

АКАДЕМИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РЕСПУБЛИКИ
КАЗАХСТАН

Институт управления

На правах рукописи

Бугубаев Амангельды Камбарулы

РАЗВИТИЕ ВНУТРЕННЕЙ ТОРГОВЛИ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

Образовательная программа «7М04118 – Региональное развитие»
по направлению подготовки «7М041 Бизнес и управление»

Магистерский проект на соискание степени
магистра бизнеса и управления по образовательной программе
«7М04118- Региональное развитие»

Научный руководитель: _____ Дуламбаева Р.Т., д.э.н., профессор

Проект допущен к защите: « _____ » _____ 2023г.

Директор Института: _____ Гаипов З.С., д.п.н.

Астана, 2023

Содержание

НОРМАТИВНЫЕ ССЫЛКИ.....	3
ОБОЗНАЧЕНИЯ И СОКРАЩЕНИЯ.....	4
ВВЕДЕНИЕ.....	5
ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ.....	7
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	50
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	52

Нормативные ссылки

В настоящем проекте использованы ссылки на следующие нормативные акты:

- Закон Республики Казахстан «О регулировании торговой деятельности» от 12 апреля 2004 года № 544-ІІ;
- Постановление Правительства Республики Казахстан от 1 марта 2010 года № 145 Об утверждении перечня социально значимых продовольственных товаров;
- Закон Республики Казахстан от 8 июля 2005 года № 66. О государственном регулировании развития агропромышленного комплекса и сельских территорий;
- Приказ и.о. Министра национальной экономики Республики Казахстан от 27 марта 2015 года № 264 «Об утверждении Правил внутренней торговли»;
- Предпринимательский кодекс Республики Казахстан от 29 октября 2015 года № 375-V;
- Закон Республики Казахстан «О защите прав потребителей» от 4 мая 2010 года № 274-ІV;
- Закон Республики Казахстан «О техническом регулировании» от 30 декабря 2020 года № 396-VI.

Обозначения и сокращения

МТИ	-	Министерство торговли и интеграции Республики Казахстан
МСХ	-	Министерство сельского хозяйства Республики Казахстан
СПК	-	Социально-предпринимательская корпорация
СЗПТ	-	Социально значимые продовольственные товары
ОРЦ	-	Оптово-распределительный центр
НТС	-	Национальная товаропроводящая сеть

Введение

Торговля является одним из основных видов экономической деятельности, охватывающим обмен товаров, услуг, куплю-продажу, доставку и хранение товаров. Она играет важную роль в обеспечении потребностей населения и стимулировании экономического роста. В Республике Казахстан, как важной экономической силе в Центральной Азии, развитие внутренней торговли является стратегической задачей для обеспечения устойчивого экономического развития и повышения качества жизни населения.

Актуальность данного исследования обусловлена необходимостью развития внутренней торговли на территории Республики Казахстан. Слабо развитая торговая инфраструктура и рост цен на СЗПТ (социально значимые продовольственные товары) создают проблемы для населения. Таким образом, разработка рекомендаций и предложений по улучшению внутренней торговли становится важным вопросом для обеспечения доступности и стабильности цен на товары.

Цель данного магистерского проекта состоит в разработке рекомендаций по развитию внутренней торговли в Республике Казахстан. Для достижения данной цели будут проведены теоретический обзор, изучение достижений и проблем внутренней торговли в Казахстане, а также рассмотрены передовой опыт и международные практики.

В данном проекте будет рассмотрено понятие торговли и ее роль в экономике. Будут исследованы исторические аспекты развития торговли на территории современного Казахстана, начиная с эпохи Великого шелкового пути. Будет проанализировано значение внутренней торговли в современной экономике и выделены различные виды внутренней торговли, включая оптовую и розничную.

Задачи проекта:

- Изучение содержания внутренней торговли Республики Казахстан;
- Анализ развития внутренней торговли в Республике Казахстан;
- Анализ мер по стабилизации цен СЗПТ;
- Изучение мер регулирования внутренней торговли;
- Изучение международного опыта развития внутренней торговли;
- Выявление проблемных зон внутренней торговли;
- Разработка рекомендаций по развитию внутренней торговли.

Объектами исследования являются деятельность государственных органов, ответственных за торговую политику и обеспечение продовольственной безопасности.

Предметами исследования являются аналитические материалы и доклады, связанные с регулированием цен на продовольственные товары и развитием товаропроводящих систем.

Методологической и теоретической основой данного исследования послужат работы казахстанских экономистов и специалистов, а также

государственных служащих в области торговой среды, функционирования рынков продовольственных товаров и государственного регулирования цен.

Ожидаемые результаты: разработка практических рекомендаций и решений для государственных органов, предпринимателей и торговых организаций с целью улучшения состояния и развития внутренней торговли в стране.

Практическая значимость: ожидается, что результаты данного исследования приведут к разработке эффективных механизмов, способствующих улучшению работы производителей, поставщиков и розничных сетей, а также обеспечат своевременное поступление продовольственных товаров в регионы с соблюдением торговых надбавок. Это положительно скажется на экономике страны и уровне жизни граждан Республики Казахстан.

Таким образом, данное исследование имеет практическую значимость и будет способствовать разработке рекомендаций и предложений по улучшению внутренней торговли в Республике Казахстан.

Публикация: имеется научная статья по теме «Внутренняя торговля как элемент продовольственной безопасности в Республике Казахстан» исследования на английском языке в сборнике материалов «Результаты современных научных исследований и разработок» (23 января 2023 года).

Основная часть

Литературный обзор

Торговля и торговая политика в Законе Республики Казахстан «О регулировании торговой деятельности» определены как набор мер, осуществляемых государственными органами, чтобы достичь целей и принципов в области торговой деятельности. Эти меры включают организационные, правовые, экономические, контрольные и другие действия, направленные на поддержание и содействие развитию торговых отношений в стране [1].

В июле 2019 года было учреждено Министерство торговли и интеграции Республики Казахстан, которое занимается руководством в различных областях связанных с торговлей. К их компетенции относится развитие и регулирование внешнеторговой деятельности и международных торгово-экономических отношений, стимулирование экспорта сырьевых товаров и услуг, регулирование внутренней торговли, улучшение торговой инфраструктуры, поддержка развития биржевой и электронной торговли, а также защита прав потребителей [2].

В 2020 году Бахыт Султанов, министр торговли и интеграции Республики Казахстан, выделил три основные проблемы, которые препятствуют эффективному развитию внутренней торговли. Первая проблема заключается в недостатке современных форматов торговых объектов, что затрудняет удовлетворение современных потребностей потребителей. Вторая проблема связана с недостатком торговых площадей и современных складских помещений, что ограничивает возможности расширения торговых операций и хранения товаров. Наконец, третья проблема заключается в увеличении присутствия иностранных товаров на внутреннем рынке, что может снизить конкурентоспособность отечественных производителей и создать зависимость от импорта.

В результате этих проблем формируется длинная цепочка посредников, что приводит к непрозрачности и необоснованному росту цен на социально значимые продовольственные товары. Поэтому для обеспечения эффективного развития внутренней торговли необходимо уделить внимание развитию современных торговых форматов, созданию достаточных торговых площадей и складских помещений, а также поддержке отечественных производителей для стимулирования разнообразия предложения на внутреннем рынке [3].

В 2004 году был принят Закон Республики Казахстан «О регулировании торговой деятельности», но этот документ оказался недостаточно разработанным, не содержал основных принципов и подходов к развитию нового формата торговой политики, а также не представлял конкретных мер и мероприятий для ее улучшения.

Затем была разработана Программа по развитию торговли в Республике Казахстан на 2010-2014 годы, но она была досрочно завершена из-за отсутствия

определенных целевых показателей. В 2014 году была утверждена Программа по развитию сферы услуг в стране до 2020 года с акцентом на торговлю услугами, но она оказалась неэффективной из-за отсутствия конкретных мер для достижения поставленных целей, а также из-за дублирования с другими существующими отраслевыми программами.

В 2020 году была разработана Концепция государственной программы развития торговли Республики Казахстан на период с 2021 по 2025 годы. В этой концепции был представлен новый подход к развитию торговли, с уклоном на создание благоприятных условий и возможностей для производителей продавать свою продукцию как на внутренних, так и на внешних рынках. Акцент делается на решение проблем низкого качества товаров, неудачной упаковки и ограниченных объемов поставок, чтобы стимулировать развитие торговли и улучшить ее эффективность в целом [4].

С.Д. Суворова в своей научной статье отметила, что сектор торговли выполняет значимые функции, включая экономическую роль, заключающуюся в обеспечении рынка высококачественными товарами и их продвижении. Также сфера торговли играет важную социальную роль, которая связана с улучшением качества жизни населения, поддержанием социальной стабильности, удовлетворением потребностей общества и обеспечением рабочих мест для занятости населения. Изучение состояния и развития рынка становится приоритетной задачей в свете этих важных ролей, которые играет торговый сектор в экономике и обществе.

Кроме того, Суворова отметила, что сфера торговли занимает лидирующее положение по количеству созданных и занятых рабочих мест. Это подчеркивает еще большую важность данной отрасли в обеспечении занятости и поддержании социально-экономического благополучия в стране [5].

В целом, в Республике Казахстан внутренняя торговля тесно связана с продовольственной безопасностью. Одним из важных критериев обеспечения продовольственной безопасности является физическая и экономическая доступность продовольственных товаров. Физическая доступность подразумевает наличие продовольственных товаров на всей территории страны, а экономическая доступность означает возможность приобретения этих товаров населением в соответствии с физиологическими нормами потребления [6].

С точки зрения торговли, обеспечение продовольственной безопасности означает наличие товаров первой необходимости на полках магазинов.

Одной из актуальных проблем в сфере торговли в Республике Казахстан является необходимость развития электронной торговли. В последние годы наблюдается значительный рост онлайн-торговли, как в мировом масштабе, так и в Казахстане. Однако, развитие электронной торговли в стране сталкивается с рядом проблем, таких как недостаточная информированность и доверие потребителей к онлайн-платформам, недостаточное развитие электронной платежной системы, сложности в логистике и доставке товаров. Для преодоления этих проблем необходимо проводить соответствующие мероприятия по развитию инфраструктуры электронной торговли, повышению

информированности и обучению потребителей, а также совершенствованию правового регулирования этой сферы.

Еще одной важной тенденцией в торговле является рост присутствия иностранных товаров на внутреннем рынке Казахстана. Это может создавать конкуренцию для отечественных производителей и влиять на баланс торговли. Для поддержки отечественных производителей и развития внутреннего производства необходимо проводить эффективную торговую политику, включающую меры по стимулированию отечественного производства, поддержке экспорта и защите прав интеллектуальной собственности.

Кроме того, важным аспектом развития торговли является улучшение качества товаров и услуг, а также защита прав потребителей. Недобросовестные производители и продавцы, некачественные товары и недостаточный контроль со стороны государства могут негативно повлиять на доверие потребителей и развитие рынка. Поэтому важно разрабатывать и внедрять механизмы контроля качества товаров, проводить информационные кампании о правах потребителей и усиливать ответственность за нарушения в сфере торговли.

В целом, развитие торговли и торговой политики в Республике Казахстан требует комплексного подхода и решения множества задач. Необходимо проводить реформы, направленные на устранение преград для развития внутренней торговли, разработку эффективных программ и стратегий развития, а также совершенствование правового регулирования в этой сфере. Только тогда можно достичь устойчивого и динамичного развития торговой деятельности, обеспечивая благоприятные условия как для производителей, так и для потребителей.

Исследование

Внутренняя торговля и оптово-розничная торговля в Казахстане тесно связаны и взаимозависимы. Оптовая торговля играет важную роль в обеспечении поставок и поставляет товары от производителей к розничным предприятиям. Это позволяет розничным предприятиям иметь доступ к большому ассортименту товаров и услуг, чтобы удовлетворить потребности конечных потребителей.

Оптовые компании закупают товары в больших объемах у производителей и посредников, благодаря чему могут получать оптовые скидки и более выгодные условия. Затем они перепродают эти товары розничным предприятиям, которые уже осуществляют продажу конечным потребителям. Такая оптово-розничная цепочка позволяет товару проходить через несколько уровней торговли, прежде чем достигнуть конечного потребителя.

Оптово-розничная торговля также обеспечивает обратную связь между розничными предприятиями и оптовыми компаниями. Розничные предприятия предоставляют информацию о востребованности товаров, пожеланиях потребителей и требованиях рынка, что помогает оптовым компаниям адаптировать свое предложение и оптимизировать закупки.

В свою очередь, внутренняя торговля Казахстана, включая оптово-розничную торговлю, способствует развитию экономики страны и укреплению

внутреннего рынка. Она создает рабочие места, привлекает инвестиции, способствует развитию логистической инфраструктуры и повышению доступности товаров и услуг для населения.

Таким образом, оптово-розничная торговля является неотъемлемой частью внутренней торговли Казахстана, обеспечивая эффективную поставку и распространение товаров, поддерживая развитие розничного сектора и удовлетворяя потребности потребителей на внутреннем рынке.

Анализ розничной торговли в Казахстане за 2022 год показывает положительную динамику и важные тенденции в секторе. Общий объем розничных продаж в указанном периоде составил 15 763,8 млрд тенге, что на 2,1% превышает уровень соответствующего периода предыдущего года. Этот рост говорит о дальнейшем развитии и укреплении розничного сектора экономики Казахстана.

Значительный вклад в увеличение объема розничной торговли внесли товары торгующих предприятий, чей объем реализации вырос на 2,5% по сравнению с предыдущим годом. Это свидетельствует о растущем спросе на товары различных сфер деятельности и о положительной реакции потребителей на предлагаемый ассортимент.

По структуре розничной торговли можно отметить, что продовольственные товары составляют 35,6% от общего объема, а непродовольственные товары - 64,4%. Это указывает на важность продовольственного сектора и его значимость для потребностей населения, а также на широкий спектр товаров и услуг, предлагаемых в непродовольственной сфере.

Интересно отметить, что наибольший рост объема реализации был отмечен в непродовольственных товарах, включая такие отрасли, как фармацевтические товары, моторное топливо, автомобили, мебель, одежда, обувь, компьютеры, электроника и косметические товары. Это говорит о повышенном интересе потребителей к данным товарам и о постоянном развитии рынка.

На начало 2023 года объем товарных запасов торговых предприятий в сфере розничной торговли составил 1 378 млрд тенге, что свидетельствует об обнадеживающем положительном показателе. Это свидетельствует о наличии достаточного запаса товаров, что позволяет удовлетворять спрос потребителей и обеспечивать эффективное функционирование розничной торговли.

В целом, анализ розничной торговли в Казахстане за 2022 год указывает на положительные тенденции в развитии сектора, повышение объемов реализации и разнообразие предлагаемых товаров и услуг. Это подтверждает стабильность и рост экономики страны и ее потенциал для дальнейшего развития розничного сектора [7].

В процентах (%)

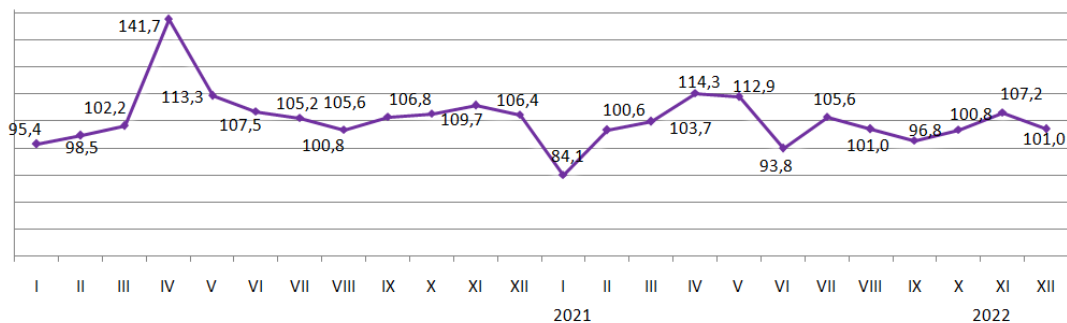


Рисунок 1 - ИФО розничной торговли

Примечание: взято из источника [7].

Исследование розничной торговли в Казахстане за 2022 год подтверждает значимость ряда регионов, которые вносят наибольший вклад в общий объем розничных продаж. По данным, города Алматы и Астана, а также области Карагандинская и Восточно-Казахстанская, занимают лидирующие позиции в розничной торговле, их объединенная доля составляет значительные 59,3% от общего объема [7]. Это указывает на их значимость в контексте торговли и экономического развития страны.

Динамика розничной торговли также проявила положительные тенденции. Оборот от розничной продажи товаров в 2021 году составил 13 709,3 млрд тенге, что на 7,8% превышает данные 2020 года в постоянных ценах. Значительная доля этого оборота (60,5%) приходится на торгующие предприятия, которые в сумме достигли 8 291,4 млрд тенге, а индивидуальные предприниматели, включая тех, кто осуществляет торговлю на рынках, составили 39,5% с оборотом в размере 5 417,9 млрд тенге.

В 2021 году отмечено увеличение объема продаж потребительских товаров на душу населения. Средний показатель составил 721,5 тыс. тенге на человека, что на 96,1 тыс. тенге больше, чем в 2020 году. При этом стоит отметить, что города Алматы и Астана имеют самые высокие значения этого показателя, соответственно 2021,2 тыс. тенге и 1396,5 тыс. тенге, в то время как Туркестанская область имеет наименьшее значение - 117,4 тыс. тенге [8].

Структура розничной торговли в период с 2017 по 2021 годы представлена в таблице, которую можно рассмотреть в дальнейшем анализе:

Таблица 1 - Доля продовольственных и непродовольственных товаров в общем объеме розничной торговли в процентах (%)

	2017	2018	2019	2020	2021
Продовольственные товары	30	30	31	35	36
Непродовольственные товары	70	70	69	65	64

Примечание: взято из источника [8].

В 2021 году отмечено увеличение оборота розничной торговли продовольственными товарами на 7% по сравнению с 2020 годом.

Общество общественного питания также показало рост в 2021 году, предоставив услуги на сумму 653,4 млрд тенге, что на 13,2% больше, чем в 2020 году. Подавляющая часть услуг (67,4%) предоставлена торгующими предприятиями, с их оборотом составившим 440,6 млрд тенге [8].

Объем оптовой торговли в 2021 году составил 31097,9 млрд тенге, что составляет 103,3% к уровню 2020 года в постоянных ценах. Продовольственные товары составляют небольшую долю в оптовой торговле - 20,6%, в то время как непродовольственные товары и товары производственно-технического назначения составляют 79,4%.

Наибольшие объемы оптовой торговли в 2021 году были в г. Алматы - 11829,8 млрд тенге (38,1%) и г. Астана - 4610,1 млрд тенге (14,8%).

В 2020 году оборот от розничной продажи товаров сократился на 3,2% в постоянных ценах по сравнению с 2019 годом и составил 11729,9 млрд тенге.

Оборот торгующих предприятий в 2020 году составил 7085,6 млрд тенге и составил 60,4% от общего объема розничной торговли, в то время как оборот индивидуальных предпринимателей, включая тех, кто торгует на рынках, составил 4644,3 млрд тенге и составил 39,6%.

Продажа потребительских товаров на душу населения в среднем составила 625,4 тыс. тенге в республике, что на 13,6 тыс. тенге больше, чем в 2019 году. Города Алматы (1762,5 тыс. тенге) и Астана (1180,3 тыс. тенге) имеют наибольшее значение этого показателя, в то время как наименьшее значение - в Туркестанской области (99,7 тыс. тенге).

Структура розничной торговли в период с 2016 по 2020 годы представлена в таблице, что предоставляет полезную информацию о разделении объемов торговли по различным секторам:

Таблица 2 - Доля продовольственных и непродовольственных товаров в общем объеме розничной торговли

в процентах (%)

	2016	2017	2018	2019	2020
Продовольственные товары	28	30	30	31	35
Непродовольственные товары	72	70	70	69	65
Примечание: взято из источника [9].					

Взглянув на данные, можно заметить, что в 2019 году оборот от розничной продажи товаров достиг 11 327,6 млрд. тенге, что на 5,9% больше, чем в предыдущем году [9].

Рост оборота торгующих предприятий составил 58,5% и составил 6 627,9 млрд. тенге, в то время как оборот индивидуальных предпринимателей, включая торговлю на рынках, составил 4 699,7 млрд. тенге, что соответствует 41,5% от общего объема розничной торговли.

Продажа потребительских товаров на душу населения в Республике Казахстан в среднем составила 611,8 тыс. тенге, что является приростом на 62,2 тыс. тенге по сравнению с предыдущим годом. Значительным образом, города с

наивысшими значениями этого показателя оказались г. Алматы с объемом продаж в размере 1 793,9 тыс. тенге и г. Астана с 1 144,7 тыс. тенге. В свою очередь, наименьший уровень продаж зарегистрирован в Туркестанской области и составил 99 тыс. тенге.

При анализе структуры розничной торговли за период с 2015 по 2019 годы отмечаются значительные изменения.

Структура розничной торговли в период с 2015 по 2019 годы представлена в таблице, что позволяет оценить изменения в распределении объемов торговли по различным секторам:

Таблица 3 - Доля продовольственных и непродовольственных товаров в общем объеме розничной торговли в процентах(%)

	2015	2016	2017	2018	2019
Продовольственные товары	29	28	30	30	31
Непродовольственные товары	71	72	70	70	69

Примечание: взято из источника [10].

Важным показателем, отражающим уровень инфляции, является индекс потребительских цен, который рассчитывается ежемесячно. Для этого проводятся наблюдения за тарифами и ценами на услуги и товары, охватывающие 508 позиций. Динамику изменения инфляции можно отслеживать на специально разработанном интерактивном дэшборде, где представлены данные начиная с 2018 года [10].

С января 2022 года при расчете индекса потребительских цен доля продовольственных товаров составляет 40,7%, непродовольственных товаров - 30,2%, а платных услуг - 29,1%.

В апреле 2023 года инфляция в Республике Казахстан составила 16,8% по сравнению с апрелем предыдущего года, что означает замедление на 1,3% (в марте 2023 года инфляция составляла 18,1%). Цены на продовольствие за год выросли на 17,9% (в марте 2023 года рост составлял 20,5%), на непродовольственные товары - на 18,2% (в марте 2023 года - 18,1%), а на платные услуги - на 13,7% (в марте 2023 года - 14,4%).

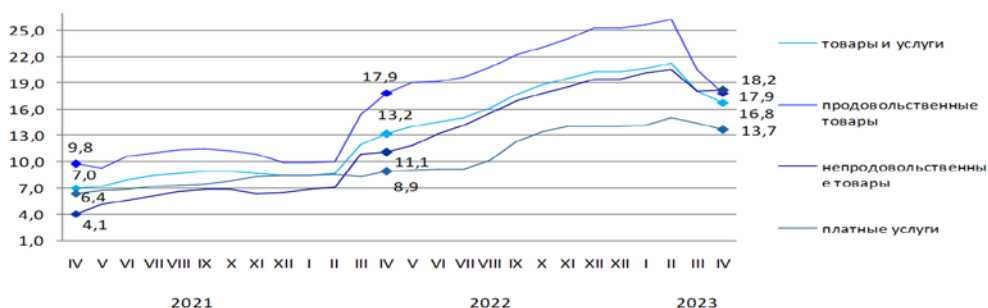


Рисунок 2 – Индекс инфляции в Республике Казахстан на апрель 2021-2023 годов

Примечание: взято из источника [11].

В апреле 2023 года в сравнении с апрелем предыдущего года были отмечены следующие изменения в ценах на отдельные товары и услуги:

Продовольственные товары:

- Сахар-рафинад вырос на 51,7%.
- Огурцы подорожали на 50,9%.
- Молоко консервированное повысилось на 44,5%.
- Цены на рис выросли на 43,9%.
- Лук репчатый подорожал на 35,3%.
- Сметана стала дороже на 33,5%.
- Вода минеральная подорожала на 31,4%.
- Макароны изделия выросли в цене на 30,5%.
- Булочные и мучные изделия подорожали на 30,4%.
- Крупа овсяная стала дороже на 29,6%.
- Крупа манная и перловая выросли в цене на 28%.
- Цены на помидоры выросли на 25,7%.
- Молоко пастеризованное подорожало на 24,5%.
- Цены на посуду выросли на 20,5%.
- Стоимость строительных материалов повысилась на 18,3%.
- Одежда и обувь подорожали на 16,6%.
- Дизельное топливо стало дороже на 34,9%.
- Услуги:
 - Аренда жилья повысилась на 27,1%.
 - Цены на организацию комплексного отдыха увеличились на 20%.
 - Услуги парикмахерских и заведений личного обслуживания подорожали на 17,4%.
 - Услуги общественного питания выросли на 17,2%.
 - Здравоохранение стало дороже на 15,7%.
 - Услуги в области отдыха и спортивных мероприятий подорожали на 15,1%.
 - Стоимость услуг санаториев выросла на 15%.
 - Образование подорожало на 14,6%.

В региональном разрезе в апреле 2023 года наибольший уровень инфляции, превышающий среднереспубликанский, был зафиксирован в Мангистауской области (19,1%), Северо-Казахстанской (17,9%), Павлодарской (17,8%), Жетісу (17,7%), г. Астана, Акмолинской, Западно-Казахстанской областях (по 17,6%), Ұлытау (17,5%), Актюбинской (17%) и Атырауской, Карагандинской, Костанайской областях (по 16,9%) [11].

Данные о показателе инфляции (изменении уровня потребительских цен) в разных регионах Казахстана за периоды 2021-2023 годов:

Таблица 4- Показатели инфляции за 2021-2023 годы

Регион	Инфляция в 2023 г. (%)	Инфляция в 2022 г. (%)	Инфляция в 2021 г. (%)
Республика Казахстан	16,8	13,2	7
Абай	16,4
Акмолинская область	17,6	13,8	7,3
Актюбинская область	17	13,5	8
Алматинская область	16	12,4	7
Атырауская область	16,9	12	7,5
Западно-Казахстанская область	17,6	12,2	7
Жамбылская область	15,7	13,2	6,9
Жетісу	17,7
Карагандинская область	16,9	13,5	7,2
Костанайская область	16,9	12,6	7
Кызылординская область	16,8	12,4	6,9
Мангистауская область	19,1	13,9	7,9
Павлодарская область	17,8	12,5	6,9
Северо-Казахстанская область	17,9	12,7	7,1
Туркестанская область	15,7	15,5	7,2
Ұлытау	17,5
Восточно-Казахстанская область	16,7	13,7	7,6
г. Астана	17,6	14	6,1
г. Алматы	16,4	13,2	6,4
г. Шымкент	16	12,5	7
Примечание: взято из источника [11].			

Различные категории товаров и услуг в Республике Казахстан оказывают разный вклад в годовой уровень инфляции:

Продукты питания и безалкогольные напитки вносят наибольший вклад в инфляцию, составляя 7,4 процентных пункта.

Жилищные услуги следуют за ними с вкладом в 1,9 процентных пункта.

Разные товары и услуги оказывают воздействие на уровень инфляции на 1,6 процентных пункта.

Одежда и обувь влияют на инфляцию на 1,5 процентных пункта.

Эти категории товаров и услуг внесли наибольший вклад в общий годовой уровень инфляции в стране. Обратите внимание, что сумма вкладов этих

категорий составляет 12,4 процентных пункта, что охватывает значительную часть общего уровня инфляции.

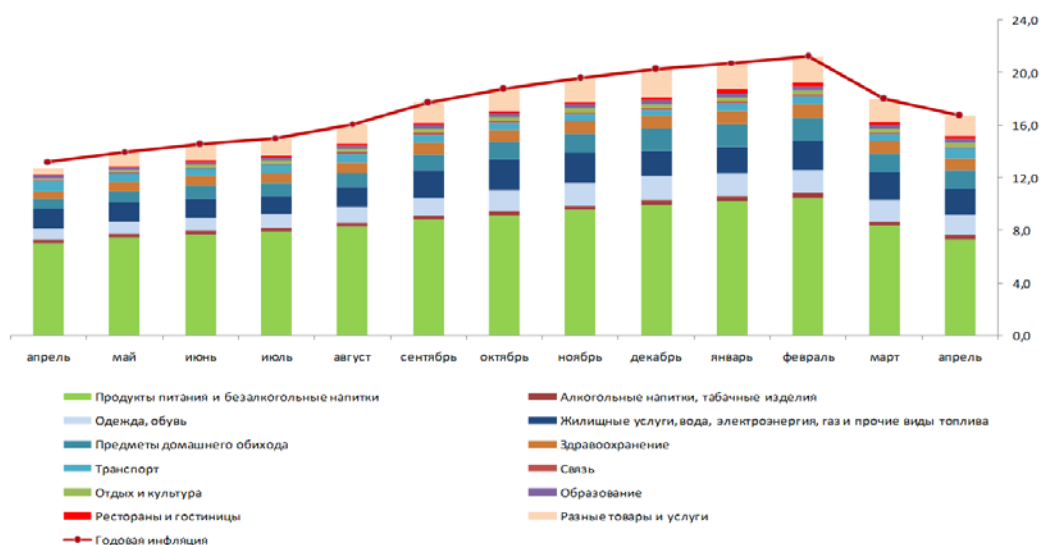


Рисунок 3 – Вклад различных категорий товаров и услуг в годовой уровень инфляции в Республике Казахстан на апрель 2023 года
Примечание: взято из источника [11].

Информация о вкладе различных категорий товаров и услуг в годовую инфляцию в Республике Казахстан:

- Хлебобулочные изделия и крупы: Цены повысились на 26,3%, внесли вклад в инфляцию 1,8 и 1,6 процентных пункта соответственно.
- Мясо и мясопродукты: Цены повысились на 13,1%, внесли вклад в инфляцию 1,6 процентных пункта.
- Молочные продукты: Цены повысились на 26,9%, внесли вклад в инфляцию 1 процентный пункт.
- Фрукты и овощи: Цены повысились на 7,8%, внесли вклад в инфляцию 0,6 процентных пункта.
- Безалкогольные напитки: Цены повысились на 22,7%, внесли вклад в инфляцию 0,5 процентных пункта.
- Услуги ЖКХ: Цены подорожали на 15,3%, внесли вклад в инфляцию 1,9 процентных пункта.

За период месяца были отмечены следующие изменения уровня цен: продовольственные товары выросли на 0,9%, непродовольственные товары выросли на 1,3%, а стоимость платных услуг увеличилась на 0,4%[11].

Таблица 5 - Инфляция на апрель 2023 года

В процентах(%)

	Апрель			
	товары и услуги	продовольственные товары	непродовольственные товары	платные услуги
2018	0,4	0,6	0,4	0,2
2019	0,5	0,9	0,4	0,1
2020	0,9	1,9	0,3	0,1
2021	0,9	1,0	1,0	0,5
2022	2,0	3,1	1,2	1,0
2023	0,9	0,9	1,3	0,4

Примечание: взято из источника [11].

В последние годы в Казахстане отмечается стабильный рост внутреннего товарооборота. Однако, розничные торговые сети в стране слабо развиты. Большинство продаж осуществляется через небольшие «магазины у дома» или базары. Только в городах Астана и Алматы можно наблюдать стабильное развитие современного ритейла.

В Республике Казахстан отсутствует современная система оптово-распределительных и распределительных центров, способных эффективно накапливать и распределять продукцию отечественных производителей. Это создает проблемы в системе товародвижения и может привести к затруднениям в обеспечении достаточного количества товаров на рынке, а также увеличению затрат на доставку.

В Казахстане насчитывается около тысячи овощехранилищ общим объемом хранения около 1,5 миллиона тонн. Однако, большинство из них не соответствуют современным стандартам, что приводит к значительным потерям продукции, превышающим 20%.

В результате основной объем товаров реализуется через мелкий оптовый сегмент, с участием большого количества непродуктивных посредников. Это приводит к необоснованному росту цен на СЗПТ.

Изучение мер регулирования торговой деятельности

В РК действуют различные меры регулирования торговли и торговой деятельности, которые направлены на обеспечение справедливой конкуренции,

защиту прав потребителей и эффективное функционирование рынка. Эти меры основываются на соответствующих законодательных актах, которые устанавливают правовую основу для регулирования и контроля торговых операций и коммерческой деятельности в стране.

Действующие меры регулирования торговли и торговой деятельности в Республике Казахстан включают широкий спектр инструментов и нормативных актов, которые направлены на обеспечение справедливой конкуренции, защиту прав потребителей и эффективное функционирование рынка.

Основным законодательным актом, регулирующим торговую деятельность в Республике Казахстан, является Закон «О регулировании торговой деятельности», принятый 12 апреля 2004 года под номером № 544-ІІ. В данном законе предусмотрены различные методы регулирования торговой деятельности, включая таможенно-тарифное регулирование внешнеторговой деятельности, нетарифное регулирование внешнеторговой деятельности, применение специальных защитных, антидемпинговых и компенсационных мер, а также участие в международных экономических санкциях.

Приказом и.о. Министра национальной экономики Республики Казахстан от 27 марта 2015 года № 264 были утверждены Правила внутренней торговли, которые определяют порядки осуществления внутренней торговой деятельности на территории страны. Эти правила регулируют различные аспекты внутренней торговли и обеспечивают правовую основу для ее организации и проведения в соответствии с законодательством Республики Казахстан [12].

Помимо перечисленных видов внутренней торговли в Правилах также предусмотрены и другие существенные меры регулирования этой сферы. К ним относятся лицензирование и регистрация предпринимателей, занимающихся торговлей, в соответствии с Предпринимательским кодексом Республики Казахстан. Лицензирование и регистрация обеспечивают контроль и надзор за деятельностью торговых предприятий, гарантируют соблюдение законодательства, а также обеспечивают защиту прав и интересов как предпринимателей, так и потребителей. Эти меры играют важную роль в обеспечении справедливой, прозрачной и эффективной торговой деятельности в стране.

1. Лицензирование и регистрация: Согласно Предпринимательскому кодексу Республики Казахстан от 29 октября 2015 года предприниматели, занимающиеся торговлей, должны получить соответствующую лицензию и зарегистрироваться в уполномоченных государственных органах. Это позволяет контролировать и регулировать деятельность торговых предприятий [13].

2. Защита и развитие конкуренции: В Республике Казахстан Предпринимательский кодекс РК также направлен на предотвращение монополистической деятельности и защиту конкуренции на рынке. Уполномоченный орган по антимонопольному регулированию – Агентство по защите и развитию конкуренции Республики Казахстан контролирует и регулирует деятельность предприятий, чтобы предотвратить злоупотребления и создание неправомерных ограничений на рынке.

3. Регулирование цен: Один из ключевых механизмов регулирования внутренней торговли - это контроль и регулирование цен на товары и услуги. Государство устанавливает правила и механизмы контроля цен, особенно на важные продовольственные товары, с целью обеспечения доступности для населения и предотвращения необоснованного роста цен. Регулирование цен на социально значимые продукты помогает смягчить негативное влияние инфляции на население и поддерживает социальную стабильность. Таким образом, государственные меры по контролю цен способствуют более сбалансированной и устойчивой торговле, содействуют защите интересов потребителей и поддержанию экономической стабильности в стране.

4. Защита прав потребителей: Республика Казахстан действует Закон «О защите прав потребителей», который обеспечивает защиту прав потребителей. Закон включает правила о качестве товаров, обязательном предоставлении информации для потребителей, праве на возврат или обмен товара, а также процедуры разрешения потребительских споров [14].

5. Контроль качества товаров: Уполномоченные органы, как Комитет технического регулирования и метрологии, проводят контроль качества товаров, осуществляют сертификацию и маркировку продукции. Это позволяет гарантировать, что товары, предлагаемые на рынке, соответствуют установленным стандартам и требованиям.

6. Информационная поддержка: Государство предоставляет информационную поддержку предпринимателям и потребителям, например, публикует информацию о ценах на товары и услуги, правилах и требованиях к торговой деятельности, а также предоставляет консультации и рекомендации.

7. Санитарные и фитосанитарные требования: Уполномоченный орган устанавливает требования к безопасности и качеству продукции, включая продовольственные товары. Соответствующие нормативные акты, как Закон «О техническом регулировании» от 01 июля 2021 года, регулируют процедуры сертификации, лицензирования и маркировки товаров, а также проведение санитарного и фитосанитарного контроля [15].

Одной из основных задач развития и регулирования внутренней торговли является обеспечение внутреннего рынка СЗПТ.

В январе 2022 года был создан Комитет торговли при Министерстве торговли и интеграции, который отвечает за формирование и реализацию государственной политики в этой области [16].

Комитет проводит анализ цен на социально значимые продовольственные товары, разрабатывает требования к торговым объектам и координирует действия местных исполнительных органов для развития внутренней торговли.

В ноябре 2022 года МТИ Республики Казахстан приняло решение о снижении контроля над предельно допустимыми розничными ценами на СЗПТ. Государство планирует перейти к мерам стимулирования производителей сельскохозяйственной продукции, предоставляя им прямое финансирование через «оборотную схему». Также планируется усилить проведение сельхозмарок, выявить непродуктивных посредников и обеспечить

своевременное финансирование сельхозпроизводителей для производства СЗПТ.

С начала декабря 2022 года профильные ведомства и местные исполнительные органы активизировали работу по расследованию посреднических схем в цепочке ценообразования. Одной из основных задач этой работы является выявление и исключение непродуктивных посредников.

Анализ данных цен на СЗПТ

Несмотря на все усилия государственных органов по сдерживанию цен на СЗПТ, рост цен за 2022 год составил 23%. Особенно высокий рост был зарегистрирован для сахара-песка, цена на который выросла на 65% за год.

Эти данные говорят о необходимости принятия дополнительных мер для развития розничных торговых сетей, модернизации овощехранилищ, сокращения числа непродуктивных посредников и обеспечения стабильного снабжения СЗПТ по доступным ценам.

В рамках анализа были рассмотрены цены на СЗПТ за период с 2019 по 2023 год.

Таблица 6 - Индекс цен и средние цены на СЗПТ по состоянию на 2019-2023 годы
В процентах(%)

	2019	2020	2021	2022	Май 2023
СЗПТ	110,4	111,0	109,9	123	110,7
Мука первый сорт	130,9	108,3	105,3	127,4	110,6
Хлеб первый сорт	113,5	104,4	105,9	114,1	105,8
Рожки-макароны	120,2	111,4	100,7	135,1	127
Рис	180,5	90,5	90,4	138,3	148,7
Крупа гречневая	128,0	128,1	117,4	123,8	82
Масло подсолнечное	116,3	136,8	129,8	116,7	105,6
Масло сливочное	113,8	114,9	104,6	122,5	115,6
Говядина	105,6	107,6	106,8	110,2	109,1
Мясо кур	104,5	92,6	118,8	125,4	108,3
Молоко 2,5%	100,4	107,2	107,1	123,2	120
Кефир 2,5%	113,0	105,5	105,1	121,5	122,6
Творог	100,9	104,7	104,1	116,8	114,2
Картофель	113,6	116,0	118,5	114	82,9
Морковь	114,0	110,0	126,2	99,7	78,6
Лук	104,9	98,4	104,7	139,2	126,1
Капуста	112,8	82,4	135,1	85,9	77,6
Сахар-песок	105,4	133,4	114,9	165	101,7
Яйца I категории	77,3	119,6	103,8	125,1	129,1

Продолжение Таблицы 6

Соль	100,8	102,8	101,2	120,1	107,9
Примечание: составлено автором на основе источников [17], [18], [19], [20], [21].					

В 2019 году наблюдался рост цен на СЗПТ, который составил 10,4%.

Некоторые продукты показали значительный рост цен. Например, рис вырос на 80,5%, что является значительным увеличением. Это может быть вызвано факторами, такими как изменения в предложении и спросе на рис.

Цены на муку пшеничную первого сорта и хлеб из этой муки также значительно выросли. Мука пшеничная первого сорта выросла на 30,9%, а хлеб пшеничный из этой муки - на 13,5%. Это может быть связано с факторами, влияющими на производство и снабжение этих товаров.

Отдельные товары, такие как молоко пастеризованное, творог и соль, показали незначительный рост цен, менее 1%. Это может указывать на относительную стабильность цен на данные продукты.

Отдельные товары, такие как яйца I категории, показали снижение цен на 22,7%. Это может быть вызвано факторами, связанными с производством и спросом на яйца.

Некоторые овощи, такие как морковь и картофель, показали умеренный рост цен. Морковь выросла на 14,0%, а картофель - на 13,6% [17].

В 2020 году наблюдался рост цен на СЗПТ который составил 11%.

Общий индекс цен на социально-значимые продовольственные товары вырос на 11,0% за 2020 год. Это свидетельствует о общем увеличении стоимости продуктовых товаров.

Некоторые продукты показали значительный рост цен. Например, масло подсолнечное выросло на 36,8%, что может быть связано с факторами, влияющими на производство и снабжение масла.

Однако, не все товары испытали рост цен. Некоторые продукты, такие как рис и мясо кур, показали снижение цен. Это может быть связано с факторами предложения и спроса на эти товары.

Некоторые овощи и овощные продукты, включая морковь и капусту белокочанную, также показали снижение цен. Это может быть связано с сезонными колебаниями в производстве и предложении данных продуктов.

Общий индекс цен на молоко и молочные продукты остался относительно стабильным, с незначительным ростом в пределах 7-9%.

В целом, анализ данных показывает, что цены на СЗПТ в РК испытывают некоторые колебания. Отдельные товары показывают рост цен, в то время как другие снижаются. Это может быть вызвано различными факторами, такими как изменения в производстве, спросе, предложении и сезонных условиях [18].

В 2021 году был отмечен рост цен на СЗПТ в размере 9,9%. Это свидетельствует о продолжающейся тенденции увеличения стоимости данных товаров и их влиянии на инфляцию и доступность продовольствия для населения Республики Казахстан.

Как видно из таблицы 2, за 2021 год общий индекс цен на СЗПТ составил 109,9%. Это указывает на общий рост цен на данные товары за год.

Некоторые товары, такие как рис (90,4%), масло сливочное несоленое (104,6%) и творог (104,1%), имеют индексы цен ниже 100%, что означает снижение их стоимости за год.

С другой стороны, некоторые товары, включая масло подсолнечное (129,8%), морковь (126,2%) и капусту белокочанную (135,1%), имеют высокие индексы цен, указывающие на значительный рост их стоимости за год.

Остальные товары, включая муку пшеничную первого сорта, хлеб пшеничный из муки первого сорта, говядину лопаточно-грудную часть и картофель, имеют умеренный рост цен в пределах 5-20%.

Индекс цен на сахар-песок составил 114,9%, что указывает на его умеренный рост за год.

Общая тенденция показывает, что цены на большинство социально-значимых продовольственных товаров в Республике Казахстан возросли за год. Некоторые товары испытывают более значительный рост цен, в то время как другие имеют снижение или умеренный рост. Эти изменения могут влиять на доступность и стоимость продовольствия для населения [19].

Рост цен за 2022 год составил 23%. Особенно высокий рост был зарегистрирован для сахара-песка, цена на который выросла на 65% за год.

Индекс цен на СЗПТ составляет 123% по сравнению с аналогичной неделей 2022 года.

Большинство товаров показывают умеренный рост цен по сравнению с прошлым годом. Некоторые товары, такие как рис и капуста белокочанная, демонстрируют снижение цен, в то время как сахар-песок и рожки показывают значительный рост цен.

Мука пшеничная первого сорта и хлеб пшеничный из муки первого сорта также показывают рост цен, хотя он немного меньше, чем у других товаров.

Картофель и морковь также наблюдаются небольшой рост цен, хотя он остается относительно умеренным.

В целом, данные указывают на некоторое изменение цен на СЗПТ в Казахстане, с некоторыми товарами, такими как сахар-песок, показывающими значительный рост цен.

Вместе с тем, цены на товары СЗПТ росли и в предыдущих годах. Так в 2021 году был отмечен рост цен на СЗПТ в размере 9,9%. Это свидетельствует о продолжающейся тенденции увеличения стоимости данных товаров и их влиянии на инфляцию и доступность продовольствия для населения Республики Казахстан [20].

В мае 2023 года средний уровень цен на социально значимые продовольственные товары в Республике Казахстан составляет 110,7 индексных пунктов. Это означает, что цены на эти товары превышают базовый уровень, установленный в определенном периоде.

Некоторые товары, такие как рис шлифованный и яйца 1 категории, имеют наибольшие индексы цен (148,7 и 129,1 соответственно), что указывает на их относительно высокую стоимость по сравнению с другими продуктами.

Одновременно, некоторые товары имеют ниже средние цены, например, капуста белокочанная и картофель с индексами цен 77,6 и 82,9 соответственно.

Отдельно следует отметить, что цены на молоко пастеризованное и кефир сравнительно выше с индексами цен 120 и 122,6 соответственно [21].

Сравним годы 2019, 2020, 2021, 2022 и май 2023 по росту цен на СЗПТ в РК - в 2019 году рост цен составил 10,4%, в 2020 году рост цен составил 11%, в 2021 году рост цен составил 9,9%, в 2022 году рост цен составил 23%. По состоянию на май 2023 года, рост цен составил 10,7%.

Анализируя эти данные, можно выделить следующие наблюдения:

В период с 2019 по 2021 год рост цен на СЗПТ был относительно умеренным, колеблясь в диапазоне от 9,9% до 11%. Это может указывать на относительную стабильность ценовой ситуации на рынке продовольственных товаров в данном периоде.

Однако в 2022 году был отмечен значительный скачок цен на СЗПТ, с ростом на 23%. Это является отклонением от предыдущих лет и может свидетельствовать о возникновении факторов, способствующих росту цен на продовольственные товары.

Важно отметить, что май 2023 года также показывает умеренный рост цен на уровне 10,6%. Это свидетельствует о продолжении тенденции роста стоимости СЗПТ, но с более умеренными темпами по сравнению с 2022 годом.

В процентах(%)



Рисунок 4 - Индекс цен на СЗПТ за 2019-2023 годы по Республике Казахстан

Примечание: составлено автором на основе источников [17], [18], [19], [20], [21].

Общий анализ показывает, что цены на СЗПТ в РК нестабильны и могут подвергаться существенным колебаниям в зависимости от различных факторов. Такие факторы могут включать изменения в мировой экономике, внутренние экономические условия, сезонные факторы, изменения в предложении и спросе на товары, а также инфляционные процессы.

Другой важной проблемой, связанной с развитием внутренней торговли, является отказ от строительства оптово-распределительных центров (ОРЦ). Ранее планировалась реализация амбициозного проекта по созданию Национальной товаропроводящей системы, которая предусматривала строительство 24 ОРЦ. Целью этого проекта было обеспечение насыщения внутреннего рынка отечественными товарами и создание благоприятных условий для отечественных производителей. Однако из-за значительных затрат, оцененных в 237,5 млрд. тенге, данный проект был пересмотрен и претерпел изменения [22].

На данный момент государство приняло решение сократить количество создаваемых ОРЦ и отказаться от строительства ОРЦ Хранение. Вместо этого, органы власти предлагают использовать уже существующие частные ОРЦ, оптовые рынки, овощехранилища и производителей продовольственных товаров. В рамках этого процесса Министерство торговли и интеграции проводит работу по внедрению информационной системы, которая позволит подключить к ней 9 ОРЦ, 20 сельскохозяйственных товаропроизводителей и 1171 овощехранилище.

Ожидается, что реализация данной модели приведет к значительному увеличению объемов перевалки товаров с 2,2 млн. до 28,8 млн. тонн в год и расширению мощностей хранения с 160 тыс. до 1 753 тыс. тонн в год. Это также позволит более оперативно решать вопросы внутренних перетоков продукции между регионами и устранять избыток товаров в одних областях и дефицит в других [23].

Продовольственная безопасность как элемент развития внутренней торговли Республики Казахстан

В настоящее время государственные органы, приоритетно развивая внутреннюю торговлю, уделяют особое внимание обеспечению регионов продовольственными товарами, регулированию цен на них и переходу к современным форматам торговли.

Торговля, как один из важнейших секторов экономики страны, непосредственно влияет на уровень жизни населения и развитие производства продовольственных товаров. Успешное функционирование и эффективность торговли имеют принципиальное значение для общего благосостояния населения и экономического развития страны.

Период пандемии коронавирусной инфекции в 2020 году наглядно продемонстрировал важность взаимосвязи между торговлей и продовольственной безопасностью. Расширение торговли сельскохозяйственной продукцией играет ключевую роль в обеспечении продовольственной безопасности.

Сегодня национальные и глобальные дискуссии и переговоры в сфере торговли активно обсуждают вопросы, связанные с взаимосвязью между торговлей и продовольственной безопасностью. В Республике Казахстан внутренняя торговля непосредственно влияет на продовольственную безопасность.

Продовольственная безопасность является одним из центральных и приоритетных вопросов национальной безопасности Казахстана. Один из важных критериев обеспечения продовольственной безопасности - физическая и экономическая доступность продовольственных товаров. Физическая доступность означает наличие продовольственных товаров на всей территории страны, а экономическая доступность - возможность населения приобретать продукты в соответствии с физиологическими нормами потребления [24].

Продовольственная безопасность охватывает не только предотвращение голода, но также обеспечение стабильных цен и наличия достаточных запасов продовольствия. В 2010 году Правительством Республики Казахстан был утвержден перечень социально значимых продовольственных товаров, включающих муку, хлеб, макаронные изделия, яйца, гречку, рис, сахар, подсолнечное масло, сливочное масло, говядину, куриное мясо, молоко, творог, кефир, картофель, морковь, лук, капусту и соль. Эти товары считаются неотъемлемыми основными продуктами, необходимыми для обеспечения жизненно важных потребностей населения и подлежат особому контролю со стороны государства. Утверждение перечня СЗПТ позволяет обеспечивать их доступность, стабильность цен и наличие достаточных запасов, что способствует поддержанию продовольственной безопасности и социальной стабильности в стране [25].

Важно отметить, что для обеспечения продовольственной безопасности государство использует различные методы, включая импорт продовольствия. Однако массовый импорт по низким ценам может обеспечить потребление продовольственных товаров только в краткосрочной перспективе, и в долгосрочной перспективе развитие отечественного производства становится необходимым для обеспечения продовольственной безопасности страны.

Ключевым аспектом обеспечения продовольственной безопасности является стабильность внутренних источников продовольствия по социально значимым товарам и сельскохозяйственному сырью для их производства, а также наличие достаточных резервных запасов. Устойчивое самообеспечение продовольствием на протяжении многих лет является важной проблемой для Казахстана [24].

Казахстан признает, что продовольственная безопасность является одним из основных приоритетов для обеспечения благополучия своего населения. Она

связана с обеспечением доступности продовольственных товаров, поддержкой отечественного производства и созданием стабильных резервных запасов. Однако в непростые времена, когда возникают различные вызовы, такие как геополитические конфликты или экономические трудности, продовольственная безопасность проходит проверку и требует особых мер и подходов для обеспечения стабильного доступа к продовольствию.

В 2022 году геополитическая ситуация, связанная с военным конфликтом между Россией и Украиной, оказала негативное влияние на Казахстан и мировую экономику в целом. Казахстан как член Евразийского экономического союза стал сталкиваться с проблемами в импорте дешевого продовольственного сырья из России и Беларуси. Это привело к росту цен на социально значимые продовольственные товары как на отечественном рынке, так и при импорте [26].

Особенно ощутимым был дефицит сахара на рынке. Российская Федерация ввела запрет на экспорт сахара в марте 2022 года, чтобы обеспечить свою собственную продовольственную безопасность. Это привело к быстрому раскупу сахара из магазинов, и полки быстро опустошались. В такой ситуации некоторые предприниматели нечестным путем подняли цены, увеличивая розничную наценку до 15%.

Данный случай с дефицитом сахара и ростом цен показал, что Казахстан в значительной степени зависит от импорта важных продовольственных товаров. В 2021 году около 57,3% потребления сахара в Казахстане было покрыто импортом, а доля импорта из России составила 88,3% [27].

Для решения проблемы продовольственной инфляции и роста цен на СЗПТ, МТИ РК разработало новые подходы и механизмы стабилизации цен. Одним из таких подходов является финансирование производителей напрямую через инструмент «оборотной схемы». Суть этого механизма заключается в том, что производители получают займы по льготным условиям для закупа необходимого сырья и обеспечения постоянной переработки в течение года. Производители, в свою очередь, обязуются зафиксировать отпускные цены на свои товары на протяжении года и поставлять их в регионы [28].

В октябре 2022 года МТИ РК, сахарные заводы и социально-предпринимательские корпорации подписали Меморандум о сотрудничестве с целью сдерживания цен на сахар на территории страны. Это стало началом финансирования сахарных заводов для переработки сырья и развития сахарной отрасли, которая является важной частью агропромышленного комплекса [29]. В рамках этого меморандума государство выделит 25 миллиардов тенге «оборотных» средств.

Данный практический пример ярко демонстрирует необходимость стимулирования отечественных товаропроизводителей для обеспечения внутреннего рынка необходимыми продовольственными запасами и стабилизации цен на них.

Еще одним важным инструментом, используемым для обеспечения торговли и продовольственной безопасности, является «форвард». В ноябре 2022 года МСХ РК было введено понятие «форвард» для заблаговременного

финансирования затрат сельхозпроизводителей, связанных с производством овощной продукции. В рамках этого механизма фермеры получают финансирование заранее, а взамен обязуются продавать свою продукцию по фиксированной цене в течение сезона.

Предполагается, что форвардное финансирование фермеров окажет положительное влияние на развитие сельского хозяйства в стране, обеспечение продовольственной безопасности и улучшение внутренней торговли продовольствием [28]. Эти меры способствуют стабильности цен на продовольственные товары и обеспечению населения доступным питанием.

В современной розничной торговле все большую роль играют сетевые ритейлеры, которые являются ключевыми участниками и контролируют значительные доли рынка сбыта. Розничная торговля, или ритейл, представляет собой практику продажи товаров конечным потребителям, которая является популярной и динамично развивающейся во всем мире.

Историческое развитие торговли в западных странах

Отчет Deloitte «Мировой сектор розничной торговли в 2019 году» указывает на значительный рост оборота в розничной торговле. В 2017 году 250 крупнейших мировых ритейлеров достигли общего оборота в размере 4,53 трлн. долларов США, и этот объем продолжает увеличиваться каждый год. Сетевая торговля имеет более чем вековую историю в странах Западной Европы и США, где она достигла высокого уровня развития. Крупнейшие ритейлеры находятся в США, Германии и Франции, что объясняется долгой историей развития розничной торговли в этих странах.

Уровень «ритейлизации», то есть доля сетевой торговли в общем объеме розничного рынка продовольственных товаров, достигает около 80% в наиболее развитых странах Западной Европы и США, 69% в России и 61% в Белоруссии. В Казахстане этот уровень составляет всего лишь 31%.

Сетевая торговля играет ключевую роль в формировании рынка и глобальных трендов в розничной торговле. Крупнейшие мировые ритейлеры активно присутствуют в различных регионах мира, и американские компании, такие как WalMart Stores, Costco Wholesale и The Kroger Co, всегда занимают лидирующие позиции в рейтинге. Доля десяти крупнейших магазинов мира составляет значительные 30,7%.

Европейские ритейлеры, хотя и наблюдают сокращение своей доли в рейтинге, продолжают активно расширять свои розничные сети за пределами национальных рынков. Приблизительно 41% общей выручки европейских розничных компаний получается от международной деятельности, что превышает объем выручки 250 ведущих мировых розничных компаний в два раза. Это свидетельствует о том, что европейские ритейлеры активно и успешно приспосабливаются к глобальным рыночным условиям и стремятся к международному расширению своего бизнеса[4].

Эти тенденции указывают на значимость сетевых ритейлеров в современной розничной торговле и их влияние на глобальный рынок. Развитие

сетевых торговых сетей отражает процессы глобализации и укрупнения бизнеса в этой отрасли.

Торговые сети прошли через несколько исторических периодов своего становления и развития.

17-19 века: В данном периоде начался формирование торговых сетей. Появились оптово-розничные цепи, которые объединяли несколько торговых точек и обеспечивали снабжение товарами. Оптово-розничные цепи создавали свои торговые центры, где можно было приобрести различные товары под одной крышей. Кроме того, в это время начали появляться «магазины у дома» - небольшие розничные точки, расположенные в жилых зонах для удобства покупателей. Увеличение прибыли торговых объектов и организаций происходило за счет размеров торговых надбавок, которые добавлялись к ценам товаров.

Начало 19 века - 90-е годы 20 века: В этот период происходило активное развитие торговых сетей. Появлялись новые форматы торговых точек, такие как супермаркеты, предлагающие широкий ассортимент товаров по самообслуживанию. Также развивалась мелкооптовая торговля, предлагающая товары в небольших объемах оптовым покупателям. В это время потребительские кооперативы, основанные на принципе сотрудничества между потребителями, укрепляли свои позиции на рынке. Кроме того, торговые сети начали производить товары под собственным брендом, что помогало им увеличивать прибыль. Вместо основного акцента на торговые наценки, сетевые ритейлеры начали уделять больше внимания выручке от продаж.

1990-е - 2000-е годы: В данном периоде крупнейшие торговые сети начали активно входить на международные рынки и осуществлять глобализацию капитала. Они создавали свои собственные торговые марки, которые стали эффективным средством для повышения прибыльности бизнеса. Ассоциации производителей собственных марок были созданы для сотрудничества и совместной разработки товаров. В этот период также развивались распределительные центры, которые обеспечивали эффективное распределение товаров по сети. Розничные сети получили значительное рыночное влияние, что позволяло им диктовать условия производителям и выпускать товары, которые сетевые ритейлеры могли успешно реализовывать. Таким образом, сетевой ритейл стал крупнейшей и интернациональной коммуникационной системой.

С начала 2000-х годов и до настоящего времени продолжается развитие интегрированных торговых систем и активное развитие электронной формы интеграции торговых организаций. Концентрация капитала увеличивается, и появляется больше дискаунтеров - торговых точек, специализирующихся на низких ценах и акциях. Антимонопольное законодательство становится более строгим для предотвращения монополизации рынка. Кроме того, сетевые ритейлеры переходят к маркетингу взаимоотношений и усиливают политику виртуальной интеграции, используя электронную коммерцию и другие средства онлайн-торговли.

В результате своего развития торговые сети эволюционировали от простых торговых цепей до сложных интегрированных торговых систем. В условиях постоянных изменений масштабов и форматов торговли в мировой экономике, торговые сети адаптируются к новым требованиям, применяя современные технологии и стратегии [30].

Международный опыт развития внутренней торговли

В сфере развития внутренней торговли за пример была взята Республика Беларусь – как страна из постсоветского пространства и член СНГ как и Республика Казахстан, а также как страна, которая полностью обеспечила внутреннюю продовольственную безопасность.

После развала СССР в Беларуси произошло резкое снижение сельскохозяйственного производства. Разрушение единого экономического пространства привело к серьезным последствиям для всего агропромышленного комплекса. Упали экономические и промышленные показатели, на продовольственные товары были введены карточки.

В 1994 году президент Беларуси принял решение сохранить некоторые элементы прежней системы и осторожно осуществить переход на рыночные принципы. В отличие от рекомендаций экспертов МВФ о сокращении государственной поддержки сельхозпредприятий, в Беларуси была сделана ставка на развитие крупных сельскохозяйственных комплексов. В результате, сегодня Беларусь не только обеспечивает свои потребности в продовольствии, но также стала мощным экспортером сельскохозяйственной продукции.

В результате успешных мер и усилий по обеспечению продовольственной безопасности, Беларусь заняла 36-е место среди 113 государств в Глобальном рейтинге продовольственной безопасности за 2021 год. Это означает, что страна опережает все другие государства СНГ, за исключением России (23-е место). Традиционно, Беларусь обеспечивает продовольственную безопасность за счет собственного производства.

В 2021 году уровень самообеспечения Беларуси по основным группам продовольствия превышает 100%. Это достигается благодаря высоким показателям по молочной продукции (263,3%), растительному маслу (228,2%), сахару (154,4%), мясу (134,2%), яйцам (127,7%), овощам и бахчевым (101,8%) и картофелю (100%). Таким образом, население Республики Беларусь имеет доступ к качественному продовольствию, как физически, так и экономически.

Для поддержания стабильности цен на потребительском рынке и предотвращения спекулятивного роста и дефицита товаров, в Беларуси действует перечень социально значимых товаров, цены на которые регулируются в установленном порядке. Среди включенных товаров рыба свежемороженая, мясо (говядина и свинина), мясо кур, молоко, кефир, сметана, творог, сыры, растительное масло, пшеничная мука, белый сахар, поваренная пищевая соль, детское питание (сухие смеси, каши, консервы), свежий картофель, яблоки и другие продукты.

Правительство Беларуси также принимает меры по регулированию цен для поддержания стабильности на потребительском рынке и предотвращения возможных спекулятивных колебаний и дефицита товаров.

Беларусь достигла выдающихся результатов в мировом рейтинге производства сельскохозяйственной продукции и продовольствия, занимая важные позиции на глобальном уровне. В частности, страна занимает 6-е место по производству сухого обезжиренного молока, 10-е место – по производству масла животного, 12-е место – по производству картофеля, 15-е место – по производству сухого цельного молока и 16-е место – по производству масла рапсового.

Следует отметить, что продуктивность сельского хозяйства в Беларуси также впечатляющая. В 2021 году на душу населения было произведено 797 кг зерна, 517 кг картофеля, 184 кг овощей, а также впечатляющие 841 кг молока, что является одним из лучших показателей в мире. Дополнительно, на душу населения приходится 135 кг мяса и 379 штук яиц.

Эти впечатляющие цифры свидетельствуют о том, что Беларусь является значимым игроком в мировой сельскохозяйственной и продовольственной отраслях. Страна активно продвигает свою продукцию на мировых рынках и признана одним из крупнейших производителей и экспортеров сельскохозяйственной продукции [31].

В Беларуси активно развивается оптово-розничная торговля, и торговые сети становятся важным инструментом внутренней торговли продовольственными товарами.

В Республике Беларусь с 1991 по 1995 год происходил кризис, который стал отправной точкой для создания и развития торговых сетей на отечественном рынке. В то время отмечалось снижение объемов производства, товарооборота и рост инфляции. Однако с 1996 года экономическая ситуация начала улучшаться, и в результате к 1999 году торговая площадь магазинов увеличилась с 2 396 до 2 726 тыс. кв.м.

В 1990-х годах, в Беларуси началась приватизация торговли, но она проходила менее стремительно, чем в других бывших республиках СССР. Бывшие государственные торговые предприятия становились акционерными обществами, но не все прошли этот процесс из-за финансовых трудностей и нехватки инвестиций. В то время, в стране функционировала кооперативная торговая сеть, включая розничную сеть потребительской кооперации.

С 2000-х годов, национальные сетевые торговые компании начали развиваться за счет привлечения частных иностранных инвесторов. На рынке появились новые форматы магазинов, такие как гипермаркеты, супермаркеты и эконом-маркеты. Внимание также уделялось созданию современной торговой инфраструктуры, строительству гипермаркетов, торговых центров и открытию удобных магазинов, близких к населенным районам.

В 2010 году была разработана Концепция реализации государственной политики в сфере внутренней торговли и общественного питания на период 2011-2015 годов. Основной задачей концепции было обеспечение стабильного

спроса населения на широкий ассортимент отечественных товаров. Для этого планировалось расширение торговой сети, реконструкция существующих и строительство новых торговых объектов, а также формирование крупных розничных торговых структур и сетей путем слияния и поглощения мелких торговых организаций.

Таким образом, в Республике Беларусь активно развивается сфера оптово-розничной торговли, и торговые сети играют важную роль во внутренней торговле продовольственными товарами.

В 2017 году в Республике Беларусь основное развитие внутренней торговли получили такие форматы, как минимаркеты, гастрономы, супермаркеты и «магазины у дома». В связи со снижением покупательской способности населения широкое распространение получили магазины-дискаунтеры.

На текущий момент в Республике Беларусь действует ряд крупных торговых сетей, включая «Евроторг», «Родны кут», «Белмаркеткомпани», «Юнифуд» и другие. Эти сети составляют значительную часть розничной торговли в стране, и к 2018 году они насчитывали около 30% (28 546 единиц) от общего количества торговых объектов в стране.

Формирование торговых сетей в Беларуси происходило на основе сотрудничества предприятий различных отраслей и уровней управления, которые объединяли свои ресурсы и интересы. Это позволяло сетям обеспечить устойчивость и привлекательность для инвестиций в розничную торговлю. Сотрудничество и объединение ресурсов позволили создать крупные торговые структуры, способные эффективно функционировать на рынке и обеспечивать широкий ассортимент продукции для потребителей.

Республика Беларусь была взята за основу развития внутренней торговли, так как она, как страна из постсоветского пространства, сумела в период экономического кризиса развить отрасль торговых сетей в качестве одного из важнейших инструментов внутренней торговли. Именно торговые сети являются основным звеном между производителями и потребителями.

Обзор внутренней торговли на региональном уровне

Для развития внутренней торговли в Республике Казахстан была выбрана столица - город Астана. Расположенный на территории площадью 797,33 квадратных километров, население этого города составляло 1 350 228 человек по состоянию на 1 декабря 2022 года. Астана стала ключевым центром развития торговли, предоставляя благоприятные условия для расширения внутреннего рынка и удовлетворения потребностей населения в разнообразных товарах и услугах.

Астана состоит из пяти районов: «Алматы», «Сарыарка», «Есиль», «Байконур» и «Нура». Район «Нура» находится в процессе создания.

Оптово-розничная торговля играет важную роль в экономическом развитии города Астана. Как столица Казахстана и один из крупнейших городов страны, Астана является центром коммерческой активности, привлекая как местных жителей, так и туристов. Оптово-розничный сектор обеспечивает

доступность и разнообразие товаров, а также создает рабочие места и способствует экономическому росту города.

В городе Астана существует разветвленная сеть оптово-розничных предприятий, включая супермаркеты, универмаги, торговые центры и специализированные магазины. Они предлагают широкий ассортимент товаров, от продовольственных продуктов и товаров повседневного спроса до электроники, одежды, мебели и других товаров.

Оптовая торговля в Астане направлена на обслуживание бизнес-сектора и предприятий, предлагая им оптимальные условия по закупкам больших объемов товаров. Оптовые центры и площадки способствуют развитию бизнеса, обеспечивая предпринимателям доступ к широкому ассортименту товаров по конкурентоспособным ценам.

В то же время, розничная торговля в Астане ориентирована на индивидуальных потребителей, обеспечивая им доступность и удобство при покупках. Сети супермаркетов и торговые центры предлагают удобные условия покупок, разнообразие брендов и широкий выбор товаров для удовлетворения потребностей различных категорий покупателей.

Оптово-розничная торговля в Астане также становится все более цифровой и онлайн-ориентированной. Электронная коммерция и интернет-магазины предоставляют потребителям удобство покупок через Интернет, а также открывают новые возможности для предпринимателей в сфере электронной торговли.

За первое полугодие 2022 года сфера услуг и торговли составили 69,8% от структуры ВРП, где сфера торговли составила 21,9%, а сфера услуг - 48,0%.

Объем розничного товарооборота за январь-декабрь 2022 года составил 1 973,9 млрд тенге, что является увеличением на 10,1% по сравнению с аналогичным периодом 2021 года. Объем оптового товарооборота составил 5 727,4 млрд тенге, что на 10,9% выше показателя за аналогичный период прошлого года.

Средняя номинальная заработная плата одного работника в городе Астане в 3 квартале 2022 года составила 349,7 тыс. тенге. За счет малых предприятий, занимающихся предпринимательской деятельностью, наблюдалось увеличение в номинальном выражении на 15,5%, но в реальном уменьшение на 1,7%. В сфере торговли средняя номинальная заработная плата составляет 293,6 тыс. тенге, что на 3% выше уровня соответствующего периода 2021 года. Среднемесячная номинальная заработная плата в сфере торговли на 16,1% меньше, чем в среднем по всем сферам экономики.

Фактическая численность работников в 3 квартале 2022 года в г. Астана составила 84 613 человек, что составляет 16,4% от общей численности работников по всем видам экономической деятельности [7].

На территории города Астаны в настоящее время функционируют 21 торговых рынков, включая 17 розничных и 3 оптовых. Общая площадь торговых рынков составляет 270 тыс. кв.м, а общее количество торговых мест составляет 9 тысяч. Кроме того, в городе работают 11 торгово-развлекательных центров и

11 торговых сетей, включая «Magnum Cash & Carry», «Small», «Анвар», «AQMOL», «Galmart», «Аян», «Метро», «Интерфуд», «Гастроном», «ВкусМарт» и «Астыкжан». Также насчитывается 2024 магазина, распределенных по районам города: Алматы (540), Сарыарка (752), Есиль (494) и Байконур (238).

Одной из важных составляющих оптово-розничной торговли в городе Астана являются социально-значимые продовольственные товары. Эти товары играют важную роль в обеспечении базовых потребностей населения, таких как пища и питьевая вода.

СЗПТ являются предметом особого внимания государственных органов, так как они оказывают прямое влияние на благополучие населения. В Астане существуют различные механизмы и программы для обеспечения доступности и стабильности цен на СЗПТ. Это включает в себя меры государственной поддержки, контроль качества продуктов, регулирование торговой деятельности и сотрудничество с производителями и поставщиками.

Государственные органы и торговые организации в Астане активно работают над поддержанием стабильности поставок и доступности СЗПТ для населения. Это включает в себя создание резервных фондов продовольствия, организацию специальных ярмарок и распределение продуктов по социальным программам.

Оптовые и розничные торговые сети в Астане также играют важную роль в обеспечении населения СЗПТ. Они сотрудничают с поставщиками и производителями, обеспечивая наличие и доступность этих товаров в магазинах. Кроме того, сети супермаркетов и торговые центры активно работают над обеспечением качества и свежести СЗПТ, а также предоставляют информацию о продуктах и их пищевой ценности.

Акиматом г. Астана совместно с ТОО «Magnum Cash&Carry» (*торговая сеть «Магнум»*) были проведены подготовительные мероприятия по запуску пилотного проекта «Социальная карта жителя столицы». Данная карта предоставляет жителям возможность приобретать СЗПТ по льготной цене в магазинах торговой сети «Магнум». «Магнум» был выбран в качестве партнера пилотного проекта из-за наличия более 70 магазинов во всех районах города и опыта сотрудничества в рамках реализации механизма «оборотного займа».

30 сентября 2022 года был подписан четырехсторонний Меморандум о сотрудничестве между акиматом города Астаны через Управление предпринимательства, Управление занятости, СПК и торговой сетью «Магнум» с целью предоставления льготных скидок для категории СУСН (*социально уязвимых слоев населения*). Однако в настоящее время реализация проекта приостановлена, и его внедрение планируется на общереспубликанском уровне [32].

СЗПТ в Астане имеют особое значение для здоровья и благополучия населения. Разработка и реализация эффективных механизмов обеспечения доступности и стабильности цен на СЗПТ являются важными задачами для городских властей и бизнес-сообщества. Это позволяет гарантировать населению достаточное количество качественных продуктов питания,

способствуя поддержанию здорового образа жизни и улучшению качества жизни в городе Астана.

Что касается потребности населения города Астаны в социально значимых продовольственных товарах, рассчитанной на население в 1 350 228 человек, она выглядит следующим образом: картофель - 135 020,0 тонн в год или 11 252 тонн в месяц; капуста белокочанная - 32 404,8 тонн в год или 2 700 тонн в месяц; морковь - 31 054,6 тонн в год или 2 588 тонн в месяц; лук - 21 603,2 тонн в год или 1 800 тонн в месяц; масло подсолнечное - 16 202,4 тонн в год или 1 350 тонн в месяц; масло сливочное - 6 345,9 тонн в год или 529 тонн в месяц; рожки - 3240,5 тонн в год или 270 тонн в месяц; сахар - 22 953,4 тонн в год или 1 913 тонн в месяц; соль - 2 025,3 тонн в год или 169 тонн в месяц; гречка - 9 991,5 тонн в год или 833 тонн в месяц; рис - 11 341,7 тонн в год или 945 тонн в месяц; молоко - 60 759 тонн в год или 5 063 тонн в месяц; кефир - 62 109,2 тонн в год или 5 176 тонн в месяц; творог - 13 637 тонн в год или 1 136 тонн в месяц; мясо говядины - 27 004 тонн в год или 2 250 тонн в месяц; мясо кур - 21 603,2 тонн в год или 1 800 тонн в месяц; мука 1 сорта - 12 151,8 тонн в год или 1 013 тонн в месяц; яйца - 12 462 тонн в год или 1 039 тонн в месяц; хлеб - 37 805,6 тонн в год или 3150 тонн в месяц.

В городе Астане функционируют 34 производителя продовольственных товаров, включая 18 производителей хлеба, 9 производителей муки, 3 производителя макарон, 2 производителя картофеля и 2 производителя творога. Однако основная потребность города в продуктах питания обеспечивается за счет импорта из других регионов Казахстана. Импортные продукты включают сахар, мясо кур, кефир и творог.

В 2022 году в городе Астане были следующие показатели производства продукции СЗПТ:

- Мука: произведено 120 389 тонн, при основном вкладе в производство от ТОО «Табыс 2009» и ТОО «Төнкіріс».

- Макароны: произведено 28 326 тонн, с основным вкладом от ТОО «Jfood Kazakhstan» (концерн «Цесна-Астық»), который является производителем муки и макарон.

- Хлеб: произведено 16 981 тонн, с основным вкладом от ТОО «Столичный хлеб», ТОО «Карунд», ТОО «Сапа нан», ИП «Хлебный край», ИП «Ахметова», ИП «Халык нан», ИП «Татым» [32].

Следует отметить, что за последние несколько лет рост цен на продукты питания и товары первой необходимости в городе Астане превышает рост цен в других регионах Республики Казахстан.

Таблица 7 - Индекс цен и средние цены на СЗПТ по состоянию на 4 января 2023 года

В процентах(%)

	2019	2020	2021	2022	Май 2023
Социально-значимые продовольственные товары	112,9	114,8	109,9	125,6	113,4
Мука первый сорт	138,2	108,0	116,7	121,5	106,9
Хлеб первого сорта	103,5	107,4	117,0	107,5	104,5
Рожки	126,4	121,8	113,1	150,2	131,0
Рис	117,5	92,1	93,1	122,6	132,0
Крупа гречневая	213,1	115,0	90,7	143,5	104,1
Масло подсолнечное	102,2	135,4	127,9	114,3	112,1
Масло сливочное несоленое	108,5	118,3	114,2	123,0	126,5
Говядина	113,4	115,2	102,6	122,9	113,7
Мясо кур	108,4	96,9	117,4	112,6	117,8
Молоко пастеризованное 2,5%	111,1	109,0	101,8	125,8	119,7
Кефир 2,5%	109,3	104,7	107,6	123,2	124,6
Творог	106,8	112,4	102,4	117,8	120,0
Картофель	128,2	110,8	98,2	130,6	77,5
Морковь	126,2	106,3	97,1	111,1	86,6
Лук	113,3	101,1	107,1	168,1	103,2
Капуста	105,0	77,6	132,6	84,7	85,9
Сахар-песок	80,9	142,2	114,7	153,8	105,1
Яйца, I категория	114,2	120,4	111,1	119,0	122,7
Соль	96,6	103,6	113,8	112,1	105,6
Примечание: составлено автором на основе источников [17], [18], [19], [20], [21].					

Анализ данных по индексу цен и средним ценам на СЗПТ в городе Астана по состоянию на 31 декабря 2019 года позволяет выделить следующие наблюдения:

Общий индекс цен на социально-значимые продовольственные товары составляет 112,9, что указывает на умеренный рост цен за год.

Некоторые продукты показывают значительные изменения в ценах. Например, крупа гречневая имеет индекс цен 213,1, что указывает на значительный рост ее стоимости за год. Сахар-песок, напротив, имеет индекс цен 80,9, что указывает на существенное снижение цен.

В отношении конкретных продуктов можно выделить следующие тенденции:

Цены на муку пшеничную первого сорта, рожки и капусту белокочанную существенно выросли на 38,2%, 26,4% и 5,0% соответственно.

Цены на рис и масло подсолнечное снизились на 17,5% и 2,2% соответственно.

Остальные продукты показывают умеренные изменения в ценах [17].

Анализ данных по индексу цен и средним ценам на СЗПТ в городе Астана по состоянию на 29 декабря 2020 года позволяет выделить следующие наблюдения:

Общий индекс цен на социально-значимые продовольственные товары составляет 114,8, что указывает на умеренный рост цен за год.

Некоторые продукты показывают значительные изменения в ценах. Например, рожки и сахар-песок имеют индексы цен 121,8 и 142,2 соответственно, что указывает на значительный рост их стоимости за год. Капуста белокочанная, напротив, имеет индекс цен 77,6, что указывает на существенное снижение цен.

В отношении конкретных продуктов можно выделить следующие тенденции:

- Цены на рис и мясо кур снизились на 7,9% и 3,1% соответственно.

- Цены на масло подсолнечное, масло сливочное несоленое и сахар-песок значительно выросли на 35,4%, 18,3% и 42,2% соответственно.

- Цены на капусту белокочанную снизились на 22,4%.

- Остальные продукты показывают умеренные изменения в ценах.

В сравнении с предыдущими годами, цены на СЗПТ продемонстрировали разнонаправленную динамику. Некоторые товары подешевели, в то время как другие подорожали [18].

Анализ предоставленных данных по индексу цен и средним ценам на социально-значимые продовольственные товары в городе Астана на 28 декабря 2021 года позволяет сделать следующие наблюдения:

Индекс цен на СЗПТ составляет 109,9%, что указывает на общий рост цен на эти товары за год.

Некоторые продукты показывают различную динамику цен. Например, мука пшеничная первого сорта имеет индекс цен 116,7%, что свидетельствует о умеренном росте цен. В то же время, рис и крупа гречневая имеют индексы цен 93,1% и 90,7% соответственно, что указывает на снижение их стоимости.

Некоторые продукты выделяются своим высоким ростом цен. Например, масло подсолнечное имеет индекс цен 127,9%, что говорит о значительном

повышении его стоимости. Капуста белокочанная также показывает высокий индекс цен 132,6%.

Одновременно, некоторые продукты имеют умеренный рост цен или даже снижение. Например, хлеб пшеничный из муки первого сорта имеет индекс цен 117,0%, что указывает на умеренный рост цен. Говядина лопаточно-грудная часть и яйца I категории также показывают умеренный рост цен.

В целом, большинство продуктов питания имеют положительный индекс цен, что указывает на общий тренд роста стоимости продовольствия в городе Астана.

Сравнивая данные с предыдущим годом, можно отметить, что индекс цен на СЗПТ в 2022 году (125,6%) выше, чем в 2021 году (109,9%). Это указывает на более значительный рост цен на продукты питания в 2022 году [19].

Анализ предоставленных данных по ценам на СЗПТ в городе Астана на 27 декабря 2022 года позволяет сделать следующие наблюдения:

Индекс цен на СЗПТ составляет 125,6%, что указывает на общий рост цен на эти товары за год.

Некоторые конкретные продукты показывают различную динамику цен. Например, мука пшеничная первого сорта имеет индекс цен 121,5%, что свидетельствует о умеренном росте цен. В то же время, капуста белокочанная имеет очень низкий индекс цен 84,7%, что указывает на значительное снижение цен.

Некоторые продукты выделяются своим высоким ростом цен. Например, лук репчатый имеет индекс цен 168,1%, что говорит о резком повышении его стоимости. Сахар-песок также показывает высокий индекс цен 153,8%.

Одновременно, некоторые продукты имеют более умеренный рост цен или даже снижение. Например, хлеб пшеничный из муки первого сорта имеет индекс цен 107,5%, что указывает на небольшое повышение цен. Рис и молоко пастеризованное 2,5% также показывают умеренный рост цен.

В целом, большинство продуктов питания имеют положительный индекс цен, что указывает на общий тренд роста стоимости продовольствия в городе Астана [20].

При анализе данных за 2023 год в городе Астана можно выделить следующие примечательные изменения цен на СЗПТ:

Лук репчатый: Индекс цен: 103,2%. Цены на лук репчатый показывают умеренный рост, что указывает на повышение его стоимости в течение года.

Сахар-песок: Индекс цен: 105,1% Цены на сахар-песок также показывают некоторый рост, указывая на увеличение его стоимости.

Рожки: Индекс цен: 131,0%. Цены на рожки значительно выросли, указывая на значительное повышение их стоимости.

Рис: Индекс цен: 132,0%. Цены на рис также показывают значительный рост, что указывает на увеличение его стоимости в течение года.

Вышеперечисленные продукты являются наиболее примечательными с точки зрения роста цен в городе Астана за 2023 год. Это может быть связано с различными факторами, такими как изменение спроса и предложения,

логистические затраты и другие факторы, влияющие на формирование цен на продукты питания [21].

Следует отметить, что за последние несколько лет рост цен на продукты питания и товары первой необходимости в городе Астане превышает рост цен в других регионах Республики Казахстан.

Цены на СЗПТ в городе Астана за период с 2019 по 2023 годы демонстрируют определенные тенденции и изменения, как показано в рисунке 2 [17], [18], [19], [20], [21]. Анализ данных позволяет выделить несколько ключевых наблюдений.

В процентах(%)



Рисунок 5 - Индекс цен на СЗПТ за 2019-2023 годы по Республике Казахстан

Примечание: составлено автором на основе источников [17], [18], [19], [20], [21].

В 2019 году наблюдался общий рост цен на большинство продуктов. Мука пшеничная первого сорта и картофель показали наиболее значительный рост, соответственно, 138,2% и 128,2%. В то же время, некоторые продукты, включая капусту белокочанную и сахар-песок, отметились снижением цен.

В 2020 году продолжался общий тренд роста цен на СЗПТ. Крупа гречневая и рис показали существенный рост, соответственно, 213,1% и 117,5%. Хлеб пшеничный из муки первого сорта и масло подсолнечное также поднялись в цене, хоть и в умеренной степени.

В 2021 году отмечался умеренный рост цен на некоторые продукты, включая соль и мясо кур. Однако картофель и морковь показали небольшое снижение цен, что может быть связано с факторами предложения и спроса.

2022 год привнес дополнительные изменения в цены на СЗПТ. Рожки и сахар-песок показали существенный рост, соответственно, 150,2% и 142,2%. С другой стороны, капуста белокочанная и яйца I категории отметились низкими ценами.

В 2023 году было замечено небольшое снижение цен на морковь и лук репчатый. В то же время, рис и сахар-песок продолжали демонстрировать умеренный рост цен.

В целом, данные по ценам на СЗПТ в городе Астана за анализируемый период указывают на общий тренд роста стоимости продовольствия. Мука, крупы, мясо и некоторые другие продукты показали значительный рост цен, возможно, влияние на это оказали спрос, логистические затраты и внешние экономические факторы. Однако, отдельные продукты, такие как капуста, морковь и лук, показали снижение цен, что может быть связано с внутренними факторами рынка и предложения.

Оптово-розничная торговля в городе Астана играет важную роль в экономическом развитии региона. Анализ проведенных исследований позволяет сделать следующие выводы.

Во-первых, город Астана является одним из ключевых торговых центров Казахстана. Развитая инфраструктура, наличие крупных оптовых и розничных торговых площадок, а также высокий уровень потребительского спроса делают его привлекательным для бизнеса.

Во-вторых, оптово-розничная торговля в городе Астана характеризуется разнообразием предлагаемых товаров и услуг. Широкий ассортимент продукции, как в сфере продовольствия, так и в непродовольственных отраслях, обеспечивает разнообразие выбора для потребителей.

В-третьих, развитие цифровых технологий и электронной коммерции оказывает значительное влияние на оптово-розничную торговлю в городе Астана. Онлайн-платформы и интернет-магазины становятся все более популярными среди потребителей, обеспечивая удобство и доступность покупок.

Однако, несмотря на положительные аспекты, существуют и ряд проблем, которые необходимо решить для дальнейшего развития оптово-розничной торговли в городе Астана. Это включает в себя необходимость повышения эффективности логистических систем, разработку и внедрение инновационных подходов к маркетингу и продажам, а также улучшение качества обслуживания и удовлетворенности потребителей.

Для успешного развития оптово-розничной торговли в городе Астана рекомендуется укреплять сотрудничество между бизнесом и государственными органами, создавать благоприятную инвестиционную среду, поддерживать малые и средние предприятия, а также продолжать развивать цифровые технологии.

Проблемы развития внутренней торговли в Республике Казахстан

Внутренняя торговля в Казахстане сталкивается с несколькими проблемами, которые затрудняют ее развитие и эффективное функционирование. Рассмотрим подробнее некоторые из этих проблем:

– Недостаточное финансирование сельхозпроизводителей - один из ключевых факторов, влияющих на развитие внутренней торговли, это состояние сельского хозяйства. Однако сельхозпроизводители часто сталкиваются с ограничениями доступа к финансовым ресурсам. Отсутствие доступного и надежного финансирования ограничивает возможности производства, инвестиций в современное оборудование, улучшение качества продукции и ее масштабирование.

– Отсутствие развитой инфраструктуры - недостаточное развитие транспортной, складской и логистической инфраструктуры оказывает негативное влияние на внутреннюю торговлю. Дороги в ряде регионов могут быть плохого качества, отсутствуют современные складские помещения и эффективные логистические решения. Это приводит к задержкам в поставках, увеличению издержек и ограничению доступности товаров для потребителей.

– Высокая зависимость от импорта - Казахстан страдает от высокой зависимости от импорта во многих отраслях, особенно в непродовольственной сфере. Это означает, что местные производители сталкиваются с жесткой конкуренцией со стороны иностранных товаров. Эта проблема приводит к снижению доли местных товаров на рынке и упущенным возможностям для развития местного бизнеса.

– Ограниченный доступ к финансовым ресурсам для малого и среднего бизнеса - малые и средние предприятия играют важную роль в развитии внутренней торговли, однако они сталкиваются с ограничениями в доступе к финансированию. Банковские кредиты могут быть недоступными или иметь высокие процентные ставки, что затрудняет развитие и расширение бизнеса. Это препятствует росту местного предпринимательства и снижает его конкурентоспособность.

– Чрезмерная бюрократия и непрозрачные процедуры - бюрократические процессы и непрозрачность в правительственных процедурах могут замедлять и усложнять внутреннюю торговлю. Долгие и сложные процедуры регистрации, получения лицензий и разрешений ограничивают развитие бизнеса и создают препятствия для предпринимателей. Упрощение и автоматизация административных процедур может существенно улучшить условия для внутренней торговли.

– Недостаточная конкуренция и монополистические практики - некоторые отрасли внутренней торговли страдают от недостаточной конкуренции и наличия монополистических практик. Это может привести к высоким ценам, ограниченному выбору товаров и услуг, а также снижению качества обслуживания. Продвижение конкуренции и противодействие

монополистическим практикам способствуют разнообразию и доступности товаров для потребителей.

– Недостаточное потребительское образование - ограниченное потребительское образование и осведомленность потребителей могут стать препятствием для развития внутренней торговли. Недостаточное знание о правах потребителей, современных трендах и качестве товаров может привести к неэффективному использованию ресурсов и недовольству потребителей.

Эти проблемы требуют серьезного внимания со стороны правительства, бизнес-сообщества и других заинтересованных сторон.

Развитие внутренней торговли в Республике Казахстан является важным фактором для укрепления экономики и обеспечения устойчивого развития страны. В целях стимулирования внутренней торговли и улучшения условий для сельхозпроизводителей, оптово-розничных предприятий и конечных потребителей, следующие рекомендации могут быть приняты во внимание:

1. Финансирование сельхозпроизводителей через «оборотную» схему - важно предоставить доступ к финансированию для сельхозпроизводителей через систему, где льготные кредиты под 0,1% выдаются на основе оборотных средств. Это позволит сельхозпроизводителям получать необходимые средства для производства и реализации продукции, улучшая качество и доступность сельскохозяйственной продукции на рынке.

2. Строительство и развитие оптово-распределительных центров - оптово-распределительные центры играют важную роль в эффективной поставке и распределении товаров. Рекомендуется активно инвестировать в строительство и развитие таких центров в различных регионах Казахстана. Это позволит сократить затраты на логистику, улучшить складские возможности и обеспечить более эффективное функционирование оптово-розничных сетей.

3. Сокращение цепочки посредников - для снижения издержек и повышения доступности товаров рекомендуется сократить количество посредников между производителем и конечным покупателем. Это можно достичь путем установления непосредственных связей между производителями и розничными предприятиями, а также развития электронной коммерции, которая позволит сократить количество посредников и обеспечить прямой доступ к товарам.

4. Развитие инфраструктуры и логистики - важно инвестировать в развитие транспортной, складской и логистической инфраструктуры для облегчения перемещения товаров по всей стране. Это поможет сократить время доставки и повысить эффективность поставок, что способствует снижению издержек и улучшению доступности товаров для потребителей.

5. Поддержка и развитие малого и среднего бизнеса - малые и средние предприятия играют важную роль в развитии внутренней торговли. Рекомендуется предоставлять поддержку и стимулировать развитие таких предприятий через программы финансирования, обучения и консультирования. Это позволит создавать новые рабочие места, разнообразить товарный ассортимент и укрепить конкурентоспособность внутреннего рынка.

6. Продвижение качественных и местных товаров - важно продвигать и поддерживать качественные и местные товары на рынке. Создание маркетинговых кампаний и проведение информационных акций помогут повысить осведомленность потребителей о доступных продуктах внутреннего производства, а также формировать предпочтение к покупке местных товаров.

7. Проведение сельхоз ярмарок - организация регулярных сельхоз ярмарок в различных регионах страны стимулирует развитие сельского хозяйства и позволяет напрямую производителю продавать свою продукцию напрямую конечным потребителям. Сельхоз ярмарки создают благоприятные условия для продажи качественных продуктов, снижают издержки посредников и способствуют развитию местных экономик.

Отдельное внимание в вышеуказанных рекомендациях по развитию внутренней торговли в Республике Казахстан строительству оптово-распределительных центров.

Рекомендация по развитию внутренней торговли: строительство оптово-распределительных центров

Оптово-распределительные центры (ОРЦ) играют важную роль в оптово-розничной торговле и имеют значительный потенциал для развития внутренней торговли в Казахстане. ОРЦ – это специализированные торговые платформы, которые выполняют ряд функций, связанных с оптовой торговлей, логистикой и распределением товаров.

Суть ОРЦ заключается в том, что они объединяют различных поставщиков и покупателей на одной площадке, предоставляя удобную и эффективную инфраструктуру для осуществления оптовых операций. Они предлагают широкий ассортимент товаров, которые могут быть приобретены оптовиками, розничными магазинами и другими предприятиями, занимающимися реализацией товаров [33].

Функции ОРЦ включают:

- Оптовые закупки - ОРЦ предоставляют возможность оптовым покупателям приобретать товары в больших объемах по оптовым ценам. Это особенно важно для мелких и средних предприятий, которые могут получить доступ к широкому ассортименту товаров и лучшим оптовым условиям.

- Хранение и логистика - ОРЦ обладают современными складскими помещениями и логистической инфраструктурой, позволяющей эффективно хранить и распределять товары. Это снижает издержки и облегчает логистические процессы для поставщиков и покупателей.

- Доступ к информации - ОРЦ предоставляют актуальную информацию о наличии товаров, ценах, тенденциях рынка и других важных аспектах оптовой торговли. Это помогает покупателям принимать информированные решения и планировать свои закупки.

- Продвижение новых товаров - ОРЦ часто служат платформой для представления новых товаров и брендов на рынке. Это способствует

разнообразие товарного предложения и позволяет предпринимателям установить контакты с новыми поставщиками и покупателями.

ОРЦ имеют несколько преимуществ и полезных аспектов для развития внутренней торговли в Казахстане:

– Улучшение доступности товаров - ОРЦ способствуют повышению доступности разнообразных товаров для розничных магазинов и других предприятий. Это позволяет удовлетворить потребности потребителей в широком ассортименте товаров, включая продовольственные и непродовольственные товары.

– Снижение издержек - ОРЦ позволяют снизить затраты на логистику и хранение товаров благодаря использованию современных складских систем и оптимизации логистических процессов. Это может привести к снижению цен на товары и улучшению конкурентоспособности предприятий.

– Сокращение посредников - ОРЦ предоставляют возможность прямого контакта между производителями и покупателями, что помогает сократить количество посредников в оптовой торговле. Это способствует более прозрачным и эффективным бизнес-процессам.

– Развитие местного производства - ОРЦ могут стать платформой для продвижения и развития местного производства, предоставляя производителям возможность представить свою продукцию на оптовом рынке и привлечь новых партнеров и клиентов [34].

Оптово-распределительные центры (ОРЦ) имеют ряд преимуществ по сравнению с обычными рынками и базарами. Они могут сыграть важную роль в развитии и модернизации торговой сети в стране.

Первое преимущество ОРЦ заключается в их способности предложить более широкий ассортимент товаров по сравнению с традиционными рынками и базарами. Благодаря объединению множества поставщиков и производителей, ОРЦ предлагают более разнообразные и качественные товары различных категорий. Это позволяет потребителям получить доступ к большему количеству товаров, удовлетворяющих их разнообразным потребностям.

Второе преимущество ОРЦ заключается в том, что они предлагают более конкурентоспособные цены. Благодаря масштабы и возможности закупки товаров оптом, ОРЦ могут предложить более выгодные цены по сравнению с традиционными рынками и базарами. Это особенно важно для предпринимателей и малого бизнеса, которые могут получить оптовые скидки и улучшить свою прибыльность.

Теперь рассмотрим влияние ОРЦ на обычные рынки и базары. С одной стороны, ОРЦ могут представлять конкуренцию для традиционных рынков. Более широкий ассортимент товаров и конкурентоспособные цены ОРЦ могут привести к изменению предпочтений покупателей и перераспределению торговой активности. Это может вызвать некоторые трудности для предпринимателей, работающих на традиционных рынках, и потребовать от них адаптации и поиска новых стратегий для привлечения клиентов.

С другой стороны, ОРЦ могут также способствовать развитию традиционных рынков и базаров. Предприниматели и поставщики могут использовать ОРЦ в качестве площадки для закупки товаров. Это позволяет им улучшить свою конкурентоспособность, расширить ассортимент предлагаемых товаров и привлечь новых клиентов.

Влияние ОРЦ на обычные рынки и базары может быть двояким, однако они могут способствовать как конкуренции, так и развитию традиционных торговых мест.

Однако, для видения картины о слабых и сильных сторонах, а также возможностей и угроз по строительству ОРЦ, был составлен SWOT-анализ:

Таблица 8 – SWOT-анализ строительства ОРЦ

Сильные стороны (Strengths)	Слабые стороны (Weaknesses)
1. Привлечение инвестиций от частного инвестора	1. Возможные сложности в получении разрешений и лицензий
2. Поддержка со стороны государства	2. Высокие затраты на проектирование и строительство
3. Уникальное географическое расположение	3. Ограниченность средств и ресурсов для оснащения и запуска
4. Высокий потенциал для развития оптово-розничной торговли	4. Нехватка опыта управления ОРЦ у некоторых специалистов
5. Партнерство с местными производителями и поставщиками	5. Возможные трудности в формировании и управлении кадровым составом
Возможности (Opportunities)	Угрозы (Threats)
1. Повышение спроса на оптово-распределительные услуги	1. Конкуренция с другими оптово-распределительными центрами
2. Возможность развития сети филиалов и партнерских отношений	2. Перепады в экономической ситуации и валютные колебания
3. Поддержка государственных программ развития торговли	3. Изменения в законодательстве и нормативных актах
4. Внедрение современных технологий и систем управления	4. Недостаточный спрос на оптово-розничные услуги из-за экономических факторов
5. Рост спроса на сельскохозяйственную продукцию и товары	5. Риски связанные с экологией и безопасностью деятельности
Примечание: Составлено автором.	

Вместе с тем, строительство и развитие оптово-распределительных центров могут сталкиваться с несколькими препятствиями и проблемами, которые могут затруднять их эффективное функционирование.

Основные причины, мешающих строительству и развитию ОРЦ:

– Финансовые ограничения - строительство и развитие ОРЦ требуют значительных финансовых вложений. Недостаток финансирования может стать преградой для строительства новых ОРЦ или модернизации существующих. Отсутствие достаточных средств может замедлить процесс развития ОРЦ или ограничить их масштаб.

– Недостаток инфраструктуры - ОРЦ требуют хорошо развитой инфраструктуры для обеспечения эффективной работы. Это включает доступ к дорогам, железнодорожным и авиатранспортным сетям, энергоснабжению и телекоммуникациям. Недостаточная инфраструктура может затруднить строительство ОРЦ или создать ограничения для их эффективной работы.

– Земельные и правовые вопросы - получение земельных участков для строительства ОРЦ может быть сложным процессом, особенно если требуется большая площадь земли. Правовые вопросы, связанные с земельными правами, регистрацией и разрешениями, могут создавать препятствия для строительства и развития ОРЦ.

– Конкуренция и монополистические структуры - наличие сильной конкуренции или доминирование монополистических структур на рынке может затруднить развитие ОРЦ. Это может создавать преграды в получении доступа к поставщикам или потребителям, а также в установлении конкурентоспособных цен и условий работы ОРЦ.

– Отсутствие согласованности и партнерства - развитие ОРЦ требует сотрудничества и согласованности между различными заинтересованными сторонами, включая государственные органы, частные компании, производителей, поставщиков и потребителей. Отсутствие партнерства и согласованности между этими сторонами может замедлить развитие ОРЦ и создать проблемы в их эффективной работе.

– Низкая осведомленность и понимание - некоторые предприниматели и потребители могут быть недостаточно осведомлены о преимуществах ОРЦ и их роли в снабжении и распределении товаров. Недостаточное понимание может создавать сопротивление и снижать интерес к строительству и развитию ОРЦ.

Все же, внедрение и развитие оптово-распределительных центров в Казахстане способствует созданию эффективной инфраструктуры для оптовой торговли, улучшению доступности товаров, сокращению посредников и стимулирует развитие внутренней торговли.

Для обеспечения равномерности и эффективности товаропроводящей системы в Казахстане рекомендуется строительство по одному оптово-распределительному центру (ОРЦ) в каждом из 20 регионов страны. Это обеспечит широкий охват и доступность товаров во всех регионах, а также улучшит логистические процессы и снизит издержки доставки товаров. Каждый ОРЦ должен быть размещен таким образом, чтобы обеспечить оптимальное покрытие и обслуживание местных предприятий, розничных точек и потребителей в соответствующем регионе. Это также позволит усилить

интеграцию между регионами и способствовать развитию экономики страны в целом.

Однако, в нынешних реалиях стоит учесть стоимость данного проекта, учитывать всевозможные риски и в целом его целесообразность.

В связи с этим, для начала рекомендуется реализация проекта в 3 регионах:

1. В Алматинской области (п. Шенгельды близ г. Конаев) – для охвата г. Алматы, Алматинской области и восточных регионов Республики Казахстан;
2. В г. Астана – для охвата г. Астана, северных и западных регионов Республики Казахстан;
3. В г. Шымкент – для охвата г. Шымкент и южных регионов Республики Казахстан.

Набор инфраструктурного наполнения и месторасположения каждого ОРЦ основывается на специфике региона, близости к центрам производства и потребления. Однако в среднем ОРЦ будут иметь следующие характеристики:

- Площадь участка в границах проектирования – 50-60 тыс. кв.м.;
- площадь сооружений – 30 тыс. кв.м.;
- в том числе основное здание – 20 тыс. кв.м.;
- овощехранилище – 10 тыс. кв.м.;
- кросс-док – 5 тыс. кв.м.



Рисунок 6 – Проект оптово-распределительного центра
Примечание: взято из источника [35].

Также, в виду того, что в 2019 году строительство одного ОРЦ оценивалось приблизительно в 10 млрд. тенге, то в настоящее время, ко второй половине 2023 года, стоимость проекта возможно увеличится в 2 раза и составит около 20 млрд. тенге.

Ниже были рассчитаны приблизительные затраты на строительство ОРЦ:

Таблица 9 – Этапы строительства ОРЦ

Этап строительства ОРЦ	Расходы (млрд тенге)
Земельный участок	1

Продолжение Таблицы 9

Проектирование и разработка бюджета	0,5
Получение разрешений и лицензий	0,2
Закупка оборудования и стройматериалов	6
Строительство и монтажные работы	10
Оснащение и запуск ОРЦ	1,4
Контроль и управление расходами	0,8
Оценка результатов и анализ	0,1
Общий бюджет строительства ОРЦ	20
Примечание: Составлено автором.	

Также были рассчитаны предположительные доходы и сроки окупаемости ОРЦ. Предположим, что ОРЦ продает оптовые товары на сумму 1,5 млрд тенге в месяц (сумма продаж всех товаров).

Ежемесячный доход от продажи товаров:

1,5 млрд тенге * 10% (рентабельность) = 150 млн тенге

Срок окупаемости проекта, исходя из общей суммы бюджета в 20 млрд тенге:

Срок окупаемости: 20 млрд тенге / 150 млн тенге (ежемесячный доход) \approx 133,33 месяца

С учетом ежемесячного дохода в 150 млн тенге, проект может окупиться примерно через 133,33 месяца, что составляет около 11 лет и 1 месяц.

Стратегия и система управления ОРЦ в Казахстане должны быть на основе государственно-частного партнерства (ГЧП) с участием акимата области или города республиканского значения и частных компаний. Регулирование деятельности ОРЦ осуществляется Министерством торговли и интеграции Республики Казахстан, которое является регулирующим органом в сфере торговли.

Государственно-частное партнерство позволяет объединить усилия государственного сектора и бизнеса для развития и управления ОРЦ. Акимат области или города республиканского значения выступает в роли государственного партнера, обеспечивая поддержку, регулирование и координацию деятельности ОРЦ, а частные компании вносят инвестиции, технологическую экспертизу и операционный опыт.

Стратегия развития ОРЦ должна определить цели и приоритеты, оптимальное размещение центров с учетом географического покрытия и потребностей регионов. Она также должна включать разработку механизмов управления, установление четких правил и нормативов, контроль и мониторинг деятельности ОРЦ.

Министерство торговли и интеграции Республики Казахстан, как регулирующий орган, осуществляет надзор и контроль за соблюдением требований качества и безопасности продукции в ОРЦ. Оно разрабатывает соответствующие нормативы и правила, осуществляет лицензирование и сертификацию ОРЦ, проводит анализ и мониторинг цен на товары и принимает меры по регулированию торговой деятельности.

Уровни управления ОРЦ будет выглядеть следующим образом:

Таблица 10 – Управление ОРЦ

Уровень управления	Представители	Основные функции
Государственный уровень	МИО	Поддержка развития и реализации ГЧП-проекта
	МТИ	Регулирование сферы торговли, в том числе ОРЦ
	МСХ	- Обеспечение ОРЦ товарами от сельскохозяйственных производителей
Частный уровень	Инвестор/Частное предприятие	Финансирование и инвестирование в ОРЦ
Операционный уровень	Руководитель ОРЦ	Планирование и координация работы ОРЦ
	Специалисты ОРЦ	Управление повседневными операциями и процессами
	Коммерческие директора и менеджеры	Развитие и внедрение маркетинговых стратегий
	Кадровый отдел	Управление кадровым составом и подбор персонала
	Финансовый отдел	Финансовое планирование и контроль бюджета
Примечание: Составлено автором.		

Взаимодействие между Министерством торговли и интеграции РК, акиматами областей и городов республиканского значения, частными компаниями и другими заинтересованными сторонами играет важную роль в развитии и совершенствовании национальной товаропроводящей системы в Казахстане.

В заключение, строительство оптово-распределительных центров (ОРЦ) является необходимым шагом для развития внутренней торговли в Республике Казахстан.

Строительство ОРЦ позволит укрепить торговую инфраструктуру, создать благоприятные условия для развития предпринимательства и способствовать конкурентоспособности отечественных производителей и поставщиков.

Кроме того, ОРЦ могут стать платформой для инноваций, обмена опытом и развития новых торговых практик.

В целом, строительство ОРЦ является важным шагом в развитии внутренней торговли в Республике Казахстан. Они способствуют улучшению качества торговой инфраструктуры, повышению конкурентоспособности отечественных производителей и созданию лучших условий для потребителей.

Реализация вышеуказанных рекомендаций может способствовать укреплению внутреннего рынка, снижению издержек и повышению доступности товаров, а также созданию благоприятной среды для развития местного бизнеса и улучшения жизненного уровня населения.

Рекомендации для усовершенствования Национальной товаропроводящей системы Республики Казахстан: создание Единой информационной системы

Летом 2022 Правительство РК отказалось от идеи, признав неэффективность проекта по строительству ОРЦ в регионах Казахстана. Вместо этого, МТИ было предложено разработать единую информационную систему, которая объединит все имеющиеся склады, хранилища, терминалы с государственными органами, в том числе и СПК. Благодаря этому, данные объекты, включая уже существующие ОРЦ (в том числе и на стадии реализации), смогут принимать эффективные решения по импорту и экспорту необходимой продукции СЗПТ. Эксперты МТИ считают, что данная сеть НТС позволит избежать необоснованных трат из государственного бюджета и привлечь частных инвесторов.

Разработка информационной системы для функционирования ОРЦ на уровне всей страны представляет собой комплексный подход, направленный на управление и контроль за деятельностью оптово-розничных центров, а также на обеспечение эффективного развития оптово-розничной торговли в национальном масштабе.

Основные характеристики предлагаемой информационной системы ОРЦ включают:

Централизованная база данных: Информационная система будет включать единую централизованную базу данных, содержащую информацию о всех ОРЦ, складах и хранилищах в стране. Данная база данных будет включать данные о компаниях, их структуре, товарных запасах, продажах, финансовых показателях и других аспектах их деятельности.

Мониторинг и управление: Система позволит осуществлять мониторинг и управление ОРЦ на государственном уровне. Это даст возможность контролировать соблюдение правил и законодательства, оценивать эффективность работы ОРЦ и принимать обоснованные решения на основе анализа данных.

Аналитика и отчетность: Информационная система предоставит возможности для анализа данных и формирования отчетности. Анализ продаж, спроса, покупательского поведения, конкурентной среды и других факторов

позволит принимать стратегические решения и разрабатывать эффективную политику в сфере оптово-розничной торговли.

Электронная торговля: Система будет включать электронные платформы для осуществления онлайн-продаж и общения с клиентами через интернет. Это облегчит процесс заказа, оплаты, отслеживания доставки и обмена информацией между ОРЦ и клиентами.

Интеграция с другими системами: Информационная система ОРЦ будет интегрирована с другими государственными системами, что обеспечит более эффективное взаимодействие и обмен информацией.

Для данного проекта имеется следующая статья расходов:

1. Разработка проекта – в том числе приобретение сервера и поддержка систем – 200 млн. тенге;
2. Маркетинг и продвижение услуг – 45 млн. тенге;
3. Подключение дополнительных баз данных – 25 млн. тенге.

Итого разработка и внедрение информационной системы при привлечении частных инвесторов обойдется в 260 млн. тенге.

Вместе с тем, проект Единой информационной НТС РК будет приносить доходы, т.к. предпринимателям (производителям, поставщикам и т.д.) будут предоставлены услуги по отслеживанию потоков продовольственной продукции в режиме онлайн. И это при том, что логистика будет выполняться за счет систем действующих ОРЦ. В этом случае – вопрос месторасположения ОРЦ будет снят.

Предлагается следующий пакет услуг для подключения к информационной системе:

Таблица 11 – Пакеты услуг информационной системы

Пакет «Стандарт»	Пакет «Премиум»
До 50 наименований продукции	Все наименования продукции
7500 тенге в месяц	18000 тенге в месяц
Примечание: Составлено автором.	

Для расчета были взяты количество потенциальных покупателей пакетов услуг, расходы, сроки окупаемости и ожидаемые сценарии:

Таблица 12 – Расчеты окупаемости проекта «Единая информационная система»

	Худший сценарий	Средний сценарий	Лучший сценарий
Общая стоимость проекта	260,000,000 тенге	260,000,000 тенге	260,000,000 тенге
Дополнительные расходы	78,000,000 тенге	78,000,000 тенге	78,000,000 тенге

Продолжение таблицы 12

Общая сумма расходов	338,000,000 тенге	338,000,000 тенге	338,000,000 тенге
Годовой доход (стоимость услуг * месяцы * кол-во подписок)			
Пакет «Стандарт»	7500 тенге * 12 * 850 = 76,500,000 тенге	7500 тенге * 12 * 1000 = 90,000,000 тенге	7500 тенге * 12 * 1200 = 108,000,000 тенге
Пакет «Премиум»	18000 тенге * 12 * 150 = 32,400,000 тенге	18000 тенге * 12 * 200 = 43,200,000 тенге	18000 тенге * 12 * 250 = 54,000,000 тенге
Общий годовой доход	76,500,000 тенге + 32,400,000 тенге = 108,900,000 тенге	90,000,000 тенге + 43,200,000 тенге = 133,200,000 тенге	108,000,000 тенге + 54,000,000 тенге = 162,000,000 тенге
Годовой чистый доход	108,900,000 тенге - 78,000,000 тенге = 30,900,000 тенге	133,200,000 тенге - 78,000,000 тенге = 55,200,000 тенге	162,000,000 тенге - 78,000,000 тенге = 84,000,000 тенге
Срок окупаемости (в годах)	338,000,000 тенге / 30,900,000 тенге ≈ 10.93 лет	338,000,000 тенге / 55,200,000 тенге ≈ 6.12 лет	338,000,000 тенге / 84,000,000 тенге ≈ 4.02 лет
Примечание: Составлено автором.			

На основании представленной таблицы, мы можем провести анализ различных сценариев окупаемости проекта создания информационной системы для портала.

Худший сценарий: В худшем сценарии, годовой чистый доход составляет 30,900,000 тенге, а срок окупаемости проекта составляет около 10.93 лет. Этот сценарий наименее выгоден и предполагает, что спрос на оба пакета (стандартный и премиум) будет ниже прогнозируемых значений.

Средний сценарий: В нормальном сценарии, годовой чистый доход составляет 55,200,000 тенге, а срок окупаемости проекта составляет около 6.12 лет. Этот сценарий является базовым прогнозом и предполагает, что спрос на оба пакета будет соответствовать прогнозируемым значениям.

Лучший сценарий: В лучшем сценарии, годовой чистый доход составляет 84,000,000 тенге, а срок окупаемости проекта составляет около 4.02 лет. Этот сценарий наиболее выгоден и предполагает, что спрос на оба пакета превысит прогнозируемые значения, что приведет к более быстрой окупаемости проекта.

Продолжение Таблицы 13

Первая	450	450 тенге * 0.15 = 67,5 тенге	517,5 тенге * 0.15 = 77,6 тенге	595,1 тенге * 0.15 = 89,3 тенге	684,4 тенге * 0.15 = 102,6 тенге	337 тенге	787
Вторая	450	450 тенге * 0.15 = 67,5 тенге	517,5 тенге * 0.10 = 51,7 тенге	569,2 тенге * 0.10 = 56,9 тенге	626,12 тенге * 0.10 = 62,6 тенге	238,7 тенге	688,7
Примечание: Составлено автором.							

Исходя из вышеуказанной сравнительной таблицы разница в итоговых суммах на товар составляет 98,3 тенге или 12,5%.

Таким образом, вторая ситуация с более низкой торговой надбавкой на продукты эффективнее на 12,5% по сравнению с первой ситуацией. Второй сценарий позволяет предложить более привлекательные цены для покупателей, что может привести к увеличению объемов продаж и повышению конкурентоспособности на рынке.

Данная редакция позволит стимулировать рост производства товаров СЗПТ, а также снизить торговую надбавку всех закупщиков и поставщиков, включая магазинов «у дома».

Заключение

Реализация предложенных рекомендаций, таких как строительство оптово-распределительных центров (ОРЦ), создание информационной системы для функционирования Национальной товаропроводящей системы (НТС) Республики Казахстан и внесение изменений в Законодательство по торговым надбавкам, обладает огромным потенциалом для стимулирования и ускорения развития внутренней торговли страны.

Введение ОРЦ в различных регионах Казахстана создаст основу для эффективной системы оптово-розничной торговли, позволит улучшить логистические процессы и сократить затраты на перевозку товаров. Это приведет к увеличению доступности товаров для потребителей, разнообразию ассортимента и конкурентоспособности предложения. Последовательное внедрение ОРЦ в разных регионах страны обеспечит равномерное покрытие территории и создаст благоприятные условия для развития местного бизнеса и производства.

Создание информационной системы НТС на уровне всей страны позволит управлять и контролировать деятельность ОРЦ, а также обеспечит сбор, анализ и предоставление ценной информации для принятия обоснованных решений на государственном уровне. Это обеспечит прозрачность торговой деятельности, содействует эффективному использованию ресурсов и повышению эффективности работы ОРЦ в целом. Такая система также предоставит возможность анализировать данные о продажах, спросе, конкурентной среде и других аспектах рынка, что способствует разработке стратегических решений и оптимизации деятельности ОРЦ.

Внесение изменений в Законодательство по торговым надбавкам будет способствовать регулированию цен и условий торговли, что поможет предотвратить неправомерную наценку и монополизацию рынка. Это обеспечит защиту прав и интересов потребителей, а также способствует развитию конкуренции на рынке, что, в свою очередь, стимулирует предпринимательскую активность и инновации.

В целом, предложенные меры способствуют формированию сильной и устойчивой внутренней торговли в Казахстане. Развитие ОРЦ и создание информационной системы НТС обеспечат сотрудничество между государственными органами и частными компаниями в сфере торговли, что создаст благоприятные условия для роста бизнеса и улучшения экономических показателей страны. Внесение изменений в Законодательство по торговым надбавкам будет способствовать справедливому регулированию рынка и защите прав потребителей.

Таким образом, эти рекомендации имеют потенциал принести положительные эффекты и способствовать развитию внутренней торговли в Республике Казахстан, что отразится на улучшении экономической ситуации и качества жизни населения.

Список использованных источников

- 1 Закон Республики Казахстан от 12 апреля 2004 года № 544-III О регулировании торговой деятельности [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z040000544>. Дата обращения: 13.05.2023г.
- 2 Положение о Министерстве торговли и интеграции Республики Казахстан [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/P1900000497#z22>. Дата обращения: 13.05.2023г.
- 3 Главные проблемы сферы торговли Казахстана назвал Бахыт Султанов [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: https://forbes.kz/news/2020/03/02/newsid_220198. Дата обращения: 15.05.2023г.
- 4 Концепция государственной программы развития торговли Республики Казахстан на 2021-2025 годы [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: <https://www.gov.kz/memleket/entities/mti/documents/details/61426?lang=ru>. Дата обращения: 15.05.2023г.
- 5 Суворова, С. Д. Внутренняя торговля России: социально-экономический аспект [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=38516460>. Дата обращения: 28.03.2023г.
- 6 Закон Республики Казахстан от 8 июля 2005 года № 66 «О государственном регулировании развития агропромышленного комплекса и сельских территорий» [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z050000066>. Дата обращения: 13.05.2023г.
- 7 О состоянии розничной торговли в Республике Казахстан в январе-декабре 2022 года [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: <https://www.gov.kz/memleket/entities/stat/press/news/details/488240?lang=ru>. Дата обращения: 03.03.2023г.
- 8 Розничная и оптовая торговля в Республике Казахстан на 2021 год [Электронный ресурс] - Режим доступа: URL: <https://old.stat.gov.kz/official/industry/17/publication> Дата обращения: 05.02.2023г.
- 9 Розничная и оптовая торговля в Республике Казахстан на 2020 год [Электронный ресурс] - Режим доступа: URL: <https://old.stat.gov.kz/official/industry/17/publication>. Дата обращения: 05.02.2023г.
- 10 Розничная и оптовая торговля в Республике Казахстан на 2019 год [Электронный ресурс] - Режим доступа: URL: <https://old.stat.gov.kz/official/industry/17/publication>. Дата обращения: 05.02.2023г.
- 11 Инфляция в Республике Казахстан (апрель 2023г.) - Режим доступа: URL: <https://stat.gov.kz/ru/industries/economy/prices/publications/6158/>. Дата обращения: 04.06.2023г.
- 12 Приказ и.о. Министра национальной экономики Республики Казахстан от 27 марта 2015 года № 264 «Об утверждении Правил внутренней торговли» [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/V1500011148>. Дата обращения: 15.05.2023г.

13 Предпринимательский кодекс Республики Казахстан от 29 октября 2015 года № 375-V [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/K1500000375>. Дата обращения: 15.05.2023г.

14 Закон Республики Казахстан «О защите прав потребителей» от 4 мая 2010 года № 274-IV [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z100000274>. Дата обращения: 15.05.2023г.

15 Закон Республики Казахстан «О техническом регулировании» от 30 декабря 2020 года № 396-VI [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z2000000396>. Дата обращения: 15.05.2023г.

16 Комитет торговли создан в МТИ [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: <https://eldala.kz/novosti/kazahstan/8253-komitet-torgovli-sozdan-v-mti>. Дата обращения: 11.12.2022г.

17 Статистика цен на социально значимые продовольственные товары за 2019 год (официальный сайт Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан) [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: <https://old.stat.gov.kz/official/industry/26/statistic/6>. Дата обращения: 06.06.2023г.

18 Статистика цен на социально значимые продовольственные товары за 2020 год (официальный сайт Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан) [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: <https://old.stat.gov.kz/official/industry/26/statistic/6>. Дата обращения: 06.06.2023г.

19 Статистика цен на социально значимые продовольственные товары за 2021 год (официальный сайт Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан) [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: <https://old.stat.gov.kz/official/industry/26/statistic/6>. Дата обращения: 06.06.2023г.

20 Статистика цен на социально значимые продовольственные товары за 2022 год (официальный сайт Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан) [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: <https://old.stat.gov.kz/official/industry/26/statistic/6>. Дата обращения: 06.06.2023г.

21 Статистика цен на социально значимые продовольственные товары за 2023 год (официальный сайт Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан) [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: <https://stat.gov.kz/ru/industries/economy/prices/publications/6159/>. Дата обращения: 06.06.2023г.

22 Минторговли отказалось от строительства 24 ОРЦ – НПП [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: <https://kapital.kz/economic/108350/mintorgovli-otkazalos-ot-stroitel-stva-24-orts-npp.html>. Дата обращения: 08.06.2023г.

23 Информация по созданию Национальной товаропроводящей системы [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL:

<https://www.gov.kz/memleket/entities/mti/press/news/details/417394?lang=ru>. Дата обращения: 08.06.2023г.

24 Мизанбекова С., Калыкова Б., Джумабаева А. Обеспечение продовольственной безопасности Казахстана (текст статьи на казахском языке). Проблемы агрорынка. 2020;(4):31-39. [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: <https://doi.org/10.46666/2020-4-2708-9991.03>. Дата обращения: 08.02.2023г.

25 Постановление Правительства Республики Казахстан от 1 марта 2010 года № 145 Об утверждении перечня социально значимых продовольственных товаров [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/P100000145>. Дата обращения: 08.02.2023г.

26 Чернышевская И. Продовольственная безопасность Казахстана: «С голоду не умрем, но цены на продукты взлетят» [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: <https://cabar.asia/ru/prodovolstvennaya-bezopasnost-kazahstana-s-golodu-ne-umrem-no-tseny-na-produkty-vzletyat>. Дата обращения: 11.01.2023г.

27 В Казахстане сахара осталось меньше средней месячной нормы потребления [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: <https://mk-kz.kz/economics/2022/07/19/v-kazahstane-sakhara-ostalos-menshe-sredney-mesyachnoy-normy-potrebleniya.html>. Дата обращения: 11.01.2023г.

28 Новые подходы внедряют в работу стабилизационных фондов [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: <https://www.gov.kz/memleket/entities/moa/press/news/details/475625?lang=ru>. Дата обращения: 11.01.2023г.

29 Два региона подписали договоры займа с сахарными заводами на 2,5 млрд тенге [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: <https://www.gov.kz/memleket/entities/mti/press/news/details/466728?lang=ru>. Дата обращения: 11.01.2023г.

30 Якимик А.Я. Эволюция сетевой торговли: мировой и отечественный опыт [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: http://edoc.bseu.by:8080/bitstream/edoc/83439/1/Yakimik_70_77.pdf. Дата обращения: 25.02.2023г.

31 Продовольственная безопасность Республики Беларусь в условиях экономических санкций. Импортозамещение как национальный проект и комплексная стратегия развития экономики. [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: <https://belnipi.by/2022/10/17/prodovolstvennaja-bezopasnost-respubliki-belarus-v-uslovijah-jekonomicheskikh-sankcij-impertozameshhenie-kak-nacionalnyj-proekt-i-kompleksnaja-strategija-razvitija-jekonomiki/>. Дата обращения: 25.02.2023г.

32 Рабочие материалы Управления по инвестициям и развитию предпринимательства города Астаны [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: <https://www.gov.kz/memleket/entities/astana-uir?lang=ru>. Дата обращения: 15.01.2023г.

33 Создание сети ОРЦ позволит снизить цены на аграрную продукцию до 25% — МТИ [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL:

<https://primeminister.kz/ru/news/sozdanie-seti-orc-pozvolit-snizit-ceny-na-agnu-yu-produkciyu-do-25-mti-2831644>. Дата обращения: 10.05.2023г.

34 Сыздыкбаева Б.У., Раимбеков Ж.С., Баймбетова А.Б., Камзенов А.Т. Анализ состояния развития логистических распределительных систем товаров в крупных городах и регионах Казахстана [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-sostoyaniya-razvitiya-logisticheskikh-raspredelitelnyh-sistem-tovarov-v-krupnyh-gorodah-i-regionah-kazahstana>. Дата обращения: 10.06.2023г.

35 Строительство оптово-распределительного центра «Алтай» [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: <https://spkertis.kz/kz/2/project>. Дата обращения: 10.06.2023г.