

**ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ КӨТЕРМЕ САУДА
НАРЫҒЫНЫҢ ИНФРАҚҰРЫЛЫМЫ:
ЖАҒДАЙЫ МЕН ДАМУ БАҒЫТТАРЫ**

МАУЛИНА Н.Х.

Қазақ ұлттық Әл-Фараби университеті,
Алматы қаласы, Қазақстан
e-mail:n.maulina@alt.edu.kz

Андатпа. Мақалада Қазақстандағы азық-түлік көтерме сауда нарығының инфрақұрылымының негізгі құрамдас бөліктері талданады. Авторлар аймақтық контексте бөлшек сауда нысандарына жан-жақты шолу жасап, тұрғындарды сауда алаңдарымен қамтамасыз ету деңгейін бағалайды. Зерттеу объектілері ретінде заңды тұлғалардың саудадағы құрылымы, өңірлердегі жұмыспен қамту, сервистік-дайындау орталықтары, көтерме сауда орталықтары, ірі объектілердің бөлшек сауда алаңдары, ауылдық жерлердегі базарлар мен мамандандырылған базарлардың техникалық жабдықталуы қарастырылады. Сондай-ақ, тауар биржаларының жұмысы және тұрақтандыру қорларына өнім сатып алу мәселелері де зерттеледі.

Мемлекет азық-түлік нарығында негізгі рөл атқаруды жалғастыруда, авторлар Қазақстан Үкіметі азық-түлік саудасында цифрлық инфрақұрылымды дамыту бойынша белсенді жұмыс жүргізіп жатқанын атап өтеді. Талдау барысында мемлекеттік араласуды қажет ететін бірқатар мәселелер, сондай-ақ логистика мен делдалдық қызметті жақсарту қажеттілігі анықталды. Авторлар тауар биржаларының, мобильді сауданың дамуымен қатар, заманауи технологияларды енгізудің маңыздылығын да атап өтеді.

Кілт сөздер: сервистік-дайындау орталықтары, тауар биржалары, бөлшек сауда, тұрақтандыру қоры, көкөніс қоймалары, мамандандырылған базарлар, кэшбэк қызметі, азық-түлік қауіпсіздігі, саудадағы жұмыспен қамту, бағаны тұрақтандыру жол картасы.

Kіріспе

Сауда секторының дамуы отандық экономиканың өсуінің маңызды шарты болып табылады, өйткені ол өндіріс пен тұтынушыларға тауарлар мен қызметтерді жеткізу арасында тығыз байланысты қамтамасыз етеді. Қазақстанда сауда саласы ел экономикасының негізгі құрамдас бөлігі болып табылады, ЖІӨ-нің 16,5%-ын және 1,4 миллион жұмыс орнын қамтамасыз етеді. Азық-түлік тауарларының саудасы экономикалық қауіпсіздіктің маңызды элементі болып, азық-түлік қауіпсіздігін қамтамасыз етеді.

Көтерме сауданың дамуы үшін маңызды фактор – бұл көтерме сауда нарығының инфрақұрылымы. Қазақстанда сауда орындарының тапшылығы байқалады: халықтың сауда алаңымен қамтамасыз етілуі 1000 адамға 634 м² құрайды, ал ЕО елдерінде бұл көрсеткіш 1100-1700 м² жетеді. Бұл жағдай бөлшек сауда алаңдарының жалдау мен сатып алу бағаларының жоғарылауына, бизнестің ұйымдастыру шығындарының артуына және инфляцияға әкеледі, нәтижесінде азық-түлік пен тауарлардың бағасы өседі.

Ең дамыған елдерде «бөлшек сауда» деңгейі жалпы бөлшек азық-түлік нарығының 80%-на жетеді. Ресейде бұл көрсеткіш 69%-ды, Беларусьте – 61%-ды, ал Қазақстанда тек 31%-ға жеткен. Қазақстанда қазіргі заманғы көтерме сауда жүйесі отандық өнімдерді тиімді жинақтап, таратуға арналған орталықтардың жетіспеушілігімен сипатталады.

Бұл жағдай зерттеу тақырыбының өзектілігін айқындайды. Мақалада сауда инфрақұрылымының жағдайын жан-жақты талдау және азық-түлік өнімдерінің даму бағыттарын негіздеу мақсат етілген.

Материалдар мен зерттеу әдістері

Зерттеу әдістері ретінде статистикалық, сандық және сапалық әдістер, салыстырмалы талдау, индукция және дедукция, сондай-ақ жүйелі және құрылымдық-динамикалық тәсілдер қолданылды, бұл зерттелетін деректерді тереңірек түсінуге мүмкіндік береді.

Мақаланы жазу үшін ресми мемлекеттік органдар ұсынған статистикалық мәліметтер пайдаланылды. Кең көлемді деректер базасы өңір халқының әл-ауқатының деңгейіне теріс әсер ететін негізгі проблемаларды анықтауға мүмкіндік беретін әлеуметтік-экономикалық дамуды талдауға тамаша мүмкіндік береді.

Талқылау және зерттеу нәтижелері

Көтерме азық-түлік базарларының міндеттеріне орыс ғалымдары И.П. Стуканов [3] және С.У. Нұралиева [4] өз еңбектерінде бұл мәселеге назар аударады. Мысалы, И.П. Стуканов «Тамақ өнімдерінің инфрақұрылымдық кешеніндегі көтерме сауда нарығы: «Функциялары және қазіргі жағдайы» мақаласында ұйымдаспаған делдалдардың қызметінің көптеген қауіп-қатерлерін атап көрсетеді, бұл өз кезегінде азық-түлік өнімдерінің бағасының негізсіз өсуіне және өткізудегі әртүрлі қиындықтарға әкеледі.

Сондай-ақ, Т.В. Полозованың «Облыста көтерме азық-түлік базарларының жүйесін қалыптастыру» мақаласында көтерме азық-түлік нарықтарының ауыл шаруашылығы нарығын тұрақтандырудағы маңызы көрсетілген [5].

Т.Джонг өзінің «Қалаларда мемлекеттік және жеке азық-түлікпен қамтамасыз етудің гибриді жүйесін пайдалана отырып, азық-түлік қауіпсіздігіне қол жеткізу: Нанкин, Қытай жағдайы» мақаласында Нанкин үкіметінің азық-түлік қауіпсіздігін қамтамасыз ету бойынша әртүрлі көзқарастарын сипаттайды. Бұл саясат Нанкин тұрғындарына пайдалы тағамдарға тең және қолжетімді қол жеткізуді қамтамасыз ете отырып, қала халқының өсуіне қажетті жаңа азық-түлік нарықтарын қалыптастыруға көмектеседі [6].

М.Ахмад «Басымдық маркетинг арналары және маркетинг жүйелері» атты мақаласында Үндістанның көтерме нарығын зерттей отырып, дәстүрлі базарлар, көтерме базарлар, супермаркеттер, бөлшек сауда дүкендері, делдалдар және көше сатушылар секілді әртүрлі маркетинг арналарының маңыздылығын атап өтеді. Көтерме нарықтар жаңа өнімдермен қамтамасыз етуде маңызды рөл атқарады, бұл өз кезегінде қосалқы көтерме және бөлшек саудагерлердің қызметіне ықпал етеді [7].

Азық-түлік тауарларының көтерме саудасы бірнеше компоненттерден тұрады, атап айтқанда: тауар биржалары, қызметтерді сатып алу орталықтары, көкөніс қоймалары, көтерме базарлар, бөлшек сауда объектілері, супермаркеттер және тұрақтандыру қорлары.

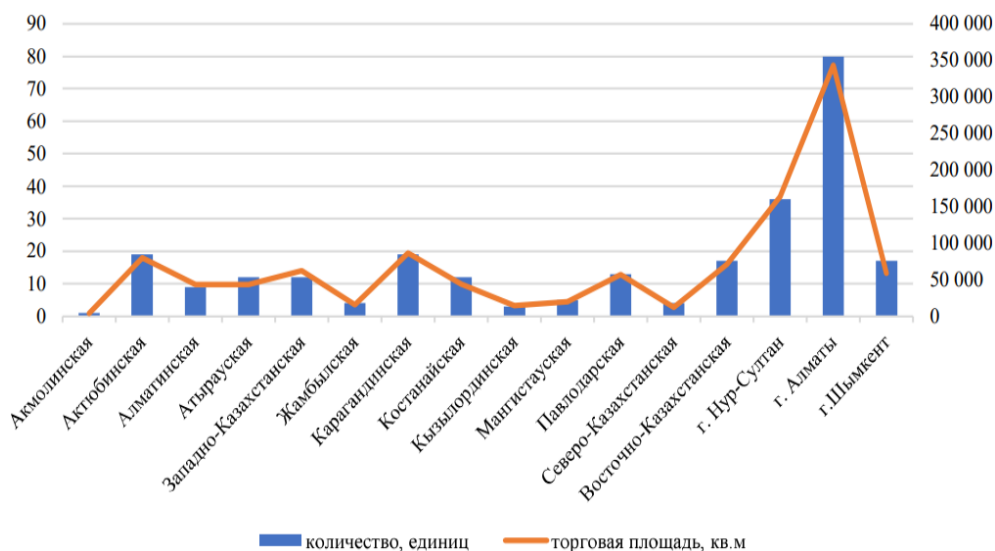
2021 жылдың басындағы ресми статистикаға сәйкес, сауда және автомобильдер мен мотоциклдерді жөндеу саласында 134,689 тіркелген заңды тұлға бар, олардың 66,4%-ы белсенді. Бұл заңды тұлғалардың ішінде тек 44,4%-ы ғана нақты жұмыс істейді. Аталған заңды тұлғалардың 99,56%-ын шағын кәсіпорындар құрайды. 2021 жылдың бірінші тоқсанында осы салада жұмыспен қамтылған халық саны 353,785 мың адамды құрады, бұл көрсеткіш соңғы бес жыл бойы салыстырмалы түрде тұрақты болып қалды.

Өңірлер арасында жетекші орын Түркістан облысы мен Алматыға тиесілі, ал Қазақстанның солтүстік облыстарында көрсеткіштер төмен деңгейде болды.

Көтерме нарықта негізгі рөлді сауда қызмет көрсету және сатып алу орталықтары атқарады. 2020 жылдың аяғында олардың саны 68 бірлікті құрап, жарғылық капиталы 1611,3 миллион теңгені, ал жұмысшы саны 224 адамды құрады. Бұл орталықтарға 58 ауылдық өндіріс кооперативі, 23 ауыл шаруашылығы кәсіпорны, 5 қайта өңдеу кәсіпорны, 46 шаруа немесе фермер қожалығы және 4 жеке кәсіпкер кіреді. Орталықтардың ең көп саны Алматыда (38 бірлік), Ақтөбеде (8 бірлік), Қызылорда (5 бірлік) және Жамбыл облыстарында (5 бірлік) орналасқан, ал басқа аймақтарда 1-2 бірлік бар.

2020 жылы қызмет көрсету және сатып алу орталықтары 890,4 миллион теңгеге өнім шығарды, ал сатып алулар 60,6 миллион теңгеге артты [8]. Дегенмен, олардың әлеуеті мен мүмкіндіктері толыққанды жүзеге асырылмаған.

Сауда нысандарының саны мен сауда алаңы жыл сайын артып келеді. 2020 жылдың басында Қазақстан бойынша 263 бөлшек сауда нысаны тіркелген, олардың сауда алаңы 2000 м²-ден кем емес, бұл 2013 жылмен салыстырғанда 1,5 есе көп. Бұл нысандардың жалпы ауданы 1,118,939 м² құрады [9]. Сауда объектілерінің көпшілігі Алматы және Нұр-Сұлтан қалаларында шоғырланған. Аймақтық құрылым бойынша көтерме сауда субъектілері кәсіпорындары басымдық танытады.



Сурет 1. Өңірлер бойынша бөлшек сауда объектілерінің саны, 2023 жылдың басы

Мәселені ескерсек, Қазақстанда бөлшек сауда алаңдарының тапшылығы әлі де бар. Шенеуніктің мәліметтері бойынша, статистикалық көрсеткіштерге сүйенсек, Қазақстанда 1000 адамға орташа есеппен 634 м² сауда алаңы бар, ал Еуропа елдерінде бұл көрсеткіш 1100-1700 м². Заманауи кең форматты сауда алаңдары, әсіресе 2000 м²-ден үлкендері, әсіресе жетіспейді. 2019 жылы Қазақстанда ірі форматты сауда нысандарының жалпы алаңы 1,119 миллион м²-ді құрады.

Сауда алаңының тапшылығы оның жалға алу және сатып алу бағасының өсуіне әсер етеді, бұл бизнестің ұйымдастыру шығындарын арттырады және, ақырында, дүкендердегі өнімдердің бағасын көтереді. Жаңа сауда алаңдарының құрылысын шектеуші факторлар - жоғары қаржыландыру құны мен салыстырмалы түрде шағын көлемде құрылыс жүргізу.

2018 жылы Қазақстанда ірі супермаркеттердің үлесі 3%, орташа супермаркеттердің үлесі 15%, ал шағын дүкендер 38% болды. Сонымен қатар, дүңгіршектер – 6%, ашық базарлар – 18%, косметика және парфюмерия дүкендері – 5%, үй шаруашылығы тауарлары – 4%, дәріханалар – 11% үлеске ие. Қазақстанда шамамен 20 супермаркет желісі бар, олардың ең ірілері – Magnum, Small, «Анвар», «Метро». Дамыған елдерде бөлшек сауда деңгейі жалпы бөлшек азық-түлік нарығының 80% құраса, Қазақстанда бұл көрсеткіш 31%-дан аспайды.

2020 жылы Қазақстанда нарықтардың жалпы саны 765, ал сауда орындарының жалпы саны 182,804-ті құрады. Оның 67,5%-ы қалаларда, 32,5%-ы ауылдық жерлерде орналасқан. Түркістан облысы сауда базарларының көп санына ие (14,4%), ал Батыс Қазақстан және Атырау облыстарында ең аз (сәйкесінше 22 және 23 бірлік).

Базарлардың жалпы саны 400-і жеке кәсіпкерлерге, ал 365-і заңды тұлғаларға тиесілі, олардың 95%-ы бөлшек саудада, 5%-ы көтерме саудада қызмет етеді. Әмбебап нарықтардың үлесі 67% құрайды. Базарлардың жалпы аумағы 7,672,824 м², оның ішінде 263 ветеринарлық зертхана, 1711 тоңазытқыш камералары бар. Ауылдық жерлерде 248 базар орналасқан, олардың шамамен 50%-ы тоңазытқыш камераларымен жабдықталған. Ветеринарлық зертханалардың 76-сы базарларда жұмыс істейді, бұл жалпы санының 30%-ын құрайды.

2020 жылы мамандандырылған нарықтардың саны 260-ты құрады, соның 27%-ы ауылдық жерлерде орналасқан, ал тек 4-еуі көтерме саудада қызмет етеді. Ең көп нарық Түркістан, Ақтөбе және Алматы облыстарында байқалады. Жергілікті атқарушы органдардың мәліметінше, Қазақстанда 1374 көкөніс сақтау қоймасы бар, олардың жалпы сақтау көлемі 1,975.4 мың тонна. Алайда, көкөніс сақтау қоймаларының көпшілігі қазіргі заманғы стандарттарға сәйкес келмейді, бұл 20%-ға дейін шығындарға әкеледі.

Нәтижесінде, тауардың басым бөлігі өнімсіз делдалдар арқылы шағын көтерме саудада сатылады, бұл соңғы тұтынушы үшін тасымалдау мен сақтау шығындарын арттырады. Қазақстанда заманауи көтерме сауда жүйесі жетіспейді, бұл отандық өнімді тиімді жинақтау мен таратуға кедергі келтіреді.

Уәкілетті органның мәліметі бойынша, Қазақстанда 18 тауар биржасының лицензиясы бар, бірақ кейбіреулері тиісті жұмыс істемейді. Биржалық қызметтегі ұсақ биржалардың көп болуы биржалық сауда механизмін дискредитациялайды, бұл биржалық нарықтың қалыптасуын тежейді және тауарлардың бағасын тұрақсыз етеді. 2020 жылдың басындағы ресми статистикаға сәйкес, Қазақстанда 13 тауар биржасы жұмыс істеді.

2020 жылы айырбастау операцияларының саны 5%-ға төмендеді, ал валюта айналымы 3%-ға артты. Биржалардың саны 9%-ға, ал транзакциялар саны 5%-ға қысқарды. Жылдың соңында тауар айналымы 1,406.5 миллиард теңгені құрап, айырбастау операцияларының саны 47,946 болды.

Айырбастау операцияларының құрылымы да өзгерді. 2009 жылы биржалық операциялардың 45%-ы өсімдік өнімдеріне (бидай, арпа, жүгері, күріш, картоп), 35%-ы минералды заттарға (мотор отыны, газойльдер), 7%-ы жануарлар мен өсімдік майларына тиесілі болды. 2020 жылы пайдалы қазбалар үлесі 28,3%-ды, соның ішінде цемент – 13,5% және көмір – 8,3%-ды құрады. Машиналар мен жабдықтар 16,1%, бидай – 12,8%, көліктер – 4,1% болды.

Мемлекет азық-түлік тауарлары нарығында негізгі ойыншы болып қала береді, өнімдердің бағасын тұрақтандыру қорлары арқылы қалыптастыруға ықпал етеді. Бағаның күрт өсуі кезеңдерінде, тұрақтандыру қорларынан тауарлар өткізу нарықтағы бағаны тұрақтандыруға бағытталған. 2016-2020 жылдар аралығында 26 азық-түлік тауары сатып алынды, бірақ тұрақтандыру қорлары азық-түлік нарығына айтарлықтай әсер ете алмады және әлеуметтік маңызы бар тауарлардың бағасына шектеулі ықпал етті.

Қорытынды

Қазақстандағы көтерме сауда нарығын талдау көрсеткендей:

Көтерме сауда инфрақұрылымы тиімді жұмыс істемейді, бұл азық-түлік тауарларының объектілерінің өңірлер арасында біркелкі бөлінбеуіне, жеткілікті санның болмауына, өнімді тұтынушыға жеткізудегі өнімсіз делдалдарға әкеледі.

Жоғары шығындарсақталады: азық-түлік өнімдерін сақтау жүйесінде логистика мен делдалдар шығындары 30%-ға дейін жетіп, бұл түпкілікті бағаға әсер етеді, нәтижесінде тауар бағасының өсуіне алып келеді.

Заманауи сауда форматтары нашар дамыған, ал сатудың көп бөлігі дәстүрлі «қолайлы дүкендер» мен базарлар арқылы жүзеге асырылады. Тек Нұр-Сұлтан мен Алматыда заманауи бөлшек сауданың дамуы байқалады, ал дәстүрлі дүкендер мен базарларда еңбек өнімділігі төмен.

Жәрмеңке қызметі заңнамалық тұрғыдан толық реттелмеген, ұйымдастыру жүйесі мен мемлекеттік ынталандырулар жоқ, бұл әкімдіктердің мемлекеттік қолдау көрсету мүмкіндігін шектейді.

Шағын биржалардың көп болуы биржалық сауда механизмін дискредитациялайды, айырбас нарығының қалыптасуына кедергі келтіреді, нәтижесінде тауар бағасы ретсіз қалыптасады.

Мемлекет жанама әдістермен** көтерме сектордың инфрақұрылымына әсер етеді, азық-түлік саудасына еркін қол жеткізу жағдайларын жасаумен, тауар қозғалысын бақылау және әлеуметтік маңызы бар өнімдердің бағасын реттеу жүйелерін құру арқылы.

Дамудың перспективалық бағыты – елдің барлық аймақтарында МЖӘ қағидаттарына негізделген көп форматты көтерме тарату орталықтарын құру, бұл нарықтағы өнімнің біркелкі ұсынылуын қамтамасыз етеді.

ӘДЕБИЕТ

[1] Қазақстан Республикасы Ұлттық экономика министрлігінің Статистика комитеті // <https://stat.gov.kz/official/industry/25/statistic/7>.

[2] «QazTrade» Сауда саясатын дамыту орталығы АҚ-ның ішкі сауда деректері // <http://qaztrade.org.kz/rus/>.

[3] Стуканова И.П. Азық-түлік нарығы инфрақұрылымдық кешеніндегі көтерме сауда: функциялары мен қазіргі жағдайы. Экономика және басқару. 6(99) – 2009. Б. 35-38.

[4] Нуралиев С.У. Азық-түлік қауіпсіздігін және азық-түлік өнімдерінің сапасын қамтамасыз етудегі көтерме сауданың рөлі. Азық-түлік өнеркәсібі, №2, 2017. Б. 8-10.

[5] Полозова Т.В. Аймақтың көтерме азық-түлік нарықтарын қалыптастыру. Сібір мемлекеттік аэрокосмостық университетінің хабаршысы. №1(27), 2010. Б. 198-202.

[6] Zhong, T., Si, Z., Crush, J. et al. Achieving urban food security through a hybrid public-private food provisioning system: the case of Nanjing, China. Food Sec. 11, 1071–1086 (2019). <https://doi.org/10.1007/s12571-019-00961-8>

[7] Ahmad M.S., Siddiqui M.W. (2015) Prevailing Marketing Channels and Marketing Systems. In: Postharvest Quality Assurance of Fruits. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-319-21197-8_10

[8] Статистика сельского, лесного, охотничьего и рыбного хозяйства // "О деятельности сервисно-заготовительных центров 2020 г., Зсерия//<https://stat.gov.kz/official/industry/14/statistic/5>

[9] Комитет по статистике Министерства национальной экономики РК //<https://stat.gov.kz/official/industry/17/statistic/7>

[10] Концепция развития торговли до 2025 года //<https://www.gov.kz/memleket/entities/mti/ocuments/details/166746?directionId=276&lang=ru;>

[11] Данные Бюро Национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан <https://taldau.stat.gov.kz/ru/NewIndex/GetIndex/702083?keyword=>

[12] Официальный сайт Министерства торговли и интеграции Республики Казахстан//<https://www.gov.kz/memleket/entities/mti/press/news/details/165990?lang=ru>

Маулина Нургуль Хасановна

*Казахский национальный университет имени Аль-Фараби,
город Алматы, Казахстан*

ИНФРАСТРУКТУРА ОПТОВОЙ ТОРГОВЛИ В КАЗАХСТАНЕ: СОСТОЯНИЕ И НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ

Аннотация. В статье анализируются основные составные части инфраструктуры оптовой торговли продуктами питания в Казахстане. Авторы проводят всесторонний обзор форм розничной торговли в региональном контексте и оценивают уровень обеспечения населения торговыми площадками. В качестве объектов исследования рассматриваются структура торговли юридических лиц, занятость в регионах, сервисно-подготовительные центры, оптовые торговые центры, розничные площади крупных объектов, рынки в сельской местности и техническое оснащение специализированных рынков. Также исследуются вопросы работы товарных бирж и закупок продукции для стабилизационных фондов.

Государство продолжает играть ключевую роль на продовольственном рынке, авторы отмечают, что правительство Казахстана активно работает над развитием цифровой инфраструктуры в области продуктовой торговли. В процессе анализа были выявлены ряд проблем, требующих государственного вмешательства, а также необходимость улучшения логистики и посреднических услуг. Авторы подчеркивают важность внедрения современных технологий наряду с развитием товарных бирж и мобильной торговли.

Ключевые слова: сервисно-подготовительные центры, товарные биржи, розничная торговля, стабилизационный фонд, овощные хранилища, специализированные рынки, кэшбэк услуги, продовольственная безопасность, занятость в торговле, дорожная карта по стабилизации цен.

Maulina Nurgul Khasanovna

Kazakh National Al-Farabi University, Almaty city, Kazakhstan

INFRASTRUCTURE OF WHOLESALE TRADE MARKET IN KAZAKHSTAN: CURRENT STATUS AND DEVELOPMENT DIRECTIONS

Abstract. This article analyzes the key components of the infrastructure of the food wholesale trade market in Kazakhstan. The authors provide a comprehensive review of retail trade formats in a regional context and assess the level of provision of trading platforms for the population. The study examines the structure of legal entities in trade, employment in regions, service preparation centers, wholesale trade centers, retail areas of large facilities, markets in rural areas, and the technical equipment of specialized markets. Additionally, the operation of commodity exchanges and the issues of purchasing products for stabilization funds are also explored.

The state continues to play a key role in the food market, and the authors note that the Government of Kazakhstan is actively working on the development of digital infrastructure in food trade. The analysis identifies several issues that require state intervention, as well as the need to improve logistics and intermediary services. The authors emphasize the importance of introducing modern technologies alongside the development of commodity exchanges and mobile trade.

Keywords: service preparation centers, commodity exchanges, retail trade, stabilization fund, vegetable storage, specialized markets, cashback services, food security, employment in trade, price stabilization roadmap.