраструктуры (площади, инженерия, логистика и складирование) в настоящий момент являются наименее изученной частью

отрасли торговли, хотя, именно в этой сфере имеются значительные резервы улучшения эффективности всей торговой системы.

Финансовые вопросы. К наиболее актуальным финансовым проблемам торгового бизнеса можно отнести:

во-первых, это высокий уровень долговой нагрузки торговых предприятий и сетей. Так, долговая нагрузка торговли, рассчитанная как отношение долгов к ВВП методом производства по данной отрасли, составила 128 %.

во-вторых, это дефицит оборотных средств. Воздействие кризиса на торговый бизнес сильно ощущалось как в связи с сокращением объемов банковского кредитования, так и в связи с изменениями в потребительском спросе.

Нехватка квалифицированных специалистов. Кадровые проблемы торгового сектора типичны для большинства нефинансовых и несырьевых отраслей. Вкратце их можно обозначить следующим образом:

не в полной мере обеспечивается подготовка кадров по торговым специальностям в системе профессионально-технического образования;

небольшая доля торговых специальностей в системе высшего образования, их непопулярность, как для вузов, так и абитуриентов;

система краткосрочного образования (тренинги, семинары, мастер-классы) полноценно функционирует только в Алматы;

стоимость услуг частных тренинговых центров недоступна для малого бизнеса;

стоимость услуг частных рекрутинговых агентств недоступна для малого и среднего бизнеса, другие же каналы поиска персонала (агентства по трудоустройству, специализированные газеты и сайты) не отличаются большой эффективностью и профессионализмом;

полноценную HR-службу может позволить себе только крупные торговые сети;

дефицит топ-менеджмента в торговом секторе.

Обзор позитивного зарубежного опыта.

В международной практике государственного регулирования торговли на первоначальной стадии применялось жесткое регулирование, направленное на предотвращение вытеснения малых и средних предпринимателей крупными розничными предприятиями, захвата розничного рынка иностранными лидерами розничного бизнеса, снижения занятости в розничном секторе при распространении более эффективных крупных форматов розничных предприятий. Данные меры сопровождались суровыми требованиями, вплоть до усложнения получения разрешения на открытие крупноформатного торгового объекта, установления графика рабочего времени.

Однако по мере развития экономики формируются новые цели торговли,

например, снижение завышенных цен, повышение стандартов качества, развитие логистической инфраструктуры, повышение эффективности розничной торговли. В этой связи, проводится упрощение требований государственного регулирования, как в развитых странах (Франция, Нидерланды, Великобритания, Япония), так и в развивающихся. Данные меры способствовали развитию крупных торговых форматов, что повлекло рост производительности, эффективности и конкурентоспособности отрасли, позволяет реализовать эффект масштаба, достичь максимальной производительности.

Оптовая и розничная торговля.

В международной практике отсутствуют конкретные модели регулирования оптовой и розничной торговли, поскольку это зависит от потребности каждой страны. Так, Франция, США и Польша активно занимались развитием крупноформатной торговли, в то время как такие страны, как Япония, напротив стремились ограничить возможности для развития крупных форматов, поддерживая развитие мелких магазинов. Однако имеется целый ряд универсальных инструментов, с помощью которых достигаются те или иные цели.

Ограничение развития магазинов большого формата. Данные меры реализуются путем установления обязательного согласования на открытие магазинов, чья торговая площадь превышает определенный пороговый уровень. В среднем данный уровень варьируется от 300 до 3000 кв. м.

Во многих европейских странах для получения разрешения на строительство или открытие нового торгового объекта, необходимо пройти экспертизу на коммерческую целесообразность проекта и получить соответствующее разрешение. При этом, учитывается влияние новых объектов на занятость, цены и действующий малый бизнес. Такие разрешения требуются для открытия торговых объектов в Австрии (пороговый уровень торговых площадей - 800 кв. м), Бельгии (400 кв. м), Венгрии (3000 кв. м), Германии (800 кв. м), Дании (1000 кв. м), Испании (2500 кв. м), Италии (1500 кв. м), Польше (2000 кв. м), Португалии (500 кв. м), Финляндии (2000 кв. м).

Например, во Франции в законе о развитии торговли и индустрии (1996 год) четко определены процедуры получения разрешения на строительство и открытие новых торговых объектов. Для гармоничного развития различных форм бизнеса установлены следующие принципы: предупреждение незапланированного роста новых форм дистрибуции; сбалансированное городское развитие, в соответствии с местными планами, и не причиняющее вреда окружающей среде.

Ограничение по размещению магазинов большого формата. Данная цель выполняется при помощи системы планирования. Так, в Великобритании

главным рычагом государства является система планирования использования земли, которая регулирует размещение супермаркетов в городской местности. Следует отметить, что в Великобритании отсутствует специальное законодательство, регулирующее розничную торговлю, но государство обладает инструментами косвенного регулирования деятельности супермаркетов путем ограничения выдачи разрешений на строительство супермаркетов вдали от городских центров.

В Японии действует закон о месторасположении больших торговых центров розничной торговли. В соответствии с ним при открытии магазина изучается оказываемое влияние на окружающую обстановку - возможность образования дорожных пробок в месте расположения торговых центров. Изучается необходимость гармонизации осуществляемой ими деятельности и местного общества.

Биржевая торговля.

В сфере развития биржевой торговли имеется позитивный опыт деятельности товарных бирж других стран. В России вопросы создания и деятельности товарных бирж и биржевой торговли регулируются законом Российской Федерации «О товарных биржах и биржевой торговле», а также учредительными документами биржи, Правилами биржевой торговли и другими внутренними документами биржи. В частности, каждая биржа вправе самостоятельно устанавливать перечень биржевых товаров, но при этом учитываются требования, которые предъявляются к биржевым товарам практикой биржевой торговли. Основными российскими биржевыми товарами выступают: зерно («Московская межбанковская валютная биржа»), бензин и сахар (РТС), а также цемент, уголь и удобрения (МФБ).

В Беларуси, согласно закону «О товарных биржах», товарная биржа создается в форме акционерного общества. Уполномоченным органом по регулированию и контролю бирж является Министерство торговли Республики Беларусь. Совет министров Республики Беларусь утверждает перечень товаров, сделки с которыми юридические лица и индивидуальные предприниматели обязаны заключать на биржевых торгах, в том числе внешнеторговые, и условия заключения таких сделок. В Перечень включены 86 позиций по основным стратегическим товарам: уголь каменный, брикеты, окатыши и аналогичные виды твердого топлива, полученные из каменного угля; медь рафинированная и сплавы медные необработанные.

Одной из самых развитых в мире в силу многовекового накопленного опыта и ведущей роли на мировом финансовом рынке является английская система товарных и фондовых бирж, наиболее известными из них являются: Лондонская биржа металлов и Лондонская товарная биржа, которые специализируются на

конкретных видах товарах.

Регулирование электронной торговли.

Европейским союзом в июне 2000 года принята «Директива о некоторых правовых аспектах услуг информационного общества и, в частности, электронной торговли на внутреннем рынке» (Директива об электронной торговле). Данный акт основывается на общих принципах внутреннего рынка Европейского союза, таких как свобода учреждения и свобода предоставления услуг, а также положениях о гармонизации национального законодательства. Важнейшим в этой связи является вопрос определения государства, с территории которого оказывается услуга. Такая деятельность должна предусматривать создание коммерческого предприятия на неограниченный срок. В соответствии с данным правилом, местом нахождения поставщика услуги будет являться не место физического нахождения данных его сайта, а центр его реальной экономической активности, т.е. место, из которого обеспечивается предоставление услуг.

Реализация принципов внутреннего рынка ЕС находит свое выражение также в том, что для оказания услуг информационного общества не требуется получения предварительного разрешения властей. При этом, поставщик услуг обязан обеспечивать постоянный доступ к информации о себе, включая фирменное наименование, действительное место нахождения, адрес электронной почты.

Услуги общественного питания.

Регулирование данной сферы зависит от заинтересованности государства в развитии сектора. Так, на Мальте, которая специализируется на туризме, сфере услуг общественного питания уделяется особое внимание, в связи с чем, действует соответствующее постановление «Об утверждении инструкций о порядке создания объектов общественного питания» (2005 год). В данной стране действует обязательное лицензирование всех объектов общественного питания, которое осуществляется местными властями. В связи с данным нормативным правовым актом основная система объектов питания делится на 3 класса: «Первый класс», «Второй класс» и «Третий класс», в том числе: рестораны подразделяются на все три класса; сэндвич-бары и просто бары классифицированы на «Первый класс» и «Второй класс»;

ночные клубы и дискотеки должны быть классифицированы, как «Стандарт».

В США действует международная система Michelin Red Guide Trip Organization. Она резервирует звезды для исключительных ресторанов (максимум три звезды):

* - «очень хороший ресторан в своей категории»;

** - «достойный того, чтобы вернуться туда снова»;

*** - «достойный специального путешествия» (система Michelin).

Аналогичная система используется для оценки отелей и ресторанов при отелях, максимум 7 звезд. Согласно данной системе все остальные объекты общественного питания не подлежат разделению по категориям.

Основным инструментом государственного регулирования и нормативного контроля данного сектора является лицензирование, которое применяется к торговым объектам, осуществляющих реализацию алкогольных напитков и табачных изделий. Однако рейтинговая оценка и контроль на соответствие мировым стандартам регулируется организацией Michelin Red Guide Trip Organization. Более того, с целью проведения объективной проверки на соответствие инспекция проводится тайно экспертом данной организации (для заполнения критериев системы классификации), а также комиссией безопасности мэрии отдельного региона.

Подобные системы действуют в Великобритании и Франции.

4. Цель, задачи, целевые индикаторы и показатели результатов реализации Программы

Целью Программы является создание системной и институциональной основы для устойчивого развития торговой отрасли Республики Казахстан и повышения ее конкурентоспособности.

Целевые индикаторы к разделу внутренней торговли:
достижение ежегодных темпов роста розничного товарооборота (в текущих ценах) в % к предыдущему году начиная с 2014 года не менее 106 %, причем в 2010 году - 100 %, в 2011 году - 102 %, в 2012 году - 103 %, в 2013 году - 104 %;

достижение ежегодного роста индекса физического объема розничной торговли в 2010 году - 108 %, в 2011 году - 104 %, в 2012 году - 104,1 %, в 2013 году - 104,4 %, в 2014 году - 105,3 % в % к предыдущему году;

увеличение доли площадей торговых предприятий в общем объеме розничных торговых площадей (включая рынки) на 30 % к 2014 г.;

увеличение доли обеспеченности торговыми площадями на 1000 человек на 30 % к 2014 году;

доведение доли современных торговых форматов в общем объеме розничного товарооборота до 50 %;

увеличение на 40 % объемов продаж (в ценах базового года) на 1 квадратный метр торговой площади;

увеличение степени консолидированности розничного рынка до 7 %;

увеличение доли объема торговых операций через биржи в общем объеме

товарооборота в целях повышения прозрачного ценообразования до 0,8 % в 2010 году, 0,9 % в 2011 году, в 2012 году - 1,0 %, в 2013 году - 1,1 % и в 2014 году - 1,2 % от общего объема товарооборота.

Основная задача:

Повысить эффективность внутренней торговли, увеличить производительность труда в торговой сфере через совершенствование инфраструктуры торговли, в частности: сформировать систему государственной поддержки внутренней торговли; создать благоприятные условия для ускоренного развития биржевой и электронной торговли; привести нормативную правовую базу по вопросам торговой деятельности в соответствие с целями государственной политики в сфере торговли; интегрировать систему оптовой торговли в международную транзитную сеть; организовать сервисную поддержку участников внутренней торговли (информационную, аналитическую и иную).

Показатели:

Показатель	Н а начало 2010 года	План				Источник информации
		2011 год	2012 год	2013 год	2014 год	
Темп роста розничного товарооборота в % к предыдущему году	100	102	103	104	106	Статданные
Темп роста индекса физического объема в % к предыдущему году	108	104	104,1	104,4	105,3	Статданные
Общая площадь торговых предприятий в тыс. м ²	3 075	3 260	3 488	3 767	4 068	Статданные
Обеспеченность торговыми площадями на 1000 человек	176*	187	200	216	233	Статданные
Обеспеченность торговыми категориями «А» площадями на 1000 человек	58	67	81	97	116	Отчет АО «Центр развития торговой политики»
Объемы продаж (в ценах базового года) на 1 кв. метр торговой площади (в тыс. тенге)	830	913	1 004	1 105	1 215	Отчет АО «Центр развития торговой политики»
	5,0 %	5,5 %	6,0 %	6,6 %	7,3 %	Отчет АО «Центр

Степень консолидированности розничного рынка						развития торговой политики»
Объем операций через биржи в общем товарооборота, %	0,8	0,9	1,0	1,1	1,2	Отчет АО «Центр развития торговой политики»

* - на начало 2009 года

Целевые индикаторы к разделу внешней торговли:
 достижение ежегодных темпов роста внешнеторгового оборота в % к предыдущему году, в 2010 году - 110,0 %; в 2011 году - 106,2 %; в 2012 году - 105,0 %; в 2013 году - 103,7 %; в 2014 году - 104,1 %;
 завершение формирования Таможенного союза в рамках Евразийского экономического сообщества;
 унификация ставок импортных таможенных пошлин стран-членов Таможенного союза (Республики Беларусь, Республики Казахстан, Российской Федерации) - в 2010 году на уровне 96 %, в 2011 году - 96 %, в 2012 году - 97 %, в 2013 году - 99 % и в 2014 году - 99 %;
 завершение формирования Единого экономического пространства Республики Беларусь, Республики Казахстан и Российской Федерации;
 вступление во Всемирную торговую организацию;
 повышение рейтинга ВЭФ по вовлеченности в мировую торговую систему до 80 мест.

Основная задача:

Создать эффективную и оперативную системы продвижения и защиты экономических интересов республики путем интеграции в мировую торговую систему, в частности:
 создать благоприятные условия для развития производства современной конкурентоспособной продукции на территории Казахстана, формирования новых экспортоориентированных производств и привлечения иностранного капитала в высокотехнологичные сектора;
 создать благоприятные условия для продвижения казахстанской продукции на внешние рынки.

Показатели:

Показатель	Н а начало 2010 года	План				Источник информации
		2011 год	2012 год	2013 год	2014 год	
Темп роста внешнеторгового оборота в % к предыдущему году	110	106,2	105	103,7	104,1	Статданные

Рейтинг вовлеченности торговую систему	ВЭФ в	по мировую	93	88*	87	84	80	Отчет рейтинга ВЭФ
--	-------	------------	----	-----	----	----	----	--------------------

* - на начало 2011 года

Ответственные исполнители:

Министерство экономического развития и торговли, Министерство финансов Республики Казахстан, Министерство транспорта и коммуникаций Республики Казахстан, Министерство индустрии и новых технологий, Министерство иностранных дел Республики Казахстан, Агентство Республики Казахстан по защите конкуренции.

5. Этапы реализации Программы

Сноска. Раздел 5 с изменениями, внесенными постановлением Правительства РК от 18.01.2012 № 100 .

Программа будет выполняться поэтапно в 2010 - 2014 годах по следующим направлениям:

создание благоприятных условий для развития торговой инфраструктуры;
повышение привлекательности биржевой и электронной торговли;
построение системной работы с субъектами торговой деятельности;
создание благоприятных условий для развития отечественного производства;
развитие многостороннего и двустороннего сотрудничества;
формирование информационной платформы.

Создание благоприятных условий для развития торговой инфраструктуры.

Государственное стимулирование развития торговой инфраструктуры.

Государственную политику в области развития торговой инфраструктуры необходимо ориентировать на увеличение доступности площадей, земли, возможности приобретения торгового оборудования для создания и развития торговых и логистических организаций.

В этой связи, в 2011 - 2012 годах необходимо:

1) включение внутренней торговли в список приоритетных направлений инвестиционной деятельности для облегчения доступа розничных торговых компаний к инвестициям;

2) проработать включение вопроса субсидирования процентных ставок по кредитам в программу «Дорожная карта бизнеса - 2020» на: строительство и реконструкцию высокотехнологичных тепличных комплексов и хранилищ сельскохозяйственной продукции; строительство новых и реконструкцию действующих баз для хранения сельскохозяйственной продукции, совершенствование технологий складирования товаров (разработка современных проектов складов, новых видов

оборудования, механизация и автоматизация складов).

3) развитие государственно-частного партнерства, в рамках которого, государство выделяет землю и подводит к участку все необходимые инженерные коммуникации, а частная компания строит торговый, логистический объекты или объект придорожного сервиса с целью развития зон складской и логистической инфраструктуры, обеспечивающих процесс сбыта продукции товаропроизводителей.

Стимулирование объединения малых торговых форматов и кооперации между производителями и потребителями сельской местности и города.

Современная система поставок, удовлетворяющая требованиям крупноформатных торговых предприятий и способствующая сокращению транзакционных издержек, может быть построена двумя способами (но не ограничиваться ими):

торговое предприятие работает напрямую с производителями, что характерно для крупных торговых сетей, функционирующих в нескольких регионах;

торговое предприятие закупает товары через независимые оптовые структуры, которые специализируются на определенной продукции и на поставках в розницу.

Таким образом, целесообразно создание условий для развития дистрибьюторских центров и оптовых структур, объединения небольших производителей.

Данные меры должны, в первую очередь, быть направлены на повышение конкурентоспособности сельхозпроизводителей, что позволит, например, бесперерывно и эффективно поставлять крупные партии свежих фруктов и овощей, в расфасованном или же не расфасованном виде.

В этой связи, для поддержки развития малого и среднего предпринимательства в торговле, в том числе, в сельской местности, необходимо:

1) оказание финансовой поддержки посредством предоставления предпринимателям через инструменты ФРП «Даму» субсидий на возмещение части затрат по маркетинговым исследованиям;

2) оказание финансовой поддержки через инструменты ФРП «Даму» в части субсидирования процентных ставок по кредитам для объединения малых торговых форматов («магазины у дома») под единым брендом и единой ассортиментной и ценовой политикой, в том числе, на покупку ими торгового оборудования, а также предоставления лизинга на приобретение основных средств на льготных условиях;

3) поддерживать кооперацию малого и среднего предпринимательства через стимулирование создания сбытовых и закупочных кооперативов путем оказания

консультационной помощи при кооперации.

Сбытовые кооперативы производителей позволяют аккумулировать предложения нескольких производителей, и с приемлемыми удельными издержками создать единую систему дистрибуции, которая позволит членам кооператива: выйти в новые регионы и каналы продаж (в т.ч. соответствовать требованиям торговых сетей по объемам и срокам поставок, качеству, маркировке); получать более привлекательные условия у торговых компаний; снизить риски, снизить стоимость финансовых ресурсов для данных предприятий. Закупочные кооперативы могут объединить спрос нескольких малых и средних розничных компаний, что позволит: создать эффективную систему дистрибуции, позволяющую снизить удельные издержки, в т.ч. построить склады; получить лучшие условия у поставщиков за счет эффекта масштаба; убрать посреднические звенья в цепочке поставок и выйти напрямую на производителей; внедрить современные IT-системы; создать и продвигать единый бренд, который сможет конкурировать с брендами сетевых игроков; снизить риски, снизить стоимость финансовых ресурсов.

Повышение привлекательности биржевой и электронной торговли.

Развитие биржевой торговли:

1) внести изменения в закон Республики Казахстан «О товарных биржах» в части определения объема обязательной доли товаров от годового объема производства, которые подлежат реализации через товарные биржи;

2) разработать и утвердить Перечень биржевых товаров;

3) выработать рекомендации по развитию государственных закупок через биржевую торговлю.

Развитие электронной торговли.

В целях создания условий для развития электронной торговли и развития сферы телекоммуникаций и электронных платежей в 2011 - 2012 годах требуется:

1) проработать вопрос по снижению транзакционных издержек за банковские операции по безналичному расчету для предприятий розничной торговли;

2) выработать предложения по созданию безналичной электронной системы оплаты в сети Интернет с удобными модулями для интеграции в Интернет-магазинах, объединяющей все банки второго уровня в единый процессинговый центр (по аналогии Webmoney, PayPal);

3) выработать предложения по созданию единой республиканской электронной торговой площадки.

Построение системной работы с субъектами торговой деятельности.

Совершенствование законодательства.

В целях актуализации национального законодательства, приведение его в

соответствие с современными требованиями в сфере торговли, с 2010 по 2013
г о д ы н е о б х о д и м о :

1) провести инвентаризацию нормативных правовых актов всех уровней, устанавливающие регулирование торговой деятельности, что позволит выявить существующие в законодательстве пробелы, противоречия и устаревшие нормы;

2) установить четкую классификацию всех видов современных торговых форматов (гипермаркеты, супермаркеты, дискаунтеры) и определить основные характеристики каждого формата. Данная классификация будет разработана на основе существующих международных классификаций.

Внедрение системы планирования размещения торговых объектов.

В целях рационального обеспечения населения торговыми объектами, удовлетворяющего местный спрос, учитывающего особенности городского развития и сохраняющего необходимый баланс между различными форматами и размерами торговых объектов будет внедрена система планирования развития (размещения) предприятий розничной торговли, по примеру России и Европейских стран (Великобритания, Франция).

В этой связи, в 2011 году необходимо:

1) разработать и утвердить норматив по обеспеченности жителей торговыми площадями (квадратными метрами или единиц на 1000 человек) и дистанционной доступности торговых сетей. Планирование должно осуществляться на основе градостроительного законодательства, планов развития территорий, с учетом интересов малого и среднего предпринимательства и соблюдением баланса между различными форматами магазинов и рынками.

2) разработать и утвердить методические рекомендации по размещению предприятий розничной торговли. Местные исполнительные органы на основе республиканских методических указаний будут разрабатывать местные планы/требования по размещению и функционированию предприятий розничной торговли, с учетом интересов малого и среднего предпринимательства. В последующем, будут проводиться мероприятия по стимулированию строительства и развития недостающих форматов торговли. Местные исполнительные органы могут способствовать открытию новых торговых объектов, например дискаунтеров, путем льготного выделения земель, привлечения отечественных инвесторов, разработки предпроектной документации для освобождения инвесторов от согласований документации в различных инстанциях, упрощения разрешительных процедур и установления предельного срока разработки исходно-разрешительной документации (по примеру российского опыта). Также будет рассмотрена возможность внедрения принципа «одно окно» для упрощения процесса получения разрешительного

документа на строительство торговых объектов;

3) предусмотреть в компетенции местных исполнительных органов функции по планированию и развитию торговой инфраструктуры.

Поэтапное усиление требований к инфраструктуре торговых рынков

Мировая торговая практика показывает, что даже в самых высокоорганизованных системах торгового обслуживания имеют место рынки и уличная торговля, однако их доля в общем объеме продаж незначительна.

В Казахстане с ростом уровня жизни и изменением предпочтений населения в пользу более высокого качества товаров и сервиса, доля товарооборота на рынках снижается. Тем не менее, определенная доля рынков останется, так как они обеспечивают незащищенные слои населения относительно доступными товарами и специфическими продуктами, нереализуемые в других торговых форматах, а также позволяют мелким производителям самостоятельно реализовывать свою продукцию. В этой связи, необходимо с одной стороны, ускорить и упорядочить процесс переквалификации рынков в другие сферы торговли и услуг, а с другой стороны, создать условия для модернизации функционирующих рынков, максимально приближая их уровень к мировым стандартам.

Для этого следует провести анализ на соответствие действующим требованиям классификации, в последующем разработать и утвердить новые республиканские требования к торговым рынкам, с учетом поэтапной их модернизации в течение пяти лет. Согласно данным требованиям, каждый рынок должен будет соответствовать типу и категории не ниже предписанной ему согласно месторасположению. Самые высокие требования будут предъявляться к рынкам, расположенным в городах республиканского значения. В областных центрах требования к рынкам должны быть менее жесткие, но жестче чем в других городах, районных центрах и сельской местности.

проект Плана модернизации торговых рынков до 2014 года*

2011-2012		I категория с 2014 года	
* Крытый рынок (возможно сов- мещение функций оптовых и розничных рынков)		** Разделение на: Крупный торговый центр и Торгово-логисти- ческий терминал	
2011-2012		II категория с 2014 года	

* Комбинированный торговый рынок		** Разделение на: Улучшенный крытый рынок и Оптовая база	
		----->	
		III	
2011-2012			категория с 2014 года

* Открытый рынок		** Крытый рынок (возможно совмещение функций оптовых и розничных рынков)	
		----->	

Примечание: 1 Категория - Города Республиканского значения, 2 Категория - Областные центры и другие города, 3 Категория - Районные центры и сельская местность.

Символ «*» указывает на градацию внутри категории, облегчая интерпретацию.

Определение на соответствие критериям должно осуществляться по итогам рассмотрения заключений отраслевых ассоциаций специально созданными экспертными советами при местных исполнительных органах, включающих в себя как представителей государственных органов, деловой общественности, так и специалистов отраслевых ассоциаций, общественных объединений.

При этом все торговые рынки должны быть расположены в удобном месте, интегрированы в жизнь населенного пункта, так как они выполняют не только экономические, но и социальные функции. Во многих городах существует тенденция переноса рынков за пределы города, что означает утерю их традиционных функций и эффективности их деятельности. В этой связи, решения по месторасположению рынков должны учитывать все последствия, а не только план развития города.

В целях усиления требований к инфраструктуре рынков, с 2011 - 2012 годы необходимо:

1) провести паспортизацию всех функционирующих торговых рынков республики;

2) провести анализ состояния торговых рынков на соответствие действующим требованиям с целью выявления причин и факторов, препятствующих модернизации;

3) разработать требования классификации рынков с учетом поэтапной их модернизации.

Совершенствование государственной политики регулирования деятельности коммунальных рынков и ярмарок

Одними из инструментов государственной политики, направленными на поддержку социально-незащищенных слоев населения является развитие деятельности коммунальных рынков, а также содействие в организации ярмарочной торговли. Коммунальные рынки необходимо использовать в качестве поддержки отечественных производителей непродовольственных товаров, предоставляя по минимальной стоимости арендные площади, учитывая, что большая часть продукции, торгуемой сегодня на коммунальных рынках, относится к непродовольственным товарам.

В этой связи, с 2010 по 2014 годы необходимо:

- 1) провести анализ текущей деятельности коммунальных рынков, их влияние на ценовую политику регионов, структуру затрат;
- 2) утвердить методические рекомендации по организации деятельности коммунальных рынков, включая методику определения арендной платы за торговое место;
- 3) разработать критерии конкурсного отбора администрации коммунального рынка, систему оценки и регулирования ее деятельности со стороны местных исполнительных органов;
- 4) развивать практику стимулирования прямых продаж социально-значимых товаров населению посредством проведения ярмарок.

Создание благоприятных условий для развития отечественного производства

Таможенно-тарифная политика. С 1 января 2010 г. функционирует Таможенный союз, который предоставляет ряд преимуществ для потенциальных иностранных инвесторов, позволяет расширить рынок сбыта, сократить транспортные и таможенные расходы при экспорте товаров, упростить систему налогообложения при транзите товаров через Россию и Белоруссию.

В этой связи, с 2011 по 2014 годы необходимо совершенствование государственного регулирования Казахстана, как в отдельности, так и в рамках Таможенного союза, путем:

- 1) адаптации правовой базы к новым условиям через: закрепление правового статуса Национальной организации по развитию и продвижению экспорта и инструментов экономического стимулирования экспорта, а также внедрение механизма применения тарифных квот в Закон Республики Казахстан «О регулировании торговой деятельности» в части; разработку и внедрение правил, процедур и регламентов, позволяющих эффективно согласовывать позиции сторон в рамках Таможенного союза и учитывать их в рамках решений наднациональных органов, что позволит обеспечить эффективность и оперативность механизма функционирования наднациональных органов таможенного союза;

2) стимулирования модернизации производства и повышения конкурентоспособности казахстанской продукции через: создание условий для ввоза высокотехнологичного оборудования, комплектующих, готовых изделий производственного назначения, способствующих повышению технологического уровня отечественного производства и не имеющих аналогов в странах Таможенного союза (выработка предложений на заседание Комиссии Таможенного союза по снижению или обнулению ставок ввозных таможенных пошлин);

утверждение графиков изменения ввозных и вывозных пошлин, целевым образом привязанных к реализации государственной программы по форсированному индустриально-инновационному развитию Республики Казахстан и отраслевых программ, а также аналогичных документов в странах - партнерах по Таможенному союзу;

повышение степени эскалации таможенного тарифа и снижения/обнуления ввозных пошлин на комплектующие;

3) недопущения резких колебаний цен на внутреннем рынке, в том числе сезонного характера, обеспечения баланса интересов производителей и потребителей через выработку предложений на заседание Комиссии Таможенного союза по использованию специальных инструментов для регулирования импорта в аграрном секторе (сезонные пошлины, пошлины на основе ценовых диапазонов, тарифные квоты). Применение этих мер необходимо учитывать с мерами государственной политики в области сельского хозяйства на основе постоянного мониторинга производства и торговли важнейшими видами сельскохозяйственной продукции и продуктов питания;

4) совершенствования механизмов установления и администрирования вывозных таможенных пошлин для создания условий по развитию переработки сырья и производству готовой продукции из него, а также в фискальных целях. При этом следует учитывать ценовую конкурентоспособность казахстанских товаров на мировых рынках, чтобы не привести к потере рынков сбыта;

5) усиления обосновательной базы предлагаемых Казахстаном решений через развитие аналитической поддержки в рамках Таможенного союза, прогнозирование их социально-экономических и торгово-политических последствий, а также создание системы мониторинга во внешнеэкономической сфере, связанной с растущими рисками внешней среды и быстро вовлечением Казахстана в процессы международной торговли, для последующей выработки плана превентивных мер таможенно-тарифного регулирования;

6) привлечения деловых кругов к обсуждениям разрабатываемых и принимаемых решений в рамках Таможенного союза через создание единой базы информационных ресурсов по вопросам торговой политики.

Меры нетарифного регулирования. Меры нетарифного регулирования охватывают большую группу разнородных мер финансовой, технической, административной, кредитной и торговой политики, а также мероприятий экологической политики, мер, направленных на защиту здоровья людей, животных и растений. Использование данных мер в некоторой мере создает препятствие для внешней торговли товарами и услугами.

В этой связи, в период с 2011 по 2014 годы необходимо:

1) сокращение практики предоставления исключительного права на экспорт и /или импорт отдельных видов, при нарушении конкурентного положения на рынке, ограничении перемещения товаров. В международной практике исключительное право на импорт и (или) экспорт также называют монополистическими мерами - это меры, предполагающие предоставление государством исключительного права отдельным хозяйствующим субъектам на экспорт (импорт) продукции, т.е. создание монополистической ситуации, вследствие предоставления исключительных прав одному или ограниченному кругу лиц по экономическим, социальным или же по финансовым причинам. Таким образом, весь импорт или экспорт отдельных товаров должен проходить через государственные органы, либо предприятия контролируемые государством. В отдельных случаях частному сектору также предоставляются исключительные права, что вытесняет других участников рынка.

2) выработка предложений на заседание Комиссии таможенного союза по поэтапному сокращению перечня товаров, подлежащих лицензированию в сфере внешней торговле, а также упрощение процедур и документации, связанной с процессом получения лицензии;

3) совершенствование системы мер нетарифного регулирования с целью приведения норм соглашений Таможенного союза в соответствие с нормами Всемирной торговой организации;

4) проведение мониторинга мер нетарифного регулирования с целью недопущения препятствий в отношении доступа казахстанских товаров на рынки стран-членов Таможенного союза.

Защита внутреннего рынка при импорте товаров. До создания Таможенного союза Казахстан имел возможность применять антидемпинговые и компенсационные меры в отношении импорта из всех стран мира, в том числе стран Таможенного союза, а специальные защитные меры распространялись на весь импорт, вне зависимости от страны происхождения. С июля 2010 года торговые меры могут быть приняты только в отношении товаров, происходящих из стран не входящих в Таможенный союз.

Следует отметить, что в международной правовой системе применение торговых мер регулируется Статьями VI и XIX ГАТТ 1947 года и Соглашениями

ВТО о применении статьи VI ГАТТ, о субсидиях и компенсационных мерах и о применении специальных защитных мер. Наиболее распространенными в мировой торговле являются антидемпинговые меры - согласно статистике ВТО с 1995 по 2008 г.г. страны-члены ВТО провели около 6000 исследований.

В целом, правовая база ВТО по торговым мерам позволяет странам-членам защитить внутренний рынок в случае, если рост импорта товаров приводит к угрозе или нанесению ущерба отечественному производству; принимать меры для защиты интересов отечественных производителей, в случае недобросовестной торговли со стороны торговых партнеров; защитить отечественных экспортеров от дискриминации, в случае необоснованного использования торговых мер со стороны других членов ВТО.

Странами-лидерами в использовании торговых мер являются: Индия, Бразилия, Аргентина, Турция, ЕС, США, Австралия, Канада, Китай, ЮАР. Наблюдается тенденция активного применения торговых мер развивающимися странами, которые успешно используют возможности ВТО для защиты национального производства. Странами, против которых часто применяются торговые меры: Китай (более 50 %), Таиланд, Тайвань, Индонезия, Корея, США, И н д и я и Р о с с и я .

В этой связи, в 2010 - 2014 г.г. необходимо:

1) разработать в рамках Таможенного союза временный механизм проведения исследований на переходный период. Соглашение о применении специальных защитных, антидемпинговых и компенсационных мер по отношению к третьим странам вступило в силу с июля 2010 года, при этом на создание полноценно функционирующего компетентного органа с квалифицированными специалистами в рамках Комиссии таможенного союза потребуется дополнительное время. В этой связи, для того, чтобы на это время производители Таможенного союза не лишились возможности защищаться от недобросовестного или резко возрастающего импорта, необходимо разработать с о о т в е т с т в у ю щ и й м е х а н и з м ;

2) проводить мониторинг отраслей, относящихся к приоритетным отраслям в рамках Государственной программы по форсированному индустриально-инновационному развитию, с целью выявления значительных объемов импорта, угрожающих производству либо препятствующих реализации инвестиционных проектов, для последующей выработки предложений на рассмотрение компетентного органа вопроса инициирования исследований по с о б с т в е н н о й и н и ц и а т и в е ;

3) создание аналитической платформы, специализирующейся на содействии казахстанским производителям при подготовке и подаче заявлений о применении специальных защитных, антидемпинговых и компенсационных мер, а также на

защите интересов казахстанских экспортеров, в отношении которых инициированы расследования и применяются торговые меры третьими странами.

Развитие многостороннего и двустороннего сотрудничества.

В настоящее время Казахстан акцентирует развитие следующих приоритетных секторов экономики:

традиционных (нефтегазового сектора, горнометаллургического комплекса, атомной и химической промышленности с последующим переходом сырьевых производств на более высокие переделы), основанных на спросе недропользователей, национальных компаний и государства (машиностроение, фармацевтика);

производств, не связанных с сырьевым сектором и ориентированных преимущественно на экспорт (агропромышленный комплекс, легкая промышленность, туризм);

секторов «экономики будущего», которые будут играть доминирующую роль в мировой экономике в последующие 15 - 20 лет (информационные и коммуникационные технологии, биотехнологии, альтернативная энергетика, космическая деятельность).

В этой связи, развитие международного партнерства следует развивать с учетом имеющихся перспектив и задач по развитию определенных секторов экономики, что позволит создать условия для развития республики в глобальной экономике и повышения конкурентоспособности национальной экономики, в частности с 2010 по 2014 годы необходимо:

1) географическая диверсификация торговых связей, обеспечивающая расширение позиций казахстанских экспортеров и инвесторов на традиционных рынках и освоение новых рынков путем:

присоединения к Всемирной торговой организации на условиях учета экономических интересов Казахстана;

развития диалога с крупнейшими торговыми и экономическими партнерами - Европейским союзом, США, Китаем, Индией, а также в рамках стратегических партнерств (Шанхайская организация сотрудничества), в т.ч. через разработку и заключение нового базового Соглашения между Республикой Казахстан и Европейским союзом, активизацию взаимоотношений в рамках Соглашения по развитию отношений в области торговли и инвестиций (ТИФА);

развития совместно с партнерами по Таможенному союзу торгово-экономических отношений со странами дальнего зарубежья через заключение соглашений о зоне свободной торговли, в частности с государствами-участниками Европейской ассоциации свободной торговли (Швейцария, Лихтенштейн, Норвегия, Исландия), Сербией и Черногорией, о преференциальной торговле с Египтом, Иорданией, Израилем, Афганистаном,

странами Персидского залива (Королевство Саудовской Аравии, Кувейт, Бахрейн, Оман, Катар, ОАЭ и другими странами);

проведения вместе с партнерами по Таможенному союзу единой внешнеторговой политики во взаимоотношениях со странами СНГ через формирование единого торгового режима, в том числе заключения соглашения о свободной торговле с Туркменистаном.

2) усиления на мировом рынке позиций республики, как привлекательного для инвестиций региона, в качестве перспективного экспортера сельскохозяйственной продукции, а также снижения зависимости от импорта непродовольственных товаров.

3) создания Единого экономического пространства через разработку правовой базы, направленной на:

формирование согласованной экономической политики, в частности согласованной макроэкономической политики, конкурентной политики, политики в области естественных монополий, промышленных субсидий, государственных закупок, субсидирования сельского хозяйства;

создание условий для свободного движения капитала, согласованной инвестиционной деятельности и валютной политики;

создание условий для свободного движения услуг;

создание условий для свободного движения рабочей силы;

предоставление недискриминационного доступа к инфраструктуре стран-участниц ЕЭП, в частности в сфере электроэнергетики, железнодорожного транспорта, транспортировки нефти и газа.

Формирование информационной платформы.

Сервисная поддержка. Долгосрочное развитие любой отрасли экономики во многом зависит от прозрачности, информированности, и предсказуемости рынка. В этой связи, необходимо постоянно заниматься изучением проблем, поиском решений, и формированием стратегий и тактик, как для отрасли в целом, так и по отдельным направлениям. В результате, информированность и прозрачность рынка позволит активнее привлекать дополнительные инвестиции в отрасль, как местного, так и зарубежного происхождения.

В этой связи, с 2010 по 2014 годы необходимо: создание на базе акционерного общества «Центр развития торговой политики» исследовательской и аналитической платформы, специализирующейся на содействии развития розничной торговли, в том числе специализированного электронного интернет-ресурса;

разработка путеводителя по нормативным правовым актам, регулирующим деятельность в сфере торговли;

организация ежегодных форумов и семинаров для представителей

розничного бизнеса с участием представителей крупных иностранных розничных сетей с целью обмена опытом и информацией о новшествах в розничном бизнесе, государственном регулировании розничной торговли и доступных мерах поддержки.

Повышение квалификации. Для внедрения системы обучения и повышения профессионализма рядового торгового персонала и менеджеров управляющего звена необходимо:

1) проводить на ежегодной основе мониторинг обеспеченности кадрами по всей республике. Оценивать объем и остроту дефицита специалистов различного профиля в каждом отдельно взятом регионе страны. Чрезмерный дефицит кадров может влечь за собой снижение эффективности торговой системы как в целом по республике, так и в отдельно взятом регионе. Поэтому важно чтобы в каждом нуждающемся в кадрах регионах в короткие сроки организовывались учебные курсы;

2) совместно с отраслевыми ассоциациями проработать вопрос организации тренингового центра с краткими курсам обучения для персонала торговых компаний. Для проведения семинаров и лекций регулярно приглашать специалистов практиков из стран Западной и Восточной Европы.

Таким образом, решение кадровых вопросов, как на уровне рядового персонала, так и на среднем уровне и топ-менеджмента, должно максимально приблизить уровень эффективности казахстанских торговых компаний к лучшим мировым стандартам в этой отрасли.

6. Необходимые ресурсы

На реализацию мероприятий будет выделено в 2011 году из средств республиканского бюджета 20 млн. тенге по бюджетной программе 007 «Проведение прикладных исследований в сфере экономики, торговли и государственного управления» Министерства экономического развития и торговли Республики Казахстан, в 2012 году - 35 млн. тенге, в 2013 году - 25 млн. тенге. На реализацию мероприятий в 2014 году необходимые средства будут рассматриваться в рамках республиканского бюджета на 2012 - 2014 года.

Финансирование Программы осуществляется за счет средств институтов развития, собственных средств предприятий, отечественных и зарубежных инвестиций и в пределах средств, предусматриваемых в республиканском бюджете.

7. План мероприятий по реализации Программы по развитию торговли в Республике Казахстан на 2010 - 2014 годы

Сноска. Раздел 7 с изменениями, внесенными постановлением Правительства РК от 18.01.2012 № 100 .

№	Мероприятие	Форма завершения	Ответственные за исполнение	Сроки исполнения	Предполагаемые расходы						Источники финансирования	№ Программ АБГ
					2010 г.	2011г .	2012 г.	2013 г.	2014 г.	Всего		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
1. Создание благоприятных условий для развития торговой инфраструктуры												
1.1. Государственное стимулирование развития торговой инфраструктуры												
1	Проработать вопрос включения отрасли внутренней торговли в список приоритетных направлений инвестиционной деятельности	Предложение в Правительство Республики Казахстан	МЭРТ	2011 год							Н е требуетс я	
2	Проработать включение вопроса субсидирования процентных ставок по кредитам в программу «Дорожная карта бизнеса - 2020» на: - строительство и реконструкцию высокотехнологичных тепличных комплексов и хранилищ сельскохозяйственной продукции; - строительство новых реконструкцию	Информация в Правительстве Республики Казахстан	МЭРТ, МИНТ, МСХ, МФ, АО «НУХ «КазАгро» АО «ФРП «Даму»	2011 год							Н е требуетс я	

22	Разработать методические рекомендации по организации деятельности коммунальных рынков, включая методику определения арендной платы за торговое место	Приказ МЭРТ	МЭРТ, МФ, акиматы областей, городов Астана и Алматы	2012 год								Н е требу-ется
23	Проработать вопросы по разработке критерия конкурсного отбора административной коммунального рынка и систему оценки и регулирования ее деятельности	Информация в Правительстве Республики Казахстан	МЭРТ, МФ, акиматы областей, городов Астана и Алматы	2012 год								Н е требу-ется
24	Проводить ярмарки с целью стимулирования продаж социально-значимых товаров населению	Информация в МЭРТ	Акиматы областей, городов Астана и Алматы	2010-2014 годы								Н е требу-ется
25	Обеспечить ведение республиканского и региональных балансов по продовольственным товарам	Информация в МЭРТ	МСХ, акиматы областей, городов Астана и Алматы	2011-2014								Н е требу-ется

4. Развитие логистических систем и транзитного потенциала республ

Раздел исключен постановлением Правительства РК от 18.01.2012 № 100 .

5. Создание благоприятных условий для развития отечественного производства

5.1. Таможенно-тарифная политика

30	<p>Выработать предложения по :</p> <ul style="list-style-type: none"> - утверждению графиков изменения ввозных и вывозных пошлин, целевым образом привязанных к реализации государственной программы по форсированному индустриально-инновационному развитию Республики Казахстан и отраслевых программ; - по повышению степени эскалации таможенного тарифа и снижения/обнуления ввозных пошлин на комплектующие сельскохозяйственную технику и сборных строительных конструкций. 	<p>Предложения на Межведомственную комиссию по торговой политике</p>	<p>МЭРТ, МИНТ, МСХ, МСИ, МФ, МТК</p>	<p>2011-2014 г.г.</p>							<p>Н е требуется</p>
	<p>Выработать предложения по использованию специальных инструментов для регулирования импорта в аграрном</p>	<p>Предложения на Межведомственную</p>									

	так же упрощению процедур и документации, связанной с процессом получения лицензии	торговой политике											
5.3. Меры защиты внутреннего рынка при импорте товаров													
36	Разработать в рамках Таможенного союза временный механизм проведения расследова- ний на переходный период	Информация в Прави- тельство Республики Казахстан	МЭРТ, МИД, АО «ЦРТП»	2010 год								Н е требу- ется	
37	Проводить мониторинг отраслей, относящихся к приори- тетным отраслям в рамках ГПФИИР, с целью выявления значительных объемов импорта, угрожающих производст- ву либо препятству- ющих реализации инвестицион- ных проектов, для последующей выработки предложений на рассмотрение компетен- тного органа вопроса иницииро- вания	Информация в Прави- тельство Республики Казахстан	МЭРТ, МФ, МИД, МИНТ , МСХ, АО «ЦРТП»	2011- 2014 годы								Н е требу- ется	

53	тренингового центра краткими курсами обучения персонала торговых компаний	Информация в Правительстве Республики Казахстан	МЭРТ, АО «ЦРТП», Ассоциация торговых предприятий (по согл.)	2011-2013 годы							Не требуется
----	---	---	---	----------------	--	--	--	--	--	--	--------------

¹ Будет рассматриваться в рамках республиканского бюджета на 2012-2014 г.г.

Примечание: расшифровка аббревиатур:

НБ РК - Национальный Банк Республики Казахстан
МЭРТ - Министерство экономического развития и торговли Республики
К а з а х с т а н

МИНТ - Министерство индустрии и новых технологий Республики Казахстан

МНГ - Министерство нефти и газа Республики Казахстан

МТК - Министерство транспорта и коммуникаций Республики Казахстан

МИД - Министерство иностранных дел Республики Казахстан

МФ - Министерство финансов Республики Казахстан

МСХ - Министерство сельского хозяйства Республики Казахстан

МОН - Министерство образования и науки Республики Казахстан

МЧС - Министерство по чрезвычайным ситуациям Республики Казахстан

МЗ - Министерство здравоохранения Республики Казахстан

МТСЗН - Министерство труда и социальной защиты населения Республики

К а з а х с т а н

АЗК - Агентство Республики Казахстан по защите конкуренции
(Антимонопольное агентство)

АДС - Агентство Республики Казахстан по делам строительства и
жилищно-коммунального хозяйства

АРЕМ - Агентство Республики Казахстан по регулированию естественных
м о н о п о л и й

АФН - Агентство Республики Казахстан по регулированию и надзору
финансового рынка и финансовых организаций

АО «Самрук-Казына» - акционерное общество «Фонд национального
благосостояния «Самрук-Казына»

АО «ЦРТП» - акционерное общество «Центр развития торговой политики»

АО «ФРП «Даму» - акционерное общество «Фонд развития
предпринимательства «Даму»

АО «КЦ ГЧП» - акционерное общество «Казахстанский центр
государственно-частного партнерства»

АО «НУХ «КазАгро» - акционерное общество «Национальный управляющий холдинг «КазАгро»

© 2012. РГП на ПХВ «Институт законодательства и правовой информации Республики Казахстан»
Министерства юстиции Республики Казахстан