

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ ПРЕЗИДЕНТІНІҢ
ЖАНЫНДАҒЫ МЕМЛЕКЕТТІК БАСҚАРУ АКАДЕМИЯСЫ

Басқару институты

Қолжазба құқығында

Досболов Жанибек Асилханович

**СЫРТҚЫ (КӨРНЕКІ) ЖАРНАМА ОБЪЕКТІЛЕРІН ОРНАЛАСТЫРУДЫ
КЕЛІСУГЕ ЖӘНЕ ОРНАЛАСТЫРЫЛҒАНЫ ҮШІН ТӨЛЕМАҚЫНЫ ТӨЛЕТУГЕ
ҚАТЫСТЫ ТЕТІКТЕРДІ ЖЕТІЛДІРУ**

«7M041 – Бизнес және басқару» дайындық бағыты бойынша
«7M04118 - Өңірлік даму» білім беру бағдарламасы

«7M04118 - Өңірлік даму» білім беру бағдарламасы бойынша Бизнес және басқару
магистрі дәрежесін алу үшін магистрлік жоба

Ғылыми жетекші: _____ Жугунисова.Ж.В., э.ғ.к.

Жоба қорғауға жіберілді: «_____» _____ 2023 ж.

Басқару институтының директоры: _____ Гаипов З. С. саяси ғ.д.

Астана, 2023

Мазмұны

НОРМАТИВТІК СІЛТЕМЕЛЕР.....	3
БЕЛГІЛЕУЛЕР МЕН ҚЫСҚАРТУЛАР.....	4
КІРІСПЕ.....	5
НЕГІЗГІ БӨЛІМ.....	8
ҚОРЫТЫНДЫ.....	47
ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ДЕРЕККӨЗДЕР ТІЗІМІ.....	48
ҚОСЫМШАЛАР.....	51

Нормативтік сілтемелер

Осы магистрлік жобада төмендегідей нормативтік құжаттарға сілтемелер пайдаланылған:

ҚР Жарнама туралы Заңы.

ҚР ҚМ 2019 жылғы 28 наурыздағы №271 бұйрығы.

ҚР ҰЭМ 2019 жылғы 13 мамырдағы «Сыртқы (*көрнекі*) жарнаманы елді мекендердегі үй-жайлардың шегінен тыс ашық кеңістікте, жалпыға ортқа пайдаланылатын автомобиль жолдарының бөлінген белдеуінде, елді мекендерден тыс жердегі үй-жайлардың шегінен тыс ашық кеңістікте және жалпыға ортақ пайданылатын автомобиль жолдарының бөлінген белдеуінен тыс жерде орналастыру қағидаларын бекіту туралы» №37 бұйрығы.

ҚР ИИДМ 2019 жылғы бмаусымдағы «Сыртқы (*көрнекі*) жарнама объектілерін халықаралық, республикалық, облыстық және аудандық маңызы бар жалпыға ортақ пайдаланылатын автомобиль жолдарының бөлінген белдеуінде орналастыру қағидаларын бекіту туралы» №371 бұйрығы.

ҚР 2017 жылғы 25 желтоқсандағы «Салық және бюджетке төленетін басқа да міндетті төлемдер туралы (*салық кодексі*)» Заңы.

ҚР Мемлекеттік көрсетілетін қызметтер туралы Заңы.

ҚР 2014 жылғы 5 шілдедегі Әкімшілік құқық-бұзушылық туралы Кодексі

ҚР Жер кодексі

ҚР ЦДИАӨМ 2020 жылғы 31 қаңтардағы Мемлекеттік көрсетілетін қызметтер тізілімін бекіту туралы бұйрығы.

Белгілеулер мен қысқартулар:

ҚР	–	Қазақстан Республикасы
ҚР ҚМ	–	Қазақстан Республикасының Қаржы министрлігі
ҚР ҰЭМ	–	Қазақстан Республикасы Ұлттық экономика министрлігі
ҚР ИИДМ	–	Қазақстан Республикасы Индустрия инфрақұрылымдық даму министрлігі
ҚР ЦДИАӨМ	–	Қазақстан Республикасы Цифрлық даму, инновациялар және аэроғарыш өнеркәсібі министрлігі
ҰК	–	Ұлттық компания
АҚ	–	Акционерлік қоғам
НҚ	–	Негізгі құрам
АҚШ	–	Америка Құрама Штаты
ӨРҰ	–	Өзін-өзі реттейтін ұйым (<i>АҚШ</i>)
БАҚ	–	Бұқаралық ақпарат құралдары
АSА.	–	Жарнама стандарттары жөніндегі басқарма
САР	–	Жарнамалық практика комитеті
ҰАТ	–	Ұлттық ақпараттық технологиялар

Кіріспе

Зерттеу өзектілігі мен проблемасы. Қазақстан Республикасы Индустрия және Инфрақұрылымдық даму министрінің 2019 жылғы 6 маусымдағы №371 бұйрығымен бекітілген қағиданың 2-тармағына сәйкес, сыртқы (*көрнекі*) жарнама объектілерін халықаралық, республикалық, облыстық және аудандық маңызы бар жалпыға ортақ пайдаланылатын автомобиль жолдарында белдеулерінде орналастыру үшін жарнама таратушы субъектілер «ҚазАвтоЖол» ҰК АҚ-ның аймақтық филиалдарынан және облыстық, аудандық жол салалық органдардан келісім алады [17].

Магистрлік жобаның мақсаты "Сыртқы (*көрнекі*) жарнама объектісін" орналастыруға келісімді автомобиль жолдарының меншік иелері тарапынан көрсететін мемлекеттік көрсетілетін қызметтердің және жергілікті атқарушы органдардың функцияларының сапасын арттыру мәселелерін зерттеуге арналған. Зерттеу аясында Қазақстан Республикасында "Сыртқы (*көрнекі*) жарнама объектісін" орналастыруға келісім алуға қатысты қызметтер көрсету сапасының проблемалары, олардың шешу жолдары енгізілген.

Қазіргі жағдайда мемлекеттің сенімді қаржылық жүйесін құру салық төлеушілердің құқықтарын сақтай отырып, мемлекеттің қаржылық мүдделерін қамтамасыз етуге арналған тиімді салықтық бақылау жүйесін құрусыз мүмкін емес.

Сондықтан, орналастырғаны үшін бюджетке төленетін төлемдер тетіктерін жетілдіру, салық органдарының осы бағыттағы тиімділігін арттыру, сондай-ақ салықтық бақылауды жетілдіру жолдарын айқындау мәселелері өте өзекті болып көрінеді.

2021 жылдың басы мемлекеттік көрсетілетін қызмет саласында түбегейлі өзгерістердің белгіленуімен басталған болатын. Осылайша, ҚР 2030 жылға дейінгі тұжырымдамасында «мемлекеттік басқарудың проблемалық аймақтары ретінде мемлекеттік көрсетілетін қызметтердің әкімшілік сипаты қарастырылып, бұл мәселе, өз кезегінде, мемлекеттік басқарудың сервистік моделіне көшуде қайта қарастырылу» қажеттілігі айқындалған.

«Жарнама» саласындағы мемлекеттік көрсетілетін қызметтер де қазіргі таңда электрондық нысанға толық автоматтандырылса да олардың тәртібін регламенттеу шараларына қарамастан, аталған саладағы қызметтер де түрлі мазмұндағы проблемалардан арылар емес.

Әрине, мемлекеттік көрсетілетін қызметтер саласының дамуы автомобиль жолдары және жарнама мәселелерін де қамтып тарихи тұрғыдан күрделі болып қалыптасып қалған азаматтық қатынастың осы түрінде жергілікті биліктің қатысы бар барлық сұрақтар бойынша ашықтық, жеделдік, қолжетімділік деңгейін арттыруда оң септігін тигізуде.

Атап айтқанда, ҚР ЦДИАӨМ 2020 жылғы 31 қаңтардағы №39/НҚ бұйрығымен бекітілген тізіліміне сәйкес жергілікті атқарушы органдармен және квазимемлекеттік сектор субъектілер тарапынан 2 мемлекеттік қызмет көрсетіледі [26]. Қазақстан Республикасының 2014 жылғы 16 мамырдағы №202-V «Рұқсаттар және хабарламалар туралы» заңының [21] талаптары

негізінде республикалық маңызы бар қалалардың, астананың, облыстық маңызы бар қалалардың және де аудандардың жергілікті атқарушы органдары тарапынан «сыртқы (*көрнекі*) жарнаманы аудандық маңызы бар қалалардағы, ауылдардағы, кенттердегі үй-жайлардың шегінен тыс ашық кеңістікте, аудандық маңызы бар қалалардың, ауылдардың, кенттердің, ауылдық округтердің аумақтары арқылы өтетін жалпыға ортақ пайдаланылатын автомобиль жолдарының бөлінген белдеуінде, елді мекендерден тыс жердегі үй-жайлардың шегінен тыс ашық кеңістікте орналастырылған кезде хабарламаны қабылдауды, қарауды мерзімінде орындауды жергілікті органдардың функциялары ретінде қызмет көрсетілуде. Магистрлық жобаны жазуы барысында зерттеу-зерделеу көрсеткендей олардың ешқайсысы белсенді түрде жұмыс істеп тұрмағанын дәлелдеді.

"Сыртқы (*көрнекі*) жарнама объектілерін халықаралық және республикалық маңызы бар жалпыға ортақ пайдаланылатын автомобиль жолдарының бөлінген белдеуінде орналастыруды келісу" және "Сыртқы (*көрнекі*) жарнама объектілерін облыстық және аудандық маңызы бар жалпыға ортақ пайдаланылатын автомобиль жолдарының бөлінген белдеуінде орналастыруды келісу" мемлекеттік көрсетілетін қызметтеріне қатысты 2018-2022 жылдар аралығындағы статистикалық *[(2022 жылды қоса алғанда артқа қарай 5 жыл) республика деңгейінде, облыстар деңгейінде, жылдар бойынша, қандай кемшіліктер, қанша қызметкерге шара көрілді, қанша жеке және заңды тұлғалардан арыз шағым түсті]* және т.б мәліметтер өңірлер бойынша зерделенді.

Көрсетілетін әр мемлекеттік қызметтің көрсетілу тәртібін, тәсілдерін, мерзімін, бас тарту негіздерін айқындайтын қағидалар бекітілген. Бұл, өз кезегінде, мемлекеттік қызмет көрсетумен байланысты барлық тұлғалар қатарын, қажетті құжаттар топтамасын белгілейді.

Атап айтар болсақ өңірлер бойынша жинақталған нәтижелері келесідей. Сыртқы (*көрнекі*) жарнама объектілерін орналастыратын жолдардың түрілері бойынша 2018-2022 жылдар аралығында республикалық және халықаралық маңыздағы жолдарға 568, аудандық және облыстық маңыздағы жолдарға 1767 мемлекеттік көрсетілетін қызмет көрсетілген. Жалпы бес жыл ішінде бар жоғы 2335 мемлекеттік көрсетілетін қызмет көрсетілген.

Жүргізілген талдау нәтижесінде жарнама саласында көрсетілетін қызметтерге қатысты қолданыстағы нормативтік актілер мен ақпараттық жүйелердің дереу шешімін талап ететін елеулі кемшіліктердің бар екендігін көрсетті. Осы аталған мәселелердің барлығы зерттеу тақырыбының өзектілігін дәлелдейді.

Жүргізген зерттеудің мақсаты: Сыртқы (*көрнекі*) жарнама объектілерін орналастыруды үйлестіру және орналастырғаны үшін ақы төлеу тетіктерін жетілдіру бойынша практикалық ұсынымдар әзірлеу.

Жобаның міндеттері: Аталған мақсатқа сәйкес зерттеу жобасында мынадай міндеттер шешуді көздейді:

- Сыртқы жарнаманы орналастыру үшін келісім алуға қатысты мемлекеттік көрсетілетін қызметті көрсетуші және мемлекеттік

көрсетілетін қызметті алушы арасындағы қатынастарын реттейтін нормативтік құқықтық актілерді зерделеу және талдау;

- Әдеби деректерді, оның ішінде шетелдік тәжірибені зерделеу магистрлік жоба тақырыбы бойынша әдеби шолу жасау;
- Сыртқы жарнаманы орналастыру үшін келісім алудың ағымдағы жағдайын талдау және проблемаларын айқындау;
- Сыртқы жарнаманы орналастыру үшін келісім алудың ағымдағы жағдайын талдау және проблемаларын айқындау;
- Жарнама саласындағы мемлекеттік көрсетілетін қызметтерді жетілдіру бойынша практикалық ұсынымдар әзірлеу;

Зерттеу объектісі: Қазақстан Республикасы аумағында Сыртқы (көрнекі) жарнама объектілерін орналастыруды келісуге қатысты жергілікті атқарушы органдардың функциялары және де соған қатысы бар мемлекеттік көрсетілетін қызметтер.

Зерттеу пәні: ҚР аумағында «Сыртқы (көрнекі) жарнама объектілерін орналастыруды» келісуге, хабаралауға және орналастырылғаны үшін төлемақыны төлетуге байланысты тетіктерін жетілдірудің сапасы.

Зерттеу сұрағы: Әкімдіктер мен квазимемлекеттік сектор субъектілері көрсететін «жарнама» саласындағы мемлекеттік қызметтер сапасымен сыртқы (көрнекі) жарнаманы объектісін орналастырғаны үшін бюджетке төленетін төлемдер арқылы жергілікті бюджеттің кірістерін арттыру, саланы цифрландыру үшін қандай шаралар қолдану қажет?

Зерттеу әдістері: Мәселені зерттеу үшін талдау, математикалық, статистикалық, социологиялық әдістер кабинеттік зерттеу және сауалнама әдістері қолданылды.

Күтілетін нәтижелер: Сыртқы (көрнекі) жарнама нысанын орналастырғаны үшін бюджетке төленетін төлемдерді төлеу тетіктерінің жеңілденуі, жауапкершіліктердің артуы, цифрландыру.

Зерттеудің ғылыми жаңалығы сапаны арттыру бойынша практикаға бағытталған ұсынымдарды беру болып табылады. Ұсынымдар мемлекеттік қызметтер көрсету сапасына, бизнес-процестерді бюрократиядан арылтуға, мемлекеттік қызметтер көрсету аясында саланы цифрландыруға кедергілерді азайтуға бағытталған.

Практикалық маңыздылығы: «Жарнама» саласын дамыту. Ұсыныстар салық салумен жарнама объектілерін толық қамту нәтижесінде бюджеттің кіріс бөлігін арттыруды қамтамасыз ете алады. Әзірленген ұсынымдарды мемлекеттік қызметтер көрсету рәсімдерін жетілдіру саласындағы мүдделі уәкілеттік органдар пайдалана алады.

Басылым: Зерттеу тақырыбы бойынша жиналған материалдар негізінде «Жарнама» саласында көрсетілетін мемлекеттік қызметтер: мәселелері және шешу жолдары» тақырыбы бойынша «Қазақстан жоғары мектебі» Халықаралық ғылыми-педагогикалық басылымында мақала жарияланды.

Негізгі бөлім

Әдебиетке шолу

Жобаны дайындау барысында үдерістерін жетілдірудегі жаңа тәсілдерді зерттеуге бағытталған шетелдік авторлардың ғылыми жанияланымдары зерделенді. Жарнаманың қоғамдық өмірге енуі, ол жайлы мазмұнды ойлар айтуға мүмкіндік берді. Жарнаманы терең ұғыну арқылы біздер оның қоғамның әлеуметтік-саяси іс-әрекеттерінде мәнін анықтай аламыз. Қандай жарнаманың түрі болмасын, ол өздігінен қызмет ете алмайды. Тиімді ықпал ету үшін лингвистика, менеджмент, маркетинг, психология, журналистика, Public Relations сияқты білім салаларының практикаларын қолданған жөн. Саясат сахнасында да соңғы кездері аталған мәселеге тек сайлау науқаны уақытында мән берілуде. Адамзат өмірінде де жарнама жоғары деңгейде дамып, оның рөлі күн санап артуда. Сол себепті жарнама нарықтық қатынастардың құралы екенін ұмытпауымыз тиіс.

Жарнама сөзінің этимологиясы латынның «“reklamare” – айқайлау» етістігімен тікелей байланысты. Оксфорд сөздіктерінде жазылғандай, XV–XVI ғасырларда «хабарлама» деп айқындалған «advertise» етістігі XIX ғасырда кеңінен пайдаланылды. Роман тілдері (*итальян, француз, испан*) аталмыш ұғымды– «publicite» (*фр.*), «publicidad» (*исп.*) сөздерімен толтырса, біздер оны «жарнама» деп тәржімелеудеміз.

Жарнама саласына қатысты басты субъектілерге жарнама беруші, жарнама жасаушы, жарнама таратушы және жарнама тұтынушыларды жатқызамыз. Ал жарнаманың негізгі мақсатынайтар болсақ, бұл тауарлардың түрлері мен таратылу талаптары, осы тауар өндірушісі мен қызмет көрсетуші ұйым туралы мағлұмат жеткізу болып табылады.

Жарнаманың алуан түрлілігі мен оған терең зерттеу қажет екендігі жайлы осы саланы зерттеуші американдық ғалымы Клод Гопкинс (*Claud Hopkins*) 1923 жылы жарияланған "Ғылыми жарнама" атты шығармасында жазған. Ең маңыздысы осы еңбегінде «жарнаманың ғылыми дәрежеге жету кезеңінің басталғандығы» жайлы айтқан [13].

С.И.Ожегов "Орыс тілінің сөздігі" кітабында:

«1. Клиенттер мен көрермендер назарын бұру үшін әртүрлі тәсілдер қолдану жолымен кең танымалдылықты қалыптастыратын хабарлама.

2. Осыған ұқсас мағлұматқа сәйкес берілетін хабарландыру»,–деп жазылған. Және де жарнаманың театрлық, саудалық және жарықтық түрлері бар екендігі туралы көрсетілген [12].

Үлкен Кеңестік Энциклопедияда жарнамаға келесідей сипаттама беріледі:

«1) тауарлардың тұтынушылық белгілері және қызмет көрсетудің түрлерін ұсынып, оған қоса таратылуы мен ұсынысты қалыптастыратын ақпарат түрі; 2) ұйым, тұлға өнер мен шығарма түрінің танылуын қалыптастыратын ақпараттарды тарату [8]».

Қазақша жарияланған энциклопедияларда да жарнамаға әр түрлі түсініктер беріледі. Қазақ Кеңестік Энциклопедиясының бас редакциясы тарапынан 1974 жылы ұсынылған кітапта: «Жарнама – концерт, лекция,

спектакль және көрермендерге арналған өзге де спорттық жарыстар, мәдени іс-шаралар, ойын-сауықтар туралы ақпараттандырудың бір түрі [9].»,-деп көрсетілсе, Жарнама үлгілеріне қатысты деректер «Қобыланды батыр», «Мұңлық-Зарлық» және «Оғызнама» жырларында бар екендігі жайлы айтылады.

Атазанның 35-бабында: «Заңды түрде белгіленген салықтарды, алымдарды және өзге де міндетті төлемдерді төлеу әркімнің борышы әрі міндеті болып табылады» [28].-деп заңмен айқындалған. Сонымен, салықтың міндеттілігі еліміздің басты ата заңымен бекітілгенін көруімізге болады.

Салыққа қатысты әр заманда әртүрлі экономистер, мемлекет қайраткерлері, ойшылдар, ғалымдар көптеген шығрамалар жазған және осыған орай «салық» сөзіне берілген анықтама әртүрлі шығармаларда әртүрлі көрсетіледі. Мысалы ретінде көптеген шетелдік және отандық ғалымдардың түсініктемелеріне қарапы шығатын болсақ.

Ал Б.Б.Сұлтанова: «Салық – төлемі мемлекеттік мәжбүрлеу шарасымен қамтамасыз етілетін, тұрақты және баламасыз, қайтарылмайтын сипаттағы белгілі бір мөлшерде, мемлекетпен заңды бекітілген – салық субъектісімен жүргізілетін, тиісті құқықтық негіздегі өкілетті органмен әкімшілік тәртіпте мемлекет табысына міндетті түрде аударылатын ақшалай немесе натуралды төлем» [31], деп толық анықтама келтірген. Келесі отандық авторлардың бірі Ғ.Е.Керімбек және А.Д.Үмбетәлиев: «Салық – белгілі бір мерзімде және белгілі бір көлемде алынатын, заң бойынша қарастырылған міндетті төлемдер» [32],-деген ұғым енгізген.

ҚР Қаржыгерлер Ассоциациясының өкілі С.Аханов болса: «Салық – жеке және заңды тұлғалардан мемлекет өндіріп алатын міндетті төлемдер» [33],-деп түсініктеме беруді дұрыс деп тапқан.

Қазақстан Республикасының алғашқы Конституциясы авторларының бірі, еліміздегі сақтандыру немес қаржылық құқықтың негізін салушы қаржыгер ғалым А.И.Худяков "Налого: понятие, элементы, установление, виды" деген кітабында әртүрлі әлемдік авторлардың шығармаларындағы анықтамаларды саралай отырып, төмендегідей түсініктемені ұсынады: «Салық – бұл мемлекеттің уәкілетті органымен бекітілген, салық субъектісімен белгілі бір уақыт пен белгілі бір көлемде төленетін, төлемі мемлекеттің мәжбүрлеу шараларымен қамтамасыз етілген, қайтарымсыз, баламасыз және тұрақты сипатқа ие мемлекет кірісіне біржақты, міндетті ақшалай немесе натуралды төлем» [34].

Салықтардың экономикалық мән-мағынасын толық білу үшін оларды ұғыну тиіс. Ал салықтардың маңызы оған қоса олардың орындайтын функцияларымен тікелей байланысты. Салықтардың төмендегіше негізгі функциялары бар: фискалдық, қайта бөлу, реттеушілік және бақылау.

Көптеген елдерде салықтар жиынтығы әртүрлі белгілеріне сәйкес жіктелінеді, сол себепті салықтарды жіктеудің бірнеше тәсілдері бар. Мәселен, Д.С.Жақыпбеков шығармасында салықтарды келесідей әдіс-тәсілдер бойынша жинақтады: мақсатты бағыттау әдісі, өндіріп алу әдісі, кәсіпорын есебінде салықтарды төлеу бойынша, салық төлеуші субъектіге байланысты [35].

Дамыған елдерде мемлекеттік кірістердің, нақтырақ мемлекеттің бюджеттің көп бөлімін салықтық кірістер құрайды.

Мемлекеттік қызметтер көрсетуде пайда болатын барлық сауалдарды ескере келе, Мемлекеттік көрсетілетін қызметтер туралы заңында келесідей түсініктеме көрсетілген: «Мемлекеттік көрсетілетін қызмет – көрсетілетін қызметті алушылардың өтініші бойынша жеке тәртіппен жүзеге асырылатын және олардың құқықтарын, бостандықтары мен заңды мүдделерін іске асыруға, оларға тиісті материалдық немесе материалдық емес игіліктер беруге бағытталған жекелеген мемлекеттік функцияларды іске асыру нысандарының бірі», және бұл ұғым қазіргі кезде қолданыста жүр.

Жоғарыдағы келтірілген ұғымдардан ҚР Мемлекеттік қызметтер көрсету туралы Заңындағы ұғым халықтың қажеттіліктерін қанағаттандыру мақсатында мемлекет атқаратын қызметтер мен функцияларды толығымен қымтымайды деп қорытындылауға болады.

Әлем елдерінің практикасы барлық мемлекеттік көрсетілетін қызмет түрлерін электрондық сипатқа өткізу сыбайлас жемқорлық деңгейін төмендетенін айқындайды.

Шетелдік тәжірибеге шолу.

Қытай, АҚШ, Жапония, Франция, Ұлыбритания сияқты елдердің халықаралық тәжірибесін талдау жалпы жарнамалық қызметті реттеуді келесі түрлерге бөлуге болатынын көрсетті:

- Жарнамалық қызметті реттеуді бірнеше мемлекеттік органдар (*Қытай*) жүзеге асырады;

- Жарнама қызметін реттеуді өзін-өзі реттейтін ұйымдар және мемлекеттік органдар (*Ұлыбритания, Жапония*) жүзеге асырады;

- Жарнама саласында өзін-өзі реттеу енгізілді (*АҚШ, Франция*).

ЖАПОНИЯ

Заңда ақталмаған қосымша және күтпеген пайдаларға, сондай-ақ ұсыну әдістерін жаңылыстыруға тыйым салу туралы Заңда теріс пиғылды жарнамаға тыйым салуға тікелей бағытталған негізгі жағдай бекітілген.

Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы заңының бөлігі халықаралық деңгейде танылған тұтынушылардың конституциясы болып табылады, ол сапасыз өнімдермен келтірілген шығындардан қорғаудың заңды кепілдігін қамтиды, мұндай залалды бағалаудың бірыңғай стандартын енгізеді, тұтынушылардың шағымдарын реттеу жүйесінің базалық қағидаттарын айқындайды. Бұл акт тұтынушылардың құқықтарын жосықсыз жарнамамен бұзған жағдайда да қолданылады.

Жапонияда жарнама саласында өзін-өзі реттеу дамыған. Қоғамдық пікірдің қысымымен өзін-өзі реттейтін ұйымдар шектеу шараларын енгізеді. Осылайша, сыра қайнатушы бірлестіктері және алкоголь өнімдерін өндірушілер жарнамада «20 жасқа Дейінгі ұсынылмайды/тыйым салынады» хабарламаларын орналастару қағидасын өздері енгізген (*сыртқы, баспасөзде, ТВ*).

Жарнаманың белгілі бір шектеулері *жеке деректер туралы* заңнамамен белгіленген. Жапонияның «Дербес ақпаратты қорғау туралы» Заңы бойынша

дербес деректерді олардың субъектісінің келісімінсіз таратуға тыйым салынады. Бұл тыйым жарнамаға да орнатылады.

Сонымен қатар, Жапонияның заңнамасы телекоммуникациялық компанияларға өз желілеріндегі спам жіберілуін шектеуге мүмкіндік береді. Көрсетілген нормалар тіркелген желілер бойынша интернетке қосылған ұялы телефондарға немесе компьютерлерге жіберілетін хат-хабарға да қолданылады.

Заңдарды бұзғаны үшін 500 мыңнан 3 миллион иен (бұл шамамен 1,8 млн. теңгеден 11 млн. теңгеге дейін) немесе жеке тұлғалар үшін екі жылға дейін түрмеге айыппұл қарастырылған. Заңды тұлғалар үшін айыппұл мөлшері 300 миллион иен-ге (1 млрд. теңгеден астам) жетуі мүмкін.

ҚЫТАЙ

Қытайдағы жарнама қызметі қатаң жоғары деңгейдегі мемлекеттік реттеуге жатады. Осы ретте қытай мемлекеттік органдар тарапынан осы саланы тиімді бақылауды қамтамасыз ететін бірқатар нормативтік актілер қабылданған.

Негіз құраушы құжаттар ретінде 20-дан астам нормативтік актілердің арасында елде жарнама қызметінің іске асырылу қатынастарын реттейтін үш негізгі құжатты бөліп көрсетуге болады:

- ҚХР жарнама туралы заңы;
- Жарнама бақылау ережесі;
- Баспа объектісінде іске асырылатын жарнаманы бақылау шаралары.

Қытайда жарнама қызметін басқаруды көптеген мемлекеттік органдар іске асырады:

1. жалпы басқару мемлекеттік сауда-өнеркәсіптік басқарумен және оның жергілікті бөлімшелерімен жүзеге асырылады;

2. БАҚ саласындағы басқару;

3. радио және теледидар – Теле және радио жарияланым мен кинематографияны мемлекеттік басқару;

4. баспасөз құралдары – Баспа мен баспа ісі мәселелері жөніндегі бас басқарма;

5. интернет – Ақпарат министрлігі;

6. жеке ерекше салаларды басқару түрлі мемлекеттік органдармен іске асырылады. Мысалы, дәрілік тауарлар мен денсаулық сақтау өнімдерінің жарнамасына Мемлекеттік тағам өнімдері мен дәрілік заттар басқармасы жауапты.

АҚШ

АҚШ жарнама өндірісі бойынша жетекші орынды иеленді. Елдің ЖІӨ-дегі саланың үлесі шамамен 4,336 трлн. АҚШ долларын немесе 18,9% - ды құрады. Жарнама саласында жұмыспен қамтылғандар саны, шамамен 598 092 адамды құрайды.¹

Жарнамадан кейінгі сатылымдардың арқасында құрылған жұмыс орындарының саны жарнама өндірісінің әсері деп есептеуге болады. 2018

¹ <https://www.ana.net/content/show/id/37679>

жылы жарнама саласындағы сату , шамамен 349,196 млрд.АҚШ² долларын құрап, бұл өз кезегінде 1 доллар жарнаманы 8,7 долларға сату әсері болды.

АҚШ-та жарнама қызметін нормативтік реттеудің өзіндік ерекшеліктері бар. Бұл реттеу мемлекеттің бұқаралық ақпарат құралдарының жұмысына араласпау қағидаттарына негізделеді, сонымен қатар мұндай араласуға АҚШ Конституциясы тікелей тыйым салатынын айта өту керек.

Алдау тәжірибесіне тыйым салатын заңдар, сондай-ақ маркетингтің нақты әдістерін реттейтін заңдар бар:

- «Әділетсіз немесе жаңылдыратын әрекеттерге» тыйым салатын Федералдық сауда комиссиясының Заңы (FTC);

- Жалған жарнама туралы федералдық заң болып табылатын Ланхэм Заңы;

- Уолл-стрит реформасы және тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы Додда-Франк Заңы.

Әр штатта жарнамалық қызмет жергілікті заңдармен реттеледі.

Мысалы, Нью-Йоркте кәсіпкерлік қызмет туралы заң «кез келген бизнесті, сауданы немесе коммерцияны жүргізу кезінде немесе қандай да бір қызметті жүргізуде жалған жарнама жасауға» тыйым салуды қарастырады.

Калифорнияда Бизнес және кәсіп кодексі «шындыққа сәйкес келмейтін немесе жаңылыстыратын заңсыз мәлімдемелер үшін әкімшілік жауапкершілікті қарастырады...» Williams v Gerber Products Co, 523 F3d 934 (No.10th Circuit 2008) және Kwikset Corp V Жоғарғы Сот, 51 Cal 4th 310 (2011) қараңыз).

АҚШ-та жарнамалық бақылау жөніндегі мемлекеттік орган - *Сауда жөніндегі Федералдық комиссия (FTC)* жұмыс істейді.

FTC жұмысын негізінен, тұтынушылардың құқықтарын қорғау бюросы орындайды, ол тұтынушыларды нарықтағы теріс пиғылды, алдау немесе алаяқтық әрекеттерден қорғайды және компанияларға заңды түсінуге және сақтауға көмектеседі.

FTC, заңсыз қызметті тоқтатуды санкциялай алады, түзетуші жарнаманы немесе ақпараттың ашылуын жариялай алады және тұтынушыға келтірілген залалды өтеуді және басқа да ақшалай қорғау құралдарын қоса алғанда, азаматтық санкциялар сала алады.

Байланыс жөніндегі федералдық комиссия (FCC) БАҚ-та жарнаманы реттейтін тағы бір уәкілетті орган болып табылады. Байланыс жөніндегі федералдық комиссия жарнаманың мазмұны мен мерзіміне қатысты тұтынушылардың шағымдарын шеше отырып, теледидар мен радиодағы жарнаманы бақылайды. Сондай-ақ, FCC саяси бағдарламалау ережелерін және қажетсіз почтаны жарнамалау ережелерін басқарады. Сонымен қоса, FCC хабар таратуға лицензияны қайтарып алуды қоса алғанда, айыппұл салуға немесе ресми ескерту жасауға, сондай-ақ азаматтық немесе сондай-ақ азаматтық немесе қылмыстық құқықтық қорғау құралдары туралы сот талап-арызын беру (*түрмеге қамауға дейін*) алады.

² <https://www.ana.net/content/show/id/37679>

Жарнама қағидаларын әзірлеу және жарнамаға қатысты қағидалардың сақталуын қамтамасыз ететін жауапты органдар:

- Рецепт бойынша босатылатын дәрі-дәрмектерді және биомедициналық жарнамаларды реттеуге жауап беретін *АҚШ Тамақ өнімдері мен дәрі-дәрмектердің сапасын санитарлық қадағалау басқармасы (FDA)* (мысалы, 21 CFR 312.7 (a) қараңыз);

- «Банктік емес» қаржылық компаниялардың тұтынушылары үшін қаржы туралы федералдық заңды енгізу және қолдану бойынша өкілеттілігі бар *CFPB* (мысалы, 12 USC section 5491 қараңыз);

- Авиакөлік компаниялардың жарнамасын реттеу бойынша юрисдикциясына ие *Көлік департаменті* (мысалы, 49 USC section 41712 қараңыз);

- Бағалы қағаздар бойынша жасалатын жалған жарнаманы бақылайтын *Бағалы қағаздар жөніндегі комиссия* (мысалы, 1933 жылғы Бағалы қағаздар туралы заңды және 1934 жылғы Бағалы қағаздар биржасы туралы Заңды қараңыз);

- *Қаржы индустриясын реттеуші орган (FINRA)*, онда көптеген қағидалар мен оның мүшелерінің жарнамаға қатысты басшылары бар (мысалы, FINRA 2210 қағидасын қараңыз);

- Теріс пиғылды бәсекелестікті, соның ішінде штаттар арасында алкогольдік ішімдіктерді сатуға байланысты жалған жарнаманы реттейтін *Алкоголь жөніндегі федералды басқарма* (мысалы, 27 USCA § 205 (e), (f) қараңыз).

Реттегіштердің функцияларына жататындар:

– заңсыз алынған пайданы қайтару: жарнама берушіден тұтынушылардың шығындарын өтеу ретінде түсімнің немесе пайданың жалпы сомасын төлеуді талап етеді;

– айыппұлдар: кейбір жағдайларда тәртіп бұзғаны үшін 16 000 АҚШ долларына дейін азаматтық айыппұлдар;

– соттың тыйым салуы: маркетингтік әдіс немесе тәжірибеге тыйым салатын бұйрық;

– тауарлар: тауарлардың белгілі бір түрлерін жарнамалауға тыйым салатын қаулы;

– шектеу қою: «шектеу қою» тәртібі ағымдағы қызметке тыйым

– маркетингтік тәжірибе: маркетингтік тәжірибенің белгілі бір түрлерімен айналысуға тыйым салатын бұйрық;

– сауданың атауы: жалған фирмалық атауды пайдалануға тыйым салатын бұйрық;

– тікелей хабарлама: тұтынушыларға хабарлама жіберуді талап ететін бұйрық;

– тұтынушыларды ағарту және олардың құқықтық сауаттылығын арттыру: маркетингтің ақпаратты ұсыну немесе жариялау талаптары;

– түзету жарнамасы: жарнама берушіден түзетуші жарнамамен айналысуды талап ететін бұйрық;

АҚШ-та өзін-өзі реттеу жарнама индустриясында маңызды рөл атқарады. Құрама Штаттардағы жарнама тек мемлекеттік органдармен ғана емес, негізінен өзін-өзі реттеу арқылы реттеледі.

Қазіргі уақытта елде тәжірибе кодекстері немесе дауларды реттеу бағдарламалары бар көптеген өзін-өзі реттейтін ұйымдар қызметін жүзеге асыруда:

- «Жарнамадағы шындық» туралы дауларды шешетін Ұлттық жарнама бөлімшесі (*№AD*);

- Балалар жарнамасының өзін-өзі реттеуі бойынша CARU басқару қағидаларын сақтауға қатысты дауларды шешетін Балалар жарнамасын қарау жөніндегі ұйым (*CARU*);

- Американдық жарнама федерациясы;

- Ұлттық жарнама берушілер қауымдастығы;

- Искерлік тәжірибені жақсарту бюросы (*Better Business Bureau (BBB)*) жеке жарнама кодексін шығарды.

Америка жарнама федерациясы (*құрамына 40 000-нан астам жарнама беруші, агенттіктер, медиа-компаниялар, жергілікті жарнама қауымдастықтары мен колледждері кіретін*) және Ұлттық жарнама берушілер қауымдастығымен бірлесіп, BBB - Жарнаманы қарау жөніндегі ұлттық кеңеске (*№ARC*) біріктірілуде. Оның қатысушылары бүкіл ел бойынша жарнаманың жалпы көлемінің 80 пайызын орналастырады. Оның миссиясы, ерікті түрде өзін-өзі реттеу арқылы ұлттық жарнамадағы шындықты және дәлдікті алға ілгерілету болып табылады.

№ARC BBB ұлттық жарнамалық бөліміне, BBB балалар жарнамалық бөліміне, Ұлттық жарнамалық бақылау кеңесіне (*бірінші екі органға арналған апелляциялық саты*) және Электрондық бөлшек сауданы өзін-өзі реттеу бағдарламасына арналған қағидаларды белгілейді.

Барлық осы ұйымдар ұлттық жарнаманы шындық пен дәлдік мәніне мониторинг жүргізуге және тексеруге, сондай-ақ жарнама берушімен келіссөздер алуға немесе бастамашылық жасауға, бағалауға, тергеуге және жүргізуге, сондай-ақ ұлттық жарнаманың шындығына немесе дәлдігіне қатысты шағымдарды немесе мәселелерді шешуге жауапты болады.

ӨРҰ-ҒА КІРУ ҚАҒИДАСЫ

American Association of Advertising Agencies (4A's) өзін-өзі реттейтін ұйым болып табылады, оның үлесіне жарнама нарығының 80%-ы жатады.

ӨРҰ-ға кіру кезінде келесі талаптар қойылады:

1. Бизнес түрі (*Өтініш берушілер жарнама агенттігі немесе жарнама жасайтын және/немесе орналастыратын немесе маркетингпен айналысатын басқа ұйым болуы тиіс. Өтініш берушінің жалпы табысының кемінде 50 пайызы, тиісті қызметтерге ақы төлеу есебінен алынуы тиіс*).

2. Өтініш беруші компанияның мөлшері (*әлеуетті мүше компаниясының мөлшері, өтініш беруші бизнесті жүргізу үшін жеткіліксіз жабдықталмағанын қоспағанда, мүшелік үшін біліктілікті айқындайтын фактор болып табылмайды*).

3. Өтініш берушінің жасы (*егер оның негізгі иелері кемінде екі жыл ішінде жарнамалық немесе маркетингтік бизнеспен айналыспаса, бірде-бір*

кандидат компания мүшелікке қаралмайды. Бұл біліктілікті Директорлар кеңесі ерекше жағдайларда ғана жоя алады).

4. *Өтініш берушінің орналасқан жері (тек Құрама Штаттарда, олардың аумақтарында және иеліктерінде кеңсесі (лерінде) бар кандидаттар ғана мүше ретінде қарастырылуы тиіс).*

5. Меңгеру, бақылау және алдын-ала болжау;

- егер компания қызметкерлері оның қызметіне операциялық бақылау жүргізбесе, бірде-бір өтінім беруші компанияның мүшелікке құқығы жоқ;

- егер 20% немесе одан да көп жарнамалық агенттік өтініш берушінің клиенті болып табылатын жарнама берушіге тиесілі болса, бірде-бір өтініш беруші мүшелікке құқығы жоқ;

- өтініш беруші өзінің иелену, бақылау және ықтимал түсінушілік құқығын анықтау үшін қажетті барлық фактілерді ашып көрсетуі тиіс және мүшелікке сайланған жағдайда ол осы қағидаларға одан әрі қатысу құқығына әсер етуі мүмкін кез келген өзгерістер туралы Қауымдастықты дереу хабардар етуімен келісуі тиіс.

6. *Қызмет көрсету стандарттары (жарнаманың немесе басқа да маркетингтік қызметтердің жеткілікті саны мен сапасын ұсынуға міндеттенетін кандидаттар ғана мүшелік құқығы бар. Жеке өтініш беруші өз клиенттеріне қандай қызметтер көрсететінін өз бетінше анықтауға құқылы, бірақ ол өз саласының үздік тәжірибелерін ұстауы тиіс.*

7. *Кейіпкер (кандидаттар олардың іскерлік беделі, саясат пен қағидаттар, этикалық нормалар тұрғысынан бағаланады. Өздерінің дайындықтарын және бизнестің ең жоғары этикалық стандарттарын сақтау қабілетін дәлелдеуі мүмкін кандидаттар мүшелікке қабылданады).*

8. Қабілеті:

- жарнама мен маркетинг қабілеті жеке қабілеттерге байланысты; бұны стандарттау қиын. Дегенмен, шешім тиісті зерделеу арқылы жасалуы мүмкін:

1) Оның персоналы мен жабдықтары;

2) Портфолиосы.

- өтініш беруші өздерінің қазіргі клиенттерінің репрезентативтік тізімін ұсынуға міндетті, ол жерде олардың орындайтын жұмыстарының сипаты және әрбір жұмысты орындауға қанша уақыт кететіндігі көрсетіледі.

9. Қаржылық жауапкершілік

- қанағаттанарлық баланста көрсетілген қаржылық тұрақтылық өтініш берушінің біліктілігін анықтау үшін маңызды. Мұндай өтініш болуы керек немесе сертификатталған мемлекеттік бухгалтер тексеруі тиіс;

- әрбір өтініш беруші өтінімге қоса берілетін бухгалтерлік балансты толтырып қана қоймай, өзінің талап етілетін қаржылық жағдайының басқа да дәлелдемелерін ұсынуға міндетті;

- өтініш беруші қаржылық анықтама ретінде өзінің банктік шоттарын және іскерлік қатынастары болған алты жеткізушіні ұсынуы тиіс;

- бірде-бір өтініш берушінің балансы сенімді банктік және бухгалтерлік стандарттарға сәйкес бекітілгенге дейін мүшелікке қабылдана алмайды, басқасын Директорлар кеңесі шешеді.

10. Өтінім беру/таңдау тәсілі:

Әрбір өтініш беруші «4А мүшелігіне өтінім» ретінде белгілі нысанды толтыруы тиіс.³

ФРАНЦИЯ

Францияда жарнама бойынша реттеуші орган (*Authority of Professional Advertising Regulation - ARPP*) - функциялары этикалық ережелерді әзірлеу, оларды қолдану және қолдануды бақылау, сондай-ақ кәсіпқойларды білдіру бостандығын және тұтынушыларға сыйлауды ескере отырып, тарату құралдарына қарамастан коммерциялық хабарламалардың мазмұнын зерделеу болып табылатын жарнаманың кәсіби реттеушісі.

ARPP құрамына 800 компания (*жарнама берушілер, агенттіктер, бұқаралық ақпарат құралдары, жарнама агенттіктері және бұқаралық ақпарат құралдары*) ұсынатын 700 мүше кіреді.

Сонымен қатар, 2008 жылы ARPP құрамына әзірлеуші орган ретінде *Этикалық жарнама кеңесі (CEP)*, консультативтік орган ретінде *Жарнама жөніндегі біріккен кеңес (КПП)*, бақылаушы орган ретінде *Этика жарнамасының қазылар алқасы (ПСР)* кірді.

2016 жылы ARPP айналым бюджеті 20 қызметкерге 3,6 миллион еуроны құрады. ARPP -да күніне орташа есеппен 160 файл өңделеді. ARPP мүшелері өздерінің жарнамалық жобаларын әзірлеу кезінде оң құқық пен этика нормаларын сақтауды қамтамасыз ету үшін құпия кеңес алуға өтініш білдіреді.

Сондай-ақ, ARPP өз бетінше мониторинг жүргізе алады, жарнаманы тарату кезінде бұзушылықтар туралы хабарлай алады, кәсіпқойлармен тікелей өзара іс-қимыл жасайды, жарнамалық хабарландыруларды трансляциялауға жүйелі талдау жасайды және оның нәтижелерін жариялайды.

Өзін-өзі реттеу шеңберінде қағидалардың өзі ғана емес, оларды бұзғаны үшін жауапкершілік шаралары да белгіленеді.

ҰЛЫБРИТАНИЯ

Ұлыбританияда жарнамалық бизнес өкілдерінің өздері жасаған *Жарнама стандарттары жөніндегі басқарма (ASA)* өзі тұжырымдаған жарнама қағидаларының (*Кодекс*) орындалуын қадағалайды және британдық БАҚ-тағы жарнама ережелерін (*жарнама кодекстерін*) ұстанатынына кепілдік беретін жарнаманың тәуелсіз реттеушісі болып табылады.⁴

Бұл Жарнама этикасының кодексі жан-жақты, шынайы, жасырын жарнама, жеке тұлғалардың келісімінсіз жарнама мақсатында пайдаланылмау құқықтары туралы қағидаларды қамтиды. Басқарма баспасөзде, кинода, интернет кеңістігінде Жарнама кодексі нормаларының сақталуына жауап береді.

Бұл ұйым үкіметтен тәуелсіз және мемлекеттік қаржыландыруға байланысты емес. Басқарма мүшелігіне жарнама индустриясының өкілдері, соның ішінде жарнама берушілер, БАҚ және агенттіктердің иелері кіреді.

ASA жанында еншілес ұйым болып табылатын және бүкіл жарнамалық индустрияны қамтитын *жарнамалық кодекстерді* жазуға жауап беретін

³ <https://www.aaaa.org/home-page/membership/application-process/>

⁴ www.asa.org.uk

Жарнамалық практика комитеті (САР) құрылды. Жарнама берушілер олардан бас тарта алмайды.

Сонымен қатар, бұл ұйым қағидаға сәйкес келетініне көз жеткізу үшін жарнаманы өз бетімен қадағалайды. Егер хабарландыру жарнама қағидаларын бұзғандығы анықталса, ол кері қайтарылуы немесе өзгертілуі тиіс. Бұдан басқа, ASA қоғамдық пікірді тексеру және тұтынушыларды қорғау үшін іс-әрекеттерді қай жерде қабылдау қажет екенін анықтау үшін зерттеулер жүргізеді. ASA тұтынушылар мен кәсіпорындардың шағымдарын қарайды және жаңылыстыратын, зиян келтіретін, қорлайтын немесе жауапсыз жарнамаларға тыйым салу бойынша шаралар қабылдайды.

2018 жылы ASA 25 000 астам хабарламаға қатысты 33 727 шағым қаралды, сондай-ақ өз бастамасы бойынша 27 014 іс қаралды. Осы жұмыстың нәтижесінде 10 850 хабарландыру өзгертілді немесе жойылды (*өткен жылмен салыстырғанда өсуі 53%*).

Осылайша, Ұлыбританияда жарнама саласын реттеу «өзін-өзі реттеу» және «бірлесіп реттеу» жүйесіне негізделген.

Бұл ретте бірлескен реттеу – бұл ASA-ның БАҚ-ты бақылайтын Британдық Ұлттық органмен (*Ofcom*) уағдаластығы.

Ofcom, бұрынғысынша хабар тарату саласындағы стандарттарды қолдау үшін жалпы заңды жауапкершілікте болады. Дегенмен, 2003 жылғы «Байланыс туралы» Заң Ofcom-ге орынды жерде реттеудің баламалы нысандарын іздеу міндетін жүктеді. Осылайша, Ofcom 2004 жылы ASA-мен бірлескен серіктестік орнатты.

Іс жүзінде, бұл ASA күнделікті кең таратылатын жарнаманың мазмұнын реттеу үшін жауап беретінін білдіреді. Жарнамалық тәжірибе жөніндегі комитет (САР) Ұлыбританияда хабар тарату кодексін жазу және оны жүргізуге жауапты, бірақ, Ofcom Кодекстің негізгі өзгерістерімен жалпы келісімді қорғайды.

Осы бірлескен реттеу жүйесі Тарату туралы келісімшартпен және Тиісті функциялар туралы бұйрықпен, сондай-ақ Ofcom мен ASA (*Broadcast*), BCAP және Basbof арасындағы ресми актімен заңды түрде бекітілген.

Ұлыбританияда жыл сайын миллиондаған жарнамалар жарияланады, мысалы, жыл сайын баспасөзде 30 миллионнан астам жарнамалық хабарландырулар және 100 миллион тікелей маркетинг бірліктері жарияланады.

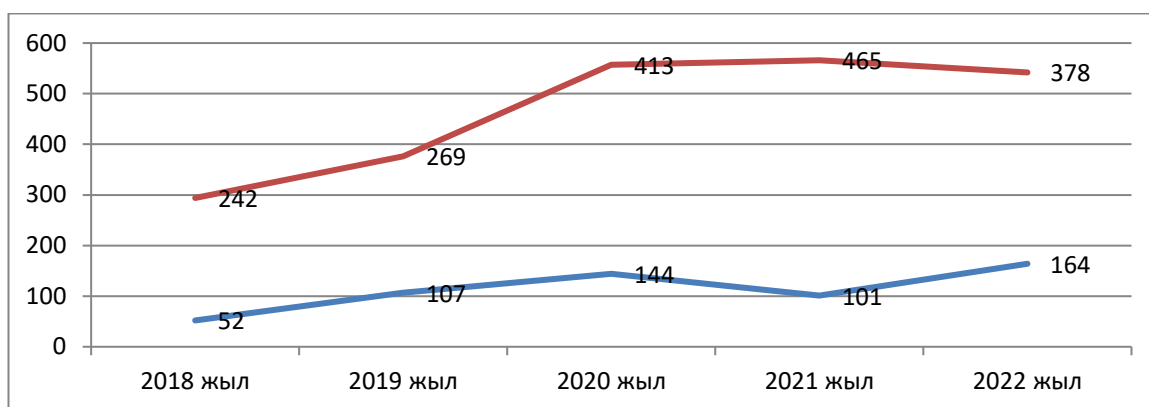
Зерттеу әдістері

ҚР-да жарнама саласының ағымдағы жай-күйіне талдау жүргізу үшін осы саладағы ғалымдардың отандық және шетелдік еңбектері пайдаланылды. Жұмыста Мемлекеттік қызмет істері агенттігінен алынған статистикалық деректер, Мемлекеттік кірістер органдарының статистикалық деректері, ҚР Ауыл шаруашылығы министрлігінің жер ресурстарын басқару комитетінің статистикалық деректері пайдаланылды. Талдау және синтез әдісімен статистикалық деректер өңірлер бойынша да, тұтастай алғанда да зерттелді.

Бұл магистрлік жобада жарнама, автомобиль жолдары, салық салаларының нормативтік-құқықтық базасы, ҚР Президентінің Жарлықтары, заңдар, ҚР Үкіметінің қаулылары, халықаралық экономикалық ұйымдардың,

ұсыныстары талданған. Атап айтқанда, 1 тараудан және 21 баптан тұратын Жарнама туралы заңы талданды. Осы Заң Қазақстан Республикасының аумағында жарнама жасайтын, тарататын, орналастыратын және пайдаланатын жеке және заңды тұлғалардың қызметі процесінде туындайтын проблемаларын реттейді. Одан басқа тағы да бір негізгі кодекс Қазақстан Республикасының Кодексі 2017 жылғы 25 желтоқсандағы №120-VI Заңы «Салық және бюджетке төленетін басқа да міндетті төлемдер туралы (салық кодексі)» салық кодексі болып табылады [15].

Магистрлік жобаның тақырыбына тікелей қатысы бар тағы бір НҚА "Сыртқы (көрнекі) жарнама объектілерін халықаралық, республикалық, облыстық және аудандық маңызы бар жалпыға ортақ пайдаланылатын автомобиль жолдарының белдеуінде орналастыру қағидаларын бекіту туралы" ҚР ИИДМ 2019 жылғы бмаусымдағы №371 бұйрығы [17]. Аталмыш құжатта "Сыртқы (көрнекі) жарнама объектілерін халықаралық және республикалық маңызы бар жалпыға ортақ пайдаланылатын автомобиль жолдарының бөлінген белдеуінде орналастыруды келісу", "Сыртқы (көрнекі) жарнама объектілерін облыстық және аудандық маңызы бар жалпыға ортақ пайдаланылатын автомобиль жолдарының бөлінген белдеуінде орналастыруды келісу" мемлекеттік қызметтерінің көрсету қағидалары бекітілген.



1-сурет – Қазақстан Республикасында 2018-2022 жылдар бойынша «Сыртқы (көрнекі) жарнамаға объектісін орналастыруға» қатысты көрсетілетін мемлекеттік қызметтердің саны туралы ақпарат.

Қызыл түс облыстырдың және аудандардың жергілкті атқарушы органдары;
Көк түсі «ҚазАвтоЖол» ҰК» АҚ-ның облысты филиалдары;
Ескертпе - автор [17] дереккөз негізінде құрастырған.

Өзекті ақпараттық деректер ғалымдардың еңбектерінен, Қазақстан Республикасының Жоғары аудиторлық палатасының есептері зерделенді, мемлекеттік қызметті көрсетушілерден алынған материалдары, жаңалықтар порталдарынан, сондай-ақ зерттеу тақырыбы бойынша мемлекеттік органдардың есептері мен халықаралық шолулар пайдаланылды.

Магистрлік жобаны жазу барысында салыстырмалы талдау, деректерді топтастыру, жүйелік талдау қолданылды. Зерттеудің сандық және сапалық

әдістері «жарнамаға» қатысты мемлекеттік көрсетілетін қызметтердің нақты аспектілерін зерттеу барысында қолданылды.

"Сыртқы (көрнекі) жарнама объектілерін халықаралық және республикалық маңызы бар жалпыға ортақ пайдаланылатын автомобиль жолдарының бөлінген белдеуінде орналастыруды келісу" және "Сыртқы (көрнекі) жарнама объектілерін облыстық және аудандық маңызы бар жалпыға ортақ пайдаланылатын автомобиль жолдарының бөлінген белдеуінде орналастыруды келісу" мемлекеттік көрсетілетін қызметтеріне қатысты 2018-2022 жылдар аралығындағы статистикалық (2022 жылды қоса алғанда артқа қарай 5 жыл) республика деңгейінде, облыстар деңгейінде, жылдар бойынша, қандай кемшіліктері) және т.б мәліметтер өңірлер бойынша зерделенді.

Мемлекеттік кірістер органдарының сыртқы (көрнекі) жарнама объектілерін орналастырғаны үшін бюджетке төленетін төлемақы бойынша 2019-2022 жылдарға түсімдер туралы статистикалық мәліметтері зерделенді.

Жарнама саласындағы мемлекеттік көрсетілетін қызметтерге қатысты бюджетке төленетін төлемдерінің кестесін әзірлеуім үшін төмендегі бюджеттік сыныптама кодтары қолданылады.

1-кесте – Қазақстан Республикасында Сыртқы (көрнекі) жарнамада қолданатылатын Бюджеттік сыныптама кодтары туралы мәлімет.

Р/с №	БСК	Бюджеттік сыныптама кодтарының атауы
1	105430	«Сыртқы (көрнекі) жарнаманы аудандық маңызы бар қалалар, ауылдар, кенттер, ауылдық округтер аумақтары арқылы өтетін республикалық, облыстық және аудандық маңызы бар жалпыға ортақ пайдаланылатын автомобиль жолдарының бөлінген белдеуіндегі жарнаманы тұрақты орналастыру объектілерінде және аудандық маңызы бар қаладағы, ауылдағы, кенттегі үй-жайлардың шегінен тыс ашық кеңістікте орналастырғаны үшін төлемақы»;
2	105424	«Республикалық маңызы бар қала, астана ретінде тіркелген қалада, респуб. маңызы бар қала, астанадағы бөлмелерден тыс ашық кеңістікте және көлік құралдарында сыртқы (виз.) жарнаманы орналастыру үшін төлем»;
3	105419	«Ауд.маңызы бар қала, ауыл, кент, ауылдық окр. аум. арқылы өтетін респуб.маңызды жалпы қолдануға арналған автожолдарды қоспағанда, автожолдарға жарнама орналастырудың объектілеріне сыртқы (виз.) орналастыру үшін төлем»;
4	105420	«Ауд. маң. қала, село. окр. аумағы арқылы өтетін обл.маңызы ОП авт.жол. қоспағанда обл. маңызы бар жалпы пайдалану авто жолдар. стац.жарнамалар орналастыру объектілеріне сыртқы (виз.) жарнама орналастыру үшін төлем»;
5	105425	«Ауд. тіркелген КҚ және ауд. маңызы бар АД ОП қоспағанда, обл. маңызы бар қала ретінде тіркелген обл.маңызы бар қалалардың көлік құралдарына және обл. маңызы бар қала. бөлмелерінен тыс ашық кеңістіктерге сырт. (виз.) жарнаманы орналастыру үшін төлем»;

Ескертпе - автор [15] дереккөз негізінде құрастырған.

Талдау және зерттеу нәтижелері:

Кез келген зерттеу зерттелетін саладағы қатынастарды реттейтін нормативтік құқықтық актілерді зерттеуден басталады. Бұл магистрлік жоба да ерекшелік емес. Бүгінгі таңда Қазақстанда «Сыртқы (көрнекі) жарнамаға объектілерін орналастыруға» мүдделі субъектілердің қатынастарын реттейтін НҚА белсенді түрде әзірленуде және қолданысқа енгізілуде, оларды 3 негізгі топқа бөлуге болады:

- заңдар және кодекстер, оларға ҚР Әкімшілік құқық-бұзушылық туралы кодексі [19], ҚР Жарнама туралы Заңы [14], ҚР «Салық және бюджетке төленетін басқа да міндетті төлемдер туралы (салық кодексі)» салық кодексі [15], ҚР 2020 жылғы 29 маусымдағы Қазақстан республикасының әкімшілік рәсімдік-процестік кодексі [20], ҚР Рұқсаттар және хабарламалар туралы Заңы [21], ҚР Мемлекеттік көрсетілетін қызметтер туралы Заңы [22], ҚР Автомобиль жолдары туралы Заңы [24, ҚР Жер кодексі,

-Қағидалар және бұйрықтар: ҚР ҚМ 2019 жылғы 28 наурыздағы №271 бұйрығы [16],

ҚР ИИДМ 2019 жылғы 6 маусымдағы №371 бұйрығы [17],

ҚР ЦДИАӨМ 2020 жылғы 31 қаңтардағы №39/НҚ бұйрығы [26].

-Қаулылар мен шешімдер: Түркістан облыстық мәслихатының 2019 жылғы 1 қарашадағы «Түркістан облысында сыртқы (*көрнекі*) жарнаманы елді мекендердегі үй-жайлардың шегінен тыс ашық кеңістікте, жалпыға ортақ пайдаланылатын автомобиль жолдарының бөлінген белдеуінде, елді мекендерден тыс жердегі үй-жайлардың шегінен тыс ашық кеңістікте және жалпыға ортақ пайдаланылатын автомобиль жолдарының бөлінген белдеуінен тыс жерде орналастыру тәртібі мен шарттары туралы қағидаларын бекіту туралы» №43/465-VI шешімі, "Сыртқы (көрнекі) жарнаманы аудандық маңызы бар қалалар, ауылдар, кенттер аумағы шегінде республикалық және облыстық маңызы бар жалпыға ортақ пайдаланылатын автомобиль жолдарының бөлінген белдеуіндегі жарнаманы тұрақты орналастыру объектілерінде, сондай-ақ аудандық маңызы бар жалпыға ортақ пайдаланылатын автомобиль жолдарының бөлінген белдеуіндегі жарнаманы тұрақты орналастыру объектілерінде, аудандық маңызы бар қалалардағы, ауылдардағы, кенттердегі үй-жайлардың шегінен тыс ашық кеңістікте және ауданда тіркелген көлік құралдарында орналастырғаны үшін төлемақыны есептеу және төлеу қағидаларын, сондай-ақ мөлшерлемелерін бекіту туралы" Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2013 жылғы 4 қазандағы №1055 қаулысы [18].

Жоғарыда аталған НҚА-ң әрқайсысына қысқаша шолу жасап, ҚР-ның Әкімшілік құқық бұзушылық туралы кодексінен бастайық. 463- бапта «Тиісті тіркеусіз, рұқсатсыз немесе хабарлама жібермей кәсіпкерлік немесе өзге де қызметпен айналысу, сондай-ақ әрекеттерді (*операцияларды*) жүзеге асыру» үшін жауапкершілік қарастырылады [19].

Тіркеу, рұқсат беру, хабарлама жіберу міндетті болған жағдайларда, тіркеусіз, рұқсатсыз, сол сияқты хабарлама жібермей кәсіпкерлік немесе өзге де қызметпен айналысу, сондай-ақ әрекеттерді (*операцияларды*) жүзеге асыру, егер бұл әрекеттерде қылмыстық жазаланатын іс-әрекет белгілері болмаса, – әкімшілік құқық бұзушылықтар жасау заттары және (немесе) құралы тәркілене отырып не онсыз, жеке тұлғаларға – он бес, лауазымды адамдарға, шағын кәсіпкерлік субъектілеріне немесе коммерциялық емес ұйымдарға – жиырма бес, орта кәсіпкерлік субъектілеріне – қырық, ірі кәсіпкерлік субъектілеріне бір жүз елу айлық есептік көрсеткіш мөлшерінде айыппұл салуға әкеп соғады, ал лицензиясыз кәсіпкерлік немесе өзге де қызметпен айналысу әкімшілік

құқық бұзушылық жасау нәтижесінде алынған кірісті (*дивидендтерді*), ақшаны, бағалы қағаздарды қосымша тәркілеуге әкеп соғады.

Осы кодексте Әкімшілік құқық бұзушылық туралы істердің ведомстволығы, лауазымды адамдардың істерді қарау және әкімшілік жазаларды қолдану жөніндегі құзыреттері нақтырақ 684-бабында 463-бапта көзделген әкімшілік құқық бұзушылықтар туралы істерді соттардың (*Әкімшілік құқық бұзушылықтар жөніндегі мамандандырылған аудандық және оларға теңестірілген соттардың судьялары, осы баптың үшінші бөлігінде көзделген жағдайларды қоспағанда,*) қарайтыны көрсетілген. Бұл дегені мемлекеттік орган хабарлама жіберу міндетті болған жағдайларда хабарлама жібермей әрекет еткен жеке және заңды тұлғаларды сотқа беруі қажет деген сөз. Қазіргі таңда меншік иелері жеке және заңды тұлғаларды сыртқы (көрнекі) жарнама объектісін орналастыру үшін келісім алмағаны немесе хабарлама жібермей орналастырғандары үшін сотқа жүгінуге мүдделі емес. Маман тапшы, жолдар мен көшелерді аралап растайтын акт түзу керек, материалдарды әзірлеп сотқа жүгіну қажет. Үйлесімсіздіктің жоқтығын осы жерден көруге болады. Республикалық немесе облыстық маңызы бар автомобиль жолдардың меншік иелері жарнама объектісінің меншік иесі жергілікті жерге салық төлейді, ал олар жергілікті атқарушы органдар өздері айналысуы керек деген сырғытпа жауаппен жаба салады. Дегенмен мәселенің екінші тұсы жергілікті атқарушы органдар біз меншік иесі болып табылмаймыз жолдың меншік иелері айналысуы керек деп жылы жауып қоюда. Жарнама объектілерінің келісім алу жұмыстарына және де бюджетке төленетін төлемдеріне ешкімнің мүдделі емес екенін осы жерден көруге болады.

ҚР Автомобиль жолдары туралы заңының 9-бап 1-тармақ 2) тармақшасында: «Жол қызметі, сыртқы (*көрнекі*) жарнама объектілерін, полиция, санитариялық-эпидемиологиялық бақылау, кедендік, шекаралық, көліктік бақылау бекеттерін, ветеринариялық және фитосанитариялық бақылау бекеттерін, автоматтандырылған өлшеу станцияларын қоспағанда, жалпыға ортақ пайдаланылатын автомобиль жолы бойынан бөлінген белдеу шегінде ғимараттар мен құрылыстар салуға, сондай-ақ инженерлік коммуникациялар тартуға тыйым салынады», - делінген [24].

Осы заңның 13-бап 1-тармақ 6-10) тармақшасына сәйкес жергілікті атқарушы органдар өз құзыреттері шегінде сыртқы (*көрнекі*) жарнама нысанын аудандық және облыстық маңызы бар жалпыға ортақ пайдаланылатын автомобиль жолдарының бөлінген белдеуінде орналастыруды келіседі.

Осы заңның 30-бап 1-тармақ 4-3) тармақшасына сәйкес ұлттық оператор өз өкілеттіктері негізінде сыртқы (*көрнекі*) жарнама объектілерін халықаралық және республикалық маңызы бар жалпыға ортақ пайдаланылатын автомобиль жолдарының бөлінген белдеуінде орналастыруды келіседі.

«Жер учаскелерін немесе жер учаскелерін жалдау құқығын сату жөніндегі сауда-саттықты (аукциондарды) мемлекеттік мүлік тізілімінің веб-порталында электрондық түрде ұйымдастыру мен өткізу қағидаларын бекіту туралы» (<https://e-qazy№a.kz/>) ҚР Ауыл шаруашылығы министрінің 2021 жылғы 15 қазандағы № 297 бұйрығы сәйкес өткізіледі.

ҚР Жер кодексінің 17-бабының 1-тармағына сәйкес жер қатынастары саласындағы аудандық атқарушы органның құзыретіне жатады. Осы кодекстің 48-бабы негізінде мемлекеттік меншіктегі және жер пайдалануға берілмеген жер учаскелерін немесе жер учаскелерін жалға алу құқығын беру саудасаттықта (*аукциондарда*) жүзеге асырылады [25].

Жердің құны өсу динамикасы төлемақының базалық ставкаларына сәйкес оған түзету коэффициенттерін пайдалана отырып айқындалатын бағалау құнын анықтау мақсатында Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2.09.2003 жылғы №890 қаулысымен, 7.11.2008 жылғы №1023 қаулысымен, облыстардың әкімдігімен және облыстық мәслихаттардың бірлескен қаулы мен шешімімен төлемақының базалық ставкалары бекітіледі.

ҚР Жарнама туралы заңының 2-бабына сәйкес осы заң Қазақстан Республикасының аумағында жарнама жасайтын, тарататын, орналастыратын және пайдаланатын жеке және заңды тұлғалардың қызметі процесінде туындайтын қатынастарға қолданылады [14]. Аталған заңда төмендегіше:

- **Жарнама** – кез келген құралдардың көмегімен бір адамдар тобына арналмаған және жеке немесе заңды тұлғаға, тауарларға, тауар белгілеріне, жұмыстарға, көрсетілетін қызметтерге қызығушылықты қалыптастыруға немесе қолдауға арналған және оларды өткізуге ықпал ететін мағлұмат;
- **Жарнама беруші** - жарнама жасау, тарату және орналастыру үшін жарнамалық ақпарат көзі болып табылатын жеке немесе заңды тұлға;
- **Жарнама жасаушы** - жарнамалық ақпаратты тарату және орналастыру үшін дайын нысанға келтіруді жүзеге асыратын жеке немесе заңды тұлға;
- **Жарнама саласындағы реттеуші мемлекеттік органдар** – жарнама қызметі жүзеге асырылатын жекелеген салада басшылықты жүзеге асыратын мемлекеттік органдар;
- **Жарнама саласындағы уәкілетті орган** – жарнама саласында басшылықты және салааралық үйлестіруді жүзеге асыратын орталық атқарушы орган;
- **Жарнама таратушы** – мүлікті, оның ішінде телерадио хабарларын таратудың техникалық құралдарын беру және (немесе) пайдалану жолымен және өзге де тәсілдермен жарнамалық ақпаратты тарату мен орналастыруды жүзеге асыратын жеке немесе заңды тұлға;
- **Жарнама тұтынушылар** - әртүрлі тұлғалардан құралған беймәлім топ;
- **Маңдайша** –ғимаратқа кірер жолдардың саны бойынша оған кірер жолдың шегінде және (немесе) алып жатқан аумақ қоршауына кірер жолда, сондай-ақ жеке және заңды тұлғалардың нақты тұрған және тауарларды өткізетін, жұмыстарды орындайтын және қызметтерді көрсететін жерлердегі ғимараттарының, оларға жапсарлас құрылыстарының және уақытша құрылысжайларының шегіндегі шатырларда және қасбеттерде орналастырылатын мәлімет;
- **Нұсқағыш** – жерде немесе байланыс желісі мен жарық беру тіреулерінде орналастырылған, ұйымның, сауда немесе өзге де объектінің тұрған жерін көрсететін және оларға тікелей жақын жерде орналасқан, тек қана олардың атауы, дараландыру құралы (*болған кезде*) және навигация туралы

ақпаратты қамтитын, екі шаршы метрді қоса алғанға дейінгі көлемдегі конструкция;

- **Сыртқы (көрнекі) жарнама** – сыртқы (көрнекі) жарнама объектілерінде орналастырылған және елді мекендердегі үй-жайлардың шегінен тыс ашық кеңістікте, жалпыға ортақ пайдаланылатын автомобиль жолдарының бөлінген белдеуінде, елді мекендерден тыс жердегі үй-жайлардың шегінен тыс ашық кеңістікте және жалпы пайдаланымдағы автомобиль жолдарының белдеуінен тыс жерде көзбен көруге қол жетімді жарнама;
- **Сыртқы (көрнекі) жарнама объектісі** – жарнаманы тарату және немесе орналастыру үшін пайдаланылатын құрылысжайлар, әртүрлі көлемдегі немесе жалпақ конструкциялар, оның ішінде экрандар мен электронды таблолар, жарықты конструкциялар және басқа да құралдар;
- **Жөнсіз жарнама** - мазмұнына, уақытына, таратылу, орналастырылу орнына және тәсіліне Қазақстан Республикасының заңдарында белгіленген талаптардың бұзылуына жол берілген жосықсыз, дәйексіз, әдепсіз, көрінеу жалған және жасырын жарнама;

ұғымдар қарастырылған.

Осы заңның 6-бабында жарнамаға қойылатын жалпы талаптар жөнінде бірнеше талаптар көрсетілген. Соның кейбіріне тоқталайық. Қазақстан Республикасының аумағындағы жарнама (*мерзімді баспасөз басылымдарын, интернет-ресурстарды, ақпараттық агенттіктерді қоспағанда*). Жарнаманың тәржімесі оның түпкі мағынасын бұрмаламауы қажет.

Жарнаманың мәтіні ҚР тіл туралы заңының талаптарына сәйкес келуі міндетті

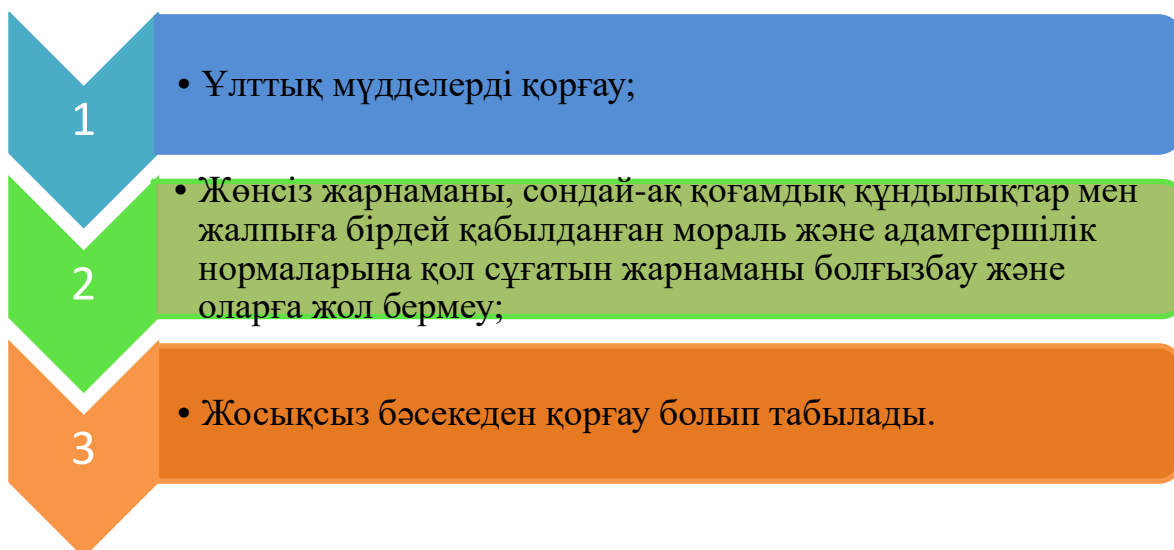
2-сурет – Сыртқы (көрнекі) жарнамаға қойылатын басты талап.
Ескертпе - автор [14] дереккөз негізінде құрастырған.

Қазақстан Республикасының заңдарына сәйкес жасалуына және сатылуына тыйым салынған тауарларды (*жұмыстарды, көрсетілетін қызметтерді*) жарнамалауға жол берілмейді.

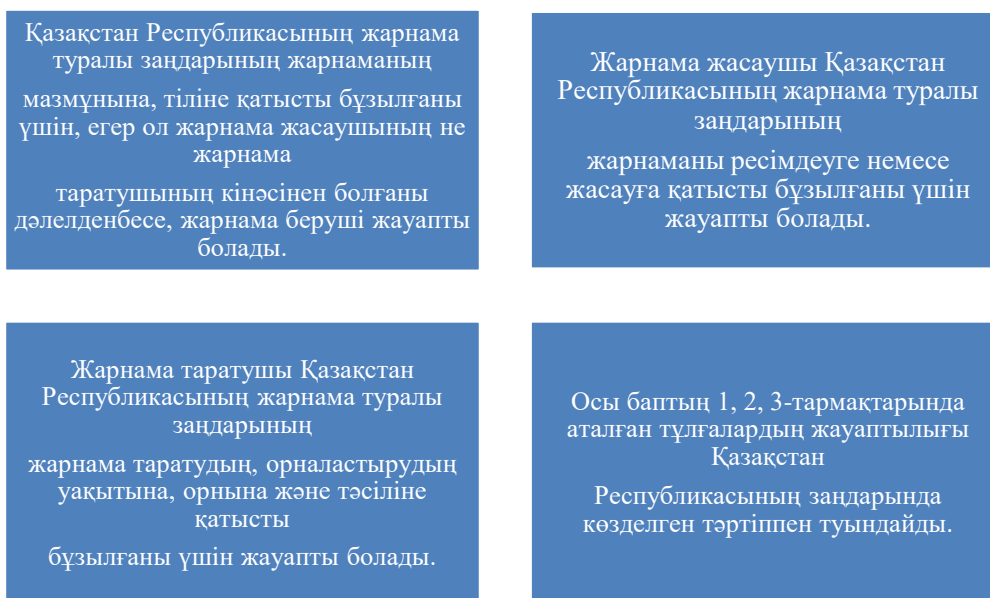
Жарнама саласындағы мемлекеттік реттеу деп Қазақстан Республикасының нормативтік құқықтық актілеріне сәйкес белгіленетін жарнама жасауды, таратуды және орналастыруды бақылау түсініледі. Жарнама саласындағы мемлекеттік реттеуді жарнама саласындағы уәкілетті орган, жарнама саласындағы реттеуші мемлекеттік органдар, сондай-ақ жергілікті атқарушы органдар Қазақстан Республикасының заңнамасында белгіленген өздерінің құзыреті шегінде жүзеге асырады.

Республикалық маңызы бар қалалардың, астананың, облыстық маңызы бар қалалардың және аудандарың жергілікті атқарушы органдары:

1. Қазақстан Республикасының жарнама туралы заңнамасының сақталуына мемлекеттік бақылауды жүзеге асырады;
2. ҚР Кәсіпкерлік кодексіне сәйкес ҚР Жарнама заңнамасын бұзушылықты жою жайлы атқарылуы міндетті нұсқамалар береді;



3-сурет – ҚР Жарнаманы мемлекеттік реттеудің мақсаттары:
Ескертпе - автор [14] дереккөз негізінде құрастырған.



4-сурет – Қазақстан Республикасының жарнама заңнамасын бұзғаны үшін жауаптылықтар туралы ақпарат.
Ескертпе - автор [14] дереккөз негізінде құрастырған.

3. Қазақстан Республикасының заңнамасымен жергілікті атқарушы органдарға жүктелетін өзге де өкілеттіктерді жергілікті мемлекеттік басқару мүддесінде жүзеге асырады.

ҚР ЦДМАӨМ 2020 жылғы 31 қаңтардағы №39/НҚ бұйрығына сәйкес 8-суреттегідей бекітілген [26].



5-сурет – Мемлекеттік көрсетілетін қызмет түрілерінің атаулары. Ескертпе - автор [26] дереккөз негізінде құрастырған.

Е-License.kz порталы арқылы мемлекеттік көрсетілетін қызметтерге «Ұлттық ақпараттық технологиялар» АҚ арқылы техникалық сүйемелдеу жүргізіледі.

Бекітілген қағиданың 3-қосымшасында «Өтініш» нысаны (көшірмесі тіркеледі) бекітілген.

Бүгінгі таңда Е-лицензия порталы арқылы жарнама орнатушы жеке және заңды тұлғалар тарапынан өтініш беру процесінде қағиданың 3-қосымшасында «Өтініш» нысанына толықтай сәйкес (10-сурет) келмейтіні нақтыланады. Мемлекеттік мемлекеттік көрсетілетін қызметіне қатысты Е-лицензия порталы мен 2019 жылғы 6 маусымдағы №371 бұйрық талаптары не себепті сәйкес келмейтіндігіне ресми түрде жауап алу мақсатында «Ұлттық ақпараттық технологиялар» АҚ-на сұрау салу жолданып. Нәтижесімен МҚ «Е-лицензиялау» мемлекеттік деректер қоры» ақпараттық жүйесінде (бұдан әрі – ЕЛ МДБ АЖ) 2013 жылы ҚР ИИДМ тарапынан бұрын бекітілген Бағдарламалық қамтылымға қойылатын талаптардың ерекшелігіне (бұдан әрі – БҚТЕ) сәйкес автоматтандырылды.



6-сурет –Қызмет түрінің порталдағы парақшасы
Ескертпе - автор [17] дереккөз негізінде құрастырған.

Іске қосылған сәттен бастап және қазіргі кезде МҚ «elicense.kz» порталы арқылы штаттық режимде көрсетіледі. Бұл ретте өтініш пен рұқсат беру құжаты бұрын бекітілген БҚТЕ-ге сәйкес қалыптастырылады. Сонымен қатар, «Ақпараттандыру туралы» ҚР Заңының 13-бабына сәйкес оператор мемлекеттік органдардың интернет-ресурстарына және «электрондық үкіметтің» ақпараттық-коммуникациялық инфрақұрылым объектілеріне жүйелі-техникалық қызмет көрсетуді және сүйемелдеуді жүзеге асырып. Осылайша, «ҰАТ» АҚ «elicense.kz» порталына техникалық қолдау көрсетеді.

Бұл ретте Мемлекеттік көрсетілетін қызметтер туралы, Рұқсаттар және хабарламалар туралы ҚР Зандарының талаптарына сәйкес орталық мемлекеттік органдардан ұсынылған талаптарға сәйкес ЕЛ МДҚ АЖ-да автоматтандырылған қызметтердің жұмыс істеуі қамтамасыз етіледі *(оның қорытындысы бойынша бағдарламалық қамтылымға қойылатын талаптардың ерекшеліктері мен өзгерістер парақтары әзірленеді және бекітіледі).*

Мәселен, жоғарыда айтылғандардың негізінде МҚ иесі ҚР ИИДМ болып табылатынын және МҚ бойынша түсіндірулер мен өзгерістер енгізу мәселесі бойынша МҚ иесі ҚР ИИДМ-ға жүгіну қажет екендігі түсінікті болды.

Мәселені зерттеу мақсатында ҚР ИИДМ-ға сұрау салумен жүгіндім. ҚР ИИДМ тарапынан өзгертулер мен толықтыру енгізу үшін ҚР ЦДИАӨМ сұраныс енгізілгені туралы жауап алдым.

The screenshot shows the elicense.kz portal interface. At the top, there is a header with the elicense logo, contact information (1414, +7(7172)-906-984), and a 'KERI BAYLANYC' button. Below the header is a navigation bar with 'QYZMETTERDI IZDEU', 'KOMEK', 'PORTAL TURALY', 'RQ IZDEU', and 'JEKE KABINET'. The main content area is titled 'Халықаралық және республикалық маңызы бар жалпыға ортақ пайдаланылатын автомобиль жолдарына бөлінген белдеуде сыртқы (көрнекі) жарнама орналастыруды келісу'. A sidebar on the left lists 'Qyzmetti alushylar' (Zandy tұлға, Жеке тұлға, Жеке кәсіпкер), 'Мемлекеттік орган' (Қазақстан Республикасы Индустрия және инфрақұрылымдық даму министрлігі, Ұлытау аумағының әкімділігі, Іле ауданының әкімдігі), 'Қызмет құны' (Тегін беріледі), and 'Қызмет көрсету мерзімі' (5 жұмыс күні). The main content area has a 'Qyzmetke online tapsyrys беру (ЖТ)' button and a section 'Өтінішті жолдау үшін келесі құжаттар талап етіледі' with a list of documents for 'Zandy tұлғалар үшін' (Өтініштің электронды нысаны (міндетті түрде)(Мәліметтер нысаны), (міндетті түрде)) and 'Жеке тұлғалар үшін'.

7-сурет –Қызмет түрінің порталдағы парақшасы
Ескертпе - автор [17] дереккөз негізінде құрастырған.

“Сыртқы (көрнекі) жарнама объектілерін облыстық және аудандық маңызы бар жалпыға ортақ пайдаланылатын автомобиль жолдарының бөлінген белдеуінде орналастыруды келісу” мемлекеттік қызметті көрсету қағидаларына 3-қосымша
Нысаны

Облыстардың, аудандардың және облыстық маңызы бар қалалардың жергілікті атқарушы органдары

(басшының тегі, аты, әкесінің аты (бар болса))

(қуәландыратын құжаттың деректемелерін)

жеке (жеке сәйкестендіру нөмірі) немесе заңды тұлғаның тұлғалар (Бизнес сәйкестендіру нөмірі), байланыс телефоны, мекенжайы)

Өтініш
Сізден сыртқы (көрнекі) жарнама нысанын облыстық және аудандық маңызы бар жалпыға ортақ пайдаланылатын автомобиль жолдарының жолына орналастыруға келісуіңізді сұраймын.
Жолдың атауы (атауы)
Мекен жайы _____ километр _____ + метр, оң / сол
_____ Күні _____ алушы
_____ (жеке тұлғаның тегі, аты, әкесінің аты)
_____ (бар болса) заңды тұлғаның атауы
_____ немесе уәкілетті тұлға, қолы)
"_____" _____ жыл ақпараттық жүйелерде бар, заңмен қорғалатын құпияны құрайтын ақпаратты Қазақстан Республикасының заңнамасында белгіленген тәртіппен пайдалануға келісемін.

8-сурет –Қағидаға сәйкес өтініш үлгісі
Ескертпе - автор [17] дереккөз негізінде құрастырған.

Қазақстан Республикасының Кодексі 2017 жылғы 25 желтоқсандағы Салық және бюджетке төленетін басқа да міндетті төлемдер туралы салық кодексінің 189-бабына сәйкес, салықтардың, бюджетке төленетін төлемдердің түрлері төмендегіше [15]:

603-бапқа сәйкес Сыртқы (көрнекі) жарнаманы орналастырғаны үшін төлемақы сыртқы (көрнекі) жарнаманы елді мекендердегі үй-жайлардың шегінен тыс ашық кеңістікте, жалпыға ортақ пайдаланылатын автомобиль жолдарының бөлінген белдеуінде, елді мекендерден тыс жердегі үй-жайлардың шегінен тыс ашық кеңістікте және жалпыға ортақ пайдаланылатын автомобиль жолдарының бөлінген белдеуінен тыс жерде орналастырғаны үшін алынады. Тиісті хабарлама жіберілмеген жағдайда сыртқы (көрнекі), жарнаманы нақты орналастыру төлемақы сомасын өндіріп алу және бюджетке енгізу үшін негіз болып табылады.

Облыстық және аудандық маңызы бар жалпыға ортақ пайдаланылатын автомобиль жолдарына бөлінген белдеуде сыртқы (көрнекі) жарнама объектілерін орналастыруды келісу

Бұрудың жолағында жарнаманың орналастыру объектасы рұқсаттың беруі үшін мәліметтердің нысаны

-бар жалпы пайдаланымдағы автомобиль жолдарының бөлінген белдеуінде сыртқы (көрнекі) жарнама орналастыруға паспорт беруіңізді сұраймын.*:

Облыстық маңызы жол

Жарнама мәлімет бойынша

Сыртқы (көрнекі) жарнама объектісінің түрі (орыс.):*

Сыртқы (көрнекі) жарнама объектісінің (қаз.):*

Жарнама объектісінің ұзындығы (м):*

Жарнама объектісінің ені (м):*

Жарнама объектісінің ауданы:*

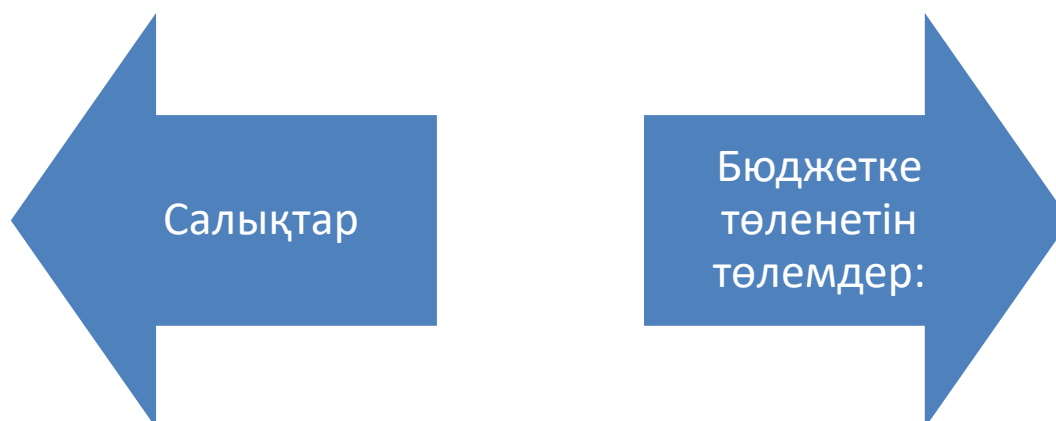
Сыртқы (көрнекі) жарнама объектісінің орналасқан жерінің көзделген мекенжайы (орыс.):*

Сыртқы (көрнекі) жарнама объектісінің орналасқан жерінің көзделген мекенжайы (қаз.):*

Чем я могу

9-сурет –Е-лицензия ақпараттық жүйесіндегі қағидаға сәйкес келмейтін өтініш үлгісі

Ескертпе - автор [17] дереккөз негізінде құрастырған.



10-сурет – Салықтардың және бюджетке төленетін төлемдердің түрлері:

Ескертпе - автор [15] дереккөз негізінде құрастырған.

Жергілікті атқарушы органдар ай сайын, есепті айдан кейінгі айдың 15-күнінен кешіктірілмейтін мерзімде сыртқы (көрнекі) жарнама орналастырылған жердегі салық органдарына мәліметтерді уәкілетті орган белгілеген нысан бойынша ұсынады.

ҚР ҚМ 2019 жылғы 28 наурыздағы №271 бұйрығына сәйкес, жергілікті атқарушы органдар ай сайын, есепті айдан кейінгі айдың 15-күнінен кешіктірмей, сыртқы (көрнекі) жарнама орналастырылған жер бойынша аумақтық мемлекеттік кірістер органдарына ұсынады [16].

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z					
Сведения о платёжчиках, суммах платы за размещение наружной (визуальной) рекламы, периоде и месте размещения наружной (визуальной) рекламы, направлении (ненаправлении) уведомления																						Общие данные								
№	Наименование учреждения (организации)	ИНН учреждения (организации)	Код административной территории (МУ)	Сведения о платёжчике (фамилия или наименование юридического лица)		Идентификационный номер налогоплательщика (ИНН)	Юридический адрес (место нахождения юридического лица)	Категория лица (индивидуальное предпринимательство, юридическое лицо)	Датирование уведомления (дата прописки о наружном, дата фото- или видеосъёмки)	Место размещения наружной (визуальной) рекламы*	Значение дорог (город, районное значение, село, посело)	Номер, категория автомобильной дороги (при наличии)	Вид объекта наружной (визуальной) рекламы	Количество размещаемой наружной (визуальной) рекламы	Площадь опоры (визуальной) рекламы	Период размещения (визуальной) рекламы	Условия оплаты (визуальной) рекламы	Сумма платы (визуальной) рекламы	Факт уплаты (визуальной) рекламы	Уведомлено (визуальной) рекламы	Сведения об уведомлении	Дата уведомления (визуальной) рекламы	Дата факта размещения (визуальной) рекламы	Сведения о нарушении (визуальной) рекламы	Сумма штрафа (визуальной) рекламы					
				Сумма уведомления (визуальной) рекламы	Сумма факта размещения (визуальной) рекламы																					Сумма уведомления (визуальной) рекламы	Сумма штрафа (визуальной) рекламы			
	ИТЕНТУРЫ ИГРДОСТРОИТЕЛ		1816	ИП "Красный"	ИП	123456789111	ТОО			г. Усть-Каменогорск, ул. Кабанбай	Батыра,140	Рекламно-информационный объект (баннер)	1	3,4			3		9189	9189	в май 2022								по виду размещения размером от 2 до 5 кв.м. ставка составила и в 3 МРП. Расчет: 3 (МРП)*3 (об) = 9 по виду размещения Батуца, строка, ставка составила и в 3 МРП. Расчет: 2 (МРП)*2	
	ИТЕНТУРЫ ИГРДОСТРОИТЕЛ		1816	ИП "Черный"	ИП	123456789112	ИП			г. Усть-Каменогорск, ул.Поповичина,21, магазин "Hару Babu"		рекламно-информационный объект	1	0,3			2		6126	6126	в май 2022									

11-сурет –ҚР Қаржы министрінің №271 бұйрығына сәйкес мәлімет нысаны.
Ескертпе - автор [16] дереккөз негізінде құрастырған.

Келіп түскен ақпараттарды кірістер органдарының аудандардағы басқармаларының ақпаратты қабылдау және өңдеу бөлімдерінің мамандары ЦУЛС деп аталатын ақпараттық жүйеге қолмен енгізетіні Мемлекеттік кірістер комитетінде тағбылыымдамдан өту барысында анықталды.

Мемлекеттік кірістер комитетін мен ҚР ЦДИАӨМ біргелікте түзілген цифрландыру жоспарларына сәйкес ИБД (информационных база данных) қолға алынуда. Нәтижесімен Е-гов, Е-лицензия тағы басқа да ақпараттық жүйелерден салық немесе бюджетке төлем төлеуге міндетті болған азаматтардың ақпараттары тікелей түсіп отыратын болатын. Бұл ақпараттарды өңдеу бөліміндегі адами факторды азайтады. Жаһандық цифрландыру заманында кірістер органдарында ақпараттарды қолмен өңдеп, енгізу заман талабына сай емес екенін көрсетіп тұр деп ойламын.

12-сурет ЦУЛС ақпараттық жүйесінің көрінісі.
Ескертпе - автор [16] дереккөз негізінде құрастырған.

13-сурет ЦУЛС ақпараттық жүйесінің көрінісі.

Ескертпе - автор [16] дереккөз негізінде құрастырған.

Жер мәселесі:

ҚР Жер кодексінің 37 бабының 1 тармағы 4 тармақшасына сәйкес жер учаскесіне уақытша өтеулі (*қысқа мерзімді және ұзақ мерзімді*) жер пайдалану (*жалдау*) құқығы азаматтарға, мемлекеттік емес заңды тұлғаларға, сондай-ақ халықаралық ұйымдарға табысталуы мүмкін [25]. Осыған орай, жоғарыда айтылғандардың негізінде ҚР Жер кодексінің 43 бабының 1 тармақшасына сәйкес, Осы Кодекстің 44-1 бабында көзделген жағдайды қоспағанда, мемлекеттік меншіктегі жерден, сондай-ақ 48-бабына сәйкес сауда-саттыққа (*аукциондарға*) шығарылатын жерден жер учаскесіне құқық беру тәртібімен жүргізіледі.

Сату нысаны «Жарнама» объектісін (*мысалы: «билборд» типті жарнама конструкциясы және т.б*) орнату және қызмет көрсету үшін, коммерциялық жер учаскелеріне» қатысты 2018-2022 жылдар аралығындағы республика деңгейінде өңірлер бойынша статистикалық деректер зерделенді.

ҚР Жер кодексінің 17-бабының 1-тармағына сәйкес жер телімдерін жеке меншікке беру және жер пайдалану жер қатынастары саласындағы аудандық атқарушы органның құзыретіне жатады. Көріп тұрғанымыздай аудандар мен қалалардағы жер саласындағы жергілікті атқарушы органдар «Сыртқы (*көрнекі*) жарнама объектілерін орналастыруға» жер телімдерін жеке және заңды тұлғаларға беру мәселесі бойынша белсенді емес (*мүдделі емес*) екенін көруге болады [25].

2-кесте – Қазақстан Республикасында 2018-2022 жылдар бойынша

Сыртқы (*көрнекі*) жарнамаға объектілерн орналастыру үшін жер телімдерінің саны туралы ақпарат.

№ р/с	Облыс, қала атауы	Саны
1	Абай облысы	40
2	Ақтөбе облысы	60
3	Ақмола облысы	46
4	Алматы облысы	1
5	Атырау облысы	5
6	ШҚО	1
7	Алматы қаласы	0
8	Астана қаласы	25
9	Шымкент қаласы	0
10	Жамбыл облысы	0
11	Жетісу облысы	0
12	БҚО	0
13	Қарағанды облысы	0
14	Қостанай облысы	2
15	Қызылорда облысы	0
16	Маңғыстау облысы	0
17	Павлодар облысы	0
18	СҚО	0
19	Түркістан облысы	1
20	Ұлытау облысы	
Жиыны:		181

Ескертпе - автор [25] дереккөз негізінде құрастырған.

Талдау және зерттеу нәтижелері.

Жарнама саласының мемлекеттік реттеу ҚР НҚА бекітілген жарнама өндірісін, таратылуын және орналастырылуын бақылау болып табылады.

Осы мәселелер бойынша оң өзгерістердің орын алуына, жалпы саланың дамуына қарамастан, жекелеген қызметтерді көрсетуде өзекті шешімін талап ететін мәселелердің орын алып отырғанын атап өткен жөн.

3-кесте – «ҚазАвтоЖол» ҰК» АҚ-ның облыстық филиалдары тарапынан республикалық маңызы бар автомобиль жолдарына сыртқы жарнама (*көрнекі*) объектісін орналастыруды келісу мемлекеттік көрсетілетін қызметі туралы статистикалық ақпарат.

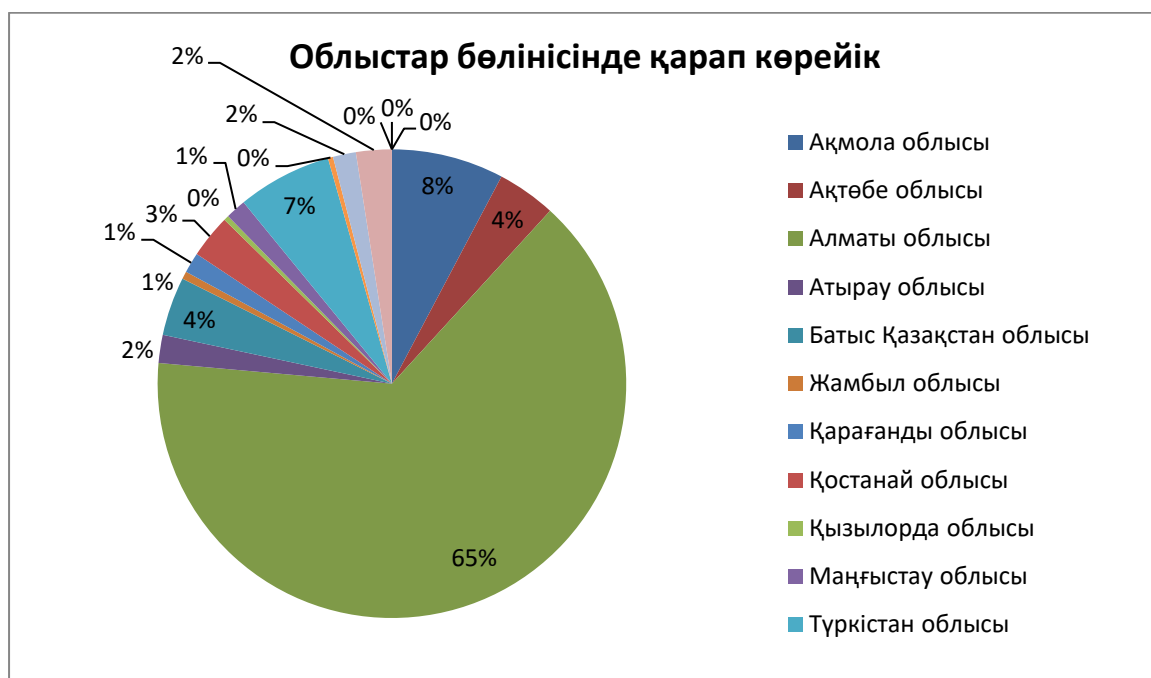
№ р/с	Облыстардың атауы	2018 ж	2019 ж	2020 ж	2021 ж	2022 ж	Жалпы саны
1	Ақмола облысы	6	7	5	11	15	44
2	Ақтөбе облысы	5	5	6	5	2	23
3	Алматы облысы	24	77	118	61	87	367
4	Атырау облысы	5	5	0	0	1	11
5	Батыс Қазақстан облысы	1	0	0	8	14	23
6	Жамбыл облысы	0	1	0	0	2	3
7	Қарағанды облысы	3	3	0	1	1	8
8	Қостанай облысы	2	4	0	4	7	17
9	Қызылорда облысы	1	0	0	1	0	2
10	Маңғыстау облысы	0	1	7	0	0	8
11	Түркістан облысы	0	0	4	7	26	37
12	Павлодар облысы	0	1	0	0	1	2
13	Солтүстік Қазақстан облысы	4	0	0	0	5	9
14	Шығыс Қазақстан облысы	1	3	4	3	3	14
15	Абай облысы	0	0	0	0	0	0
16	Жетісу облысы	0	0	0	0	0	0
17	Ұлытау облысы	0	0	0	0	0	0
Жиыны:							568

Ескертпе - автор [17] дереккөз негізінде құрастырған.

Көріп тұрғанымыздай соңғы бес жыл ішінде облыстар бойынша бар жоғы 568 келісу болған деген сөз. ҚР аумағында республикалық маңызы бар автомобиль жолдар көп болғанымен оладың бойындағы жарнама объектілеріне келісім алынып жатқан жоқтығын көрсетеді.

Кейбір төмен көрсетіп тұрған өңірлерге тоқталатын болсақ Ақмола 44, Ақтөбе 23 Атырау 11, БҚО 23, Жамбыл 3, Қарағанды 8, Қостанай 17, Қызылорда 2, Маңғыстау 8, Түркістан 37, Павлодар 2, СҚО 9, ШҚО 14 дана келісім берілген.

Бұл дегені аталған мемлекеттік қызметті көрсетушілер тисінше дәреже де орындап жатқан жоқ. Облыстық филиалдардың аталған мемлекеттік көрсетілетін қызметті көрсетуге ықыластарының төмендегін көрсетті.



14-сурет – 3-кестедегі ақпараттар диаграмма түрінде.

3-кесте – «ҚазАвтоЖол» ҰК» АҚ-ның облыстық филиалдары тарапынан республикалық және халықаралық маңызы бар автомобиль жолдарына сыртқы жарнама (көрнекі) объектісін орналастыруды келісу мемлекеттік көрсетілетін қызметі туралы статистикалық ақпарат.

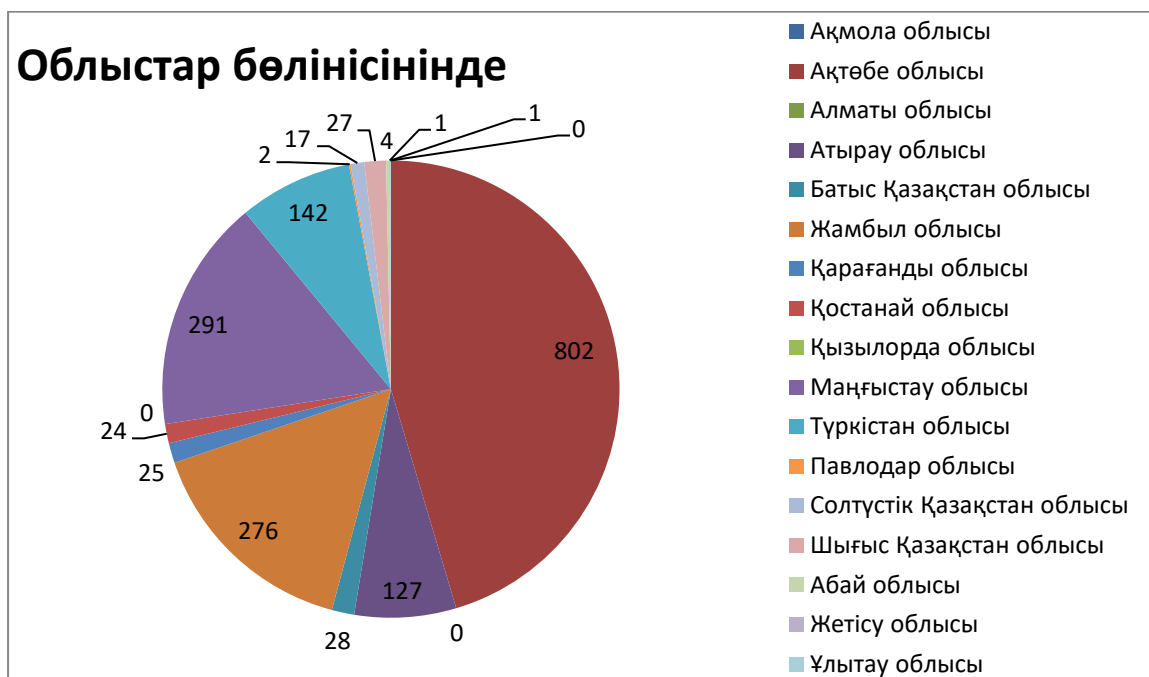
Ескертпе - автор [17] дереккөз негізінде құрастырған.

4-кесте – облыстардың жолаушылар көлігі және автомобиль жолдары басқармалары және де аудандардың жолаушылар көлігі және автомобиль жолдары бөлімдер тарапынан облыстық және аудандық маңызы бар автомобиль жолдарына сыртқы (көрнекі) жарнама объектісін орналастыруды келісу мемлекеттік көрсетілетін қызметі туралы статистикалық ақпарат.

№ р/с	Облыстардың атауы	2018 ж	2019 ж	2020 ж	2021 ж	2022 ж	Жалпы саны
1	Ақмола облысы	0	0	0	0	0	0
2	Ақтөбе облысы	0	14	276	279	233	802
3	Алматы облысы	0	0	0	0	0	0
4	Атырау облысы	28	34	14	25	26	127
5	Батыс Қазақстан облысы	0	0	0	4	24	28
6	Жамбыл облысы	73	59	59	46	39	276
7	Қарағанды облысы	17	0	0	0	8	25
8	Қостанай облысы	5	5	7	5	2	24
9	Қызылорда облысы	0	0	0	0	0	0
10	Маңғыстау облысы	114	137	8	12	20	291
11	Түркістан облысы	0	0	38	92	12	142
12	Павлодар облысы	0	2	0	0	0	2
13	Солтүстік Қазақстан облысы	1	1	5	2	8	17
14	Шығыс Қазақстан облысы	4	17	6	0	0	27
15	Абай облысы	0	0	0	0	4	4
16	Жетісу облысы	0	0	0	0	1	1
17	Ұлытау облысы	0	0	0	0	1	1
Жиыны:							1767

Ескертпе - автор [17] дереккөз негізінде құрастырған.

Көріп тұрғанымыздай соңғы бес жыл ішінде облыстық басқармалар мен аудандық бөлімдер бойынша бар жоғы 1767 келісу болған деген сөз. ҚР аумағында облыстық және аудандық маңызы бар автомобиль жолдар көп болғанымен оладың бойындағы жарнама объектілеріне келісім алынып жатқан жоқтығын көрсетеді. Кейбір төмен көрсетіп тұрған өңірлерге тоқталатын болсақ Ақмола, Алматы, Қызылорда, облысы 2018-2022 жылдары аралығында берде-бір келісім бермеген. СҚО 17, БҚО 28, Қарағанды 25, Қостанай 24, ШҚО 27, Павлодар облысында 2 дана, келісім берілген. Бұл дегені аталған мемлекеттік қызметті көрсетушілер тисінше дәреже де орындап жатқан жоқ. Облыстық басқармалар мен аудандық бөлімдердің аталған мемлекеттік көрсетілетін қызметті көрсетуге ықыластарының төмендегін көрсетті.



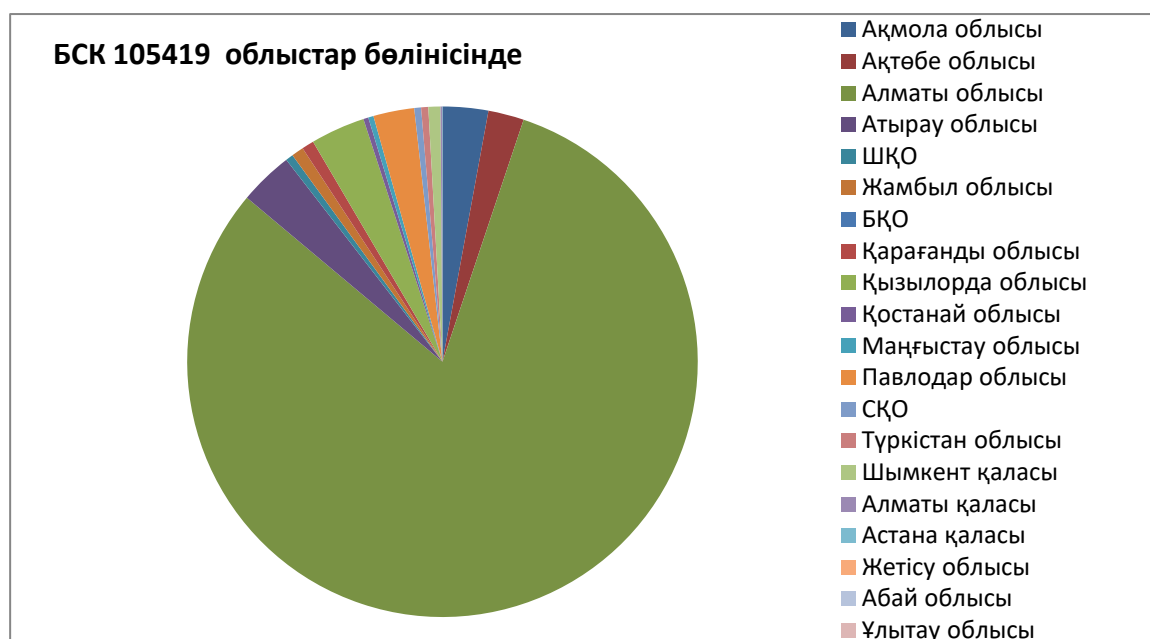
15-сурет – 4-кестедегі ақпараттар диаграмма түрінде.
Ескертпе - автор [17] дереккөз негізінде құрастырған.

Мәселенің екеніші тұсы сыртқы жарнама объектісіне жарнама орнатушы жеке және заңды тұлғалардың бекітілген бюджеттік сыныптама кодтары бойынша бюджетке төлеген төлемдерін зерделеп көрсек.

5-кесте – 105419 БСК бойынша облыстар бөлінісіндегі статистикалық ақпарат.

№	Аймақ атауы	Жылдары					Бес жылдық жиыны
		2018 жыл	2019 жыл	2020 жыл	2021 жыл	2022 жыл	
1	Ақмола облысы	2 310	1 775	262	999	2 220	7 566
2	Ақтөбе облысы	1 035	1 086	1 177	1 313	1 319	5 930
3	Алматы облысы	114 319	79 088	19 497	-1 029	151	212 026
4	Атырау облысы	1 967	1 755	728	1 271	3 223	8 944
5	ШҚО	98	665	212	136	151	1 262
6	Жамбыл облысы	664	284	87	544	428	2 007
7	БҚО	2	0	0	0	0	2
8	Қарағанды облысы	490	642	818	43	15	2 008
9	Қызылорда облысы	1 825	4 586	2 635	0	0	9 046
10	Қостанай облысы	325	390	45	30	37	827
11	Маңғыстау облысы	293	397	210	-41	16	875
12	Павлодар облысы	0	1 369	1 658	1 788	1 979	6 794
13	СҚО	610	336	218	-37	0	1 127
14	Түркістан облысы	455	104	87	272	264	1 182
15	Шымкент қаласы	261	1 480	255	1	1	1 998
16	Алматы қаласы	0	54	97	50	66	267
17	Астана қаласы	23	98	-75	6	1	53
18	Жетісу облысы	0	0	0	0	0	0
19	Абай облысы	0	0	0	0	0	0
20	Ұлытау облысы	0	0	0	0	2	2
Барлығы:		124 677	94 109	27 911	5 346	9 873	261 916

Ескертпе - автор [17] дереккөз негізінде құрастырған.

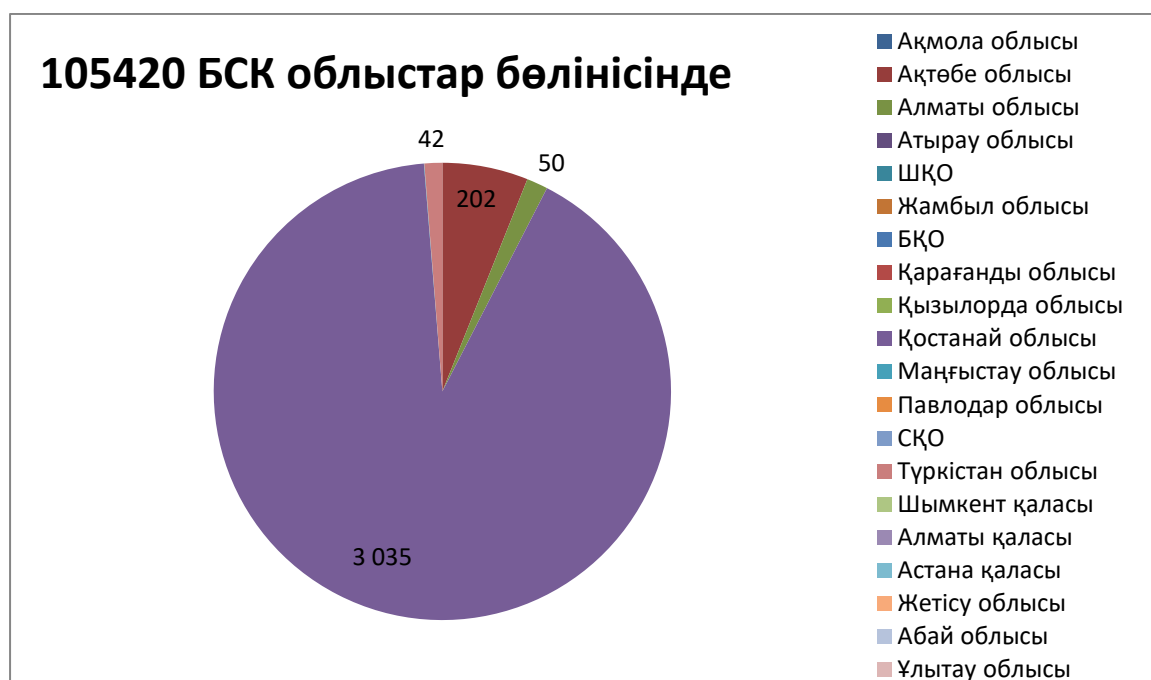


16-сурет – 5-кестедегі ақпараттар диаграмма түрінде.
Ескертпе - автор [17] дереккөз негізінде құрастырған.

105419 БСК бойынша Алматы облысы ең жоғарғы мәнді көрсетіп тұрғанын көруге болады. Қалған облыстарда айтарлықтай нәтиже жоқ.

6-кесте – 105420 БСК бойынша облыстар бөлінісіндегі статистикалық ақпарат.

№	Аймақ атауы	Жылдары					Бес жылдық жиыны
		2018 жыл	2019 жыл	2020 жыл	2021 жыл	2022 жыл	
1	Ақмола облысы	0	0	0	0	0	0
2	Ақтөбе облысы	0	30	-14	186	0	202
3	Алматы облысы	50	0	0	0	0	50
4	Атырау облысы	0	0	0	0	0	0
5	ШҚО	0	0	0	0	0	0
6	Жамбыл облысы	0	0	0	0	0	0
7	БҚО	0	0	0	0	0	0
8	Қарағанды облысы	0	0	0	0	0	0
9	Қызылорда облысы	0	0	0	0	0	0
10	Қостанай облысы	1 882	1 153	0	0	0	3 035
11	Маңғыстау облысы	1	0	0	0	0	1
12	Павлодар облысы	0	0	0	0	0	0
13	СҚО	0	0	0	0	0	0
14	Түркістан облысы	41	1	0	0	0	42
15	Шымкент қаласы	0	0	0	0	0	0
16	Алматы қаласы	0	0	0	0	0	0
17	Астана қаласы	0	0	0	0	0	0
18	Жетісу облысы	0	0	0	0	0	0
19	Абай облысы	0	0	0	0	0	0
20	Ұлытау облысы	0	0	0	0	0	0
Барлығы		1974	1184	-14	186	0	3 330

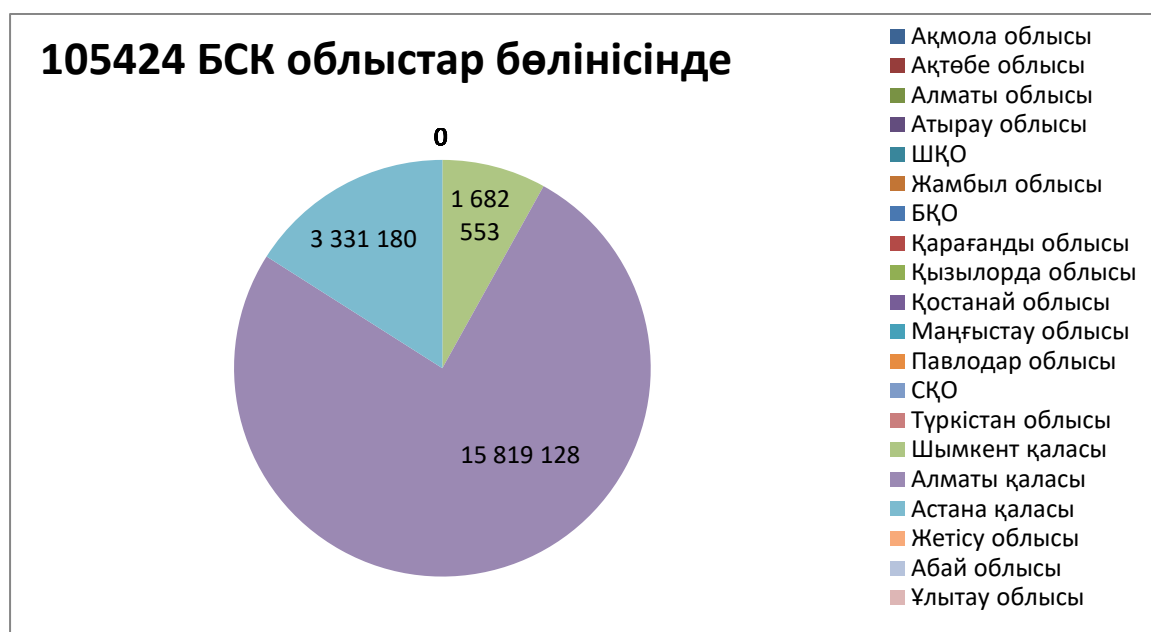


17-сурет–6-кестедегі ақпараттар диаграмма түрінде.
Ескертпе - автор [17] дереккөз негізінде құрастырған.

105420 БСК бойынша Қостанай облысы ең жоғарғы мәнді көрсетіп тұрғанын көруге болады. Қалған облыстарда айтарлықтай нәтиже жоқ.

7-кесте – 105424 БСК бойынша облыстар бөлінісіндегі статистикалық ақпарат.
(мың теңге)

№	Аймақ атауы	Жылдары					Бес жылдық жиыны
		2018 жыл	2019 жыл	2020 жыл	2021 жыл	2022 жыл	
1	Ақмола облысы	0	0	0	0	0	0
2	Ақтөбе облысы	0	0	0	0	0	0
3	Алматы облысы	0	0	0	0	0	0
4	Атырау облысы	0	0	0	0	0	0
5	ШҚО	0	0	0	0	0	0
6	Жамбыл облысы	0	0	0	0	0	0
7	БҚО	0	0	0	0	0	0
8	Қарағанды облысы	0	0	0	0	0	0
9	Қызылорда облысы	0	0	0	0	0	0
10	Қостанай облысы	0	0	0	0	0	0
11	Маңғыстау облысы	0	0	0	0	0	0
12	Павлодар облысы	0	0	0	0	0	0
13	СҚО	0	0	0	0	0	0
14	Түркістан облысы	0	0	0	0	0	0
15	Шымкент қаласы	107 356	318 635	338 827	409 884	507 851	1 682 553
16	Алматы қаласы	3 227 432	3 323 654	2 577 506	3 187 456	3 503 080	15 819 128
17	Астана қаласы	594 797	659 339	613 141	664 827	799 076	3 331 180
18	Жетісу облысы	0	0	0	0	0	0
19	Абай облысы	0	0	0	0	0	0
20	Ұлытау облысы	0	0	0	0	0	0
Барлығы		3 929 585	4 301 628	3 529 474	4 262 167	4 810 007	20 832 861



18-сурет – 7-кестедегі ақпараттар диаграмма түрінде.
Ескертпе - автор [17] дереккөз негізінде құрастырған.

БСК бойынша Қостанай облысы ең жоғарғы мәнді көрсетіп тұрғанын көруге болады. Қалған облыстарда айтарлықтай нәтиже жоқ.

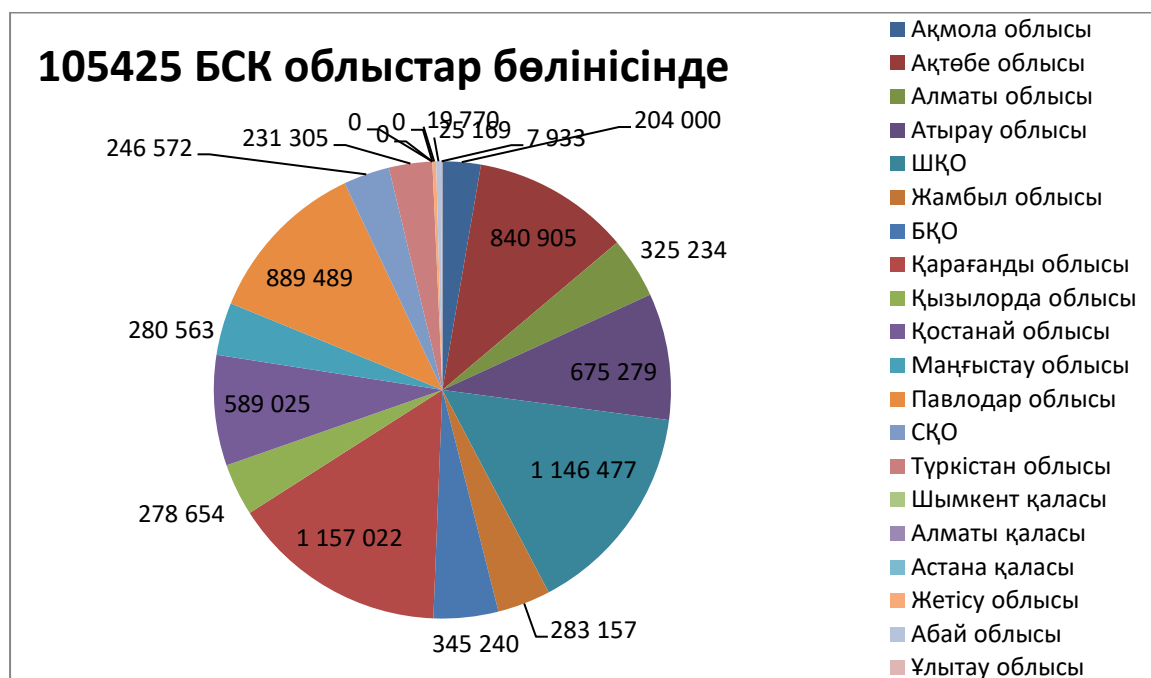
Республикалық маңызы бар қалалар мен астанаға арналаған БСК 105424. Еліміздің астанасы мен мегаполистарымызда Алматы, Шымкент қалаларында жоғары нәтиже көрсетуде. Сеебебі аталған қалаларда архитектура басқармалары айналысады. Және де арнайы жарнама бөлімдері бар. Жарнма бөлімдеріндегі мамандардың жұмыс көрсетулері арқасында жоғары нәтиже керек. Біздің аталған жарнамаға қатысты мемлекеттік көрсетілетін қызметтердің бюджеттік төлемдерін дәл осы қалалардағыдай жоғары деңгейге жеткізу үшін арнайы жарнамаға жауапты мамандардың болуын дәлелдеп тұр.

8 кесте-105425 БСК бойынша облыстар бөлінісіндегі статистикалық ақпарат.

(мың теңге)

№	Аймақ атауы	Жылдары					Бес жылдық жиыны
		2018 жыл	2019 жыл	2020 жыл	2021 жыл	2022 жыл	
1	Ақмола облысы	34 424	46 403	39 945	38 528	44 700	204 000
2	Ақтөбе облысы	148 399	209 477	192 740	145 145	145 144	840 905
3	Алматы облысы	40 051	48 191	55 104	90 810	91 078	325 234
4	Атырау облысы	147 954	137 916	118 310	125 104	145 995	675 279
5	ШҚО	271 572	273 516	211 146	212 970	177 273	1 146 477
6	Жамбыл облысы	40 727	51 755	54 901	66 968	68 806	283 157
7	БҚО	54 329	66 558	72 665	73 531	78 157	345 240
8	Қарағанды облысы	220 312	240 431	207 897	236 445	251 937	1 157 022
9	Қызылорда облысы	53 817	48 275	49 618	55 674	71 270	278 654
10	Қостанай облысы	121 169	132 296	111 611	100 053	123 896	589 025
11	Маңғыстау облысы	43 572	56 752	50 390	72 679	57 170	280 563
12	Павлодар облысы	174 907	175 772	161 311	187 068	190 431	889 489
13	СҚО	53 054	53 627	44 582	47 947	47 362	246 572
14	Түркістан облысы	106 459	21 157	27 268	30 425	45 996	231 305
15	Шымкент қаласы	0	0	0	0	0	0
16	Алматы қаласы	0	0	0	0	0	0
17	Астана қаласы	0	0	0	0	0	0
18	Жетісу облысы	0	0	0	0	19 770	19 770
19	Абай облысы	0	0	0	0	25 169	25 169
20	Ұлытау облысы	0	0	0	0	7 933	7 933
Барлығы		1 510 746	1 562 126	1 397 488	1 483 347	1 592 087	7 545 794

Ескертпе - автор [17] дереккөз негізінде құрастырған.



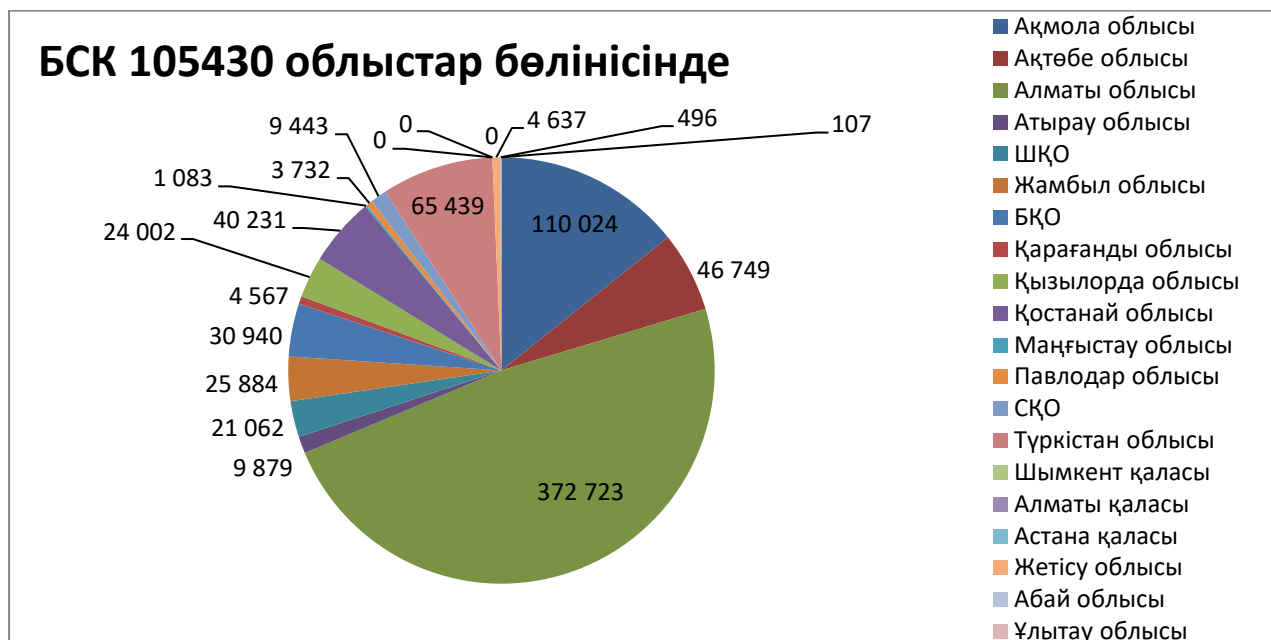
19-сурет – 8-кестедегі ақпараттар диаграмма түрінде.

Ескертпе - автор [17] дереккөз негізінде құрастырған.

9-кесте – 105430 БСК бойынша облыстар бөлінісіндегі статистикалық ақпарат.
(мың теңге)

№	Аймақ атауы	Жылдар					Бес жылдық жиыны
		2018 жыл	2019 жыл	2020 жыл	2021 жыл	2022 жыл	
1	Ақмола облысы	7670	13 286	21 331	35 921	31 816	110 024
2	Ақтөбе облысы	4577	5 614	8 683	13 302	14 573	46 749
3	Алматы облысы	16477	36 511	65 903	100 288	153 544	372 723
4	Атырау облысы	1737	2 266	1 611	1 703	2 562	9 879
5	ШҚО	2053	4 672	4 310	4 287	5 740	21 062
6	Жамбыл облысы	1123	2 157	3 168	8 899	10 537	25 884
7	БҚО	2156	3 779	7 664	6 605	10 736	30 940
8	Қарағанды облысы	388	826	1 419	1 022	912	4 567
9	Қызылорда облысы	1468	1 625	3 975	7 247	9 687	24 002
10	Қостанай облысы	4997	6 814	8 035	9 274	11 111	40 231
11	Маңғыстау облысы		8	197	35	843	1 083
12	Павлодар облысы	370	603	583	772	1 404	3 732
13	СҚО	682	1 488	1 994	2 687	2 592	9 443
14	Түркістан облысы	5138	7 814	11 711	18 469	22 307	65 439
15	Шымкент қаласы	0	0	0	0	0	0
16	Алматы қаласы	0	0	0	0	0	0
17	Астана қаласы	0	0	0	0	0	0
18	Жетісу облысы	0	0	0	0	4 637	4 637
19	Абай облысы	0	0	0	0	496	496
20	Ұлытау облысы	0	0	0	0	107	107
	Барлығы	48 836	87463	140584	210511	283604	770 998

Ескертпе - автор [17] дереккөз негізінде құрастырған.



20-сурет – 9-кестедегі ақпараттар диаграмма түрінде.

Ескертпе - автор [17] дереккөз негізінде құрастырған.

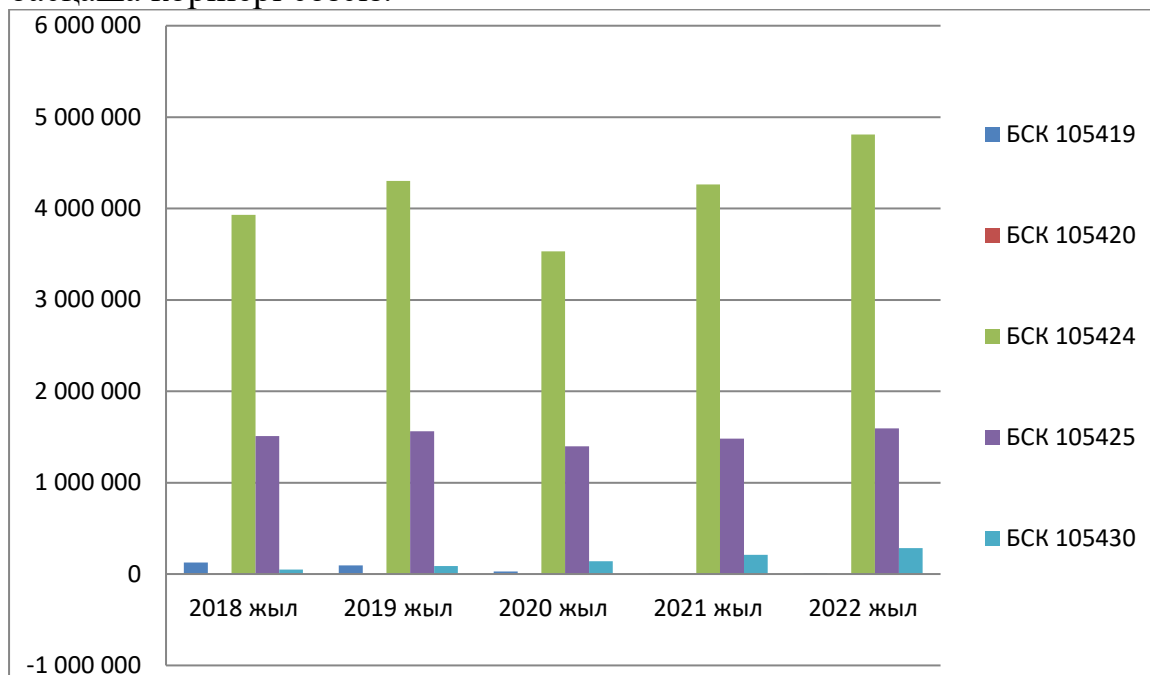
10-кесте – Сыртқы (көрнекі) жарнаманың төлемақысы бойынша 2018-2022 жылдарға түсімдердің жиыны.

(мың теңге)

Салық кезеңі	Бюджеттік сыныптама коды					
	БСК 105419	БСК 105420	БСК 105424	БСК 105425	БСК 105430	Барлығы
2018 жыл	124 677	1 974	3 929 585	1 510 746	48 836	5 615 818
2019 жыл	94 109	1 184	4 301 628	1 562 126	87 463	6 046 510
2020 жыл	27 911	-14	3 529 474	1 397 488	140 584	5 095 443
2021 жыл	5 346	186	4 262 167	1 483 347	210 511	5 961 557
2022 жыл	9 873	0	4 810 007	1 592 087	283 604	6 695 571
Барлығы	261 916	3 330	20 832 861	7 545 794	770 998	29 414 899

Ескертпе - автор [17] дереккөз негізінде құрастырған.

Енді бұл кестені диаграмма түрінде қарап көрейік. Диаграммада көзге басқаша көрінері сөзсіз.



21-сурет – Сыртқы (көрнекі) жарнаманың төлемақысы бойынша 2018-2022 жылдарға түсімдер

Ескертпе - автор [17] дереккөз негізінде құрастырған.

Елд мекендердің көшелеріне сыртқы (көрнекі) жарнаманы орналастырылғаны тураы хабарламаны жіберу мемлекеттік көрсетілетін қызмет болып табылмайды. Астана, Алматы және Шымкент қалаларында архитектура басқармалары бұл функцияны атқарады. Себебі аталған қалаларда облыстық маңызы бар және аудандық маңызы бар автомобиль жолдары жоқ. Тек елді мекендердің ішкі көшелері. Шымкент қаласында арнайы портал нақтырақ Шымкент қаласы әкімдігінің ресми сайтындағы

рубрика арқылы өтуге болады. Ал, басқа Астана және Алматы қалаларында Е-өтініш бірыңғай платформасы арқылы хабарламалар қабылданып, оған жауаптары берілуде. Өңірлердегі жағдайды білу мақсатында. ҚР ҰЭМ сұрау салу жолданды. Нәтижесімен ондай статистиканың жүргізілмейтінін анықтадым. Дәл осы қарқынмен ҚР ЦДИАӨМ Мемлекеттік көрсетілетін қызметтер комитетіне жүгіндім, оларда бұл жергілікті атқарушы органның функциялары ретінде жұмыс жасалатынын, мемлекеттік көрсетілетін қызмет болып табылмайтындығын түсіндірді. Еліміздегі 17 облыстың әрбіріне Е-өтініш бірыңғай платформасы арқылы сұрау салу жолдадым. Нәтижесі көңіл қуантпады. Себебі ешбір облыстан наты жауап аламады. Нақтырақ әрқайсысы әр-түрлі жауаптар жолдады. Бір облыстарда ауылдық округ әкімдері, бір облыстарда ахитектура блімдері, бір облыстарда автомобиль жолдары бөлімдері айналысады екен. Нақты жүйе жоқ. Республикалық маңызы бар қалалардағыдай хабарламын қабылдап оған жауап беріп бюджетке төлемін түсіру деген түсінік жоқ. Менің магистрлік жобамның түпкілікті мақсаты осында жатыр. Осы жарнамаға қатысты бюджетке түсетін төлемдер есебінен кірісті көтереу. Жарнамаға қатысты өңірлердегі бюджетке түсетін төлемдердің төмендігі енді түсінікті болған болар.

Жарнамаға қатысты мемлекеттік қызметті көрсетуші субъектілердің пікірі көңіл-күйі мені қатты қызықтырды. Сондықтан мемлекеттік қызметті көретушілерден аталған саланы дамытуға қатысты ұсыныс-пікірлердің бар немес жоқ екендігі жөнінде, мемлекеттік қызметті көретуге қатысты материалдардың көшірмелерін беруін және де эксперттік сауалнама сұрақтары на жауап берулері жөнінде республикалық маңызы бар автомобиль жолдарына қызмет көрсетуші ҚазАвтоЖолдың өңірдегі филиалдарына, облыстық маңызы бар жолдарына қызмет көрсетуші облыстардың жолаушылар көлігі және автомобиль жолдарының басқармаларына және де аудандық маңызы бар жолдарға қызмет көрсетуші аудандардың жолаушылар көлігі және автомобиль жолдары бөлімдеріне Е-өтініш бірыңғай платформасы арқылы сұрау салулар жолданып нәтижесі келесідей. Эксперттік сауалнама сұрақтары әзірленіп институтпен *(көшірмесі тіркеледі)* бекітілді. Ұсыныс-пікір тек Қостанай облысының жолаушылар көлігі және автомобиль жолдары басқармасынан келді Басқарманың ұсынысы бойынша: қазіргі уақытта бір қатар проблемалық қайшылықтар бар. Көрсетілетін қызметті алушы өтініш берген кезде, атап айтқанда өтініш нысанын толтыру кезінде, өтініш базамен дұрыс қалыптастырылмайды және автомобиль жолдарының белдеуінде сыртқы *(көрнекі)* жарнама объектілерін орналастыру қағидаларына 3-қосымшада келтірілген өтініш нысанына сәйкес келмейді. Портал арқылы келіп түсетін өтініштерде "Автомобиль жолының титулы (атауы), мекенжайы ___ км ___ +метр, оң/сол жақ _____" көрсетілмеген [17].

Базадағы мемлекеттік қызметтің атауы өзгертілмеген және ескі тізілімге сәйкес аталады. Ережеге сәйкес мемлекеттік қызмет көрсету нәтижесі облыстық маңызы бар жалпыға ортақ пайдаланылатын автомобиль жолдарының белдеуінде сыртқы *(көрнекі)* жарнама объектілерін орналастыруға Жазбаша келісім қағазы емесем қызметті көрсетуден бас тарту туралы жазбаша жауап болып табылады, ал Портал оны «Паспорт» ретінде

қалыптастырады. Сауалнамаға жалпы 34 мемлекеттік қызмет көрсетуші қатысты, оның ішінде 15 ҚазаАвтоЖолдың филиалы, 17 облыстардың жолаушылар көлігі және автомобиль жолдары басқармалары. Жалпы сұрақтарға жауап беруден 9 ҚазаАвтоЖолдың филиалы және де 2 облыстық басқарма толықтай бас тартты. Әр бір сұрақ бойынша тоқаталар болсақ

1. **Жалпы «Жарнама» саласындағы жүйені толық өзгертуге деген Сіздің пікіріңіз қандай?** Қолдаймын 12, Қажеті жоқ 6, Қарсымын 2, Өз ойым 0;
2. **Жалпы «Жарнама» саласын цифрландыруға қатысты Сіздің пікіріңіз қандай?** Қолдаймын 19, Қажеті жоқ 0, Қарсымын 2, Өз ойым 0;
3. **Жарнама таратушы жеке және заңды тұлғалар лицензиат ретінде рұқсат қағазын алуға немесе хабарлама жіберуге не себепті мүдделі емес деп ойлайсыз?** Мемлекеттік органдардың штат сандарының қысқаруына орай мемлекеттік бақылаудың аздығы 2, Салықтан қашады 2, Е-лицензия, Е-өтініш порталдары арқылы жұмыс істегілері келмейді 7, Ақпараттандыру жұмыстары аз 7, Өз ойым 1;
4. **«Елді мекендердің ішкі көшелеріне жарнаманы орналастыру» туралы ХАБАРЛАМА (Е-өтініш порталы) жіберу тәртібінде жүзеге асырылатын жергілікті органдардың функцияларынан «Мемлекеттік көрсетілетін қызмет (госуслуга)» түріне ауыстыруға Сіздің пікіріңіз қандай?** Қолдаймын 12, Қажеті жоқ 6, Қарсымын 2, Өз ойым 1;
5. **Қолдау тауып жатса жаңа мемлекеттік көрсетілетін қызметке жауапты орган лицензиар ретінде қандай жергілікті атқарушы органды ұсынар едіңіз?** Қала, кент немесе ауылдық округі әкімі аппараттары, себебі ҚР Үкіметінің №148 қаулысының 3-тармағында елді мекеннің ішкі көшелері олардың теңгерімінде болуы керек деп көрсетілген 12, жол бөлімдері 2, архитектура бөлімдері 4, Өз ойым 1;
6. **Қолдау тауып жатса жаңа мемлекеттік көрсетілетін қызметке жауапты орган лицензиар ретінде «Қала, кент немесе ауылдық округі әкімі аппараттарын» ұсынуға Сіздің пікіріңіз қандай?** Қолдаймын: Территория әкімшіліктері жарнама салығын төлеттіруге мүдделі, толық цифрландырылған портал болса неге мүмкіндік бермеске себебі жарнама салығы есебінен жергілікті бюджетті көтеру мүмкіндіктері мол 15, Қарсымын: 5, Өз ойым 0;
7. **Қолдау тауып жатса жаңа мемлекеттік көрсетілетін қызметке жауапты орган лицензиар ретінде аудандық архитектура бөлімдерін ұсынуға Сіздің пікіріңіз қандай?** Қарсымен: 12, Қолдаймын: 8, Өз ойым 0;
8. **Сыртқы (көрнекі) жарнамаға рұқсат қағазды (разрешительный документ) алдыруға және де жарнама салығын төлеттіруге де мүдделі бір (единый) орган ретінде қайсысын таңдайсыз?** Қала, кент немесе ауылдық округі әкімі аппараттары 12, жол бөлімдері 2, архитектура бөлімдері 7, Өз ойым 1;
9. **Сыртқы (көрнекі) жарнама объектілерін орналастыруды келісуге қатысты үгіт-насихат, ақпараттандыру жұмыстарын кімдер жүргізгені дұрыс деп санайсыз?** Қала, кент немесе ауылдық округ әкімдері, себебі жарнама салығы есебінен жергілікті бюджетті көтеру мүмкіндіктері мол 13,

"ҚазАвтоЖол" ҰК облыстық филиалдарының өкілдері, облыстық жол басқармаларының мамандары, аудандық жол бөлімдерінің мамандары жүргізгені дұрыс 3, Мемлекеттік қызметті көрсетуші (Услугодатель) орган нақтырақ аудандық жол бөлімдерінің мамандары жүргізгені дұрыс себебі "ҚазАвтоЖол"-дың және де басқармалардың жергілікті жердегі жарнамаларға қарауға уақыттары бола бермейді, ал олар сол аумақта жұмыс жасайды, бірақ жарнама салығын төлеттіруге мүдделі емес 5, Өз ойым 0;

- 10. Өтініш қалдырғанда мекенжай, нақтырақ жол (неправильно указан дорожный участок) телімі дұрыс таңдалмады деген сипаттағы бас тартуларды болдырмау мақсатында Сіз не ұсынасыз? Порталды (жол телімі нақтырақ оның шақырымы оңай көрсетіліп тұратындай) цифрландыру қажет 21, Қажет емес 1, Қажет 0, Өз ойым 0;**
- 11. Өтініш қалдырғанда мекенжай нақтырақ жол (неправильно указан дорожный участок) телімі дұрыс таңдалуы үшін Е-лицензия порталымен «Мемградкадастр» РМК теңгеріміндегі «геопорталмен» интеграция жасауға Сіздің пікіріңіз қандай? Қолдаймын. Себебі, сол геопорталға республикалық, облыстық, аудандық маңызы бар жолдар және де елді мекендердің ішкі көшелері схемалары (мәліметтері) меншік иелері тарапынан (енгізілуде) енгізілген 19, Қажеті жоқ 2, Қарсымын 0, Өз ойым 0;**
- 12. «Жарнама» саласын жеке-дара сала ретінде бөліп көңіл бөлінуі керек дегенге Сіздің пікіріңіз қандай? Қолдаймын 12, Қажеті жоқ 5, Қарсымын 2, Өз ойым 0;**
- 13. «Жарнама» саласына қатысты түпкілікті жауапты орган болып табылуына орай «қала, кент немесе ауылдық округ әкімі аппаратына» жарнама саласына жауап беретін жаңадан «бас маман немесе жетекші маман» мемлекеттік қызметші (например: главный специалист по рекламе) штатын ашуға деген Сіздің пікіріңіз қандай? Қолдаймын. Қала, кент немесе ауылдық округ әкімдері, себебі жарнама салығы есебінен жергілікті бюджетті көтеру мүмкіндіктері мол. Жарнама саласы тек бір мемлекеттік органнан реттеледі. Жарнамаларға рұқсат беруден бастап, төлеттіруге дейін барлық жұмыстарды осы бір мемлекеттік қызметші атқаратын болады 21, Қажеті жоқ 0, Қарсымын 0, Өз ойым 0;**
- 14. Жеке және заңды тұлғалар тарапынан өтініш жіберу сәтінде соңғы сатысында ҚР Салық заңнамасының 603, 604, 605, 606-баптарының талаптарына орай, жарнаманы орналастырудың бірінші айы үшін төлем жүргізу кезінде жол немесе көше түріне сәйкес бюджеттік сыныптама коды (КБК) және де жарнаманың шаршы метріне сәйкес айлық есептік көрсеткіш (МРП) саны автоматты түрде айқындалып төлем шлюздері арқылы екінші деңгейлі банктердің (мысалы: Kaspi QR) карталарымен төлем жасайтындай мүмкіндіктер қалыптастыруға (цифрландыруға) Сіздің пікіріңіз қандай? Қолдаймын 20, Қажеті жоқ 1, Қарсымын 0, Өз ойым 1;**
- 15. Аудандық тұрғын үй бөлімдерінің мамандары (мысалы: КБК 201509) бюджеттік сыныптама кодтарына сәйкес «Ақпараттық есептеу**

орталығы» АҚ-на қарасты gosreestr.kz порталы арқылы тұрғын үй келісім-шарттарын тіркеу арқылы тұрғын үй арендасының төлемдерін мониторинг жасап бақылау (әрбір айы бойынша жеке-жеке) жүргізе алады. Сол себепті gosreestr.kz порталы арқылы рұқсат беру құжаттарын тіркеу арқылы жарнама салығы төлемдерін мониторинг жасауға Сіздің пікіріңіз қандай? Қолдаймын 17, Қажеті жоқ 3, Қарсымын 0, Өз ойым 1;

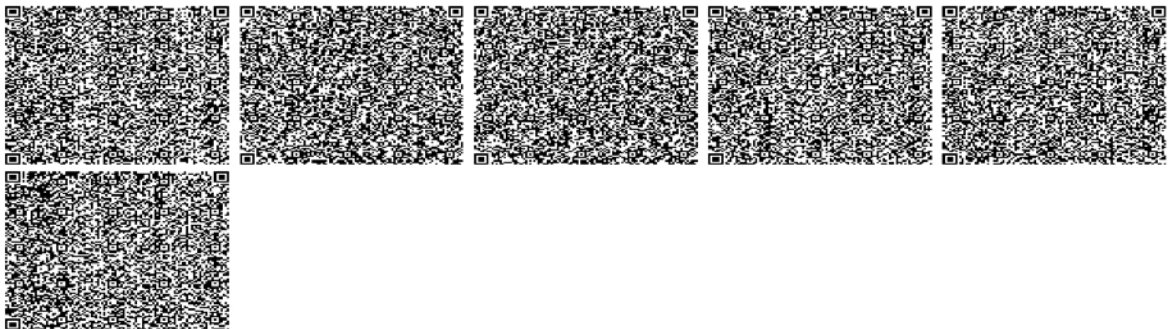
Управление пассажирского транспорта и автомобильных дорог
Костанайской области
(структурное подразделение местного исполнительного органа)
от ИП Казиева Зульфия Сапаровна
(Ф.И.О. физического лица либо полное наименование
юридического лица)
761013400176,110000, Республика Казахстан, Костанайская
область, Костанай Г.А., г.Костанай, УЛИЦА Ю.Гагарина, дом
№ 223, 230
(реквизиты документа, удостоверяющего личность физического
(ИНН) или юридического лица (БИН), контактный телефон,
адрес)

ЗАЯВЛЕНИЕ

Прошу выдать паспорт на размещение наружной (визуальной) рекламы в полосе отвода автомобильных дорог общего пользования районного значения.

Дата: 27.06.2019

Получатель: ИП Казиева Зульфия Сапаровна
(фамилия, имя, отчество физического или
наименование юридического лица либо
уполномоченного лица, подпись)



Бұл құжат ҚР 2003 жылдың 7 қаңтарындағы «Электронды құжат және электронды сандық қол қою» туралы заңның 7 бабы, 1 тармағына сәйкес қағаз бетіндегі заңмен тең. Данный документ согласно пункту 1 статьи 7 ЗРК от 7 января 2003 года "Об электронном документе и электронной цифровой подписи" равнозначен документу на бумажном носителе.

22-сурет – Қостанай облысынан келген өтініштің қағидаға сәйкес келмейтіндігі туралы ақпарат.

Ескертпе - автор [17] дереккөз негізінде құрастырған.

16 Мәнімен мазмұны дұрыс емес қазақ тілінің қадірін кетіріп тұратын жарнамаларды болдырмау мақсатында мемлекеттік қызметті көрсетуші (услугодатель) орган ретінде «Тіл» салалық басқармаларды және де бөлімдерді қосуға қатысты Сіздің

пікіріңіз қандай? Қолдаймын 18, Қажеті жоқ 2, Қарсымын 0, Өз ойым 2;

17 Орнатылатыны барлығы бір сыртқы (көрнекі) жарнама болуына байланысты республикалық, облыстық, аудандық маңызы бар жолдар және де елді мекендердің ішкі көшелері деп бөліп жармай жалпы пайдаланымдағы автомобиль жолының (тиісінше) меншік иесінің жол (эксплуатация талаптары және т.б) теліміне қатысты келісімі негізінде және де тіл саласына (қазақ-тілі, орыс-тілі және де ағылшын-тіліндегі мәтіндердің дұрыстығына және т.б) жауапты мемлекеттік органның келісімі негізінде «қала, кент, немесе ауылдық округ әкімі аппараттары» көрсететін бір мемлекеттік көрсетілетін қызмет (госуслуга) ретінде өзгертуге Сіздің пікіріңіз қандай? Қолдаймын. Қала, кент немесе ауылдық округ әкімдері себебі жарнама салығы есебінен жергілікті бюджетті көтеру мүмкіндіктері мол 18, Қажеті жоқ 1, Қарсымын 2, Өз ойым 1;

18 Қолдау тауып жатса жаңа мемлекеттік көрсетілетін қызметтің атауын «Сыртқы (көрнекі) жарнама нысанын халықаралық, республикалық, облыстық және аудандық маңызы бар жалпы пайдаланымдағы автомобиль жолдарының және де елді мекендердің ішкі көшелерінің бөлінген белдеуінде орналастыруды келісу" деп атауға Сіздің пікіріңіз қандай? Қолдаймын 15, Қажеті жоқ 2, Қарсымын 2, Өз ойым 1;

1 - 1

Қостанай облысының әкімшілігі
Қостанай облысының Жолаушылар көлігі
және автомобиль жолдары басқармасы



Акимат Қостанайской области
Управление пассажирского транспорта и
автомобильных дорог Костанайской
области

Қостанай Қ.Ә., Қостанай қ

Қостанай Г.А., г.Қостанай

Номер: KZ79VAW00019583

Срок действия с: 27.06.2019
Срок действия по: 26.06.2020

**Паспорт
на размещение наружной (визуальной) рекламы в полосе отвода автомобильных дорог
общего пользования областного и районного значения**

на основании представленных документов разрешается:

ИП Казиева Зульфия Сапаровна 110000, Республика Казахстан, Костанайская область, Костанай Г.А., г.
Костанай, УЛИЦА Ю.Гагарина, дом № 223, 230 БИН/ИНН: 761013400176

(наименование заявителя, его юридический адрес)

размещение Указатель общей площадью 18 кв.м
(вид и площадь объекта наружной (визуальной) рекламы)

в количестве 1 единицы, расположенной по адресу: полоса отвода а/д "Подъезд к аэропорту 6 км"
(место расположения)

Ежемесячный размер платы в сумме **10 МРП**

Примечание: за нарушение требований к размещению (установке) и технической эксплуатации объектов наружной (визуальной) рекламы заявитель несет ответственность в соответствии с действующими законодательными актами Республики Казахстан.

И.о. руководителя управления **Костоков Алексей Анатольевич**



23 сурет- Қостанай облысынан келген өтініштің қағидаға сәйкес келмейтіндігі туралы ақпарат.

Ескертпе - автор [17] дереккөз негізінде құрастырған.

Магистрлік жобаның міндеттеріне сәйкес жарнама саласындағы мемлекеттік көрсетілетін қызметтерді жетілдіру бойынша практикалық ұсынымдар әзірледік, олар төменде келтірілген.

Ұсыныстар:

- ✓ Жалпы «Жарнама» саласындағы жүйені толық өзгерту, саланы цифрландыру;
- ✓ «Елді мекендердің ішкі көшелеріне сыртқы жарнаманы орналастыру» туралы ХАБАРЛАМА (*Е-өтініш порталы*) жіберу тәртібінде жүзеге асырылатын жергілікті органдардың функцияларынан «Мемлекеттік көрсетілетін қызмет (*госслужба*)» түріне ауыстыру;
- ✓ Территория әкімшіліктері жарнама салығын төлеттіруге мүдделі, толық цифрландырылған портал болса неге мүмкіндік бермеске себебі жарнама салығы есебінен жергілікті бюджетті көтеру мүмкіндіктері мол. Аудандық архитектура бөлімдері, себебі елді мекеннің келбетін қалыптастыруға мүдделі болғанымен жарнама салығын төлеттіруге мүдделі емес, территория әкімшіліктеріне сілтейді өздері жинап алсын деп. Қолдау тауып жатса жаңа мемлекеттік көрсетілетін қызметке жауапты орган лицензиар ретінде қала, кент немесе ауылдық округі әкімі аппараттарын бекіту, себебі ҚР Үкіметінің 2014 жылғы №148 қаулысының 3-тармағында елді мекеннің ішкі көшелері олардың теңгерімінде болуы керек деп көрсетілген. Қала, кент немесе ауылдық округі әкімі аппараттары: Сыртқы (*көрнекі*) жарнамаға рұқсат қағазды (*разрешительный документ*) алдыруға және де жарнама салығын төлеттіруге де мүдделі бір орган; Сыртқы (*көрнекі*) жарнама объектілерін орналастыруды келісуге қатысты үгіт-насихат, ақпараттандыру жұмыстарын кімдер жүргізгені дұрыс. Мемлекеттік қызметті көрсетуші (*Услугодатель*) орган "ҚазАвтоЖол"-дың және де басқармалардың жергілікті жердегі жарнамаларға қарауға уақыттары бола бермейді,
- ✓ Өтініш қалдырғанда мекенжай, нақтырақ жол (неправильно указан дорожный участок) телімі дұрыс таңдалмады деген сипаттағы бас тартуларды болдырмау мақсатында Порталды (*жол учаскесін нақтырақ оның шақырымы оңай көрсетіліп тұратындай*) цифрландыру қажет;
- ✓ Өтініш қалдырғанда мекенжай нақтырақ жол (*неправильно указан дорожный участок*) телімі дұрыс таңдалуы үшін Е-лицензия порталымен «Мемградкадастр» РМК теңгеріміндегі «геопорталмен» интеграция жасау: Себебі, сол геопорталға республикалық, облыстық, аудандық маңызы бар жолдар және де елді мекендердің ішкі көшелері схемалары (*мәліметтері*) меншік иелері тарапынан (*енгізілуде*) енгізілген.
- ✓ «Жарнама» саласына қатысты түпкілікті жауапты орган болып табылуына орай «қала, кент немесе ауылдық округ әкімі аппаратына» жарнама саласына жауап беретін жаңадан «бас маман немесе жетекші маман» мемлекеттік қызметші (*например: главный специалист по рекламе*) штатын ашу: Қала, кент немесе ауылдық округ әкімдері, себебі жарнама салығы есебінен жергілікті бюджетті көтеру мүмкіндіктері мол. Жарнама саласы тек бір мемлекеттік органнан реттеледі. Жарнамаларға рұқсат беруден бастап, төлеттіруге дейін барлық жұмыстарды осы бір мемлекеттік қызметші атқаратын болады.

- ✓ Жеке және заңды тұлғалар тарапынан өтініш жіберу сәтінде соңғы сатысында ҚР Салық заңнамасының 603, 604, 605, 606-баптарының талаптарына орай, жарнаманы орналастырудың алғашқы айы үшін төлем жүргізу кезінде жол немесе көше түріне сәйкес бюджеттік сыныптама коды (*КБК*) және де жарнаманың шаршы метріне сәйкес айлық есептік көрсеткіш (*МРП*) саны автоматты түрде айқындалып төлем шлюздері арқылы екінші деңгейлі банктердің (*мысалы: Kaspi QR*) карталарымен төлем жасайтындай мүмкіндіктер (*цифрландыруға*) қалыптастыру;
- ✓ Аудандық тұрғын үй бөлімдерінің мамандары (*мысалы: КБК 201509*) бюджеттік сыныптама кодтарына сәйкес «Ақпараттық есептеу орталығы» АҚ-на қарасты gosreestr.kz порталы арқылы тұрғын үй келісім-шарттарын тіркеу арқылы тұрғын үй арендасының төлемдерін мониторинг жасап бақылау (*әрбір айы бойынша жеке-жеке*) жүргізе алады. Оосы сияқты рұқсат беру қағаздарын «Ақпараттық есептеу орталығы» АҚ-на қарасты gosreestr.kz порталы арқылы тіркеу арқылы тұрғын үй жарнаманы орналастырғаны үшін бюджетке төленетін төлемдерін мониторинг жасап бақылау;
- ✓ Мәнімен мазмұны дұрыс емес қазақ тілінің қадірін кетіріп тұратын жарнамаларды болдырмау мақсатында мемлекеттік қызметті көрсетуші (*услугодатель*) орган ретінде «Тіл» салалық басқармаларды және де бөлімдерді қосу;
- ✓ Орнатылатыны барлығы бір сыртқы (*көрнекі*) жарнама болуына байланысты республикалық, облыстық, аудандық маңызы бар жолдар және де елді мекендердің ішкі көшелері деп бөліп жармай жалпы пайдаланымдағы автомобиль жолының (*тиісінше*) меншік иесінің жол (*эксплуатация талаптары және т.б*) учаскесіне қатысты келісімі негізінде және де тіл саласына (*қазақ-тілі, орыс-тілі және де ағылшын-тіліндегі мәтіндердің дұрыстығына және т.б*) жауапты мемлекеттік органның келісімі негізінде «қала, кент, немесе ауылдық округ әкімі аппараттары» көрсететін бір мемлекеттік көрсетілетін қызмет (*госуслуга*) ретінде өзгерту;
- ✓ Қолдау тауып жатса жаңа мемлекеттік көрсетілетін қызметтің атауын өзгерту;
- ✓ Жарнама объектірінде QR – кодтарды нөмірлеу немесе орналастыру арқылы сыртқы (*көрнекті*) жарнаманы орналастырғаны үшін төлемақыны әкімшілендіру рәсімін оптимзаицялау мүмкіндігін қарастыру;
- ✓ ҚР ҚМ 2019 жылғы 28 наурыздағы №271 бұйрығының күшін жою цифрландыру заманында ақпараттарды қолмен енгізу заман талабына сай емес.
- ✓ ҚР ИИДМ 2019 жылғы 6 маусымдағы №371 бұйрығына өзгерістер толықтырулар енгізу.

Қорытынды

Жарнама – бұл маркетинг құралының бірі. Жарнаманың негізгі міндеті – фирма немесе жаңа өнім туралы қоғамды ақпараттандыру. Сондықтан жарнама уақыт өткен сайын бизнес табысының қажетті шарттарының бірі болып отыр.

Қазақстанда жарнама саласына жалпы басшылықты «Жарнама туралы» Заңға сәйкес ҚР ҰЭМ жүзеге асырады.

Бұл ретте хабарламада жарнаманы орналастыру кезеңі мен орны туралы мәліметтер және оның сипаттамасы, сондай-ақ жарнаманы орналастырғаны үшін ақы төленгенін растайтын құжат көрсетіледі.

Осылайша, Қазақстан Жарнама саласын түрлі мемлекеттік органдар реттейтін елдердің қатарына кіреді.

Мәселен, «ҚР ҰЭМ мәселелері» туралы ҚР Үкіметінің 2014 жылғы 24 қыркүйектегі №1011 қаулысымен бекітілген Ережеге сәйкес, салық және бюджет саясаты салаларында, оның ішінде ҚР салық заңнамасына өзгерістер енгізу бойынша мемлекеттік саясатты қалыптастыру мәселесі ҚР ҰЭМ құзыретіне жатады.

Осылайша, жарнама саласында жалпы басшылықты және салааралық үйлестіруді жүзеге асыратын уәкілетті орган ҚР ҰЭМ болып табылады, ал облыстық маңызы бар аумақтар жарнама саласындағы уәкілетті орган жергілікті атқарушы органдар болып табылады, тиісінше жергілікті атқарушы органмен әрбір жарнама объектісінде QR-кодтарды қолдану бөлігінде жарнама саласындағы уәкілетті органның атына сыртқы (көрнекі) жарнаманы орналастырғаны үшін төлемақы төлеушінің жіберген хабарламасында жасаулы қажет.

Бұл өзгертулер алдағы уақытта әкімшілендіру рәсімін оңайлату және сыртқы (көрнекі) жарнаманы орналастыру үшін төлемнің бюджетке уақтылы, толық түсуі мақсатында жолданатын болады.

Жарнама саласына қатысты мемлекеттік көрсетілетін қызмет қағиадасында жалпы пайдаланымдағы жолдың «индексі» енгізілмеген, жолдың «индексін» таңдау мүмкіндіктерін таңдауды заң аясында қарастыруды ұсынамын. Е-лицензия ақпараттық жүйесін ҚР ИИДМ Құрылыс және тұрғын үй-коммуналдық шаруашылық істері комитетіне қарасты «геопортал» мен интеграция жасау тетіктерін қарау себебі аталған қызметті алушы өтініш қалдыратын сәтте жолды ешқандай картадан көрсете алмайды тек атауын жазып кетеді, сондықтан жолдың қайда орналасқанын картадан таңдау мүмкіндіктері болуы қажет деп ойлаймын. Бұл процес өңірлердің салық түсімін көтеруге ықпалын тигізер еді деп санаймын.

Пайдаланылған дереккөздер тізімі:

- 1 Сафарова Т.С, Жанузакова Л.Т, Аубакирова И.У, Мониторинг законодательства Республики Казахстан в сфере государственных и социальных услуг: проблемы теории и практики. Монография. - Алматы: Институт законодательства Республики Казахстан", 2013, - 300 бет;
- 2 Муксимов С.С, Майдырова А.Б, Совершенствование процесса оказания государственных услуг в Республике Казахстан. Научная монография - Астана: Академия государственного управления при Президенте Республике Казакстан, 2015, - 210 бет.
- 3 Мемлекеттік органның жеке және заңды тұлғаларымен өзара іс-қимылын операциялық бағалау әдістемесі // «Әділет» Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-құқықтық жүйесі. – URL: <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/V2100022599>. Жүгіну күні 09.02.2023.
- 4 Бове К.Л. Современная реклама: пер. с англ. – Тольятти: Довгань, 2010. – 134 с;
- 5 Васильев Г.А., Поляков В.А. Основы рекламы. – М.: Вузовский учебник, 2014, -14 стр;
- 6 Қазақстан Республикасының Кәсіпкерлік Кодексі // «Әділет» Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-құқықтық жүйесі. – URL: <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/K1500000375>. Жүгіну күні 09.02.2023.
- 7 Формирование рынка рекламы://–URL:<http://spishi.kz/838-formirova№ie-ry№ka-reklamy.html>;
- 8 Большая советская энциклопедия (В 30 томах)/гл. ред. А. М. Прохоров. – 3-е изд. – М : Советская энциклопедия, 1975. – Т. 21. – С. 611;
- 9 Қазақ Совет энциклопедиясы / Бас ред. М. Қ. Қаратаев. – Алматы : Қазақ Совет Энциклопедиясының Бас редакциясы, 1974. – 4 т. – 314 б;
- 10 Қазақстан. Ұлттық энциклопедия / Бас ред. Ә. Нысанбаев. – Алматы; «Қазақ энциклопедиясының» Бас редакциясы, 2001. – 3 т. – 585 б;
- 11 Насимов М. О. Image of the country and the city on the example of the Republic of Kazakhstan and Astana // Молодой ученый. – 2013. –№ 5, Т. III;
- 12 Ожегов С. И. Словарь русского языка: 70 000 слов / под ред. Н. Ю. Шведовой. – 21-е изд., перераб. и доп. – М. : Рус. яз., 1989-с-587;
- 13 Hopkins C. Skientific advertising. – N. Y. : Crow№, 1966. – P. 3.
- 14 ҚР 2003 жылғы 19 желтоқсандағы Жарнама туралы Заңы // «Әділет» Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-құқықтық жүйесі. – URL: <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/Z030000508>. Жүгіну күні 13.03.2023.
- 15 ҚР 2017 жылғы 25 желтоқсандағы «Салық және бюджетке төленетін басқа да міндетті төлемдер туралы (салық кодексі)» Заңы. // «Әділет» Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-құқықтық жүйесі. – URL: <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/K1700000120> Жүгіну күні 13.03.2023.
- 16 ҚР ҚМ 2019 жылғы 28 наурыздағы «Сыртқы (көрнекі) жарнаманы орналастырғаны үшін төлемақы төлеушілер, сомаларды, сыртқы (көрнекі)

жарнаманың орналастырылу кезеңі мен орны, хабарламаның жіберілгені (*жіберілмегені*) туралы мәліметтің нысаны бекіту туралы» №271 бұйрығы // «Әділет» Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-құқықтық жүйесі. – URL: <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/V1900018466>. Жүгіну күні 03.04.2023.

17 ҚР ИИДМ 2019 жылғы 6 маусымдағы «Сыртқы (*көрнекі*) жарнама объектілерін халықаралық, республикалық, облыстық және аудандық маңызы бар жалпыға ортақ пайдаланылатын автомобиль жолдарының бөлінген белдеуінде орналастыру қағидаларын бекіту туралы» №371 бұйрығы // «Әділет» Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-құқықтық жүйесі. – URL: <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/V1900018803>. Жүгіну күні 03.04.2023.

18 «Сыртқы (*көрнекі*) жарнаманы аудандық маңызы бар қалалар, ауылдар, кенттер аумағы шегінде республикалық және облыстық маңызы бар жалпыға ортақ пайдаланылатын автомобиль жолдарының бөлінген белдеуіндегі жарнаманы тұрақты орналастыру объектілерінде, сондай-ақ аудандық маңызы бар жалпыға ортақ пайдаланылатын автомобиль жолдарының бөлінген белдеуіндегі жарнаманы тұрақты орналастыру объектілерінде, аудандық маңызы бар қалалардағы, ауылдардың, кенттердегі үй-жайлардың шегінен тыс ашық кеңістікте және ауданда тіркелген көлік құралдарында орналастырғаны үшін төлемақыны есептеу және төлеу қағидаларын, сондай-ақ мөлшерлемелерін бекіту туралы» Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2013 жылғы 4 қазандағы №1055 қаулысы // «Әділет» Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-құқықтық жүйесі. – URL: <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/P1600000419>. Жүгіну күні 03.04.2023.

19 ҚР 2014 жылғы 5 шілдедегі Әкімшілік құқық-бұзушылық туралы Кодексі // «Әділет» Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-құқықтық жүйесі. – URL: <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/K1400000235>. Жүгіну күні 10.04.2023.

20 ҚР 2020 жылғы 29 маусымдағы «Қазақстан республикасының әкімшілік рәсімдік-процестік кодексі» «Әділет» Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-құқықтық жүйесі. – URL: <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/K2000000350>. Жүгіну күні 10.04.2023.

21 ҚР 2014 жылғы 16 мамырдағы «Рұқсаттар және хабарламалар туралы» Заңы // «Әділет» Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-құқықтық жүйесі. – URL: <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/Z1400000202>. Жүгіну күні 10.04.2023.

22 ҚР 2013 жылғы 15 сәуірдегі Мемлекеттік көрсетілетін қызметтер туралы Заңы // «Әділет» Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-құқықтық жүйесі. – URL: <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/Z1300000088>. Жүгіну күні 17.04.2023.

23 ҚР Президентінің 2021 жылғы 26 ақпандағы «Қазақстан Республикасында мемлекеттік басқаруды дамытудың 2030 жылға дейінгі тұжырымдамасын бекіту туралы» Жарлығы // «Әділет» Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-құқықтық

- жүйесі. – URL: <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/U2100000522>. Жүгіну күні 17.04.2023.
- 24** ҚР 2001 жылғы 17 шілдедегі Автомобиль жолдары туралы Заңы // «Әділет» Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-құқықтық жүйесі. – URL: <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/Z010000245>. Жүгіну күні 17.04.2023.
- 25** ҚР 2003 жылғы 20 маусымдағы Жер кодексі // «Әділет» Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-құқықтық жүйесі. – URL: <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/K030000442>. Жүгіну күні 17.04.2023.
- 26** ҚР ЦДМАӨМ 2020 жылғы 31 қаңтардағы «Мемлекеттік көрсетілетін қызметтер тізілімін бекіту туралы» бұйрығы // «Әділет» Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-құқықтық жүйесі. – URL: <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/V2000019982>. Жүгіну күні 08.05.2023.
- 27** ҚР 2015 жылғы 23 қарашадағы мемлекеттік қызметі туралы Заңы // «Әділет» Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-құқықтық жүйесі. – URL: <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/Z1500000416>. Жүгіну күні 08.05.2023.
- 28** ҚР 1995 жылы 30 тамызда қабылданған Конституциясы // «Әділет» Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-құқықтық жүйесі. – URL: <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/K950001000>. Жүгіну күні 15.05.2023.
- 29** Қалыбекова Д.Б. Салық жәнесалық салу: Оқу құралы. Алматы: Экономика, 2012 ж. – 320б;
- 30** Попов Е.М. Налог и налогообложение: Учебное пособие. Минск: Вышшк., 2013 г. – 319с;
- 31** Сұлтанова Б.Б. Салық есебі: Оқу құралы. Алматы: Экономика, 2008 ж. – 240б;
- 32** Үмбетәлиев А.Д., Керімбек Ғ.Е. Салық жәнесалық салу: Оқулық. Алматы: Экономика, 2006 ж.– 864б;
- 33** Қазақстан. Ұлттық энциклопедия 7 том/Бас ред. Б. Аяған. – Алматы: «Қазақ энциклопедиясының» Бас редакциясы, 2005ж. – 728 б.
- 34** Худяков, А. И. Налоги : понятие, элементы, установление, виды. Алматы : ТОО Баспа, 1998 г.- 160 с.
- 35** Жақыпбеков Д.С. Қазақстандық кәсіпорындардағы салық салу, салық есебі мен есептілігін ұйымдастыру: Оқу құралы. Алматы: Экономика, 2009 ж. – 354б.

Қосымшалар:

**ҚР Президенті жанындағы Мемлекеттік басқару
Академиясы
Басқару институты
Директорат отырысы**

№ 27 Хаттамасының көшірмесі

«26» мамыр 2023 жыл

Астана қ.

Қатысқандар: **Төраға:** З.С. Гаипов – Институт директоры, А.Б. Зейнелгабдин – профессор, Л.И. Кусаинова – профессор, А.З. Туралин – доцент, Д.Ж. Кенесбаева – профессор, Е.С. Қылбаев – доцент, Г.К. Укибаева – доцент, А.К. Аронов – аға оқытушы, Е.О. Ермекбаева – ассистент, М.Т. Рахымова – ассистент, К.Т. Курманғалиева – аға әдіскер.

Хатшы: С.Р. Коржимбекова – аға әдіскер.

КҮН ТӘРТІБІ:

4. Тыңдаушылардың жоба бойынша сауалнамаларын бекіту.

ТЫНДАЛДЫ:

4. Тыңдаушылардың жоба бойынша сауалнама, анкета, әлеуметтік, сарапшылық сауалнама және сұхбат сұрақтарын бекітуге Институт директоры профессорлық-оқытушы құраммен талқыға салды. Әр тыңдаушылардың сауалнама сұрақтары профессор А.А. Тынышбаеваның нұсқаулығымен құрастырылды. Магистранттардың ғылыми жетекшілері өз пікірін білдірді. Директорат мүшелері сауалнама нысанының зерттеу жұмысы барысындағы зерттеу нәтижесіне үлес қосар маңыздылығы бойынша өз тұжырымдамаларын ұсынды. Магистранттардың әлеуметтік зерттеу бағдарламасы және сарапшылық сауалнамаларын, эксперттік сұхбат сұрақтарын бекіту дауысқа салынды:

«Қолдағандар – 15, Қарсы болғандар – жоқ, Қалыс қалғандар – жоқ.»

№	Аты-жөні	Тобы	Сауалнама	Ғылыми жетекші
1	Данабеков Е.Т.	MHRM-22	Сауалнама сұрақтары	Г.Б. Нурбекова
2	Жакслыков Е.Е.	MPP-22	Сауалнама сұрақтары	А.А. Тынышбаева
3	Алипбеков А.Ж.	MPP-22	Сауалнама сұрақтары	А.З. Туралин
4	Касымова А.К.	MPP-22	Әлеуметтік сауалнама	Г.А. Джунусбекова
5	Кадралиев Д.К.	MPP-22	Анкета сұрақтары	Е.Қ. Әбіл

6	Боранбайқызы А.	MPP-22	Әлеуметтік сауалнама	А.А. Тынышбаева
7	Елтаев Б.Е.	MPP-22	Сауалнама сұрақтары	С.И. Рустамбеков
8	Есетова Б.	MPP-22	Сауалнама және эксперттік интервью сұрақтары	М.Н. Абдыкаликова
9	Кабылганиева М.Б.	MPP-22	Сауалнама сұрақтары	А.А. Тынышбаева
10	Бекжигитова Д.П.	MPP-22	Терендетілген сұхбат сұрақтары	К.К. Садыкова
11	Турлыбекова А.Е.	MPP-22	Экспертті сұхбат сұрақтары	М.Н. Абдыкаликова
12	Искалиева А.Ш.	MPP-22	Экспертті сұхбат сұрақтары	К.К. Садыкова
13	Шоканов М.С.	MRD-22	Әлеуметтік сауалнама	А.А. Орсариев
14	Ералина С.Х.	MRD-22	Сауалнама және сұхбат сұрақтары	Ж.К. Каримова
15	Макиш С.М.	MRD-22 mod.	Сауалнама сұрақтары	Д.Ж. Кенесбаева
16	Едилова В.	MPP-21	Әлеуметтік сауалнама	А.Т. Бектурова
17	Джумагулова А.	MHRM-21	Сауалнама сұрақтары	Д.М. Мухияева
18	Утепова Г.	DPA-2021	Экспертті сұхбат сұрақтары	Р. Исмаилова
19	Мұқаш Н.	MPP-22	Экспертті сұхбат сұрақтары	Е.Қ. Әбіл
20	Сюндиков К.Ж.	MPP-22	Әлеуметтік сауалнама және сұхбат сұрақтары	Т.Ж. Таскужин
21	Досболов Ж.	MRD-22 mod.	Эксперттік сауалнама	Ж.В. Жугунисова

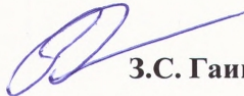
Қаулы етілді:

Басқару институты тыңдаушыларының төмендегі кесте бойынша сауалнама, сұхбат, экспертті сұхбат сұрақтары, әлеуметтік зерттеу бағдарламасы бекітілсін.

№	Аты-жөні	Тобы	Сауалнама	Ғылыми жетекші	Бекітуге рұқсат
1	Данабеков Е.Т.	MHRM-22	Сауалнама сұрақтары	Г.Б. Нурбекова	Рұқсат берілді
2	Жакслыков Е.Е.	MPP-22	Сауалнама сұрақтары	А.А. Тынышбаева	Рұқсат берілді
3	Алипбеков А.Ж.	MPP-22	Сауалнама сұрақтары	А.З. Туралин	Рұқсат берілді
4	Касьмова А.К.	MPP-22	Әлеуметтік сауалнама	Г.А. Джунусбекова	Рұқсат берілді
5	Кадралиев Д.К.	MPP-22	Анкета сұрақтары	Е.Қ. Әбіл	Рұқсат берілді
6	Боранбайқызы А.	MPP-22	Әлеуметтік	А.А. Тынышбаева	Рұқсат

			сауалнама		берілді
7	Елтаев Б.Е.	MPP-22	Сауалнама сұрақтары	С.И. Рустамбеков	Рұқсат берілді
8	Есетова Б.	MPP-22	Сауалнама және эксперттік интервью сұрақтары	М.Н. Абдыкаликова	Рұқсат берілді
9	Кабылганиева М.Б.	MPP-22	Сауалнама сұрақтары	А.А. Тынышбаева	Рұқсат берілді
10	Бекжигитова Д.П.	MPP-22	Терендетілген сұхбат сұрақтары	К.К. Садыкова	Рұқсат берілді
11	Турлыбекова А.Е.	MPP-22	Экспертті сұхбат сұрақтары	М.Н. Абдыкаликова	Рұқсат берілді
12	Искалиева А.Ш.	MPP-22	Экспертті сұхбат сұрақтары	К.К. Садыкова	Рұқсат берілді
13	Шоканов М.С.	MRD-22	Әлеуметтік сауалнама	А.А. Орсариев	Рұқсат берілді
14	Ералина С.Х.	MRD-22	Сауалнама және сұхбат сұрақтары	Ж.К. Каримова	Рұқсат берілді
15	Макиш С.М.	MRD-22 mod.	Сауалнама сұрақтары	Д.Ж. Кенесбаева	Рұқсат берілді
16	Едилова В.	MPP-21	Әлеуметтік сауалнама	А.Т. Бектурова	Рұқсат берілді
17	Джумагулова А.	MHRM-21	Сауалнама сұрақтары	Д.М. Мухияева	Рұқсат берілді
18	Утепова Г.	DPA-2021	Экспертті сұхбат сұрақтары	Р. Исмаилова	Рұқсат берілді
19	Мұқаш Н.	MPP-22	Экспертті сұхбат сұрақтары	Е.Қ. Әбіл	Рұқсат берілді
20	Сюндиков К.Ж.	MPP-22	Әлеуметтік сауалнама және сұхбат сұрақтары	Т.Ж. Таскужин	Рұқсат берілді
21	Досболов Ж.	MRD-22 mod.	Эксперттік сауалнама	Ж.В. Жугунисова	Рұқсат берілді

Төраға

 **З.С. Гаипов**

Хатшы

 **С.Р. Коржимбекова**

Эксперттік сауалнама

Тақарыбы: «Сыртқы (көрнекі) жарнама объектілерін орналастыруды келісуге және орналастырылғаны үшін төлемақыны төлетуге қатысты тетіктерді жетілдіру».

Қарым-қатынас түрі: Е-өтініш бірыңғай платформасы арқылы.

1	Эксперттік сауалнаманы өткізуші:	Қазақстан Республикасы Президентінің жанындағы Мемлекеттік басқару Академиясының «Өңірлік даму» мамандығының магистранты Ж.Досболов.
2	Респондент түрі:	Мемлекеттік қызметті көрсетуші (<i>услугодатель</i>).
3	Респондент ретінде сауалнамаға қатысатын жеке немесе заңды тұлға (<i>ИП, ТОО, ГУ</i>) атауы?	
4	Респондент жұмыс жасайтын немесе қызмет көрсететін өңір (<i>облыс, қала</i>) атауы?	
5	Жалпы «Жарнама» саласындағы жүйені толық өзгертуге деген Сіздің пікіріңіз қандай?	Қолдаймын. Қажеті жоқ. Қарсымын. Өз ойым: _____
6	Жалпы «Жарнама» саласын цифрландыруға қатысты Сіздің пікіріңіз қандай?	Қолдаймын. Қажеті жоқ. Қарсымын. Өз ойым: _____
7	Жарнама таратушы жеке және заңды тұлғалар лицензиат ретінде рұқсат қағазын алуға немесе хабарлама жіберуге не себепті мүдделі емес деп ойлайсыз?	Мемлекеттік органдардың штат сандарының қысқаруына орай мемлекеттік бақылаудың аздығы. Салықтан қашады. Е-лицензия, Е-өтініш порталдары арқылы жұмыс істегілері келмейді. Ақпараттандыру жұмыстары аз. Өз ойым: _____
8	«Елді мекендердің ішкі көшелеріне сыртқы (көрнекі) жарнаманы орналастыру» туралы ХАБАРЛАМА (Е-өтініш порталы) жіберу тәртібінде жүзеге асырылатын жергілікті органдардың функцияларынан «Мемлекеттік көрсетілетін қызмет (<i>госслужба</i>)» түріне ауыстыруға Сіздің пікіріңіз қандай?	Қолдаймын. Қажеті жоқ. Қарсымын. Өз ойым: _____
9	Қолдау тауып жатса жаңа мемлекеттік көрсетілетін қызметке жауапты орган	Қала, кент немесе ауылдық округі әкімі аппараттары, себебі Қазақстан Республикасы

	лицензиар ретінде қандай жергілікті атқарушы органды ұсынар едіңіз?	<p>Үкіметінің 2014 жылғы 24 ақпандағы №148 қаулысының 3-тармағында елді мекеннің ішкі көшелері олардың теңгерімінде болуы керек деп көрсетілген.</p> <p>Аудандық жол бөлімдері.</p> <p>Аудандық архитектура бөлімдері.</p> <p>Өз ойым: _____</p>
10	Қолдау тауып жатса жаңа мемлекеттік көрсетілетін қызметке жауапты орган лицензиар ретінде «Қала, кент немесе ауылдық округі әкімі аппараттарын» ұсынуға Сіздің пікіріңіз қандай?	<p>Қолдаймын: Территория әкімшіліктері жарнама салығын төлеттіруге мүдделі, толық цифрландырылған портал болса неге мүмкіндік бермеске себебі жарнама салығы есебінен жергілікті бюджетті көтеру мүмкіндіктері мол.</p> <p>Қарсымын: Аудандық деңгейдегі органдар болғаны дұрыс.</p> <p>Өз ойым: _____</p>
11	Қолдау тауып жатса жаңа мемлекеттік көрсетілетін қызметке жауапты орган лицензиар ретінде аудандық архитектура бөлімдерін ұсынуға Сіздің пікіріңіз қандай?	<p>Қарсымен: Аудандық архитектура бөлімдері, себебі елді мекеннің келбетін қалыптастыруға мүдделі болғанымен жарнама салығын төлеттіруге мүдделі емес, территория әкімшіліктеріне сілтейді өздері жинап алсын деп. Қажет емес.</p> <p>Қолдаймын: Аудандық архитектура бөлімдері себебі қаланың келбетін қалыптастыруға мүдделі.</p> <p>Өз ойым: _____</p>
12	Сыртқы (көрнекі) жарнамаға рұқсат қағазды (разрешительный документ) алдыруға және де жарнама салығын төлеттіруге де мүдделі бір (единый) орган ретінде қайсысын таңдайсыз?	<p>Қала, кент немесе ауылдық округі әкімі аппараттары.</p> <p>Аудандық жол бөлімдері.</p> <p>Аудандық архитектура бөлімдері.</p> <p>Өз ойым: _____</p>
13	Сыртқы (көрнекі) жарнама объектілерін орналастыруды келісуге қатысты үгіт-насихат, ақпараттандыру жұмыстарын кімдер жүргізгені дұрыс деп санайсыз?	<p>Қала, кент немесе ауылдық округ әкімдері, себебі жарнама салығы есебінен жергілікті бюджетті көтеру мүмкіндіктері мол.</p> <p>Мемлекеттік қызметті көрсетуші (услугодатель) органдардың барлығы ("ҚазАвтоЖол" ҰК облыстық филиалдарының өкілдері, облыстық жол басқармаларының мамандары, аудандық жол бөлімдерінің мамандары) жүргізгені дұрыс себебі Е-лицензия порталында ресми жауапты солар береді.</p> <p>Мемлекеттік қызметті көрсетуші (Услугодатель) орган нақтырақ аудандық жол бөлімдерінің мамандары жүргізгені дұрыс себебі "ҚазАвтоЖол"-дың және де басқармалардың жергілікті жердегі жарнамаларға қарауға уақыттары бола бермейді, ал олар сол аумақта</p>

		жұмыс жасайды, бірақ жарнама салығын төлеттіруге мүдделі емес. Өз ойым: _____
14	Өтініш қалдырғанда мекенжай, нақтырақ жол (<i>неправильно указан дорожный участок</i>) телімі дұрыс таңдалмады деген сипаттағы бас тартуларды болдырмау мақсатында Сіз не ұсынасыз?	Порталды (<i>жол телімі нақтырақ оның шақырымы оңай көрсетіліп тұратындай</i>) цифрландыру қажет. Қажет емес осылай қалғаны дұрыс. Қажет адам өзіне керек болған жол түрін немесе көше атауын жаттап алсын. Өз ойым: _____
15	Өтініш қалдырғанда мекенжай нақтырақ жол (<i>неправильно указан дорожный участок</i>) телімі дұрыс таңдалуы үшін Е-лицензия порталымен «Мемградкадастр» РМК теңгеріміндегі «геопорталмен» интеграция жасауға Сіздің пікіріңіз қандай?	Қолдаймын. Себебі, сол геопорталға республикалық, облыстық, аудандық маңызы бар жолдар және де елді мекендердің ішкі көшелері схемалары (<i>мәліметтері</i>) меншік иелері тарапынан (<i>енгізілуде</i>) енгізілген. Қажеті жоқ. Қарсымын. Өз ойым: _____
16	«Жарнама» саласын жеке-дара сала ретінде бөліп көңіл бөлінуі керек дегенге Сіздің пікіріңіз қандай?	Қолдаймын. Қажеті жоқ. Қарсымын. Өз ойым: _____
17	«Жарнама» саласына қатысты түпкілікті жауапты орган болып табылуына орай «қала, кент немесе ауылдық округ әкімі аппаратына» жарнама саласына жауап беретін жаңадан «бас маман немесе жетекші маман» мемлекеттік қызметші (<i>например: главный специалист по рекламе</i>) штатын ашуға деген Сіздің пікіріңіз қандай?	Қолдаймын. Қала, кент немесе ауылдық округ әкімдері, себебі жарнама салығы есебінен жергілікті бюджетті көтеру мүмкіндіктері мол. Жарнама саласы тек бір мемлекеттік органнан реттеледі. Жарнамаларға рұқсат беруден бастап, төлеттіруге дейін барлық жұмыстарды осы бір мемлекеттік қызметші атқаратын болады. Қажеті жоқ. Қарсымын. Өз ойым: _____
18	Жеке және заңды тұлғалар тарапынан өтініш жіберу сәтінде соңғы сатысында ҚР Салық заңнамасының 603, 604, 605, 606-баптарының талаптарына орай, жарнаманы орналастырудың бірінші айы үшін төлем жүргізу кезінде жол немесе көше түріне сәйкес бюджеттік сыныптама коды (<i>КБК</i>) және де жарнаманың шаршы метріне сәйкес айлық есептік көрсеткіш (<i>МРП</i>) саны автоматты түрде айқындалып төлем	Қолдаймын. Қажеті жоқ. Қарсымын. Өз ойым: _____

	шлюздері арқылы екінші деңгейлі банктердің <i>(мысалы: Kaspi QR)</i> карталарымен төлем жасайтындай мүмкіндіктер қалыптастыруға <i>(цифрландыруға)</i> Сіздің пікіріңіз қандай?	
19	<p>Аудандық тұрғын үй бөлімдерінің мамандары <i>(мысалы: КБК 201509)</i> бюджеттік сыныптама кодтарына сәйкес «Ақпараттық есептеу орталығы» АҚ-на қарасты gosreestr.kz порталы арқылы тұрғын үй келісім-шарттарын тіркеу арқылы тұрғын үй арендасының төлемдерін мониторинг жасап бақылау <i>(әрбір айы бойынша жеке-жеке)</i> жүргізе алады.</p> <p>Сол себепті gosreestr.kz порталы арқылы рұқсат беру құжаттарын тіркеу арқылы жарнама салығы төлемдерін мониторинг жасауға Сіздің пікіріңіз қандай?</p>	<p>Қолдаймын.</p> <p>Қажеті жоқ.</p> <p>Қарсымын.</p> <p>Өз ойым: _____</p>
20	Мәнімен мазмұны дұрыс емес қазақ тілінің қадірін кетіріп тұратын жарнамаларды болдырмау мақсатында мемлекеттік қызметті көрсетуші <i>(услугодатель)</i> орган ретінде «Тіл» салалық басқармаларды және де бөлімдерді қосуға қатысты Сіздің пікіріңіз қандай?	<p>Қолдаймын.</p> <p>Қажеті жоқ.</p> <p>Қарсымын.</p> <p>Өз ойым: _____</p>
21	Орнатылатыны барлығы бір сыртқы <i>(көрнекі)</i> жарнама болуына байланысты республикалық, облыстық, аудандық маңызы бар жолдар және де елді мекендердің ішкі көшелері деп бөліп жармай жалпы пайдаланымдағы автомобиль жолының <i>(тиісінше)</i> меншік иесінің жол <i>(эксплуатация талаптары және т.б)</i> теліміне қатысты келісімі негізінде және де тіл саласына <i>(қазақ-тілі, орыс-тілі және де ағылшын-тіліндегі мәтіндердің дұрыстығына және т.б)</i> жауапты мемлекеттік органның келісімі негізінде «қала, кент, немесе ауылдық округ әкімі аппараттары» көрсететін бір мемлекеттік көрсетілетін қызмет <i>(госуслуга)</i> ретінде өзгертуге Сіздің пікіріңіз қандай?	<p>Қолдаймын. Қала, кент немесе ауылдық округ әкімдері себебі жарнама салығы есебінен жергілікті бюджетті көтеру мүмкіндіктері мол.</p> <p>Қажеті жоқ.</p> <p>Қарсымын.</p> <p>Өз ойым: _____</p>
22	Қолдау тауып жатса жаңа мемлекеттік көрсетілетін қызметтің атауын «Сыртқы <i>(көрнекі)</i> жарнама объектілерін	<p>Қолдаймын.</p> <p>Қажеті жоқ.</p>

	<p>халықаралық, республикалық, облыстық және аудандық маңызы бар жалпыға ортақ пайдаланылатын автомобиль жолдарының және де елді мекендердің ішкі көшелерінің бөлінген белдеуінде орналастыруды келісу" деп атауға Сіздің пікіріңіз қандай?</p>	<p>Қарсымын. Өз ойым: _____</p>
--	---	-------------------------------------

Эксперттік сауалнамаға қатысқан респондент:

**Лауазымы қолы Ф.И.О (Инициал) күні, айы, жылы.
МО**