



УДК 33:001

Г.Ж. Абдыкерова

ВКГТУ им. Д. Серикбаева, г. Усть-Каменогорск

**ИННОВАЦИОННАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ЭКОНОМИКИ КАЗАХСТАНА
И ПЕРСПЕКТИВЫ ЕЕ РАЗВИТИЯ**

Большинство развитых и развивающихся стран рассматривают сферу НИОКР и инновационную деятельность как важнейшую основу для обеспечения устойчивого экономического роста государства, при котором ведущим фактором являются научные достижения, материализованные в новых наукоемких технологиях и видах продукции. Во многих этих странах процесс перехода на экономику, основанную на знаниях, уже начался.

Казахстан в настоящее время вступил на этап индустриально-инновационного развития экономики по опыту большинства развитых стран. На данном этапе необходимо ускорить мобилизацию научно-технического потенциала страны, сосредоточить ресурсы на выбранных приоритетных направлениях развития науки.

Инновация - это внедренное новшество, обеспечивающее качественный рост эффективности процессов или продукции, востребованное рынком. Понятие «innovation» впервые появилось в научных исследованиях XIX века. Новую жизнь понятие «инновация» получило в начале XX века в научных работах австрийского экономиста Й. Шумпетера в результате анализа «инновационных комбинаций», изменений в развитии экономических систем.

Актуальность исследования проблем перспектив и развития малого бизнеса обусловлена их всеобщим развитием. Государство поддерживает малый бизнес как фактор социально-экономической стабильности, который менее подвержен влиянию различного рода крайностей и воздействию со стороны «международной олигархии». Во всех странах, четко сориентированных на рыночную экономику, малые и средние предприятия составляют большую часть, которая в развитых странах сосредоточена в производстве инноваций.

В современной экономике роль инноваций значительно возросла. Без применения инноваций практически невозможно создать конкурентоспособную продукцию, имеющую высокую степень наукоемкости и новизны. Таким образом, в рыночной экономике инновации представляют собой эффективное средство конкурентной борьбы, так как ведут к созданию новых потребностей, снижению себестоимости продукции, притоку инвестиций, повышению имиджа производителя новых продуктов, открытию и захвату новых рынков, в том числе и внешних.

Именно малые предприятия являются более привлекательными в этой области с точки зрения следующих принципов: во-первых, это гибкость и быстрота принятия решения, поскольку именно деятельность малого предприятия легче проанализировать применительно к меняющимся условиям рынка, определяя хозяйственную политику; во-вторых, малые размеры предприятия позволяют легко контролировать производственный процесс, перенастраивая его в связи с актуальными запросами потребителя, рынка, хозяйственного механизма, а также способствуют быстрому реагированию на изменения в налогах, льготах, финансово-кредитной политике и т.п. Именно в малом бизнесе создаются условия для быстрого маневра, актуализации производственного процесса, эффективного прорыва на рынке, стабильности в конкурентной борьбе. В-третьих, простые

коммуникационные связи внутри предприятия, прямая передача информации, ее быстрое усвоение и быстрая реакция на поступающие команды и распоряжения на самом предприятии, а также взаимосвязи его с партнерами дают хороший хозяйственный (предпринимательский) эффект. В-четвертых, личные связи, часто вредящие в крупном деле, на уровне взаимодействия крупных предприятий между собой, и особенно на государственном уровне, составляют основу малого бизнеса. Часто неформальные отношения не только между работниками предприятия, но даже и его клиентами, способны существенно продвинуть дело, учесть все многообразие фактов, которые при других условиях даже трудно собрать и сконцентрировать. В малом предприятии их можно не только использовать, но и достаточно быстро получить эффективную отдачу.

Малый бизнес может стать той важной основой, с помощью которой будет осуществлен поворот к позитивным хозяйственным процессам. «Индустриализация на основе инноваций стала новым ценностным ориентиром нашего общества», - заявил Президент Н. Назарбаев на выступлении перед студентами Назарбаев Университета [6].

С помощью именно малого бизнеса может быть создана предпринимательская хозяйственная среда, т.е. реальное становление рынка: начато постепенное восстановление заброшенных производств; освоение ресурсов; расширение сфер, развитие которых возможно на базе малых хозяйственных форм; создание новых рабочих мест; организация новых услуг и т. д.

В настоящее время в таких странах, как США, Швейцария, Великобритания, КНР, Франция наблюдается все более интенсивное внедрение изобретений и технологий усилиями инновационных предприятий малого и среднего бизнеса. В результате наблюдается рост рабочих мест, отмечается более высокая эффективность труда. Малые фирмы с меньшими затратами удовлетворяют потребности в дефицитных видах товаров и услуг и обеспечивают при этом большую занятость. Например, особое внимание развитию сектора Research and Development (R&D, исследования и разработки) уделяется Финляндией. По информации OECD (Организация экономического сотрудничества и развития), расходы Финляндии на нужды инновационного сектора составляют около 3,5 % ВВП, что является одним из наиболее высоких показателей среди европейских стран (соответствующий среднеевропейский показатель – 1,8 %); в перспективе инновационная стратегия предполагает повышение расходов на R&D до 4 %.

Доля казахстанской наукоемкой продукции на мировом рынке практически равна нулю, а ведь как известно, эта доля является обобщающим показателем эффективности научно-технической и инновационной деятельности. По сравнению с Казахстаном доля стран Европейского союза на мировом рынке наукоемкой продукции составляет 35 %, США – 25, Японии – 11, Сингапура – 7, Южной Кореи – 4, Китая – 2. Одна из главных причин такого положения – практическое отсутствие заинтересованности бизнеса в развитии и внедрении результатов отечественной науки в производство, крайне малые инвестиции производственного и частного финансового секторов в науку и научно-инновационную деятельность. На решение данной проблемы направлен целый ряд системных инициатив Главы государства – Государственная программа форсированного индустриально-инновационного развития, программа по развитию инноваций и содействию технологической модернизации в Республике Казахстан и многие другие.

Для Казахстана становление и развитие малого предпринимательства, и усиление их роли в производстве инноваций – жизненно важная задача в современных условиях форсированного индустриально-инновационного развития экономики Казахстана.

При этом динамичное развитие инновационной сферы – одно из главных слагаемых инновационной экономики, которая требует не только создания эффективной инновационной

системы, а также поддержки самого инновационного процесса, создания благоприятной среды для данного вида деятельности. Как результат, технологические инновации позволяют увеличить эффективность экономики и улучшить благосостояние населения.

Для эффективного построения национальной инновационной системы в Казахстане действует новая генеральная линия развития инноваций, в рамках которой оказывается качественная поддержка казахстанским инноваторам. Государственная программа индустриально-инновационного развития создает условия для научно-технологического прорыва в Казахстане [5].

«За неполные пять лет объем казахстанской экономики увеличился в 2 раза. Только в этом году построено 350 новых предприятий инновационного типа. Мы приступили к реформе научно-инновационной сферы», - заявил Президент Казахстана Нурсултан Назарбаев на XIV съезде НДП «Нур Отан».

Закон Республики Казахстан «О государственной поддержке частного предпринимательства», принятый 19 июня 1997 года, стал одним из первых документов, касающихся инноваций. В данном законе научные знания и новые технологии были рассмотрены как инструменты нового производства, а также улучшения качества уже выпускаемой продукции. Кроме того, были определены все обязанности местных исполнительных органов, а именно создание и развитие центров инновационной активности и прочих объектов. Этот закон был отменен в 2006 году в связи с принятием другого – Закона РК «О частном предпринимательстве». Данный закон имеет некоторые изменения, по сравнению с предыдущим, и подразумевает поддержку в плане финансирования.

В 2011 году был принят Закон «О науке». В нем сказано о поддержке правительством науки и технологий. Государство гарантирует продвижение всех организаций, осуществляющих инновационную деятельность посредством финансирования проектов, содействие в развитии инновационной структуры, организации подготовки инновационных менеджеров.

Одним из значимых новых событий было принятие Закона «О государственной поддержке индустриально-инновационной деятельности» от 9.01.2012 г. Здесь отражена необходимость регуляции отношений в инновационной сфере, а также направление и форма реализации государственной инновационной политики.

В рамках Государственной программы по форсированному индустриально-инновационному развитию Республики Казахстан на 2010-2014 годы целевыми индикаторами отмечаются: повышение производительности труда в обрабатывающем секторе на 50 %, на 100 % - в отдельных секторах экономики, а в области инноваций – увеличение до 10 % доли инновационных предприятий от числа действующих [1].

При этом приоритетными направлениями инновационного развития станут:

- модернизация существующих предприятий;
- создание новых высокопроизводительных предприятий;
- селективная поддержка предприятий «экономики будущего» (IT, альтернативная энергетика и др.).

Ведется поиск наиболее перспективных путей поддержки высокотехнологичных проектов в сфере малого и среднего бизнеса. Одной из наиболее перспективных точек роста в этой сфере, является создание специальных институтов развития, в том числе особых экономических зон и технопарков. Вклад малого и среднего бизнеса в ВВП страны не превышает 20,2 %, а доля инновационных предприятий в этом секторе экономики составляет от 0,66 %, что на 0,15 % выше, чем в 2009 году [2]. Это очень низкие показатели. Среди основных проблем, препятствующих развитию инновационного бизнеса, - недоступность финансовых ресурсов, низкий спрос на высокотехнологичную продукцию

внутри страны. Крупные предприятия, как правило, покупают за рубежом готовые технологии или готовые изделия, в то время как необходимо поднимать собственный инновационный сектор, создавать новые высокотехнологичные направления, активно вовлекая малые инновационные компании в производство.

Необходимо также разработать систему правовых и экономических инструментов, стимулирующих субъекты малого и среднего предпринимательства к вовлечению результатов интеллектуальной деятельности в хозяйственный оборот.

В части налогового стимулирования деятельности субъектов малого и среднего инновационного предпринимательства необходимо скорректировать законодательство и упростить процедуру администрирования и уплаты налогов и сборов для субъектов малого и среднего предпринимательства.

Необходимо ввести дифференцированную шкалу тарифов страховых взносов для облегчения нагрузки на субъекты малого и среднего предпринимательства, применяющие специальные налоговые режимы. При этом размер тарифов страховых взносов целесообразно устанавливать в зависимости от профиля основной деятельности налогоплательщика и используемого им налогового режима. Например, по мнению специалистов, может быть снижен размер совокупного тарифа для субъектов малого и среднего предпринимательства, осуществляющих внедрение и вовлечение в гражданский оборот результатов научно-технической деятельности.

Особый пункт рекомендаций направлен на повышение уровня участия субъектов малого и среднего инновационного предпринимательства в размещении государственных и муниципальных заказов. Рекомендуется рассмотреть возможность увеличения доли государственных и муниципальных заказов, размещаемых у субъектов малого предпринимательства, с 20 до 35 %. При этом предложено усилить меры ответственности должностных лиц за нарушение требований к доле заказов, размещаемых у субъектов малого бизнеса.

При поддержке Главы государства финансирование науки в последние годы существенно растет, и темпы этого роста заметно опережают рост ВВП. Если в 2011 году общий объем выделенных из бюджета средств на научные исследования составил 28,8 миллиарда тенге, то на 2012 год с учетом корректировки бюджета уже заложено 49 миллиардов тенге – это рост более чем на 70 %! К 2015 году расходы на науку будут выведены на уровень 2,5 % от ВВП, что существенно продвинет нас к показателям развитых стран мира [1]. При этом необходимо обеспечить следующую структуру расходов на НИОКР по источникам финансирования к 2012 году: госбюджет – 30-35 %, частный и предпринимательский сектор – 60-65 % и зарубежные инвестиции – 5 %. Планируется усовершенствовать механизм финансирования инновационных разработок, направленный на проектное финансирование с использованием механизмов целевых программ. Есть и новые механизмы освоения таких средств – базовое, грантовое и программно-целевое финансирование, также соответствующие мировому опыту и уже апробированные нашими учеными в прошлом году [3].

Казахстанские организации, выполнявшие исследования и разработки в 2011 г. (2010 г.) в области инновационной активности предприятий, распределились следующим образом: частный некоммерческий сектор – 15,3 % (23,6 %), предпринимательский сектор – 36,2 % (25,5 %), сектор высшего образования – 27,9 % (28,5 %), государственный сектор – 20,6 % (22,4 %) [2]. Наивысший уровень инновационной активности предприятий показала Жамбылская область - 7,8 %, ВКО – 6,4 % (рис. 1).

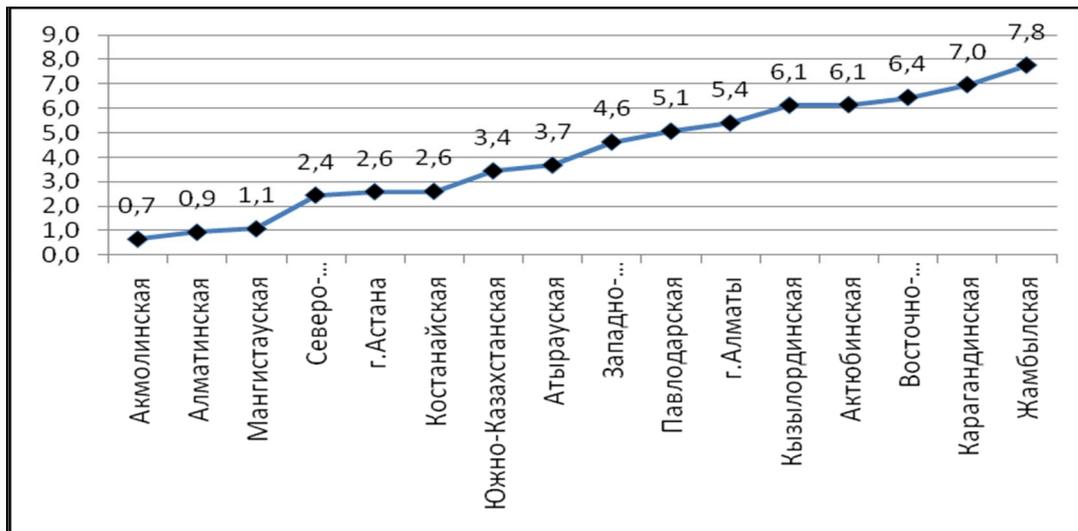


Рисунок 1 - Уровень инновационной активности предприятий по регионам РК за 2011 г. (в %)



Рисунок 2 - Доля инновационно-активных предприятий по формам собственности

Число организаций, выполнявших исследования и разработки за 2011 г., – 412, в 2010 г. их количество насчитывалось 424. Наибольшую долю инновационно-активных предприятий по формам собственности за 2010 г. составил государственный сектор – 9,8, частная собственность – 4,0, собственность других государств – 3,6 (рис. 2). Объем инновационной продукции в 2010 г. составил 142 166,8 млн тенге. Внутренние затраты на исследования и разработки в 2010 г. составили 33 466,8 млн тенге, в 2011 г. - 43 351,6 млн тенге.

Согласно Посланию Президента Н.А. Назарбаева народу Казахстана от 27.01.2012 года, в прошлом году в стране введено в эксплуатацию 288 объектов на сумму более 970 млрд тенге. В результате создано более 30 тыс. постоянных качественных рабочих мест. Принятый новый Закон «О господдержке инновационной деятельности» будет способствовать наращиванию инновационного потенциала взаимодействия государства, бизнеса и науки. Президент отметил, что, учитывая рискованный характер инновационной деятельности, пра-

вительству необходимо проработать вопрос об оптимальной организационно-юридической форме инновационной деятельности [4]. В Послании выдвинута новая инициатива – разработка «дорожной карты», «Бизнес и наука-2020». Реализация данных программ обеспечит востребованность конкурентоспособных научных результатов экономикой, позволит создать важнейшие институциональные элементы связи науки с производством.

На Форуме «Инновационный Казахстан – 2020» в СЭЗ «Парк информационных технологий «Алатау» г. Алматы Президент РК Н. Назарбаев отметил, что согласно последнему отчету Всемирного экономического форума по информационным технологиям Казахстан является лидером среди стран СНГ и занимает 55 место. Также Президент отметил, что доля затрат на науку в Казахстане в 10 раз меньше, чем в развитых странах, а работа отечественных ученых не отвечает потребностям инновационной экономики. Необходимо создать самые благоприятные условия для широкого развития инноваций в секторе малого и среднего бизнеса. Учитывая рискованный характер инновационной деятельности, правительству необходимо проработать вопрос об оптимальной организационно-юридической форме инновационной деятельности.

Все меры, принятые для улучшения внедрения инноваций в малый бизнес, несомненно, благоприятно влияют на развитие инновационной деятельности, но существуют определенные недостатки:

- отсутствие современных механизмов внедрения технологических нововведений и вывода их на рынок;
- недостаточное развитие инфраструктурных элементов содействия инновационным проектам таких, как технологические парки и специализированные бизнес-инкубаторы, сеть фондов рискованного финансирования, специальные финансовые механизмы поддержки фирм на этапе их быстрого роста, сертифицированные оценщики фирм и интеллектуальной собственности и др.;
- отсутствие на внутреннем рынке платежеспособного спроса на передовые технологии и промышленные нововведения и др.;
- недостаточный уровень кадров.

Чтобы поднять уровень исследований и разработок, необходимо проведение государственной политики стимулирования по следующим направлениям:

- целенаправленное формирование рынка для продукции инновационных предприятий путем размещения на них государственного заказа;
- предоставление инновационным предприятиям, в том числе малым, производственных площадей, льготной инвестиционной поддержки; содействие в развитии бизнес-инновационных центров, технопарков, центров технологической поддержки; предоставление юридических, финансовых, маркетинговых, хозяйственных и иных услуг; содействие в правовой и коммерческой защите интеллектуальной собственности;
- содействие формированию и расширению сети лизинговых компаний;
- проведение целенаправленной политики по разработке и производству малыми предприятиями новых видов продукции на основе наукоемких технологий;
- в целях снижения вероятности потери вложенных инвесторами средств в результате неудачной реализации инновационных проектов целесообразно осуществлять их страхование, в том числе за счет бюджетных инвестиций;
- льготное кредитование научно-технических разработок в долевое финансирование крупных проектов.

Таким образом, перспективность инновационного развития рассматривается как долгосрочное направление структурной политики в области науки, бизнеса и обеспечения перелива инвестиций в сферы инноваций.

Совершенствование работы по упомянутым направлениям даст возможность создать и активно внедрить инновации в Казахстане, что в перспективе позволит участвовать Казахстану в глобальной конкуренции.

Список литературы

1. Государственная программа по форсированному индустриально-инновационному развитию Республики Казахстан на 2010-2014 годы.
2. Официальный сайт Агентства РК по статистике: www.stat.kz.
3. Интервью с министром образования РК Б. Жумагуловым «Мощные стимулы для развития науки уже работают» от 11 апреля 2012 г.
4. Послание Президента Республики Казахстан Н.А. Назарбаева народу Казахстана (Астана, 27 января 2012 года).
5. Официальный сайт премьер-министра Республики Казахстан: www.primeminister.kz
6. Выступление Президента РК Н. Назарбаева перед студентами Назарбаев Университета «Казахстан на пути к обществу знаний» от 05.09.2012 г.

Получено 13.11.12

УДК 339.187.44

Г.Ж. Абдыкерова

ВКГТУ им. Д. Серикбаева, г. Усть-Каменогорск

ФРАНЧАЙЗИНГ – ИННОВАЦИОННАЯ ФОРМА ВЕДЕНИЯ УСПЕШНОГО БИЗНЕСА В КАЗАХСТАНЕ

В связи с осуществлением государственной Программы «Дорожная карта бизнеса - 2020», запущенной в 2010 году, в рамках которой государством субсидируются кредиты, выдаваемые на новые проекты, а также ранее выданные кредиты МСБ, представляет интерес зарубежный опыт развития малых предприятий за счет франчайзинга, позволяющий привлечь для этих целей финансовые средства, технологию, оборудование и производственный опыт крупных предприятий.

Сущность франчайзинга состоит в следующем: крупное предприятие, завоевавшее место на определенном (мировом) рынке и имеющее известную среди потребителей торговую марку, заключает договор с существующей или вновь создаваемой мелкой самостоятельной фирмой. Договор заключается на производство и реализацию строго оговоренных видов товаров и услуг, соответствующих стандартам качества, которые поддерживает крупная компания. Таким образом, франчайзинг - это комплексная предпринимательская лицензия, включающая в себя набор исключительных прав, таких, как право использования фирменного названия лицензиара (лицо, выдающее лицензию; франчайзер), а также охраняемой коммерческой информации, и других объектов исключительных прав комплексным лицензиатом (франчайзи), использующим этот комплекс для предпринимательской деятельности.

Франчайзинг интегрирует элементы аренды, купли-продажи, подряда, представительства, однако в целом является самостоятельной формой договорных отношений независимых хозяйствующих субъектов. Передавая мелкой фирме оборудование, технологию, ноу-хау, право пользования торговой маркой, крупная корпорация не только обязывает ее строго соблюдать уровень качества, но и оказывает постоянную деловую и профессио-

нальную помощь. Также проводит обучение персонала, берет на себя маркетинговые исследования и рекламу, таким образом сводит к минимуму риск разорения мелкой фирмы на первоначальном этапе ее деятельности.

Так крупные компании, участвуя во франчайзинге, расширяют сбыт своей продукции практически без привлечения дополнительных инвестиций, что в конечном счете ведет к снижению издержек обращения и увеличению объема продаж. Учитывая тот факт, что малые фирмы за счет мелкосерийности и приближенности к населению значительно быстрее реагируют на конъюнктуру рынка, чем крупные корпорации, система франчайзинга способствует своевременному удовлетворению потребительского спроса.

История франчайзинга восходит к XIX веку и чаще всего ассоциируется с США, где 1/3 оборота розничной торговли - это франчайзинг. Около 3/4 таких продаж приходится на дилеров, занимающихся сбытом легковых и грузовых автомобилей, на бензоколонки и разлив по бутылкам безалкогольных напитков. Впервые франчайзинг начал использоваться американской компанией Зингер по производству швейных машинок (Singer Sewing machine company). Многие исследователи называют именно Исаака Зингера - основателя всемирно известной компании, производителя швейных машин, родоначальником современного франчайзинга. С 1851 года его фирма заключала с дистрибьюторами товара письменный договор на передачу франшизы - предтечу современного франчайзингового контракта. Договором подразумевалось право на продажу и ремонт швейных машинок на определенной территории Соединенных Штатов. После окончания гражданской войны в Америке в середине XIX века Зингер развернул серийное производство, позволявшее его компании торговать по самым конкурентным ценам. Однако организовать централизованное обслуживание швейных машин и замену неисправных частей в одном месте оказалось экономически невыгодным. Была создана франчайзинговая система, которая предоставляла финансово-независимым фирмам исключительные права продавать и обслуживать швейные машины на определенной территории. Эти первые франшизы по своей сути были действующими дистрибьюторскими соглашениями с дополнительными обязанностями франчайзи (дилера) обслуживать машины.

В 20-х годах XX века в США идея франчайзинга как формы ведения бизнеса сместилась в сторону отношений: оптовик - розничный продавец. Оптовый продавец (или франчайзер) давал возможность небольшим розничным торговым организациям получать дополнительную выгоду от многочисленных скидок, использовать марку торговой фирмы и при этом сохранять свою независимость. С 1930 года в США после кризиса в экономике нефтеперерабатывающие компании перешли на систему управления своими заправочными станциями как франчайзинговыми единицами. Сдавая в аренду бензоколонки франчайзи, нефтеперерабатывающие компании получали ренту и имели возможность популяризировать имидж компании, в то время как франчайзи могли устанавливать цены в соответствии с местными условиями. В результате значительно вырос уровень продаж машинного топлива и, соответственно, увеличилась прибыль.

Вплоть до 1950 годов большинство компаний, использовавших франчайзинговую систему, рассматривали франчайзинг как эффективный метод распределения продукции и услуг. Это примеры традиционного франчайзинга, или франчайзинга первого поколения.

Созданная в 1977 году Британская франчайзинговая ассоциация (БФА) дает определение франшизы как контрольной лицензии, выданной одним лицом (франчайзером) другому лицу (франчайзи), которая:

– дает разрешение или обязывает франчайзи заниматься в течение периода франшизы определенным бизнесом, используя специфическое наименование, принадлежащее или ассоциируемое с франчайзером;

– дает право франчайзеру осуществлять контроль в течение всего периода франшизы за качеством ведения бизнеса, являющегося предметом франшизы;

– обязывает франчайзера предоставлять франчайзи помощь при ведении бизнеса, являющегося предметом франшизы (помощь в организации предприятия, обучение персонала, управление продажами и т.д.);

– обязывает франчайзи регулярно в течение всего периода франшизы выплачивать франчайзеру определенные денежные суммы в оплату франшизы или товаров, услуг, предоставляемых франчайзером франчайзи;

– не является обычной сделкой между холдинговой и ее дочерней компаниями или между частным лицом и компанией, контролируемой им.

Между 1971 и 1986 годами число американских международных продавцов увеличилось со 156 до 354, а их число на рынках сбыта в других странах возросло примерно с 3000 до более чем 31 000. Хотя американские франчайзинговые фирмы находились во всех основных регионах мира, только на такие страны, как Канада, Япония, Англия и Австралия приходилось примерно 2/3 таких рынков сбыта.

Современный франчайзинг представляет собой систему отношений, строго регулируемых этическими, юридическими и финансовыми нормативами и положениями. В большинстве стран мира работают Ассоциации (Ассоциация франчайзеров США, БФА, Международная ассоциация франчайзинга, Казахстанская ассоциация франчайзинга и другие) и государственные органы, основная задача которых защищать интересы франшизных компаний.

На сегодняшний день один из самых ярких примеров франчайзинга в Соединенных Штатах Америки - сеть кафе быстрого питания «Макдональдс». Вместе с правом торговать под известным именем или выпускать продукцию, предприниматель получает консультации по ведению бизнеса и вместе с этим экономит значительные средства на рекламе. Согласно договору франчайзер передает франчайзи право пользования торговой маркой, оборудование, технологию, ноу-хау, а также оказывает постоянную деловую и профессиональную помощь, проводит обучение персонала, обеспечивает рекламу и проведение маркетинговых исследований. Продавец франшизы предлагает предпринимателям использовать уже проверенную на практике модель организации.

По мнению экспертов, международный франчайзинг в ближайшее время будет развиваться еще более быстрыми темпами. Франчайзеры ищут потенциальных франчайзи в зарубежных странах, в том числе в Казахстане, а многие частные лица и фирмы активно ищут франчайзеров из других стран, чтобы приобрести их лицензию и права на технологии производства и обслуживания, при их финансовой поддержке, делать свой прибыльный бизнес.

Около трети всех поступлений в бюджеты таких стран, как США, Канада, Франция, Великобритания обеспечивают именно франчайзинговые компании, действующие в малом и среднем бизнесе.

По данным администрации малого бизнеса США за пятилетний период более 85 % малых предприятий по тем или иным причинам заканчивают свое существование. За тот же период только 14 % предприятий, работающих в системе франчайзинга, были закры-

ты. Таким образом, из 8 вновь созданных франшизных предприятий только 1 прекращает свое существование. По данным Международной ассоциации франчайзинга каждые восемь минут рабочего дня в США создается новая франшизная точка.

В США имеется более 1 500 франшизных систем в более чем 75 видах деятельности. Количество франшизных предприятий достигает 350 000. На одного франчайзера приходится в среднем 230 франшизных точек. Однако большинство франчайзеров имеет менее 100 точек. Около 80 % франшизных систем требует объем инвестиций от 50 до 250 тыс. долларов США. Однако это не означает, что системы с низким уровнем инвестирования не получают развития, около 20 % систем имеют инвестиционный показатель менее 50 тыс. долларов США. Периодические платежи, так называемые роялти, составляющие основу дохода франчайзеров, в среднем варьируются от 3 до 6 % от объема продаж.

К примеру, в валовом национальном продукте США франчайзинг создает 13 % национального богатства. Развитие данного направления объясняется, в первую очередь, повышенной устойчивостью предприятий франчайзинга. Так, если из 100 малых фирм в первые три года остаются работать лишь 15, а остальные становятся банкротами, то для компаний, работающих на основе франчайзинга, статистика совсем иная: из 100 малых предприятий, начавших свой бизнес, на «плаву» остаются 85.

Франчайзингом в Соединенных Штатах Америки занимаются не только американские фирмы, но и фирмы, принадлежащие иностранцам. Французская фирма «Пронуптия» (Propuritia), специализирующаяся на свадебных нарядах, английские фирмы «Уимпиз» (Wimpys), и «Бейк Эн Тейк» (Bake N Take), немецкая «Винервальд» (Wienerwald), занимающиеся продуктами питания, были в США среди первых и наиболее удачливых в этой области.

Во всем мире франчайзинг признан одной из наиболее эффективных форм развития и расширения любого вида бизнеса. Международная ассоциация франчайзинга выделяет 70 отраслей хозяйства, в которых можно использовать методы франчайзинга. Среди 75 видов деятельности торговля занимает приблизительно 45 %. При этом фастфуд занимает устойчивое первое место - 18 %, далее идут промтоварные магазины - 11 %, затем рестораны - 9 % и продовольственные магазины - 7 %.

Как способ широкомасштабного проникновения на рынок торговой марки франчайзера при помощи создания сети независимых франчайзи (действующих в соответствии с разработанной им стратегией и под его логотипом) данный вид сотрудничества получил уже достаточно широкое распространение и в Казахстане. Хотя в Казахстане отсутствует статистика о количестве купленных франшиз, тем не менее, эксперты считают, что франчайзинг очень перспективен для развития малого и среднего бизнеса в условиях индустриально-инновационного развития экономики.

К числу имеющихся предпосылок к развитию франчайзинга в Казахстане относится накопленный в ближнем зарубежье практический опыт его становления, и собственный организационный производственный опыт у ведущих отечественных компаний.

Основными документами, регулирующими франчайзинговые отношения в Казахстане, являются Законы Республики Казахстан: «О комплексной предпринимательской лицензии (франчайзинге)», «О защите интеллектуальной собственности», а также «Гражданский кодекс РК».

В законе «О комплексной предпринимательской лицензии (франчайзинге)», в зависимости от вида бизнеса и размера инвестиций, определены несколько видов франчайзинга:

- 1) комплексная предпринимательская лицензия (франчайзинг) - рабочее место, со-

гласно которой лицензиар создает подготовленное рабочее место и передает с лицензионным комплексом лицензиату – индивидуальному предпринимателю;

2) комплексная предпринимательская лицензия (франчайзинг) - предприятие, при которой лицензиар создает предприятие и передает его с лицензионным комплексом лицензиату;

3) конверсионная комплексная предпринимательская лицензия (франчайзинг), при которой стороны заключают договор на основе преобразования структурных подразделений в самостоятельные предприятия;

4) множественная комплексная предпринимательская лицензия (франчайзинг), на основе которой лицензиат создает несколько предприятий;

5) производственная комплексная предпринимательская лицензия (франчайзинг), при которой комплексный лицензиар передает комплексному лицензиату право на производство или на производство и сбыт товаров (работ, услуг) под своим товарным знаком либо иным средством индивидуализации с использованием поставляемых комплексным лицензиаром или по согласованию с ним сырья, материалов, технологии и оборудования;

6) товарная комплексная предпринимательская лицензия (франчайзинг), при которой комплексный лицензиар передает комплексному лицензиату право на сбыт (реализацию) товаров (работ, услуг) под своим товарным знаком или иным средством индивидуализации с использованием предоставляемой комплексным лицензиаром либо устанавливаемой по согласованию с ним технологии маркетинга.

Институциональной основой развития франчайзинга в Казахстане является образованная в феврале 2002 года некоммерческая, государственная организация, добровольное объединение компаний, основанное на саморегулировании и равноправии всех членов, - Казахстанская ассоциация франчайзинга и лицензирования (КАФЛ). Целью создания ассоциации является содействие развитию малого и среднего бизнеса республики посредством создания нового бизнес-сообщества, объединенного концептуально новым для нашей страны форматом ведения бизнеса – франчайзингом, содействие внедрению и развитию франчайзинга и иных форм предпринимательства, связанных с ним, координация предпринимательской деятельности ее членов, защита интересов членов ассоциации и представление их интересов в государственных органах на международных организациях.

Партнерами КАФЛ сегодня являются: международные организации, банки, консалтинговые и другие организации, заинтересованные в развитии франчайзинга в Республике Казахстан.

Казахстанская ассоциация франчайзинга ведет планомерную работу по выявлению предпринимательского потенциала, способного поднять франчайзинг в нашей стране на заслуживающий его уровень. Людей, имеющих намерение и необходимые возможности для начала и успешного ведения франчайзингового бизнеса, у нас не меньше, чем в схожих с нами развивающихся странах. Одна из первостепенных задач - работа над повышением информированности западного бизнеса в области расширения познаний о нашей стране, ее рынке. В КАФЛ обращаются предприниматели, представляющие самые разные направления бизнеса и знакомые с принципами, заложенными в основу франчайзинга. Для них франчайзинг может стать источником «второго дыхания» и обеспечить условия выхода на новый качественный уровень. Еще одна категория, рассматриваемая как перспективная - менеджеры разных уровней, планирующие открыть свое дело. Имея опыт руководителя среднего звена, прочные экономические знания, а также развитые способности предпринимателя, они готовы начать франчайзинговый бизнес, но в отличие от

своих западных коллег, они имеют куда более скудные финансовые возможности для самостоятельного старта. Разрешение этой важной для развития предпринимательства проблемы также лежит в сфере задач КАФЛ.

Также при Фонде развития малого предпринимательства «Даму» с марта 2012 года функционирует Национальный центр развития франчайзинга, оказывая бесплатные консультации начинающим и опытным предпринимателям.

Агентство по международному развитию Соединенных Штатов Америки знакомит казахстанских предпринимателей с франчайзингом - одним из эффективных способов ведения малого и среднего бизнеса во многих странах мира.

Преимуществом франчайзинга для предприятий, в отличие от обычного кредитования, является более низкие процентные ставки и более длительный срок по кредиту (от 5 до 7 лет по ставке ниже рыночной). При этом залогом может служить либо покупаемая франшиза, либо приобретаемые для ее запуска долгосрочные активы в виде недвижимости, оборудования. Лимита у банка по этой программе нет. В ее рамках банк готов предоставлять неограниченное количество кредитных средств под хорошие правильно структурированные проекты.

Признание банками системы франчайзинга облегчает для франчайзи доступ к финансированию и делает его условия более доступными. Некоторые банки в СНГ, как например АТФ в Казахстане, создали специальные кредитные программы для предприятий-операторов. А в случае приобретения франшизы у американского франчайзера новый франчайзи получает возможность подать заявку на получение долгосрочного финансирования, предоставляемое корпорацией по частным зарубежным инвестициям - агентством правительства США.

Наиболее распространенный способ (почти 60 % случаев) проникновения франшизера в другую страну заключается в выборе главной франшизы и передаче этой организации (обычно местной) прав в стране или регионе. Затем основной покупатель открывает собственную торговлю или торговлю через субфраншиз. Роялти субфраншизам выплачивает главная франшиза, которая затем перечисляет установленную процентную долю франшизеру. К примеру, процветающие японские предприятия «Мак-Дональде» функционируют именно по такой схеме. Примерно в 20 % случаев франшизеры (продавцы) проникают на иностранные рынки, заключая сделки непосредственно с франшизами (покупателями) за границей. Иногда это оказывается непростым делом, так как франшизера могут знать в стране недостаточно, чтобы местные предприниматели решились на инвестиции. Поэтому более распространен вариант открытия некоторого числа торговых точек в другой стране, служащих приманкой для местных потенциальных покупателей.

Одна английская фирма для проникновения на американский рынок через «Grate American Kuku» открыла кредитную линию на 10 млн долларов в английском банке с целью поиска партнеров. Эти средства были использованы на финансирование франшизы, которая покрывала за счет собственных ресурсов только 10 % средств.

Сегодня казахстанские предприниматели выступают не только в роли франчайзи, но и франчайзера. Примером такого опыта является авторский Дом высокой моды «Куралай» известного дизайнера и стилиста Куралай Нуркадиловой, которая вывела свой бренд на международный уровень, он представлен в Москве и Париже. Модели демонстрируются на одном подиуме с Escada, Valentino и Lacroix. В 2012 году более 30 отечественных

компаний заявили о предложении собственной франшизы. На стадии подготовки собственных франчайзинговых программ в настоящее время находятся более 40 компаний. По прогнозам Национального центра развития франчайзинга количество отечественных франшиз к 2022 году достигнет 800 единиц. Планируется к 2015 году: обеспечить 35 % франчайзинга в доле казахстанского предпринимательства; вывести 25 казахстанских франчайзинговых брендов на иностранные рынки.

На современном этапе Казахстан является лидером сектора франчайзинга в Центральной Азии. По данным КАФЛ РК, за последние четыре года оборот франчайзинга в РК достиг 1 млрд долларов. К настоящему времени в Казахстане открыто более 5 000 франчайзинговых точек, в которых трудоустроено более 20 000 человек. На 1.01.2009 года количество франчайзинговых систем в Казахстане составляло 240 единиц, на 1.01.2012 – 480.

В Казахстане успешно функционируют известные франчайзинговые бренды - «1С», «MaxMara», «Bally», «Dolche & Gabbana», «Патио Пицца», «Планета Суши», «Американский Бар и Гриль», «Хесбургер», «Баскин Робине», «World Class» - фитнес клуб, «British Airways», «Euro Car» и т.д. Также недавний опыт функционирования франшизы в Казахстане получили такие бренды, как Mimioriki, FasTracKids, «TEA&COFFEE GARDEN», HAPPYLOON Pirate's Park, TUTTO BENE и др.

Таким образом, экономические преимущества франчайзинга очевидны: для франчайзера - расширение сбыта продукции практически без дополнительных инвестиций, для франчайзи - минимальный риск разорения на первоначальном этапе деятельности, наконец, для потребителей - своевременное удовлетворение спроса с учетом особенностей местного рынка.

Хотя покупка франшизы не гарантирует 100 % успех, и могут возникнуть определенные проблемы, связанные с внезапным увеличением бизнеса, конкуренцией со стороны региональных компаний, но, по статистике, в соответствии с международной практикой у предприятия, приобретающего ее, в два раза больше шансов остаться в бизнесе и стать прибыльным, чем у независимых предпринимателей.

На сегодняшний день франчайзинг - выгодная и актуальная форма бизнеса для казахстанских предпринимателей, ввиду удобства и выгоды ведения бизнеса по системе франчайзинга, в основе которой лежит применение уже готовых, хорошо организованных торгово-технологических процессов, механизмов управления ассортиментом, технологии продвижения товаров. Эта популярность усиливается тем, что франчайзинг в сфере международного бизнеса выступает специфическим средством преодоления тарифных и значительной части нетарифных барьеров. Сейчас предприниматели больше нуждаются в идее, а не в деньгах. Действительно, с притоком в страну валюты, стабилизацией экономики на фоне не очень емкого рынка на большой территории возникает проблема развития не просто производства, но и качественного брендинга. Для банка это гарантированно надежный вид вложения, перспектива значительного увеличения качественной клиентской базы. Специфика франчайзинга состоит в высокой стандартизации и унификации производственного процесса. Развитие и распространение франчайзинга будет способствовать укреплению экономических связей, в первую очередь, с приграничными регионами Российской Федерации, росту малого и среднего бизнеса, увеличению доли франчайзинга в валовом национальном продукте Республики Казахстан, также решению социальных проблем.

Список литературы

1. Официальный сайт Фонда развития малого предпринимательства «Даму»: www.damu.kz.
2. Официальный сайт Казахской Ассоциации франчайзинга и лицензирования в Казахстане: www.kafli.kz.
3. Франчайзинг в Казахстане опирается на российский опыт. <http://www.kupi-franshizu.ru>.

Получено 13.11.12

УДК 338.439(574)

С.А. Жұманазар, Ж.С. Джуманазарова
Өскемен, ШҚМТУ

АЗЫҚ-ТҮЛІК ҚАУІПСІЗДІГІ – ЭКОНОМИКАНЫҢ ТҰРАҚТЫ ДАМУЫНЫҢ НЕГІЗІ

Азық-түлік қауіпсіздігі – ұлттық қауіпсіздік үшін аса маңызды сала. Қазақстанда агросектор мейлінше дамығанымен, еліміз әлі күнге дейін өзін-өзі азық-түлікпен толық қамтуға жете алмай келеді. Бұл мәселені шешуде Үкімет бірқатар мемлекеттік бағдарламаларды қабылдап, ауылшаруашылығының дамуына қомақты қаражат бөлуді қолға алды. Осы ауқымды жобалар қазірдің өзінде тиісті нәтижелерін беріп отыр. Әсіресе жылыжай мен тамшылатып суару әдісін кеңінен қолданысқа енгізу арқылы азық-түлік қауіпсіздігін қамтамасыз етуге қол жеткізуге мүмкіндік туды. Еліміздің сарапшы ғалымдары мәлімдегендей, 2015 жылы өзімізде өндірілетін азық-түлік ішкі нарықты 80 %-ға дейін қамтамасыз етуі тиіс. Сондай-ақ агроөнеркәсіп кешенінің өнімділігі қазіргімен салыстырғанда шамамен екі есе өспек. Бұл отандық ауылшаруашылығы саласының экспорттық әлеуетін анағұрлым арттырып, импорт алмастыру саясатын күшейтуге мүмкіндік бермек. Ол үшін малшаруашылығы, көкөніс пен жеміс-жидек, балық өсіру, өнімді терең өңдеу бағыттарында инновациялық технологияларды барынша енгізу қажет. Осы мерзім ішінде Қазақстанда ауылшаруашылығы өнімдерін өңдеу ісін толықтай халықаралық сапа стандарттарына өткізу көзделуде. 2014 жылға дейін арналған мемлекеттік бағдарламада көрсетілгендей, болашақта ет өңдеу үлесі 27 %-ға, жеміс-жидек пен көкөніс өңдеу үлесі 12 %-ға дейін жетуі тиіс [4].

Азық-түлік мәселесін ғаламдық сарапшылар ХХІ ғасырдағы ең өзекті жалпы азаматтық мәселелер қатарына қойып отыр. Азық-түлік қауіпсіздігін шешу оңай шаруа емес. Ол үшін мемлекеттік деңгейдегі қаржылық, шаруашылық және кадр мәселелерін шешу қажет. Жер шарының 7 млрд халқының 1 млрд-тан астамы ашығуда екенін ескерсек, азық-түліктің қадірі арта түседі. Таяу Шығыстағы араб мемлекеттеріндегі төңкерістердің түпкілікті себептері тамақ өнімдерінің тапшылығына байланысты болғандығы белгілі. Демек, азық-түлік мәселесі мемлекет дамуы тұрақтылығының кепілі болып табылады. Ел халқы денсаулығының іргетасы - сапалы азық-түлік.

Президентіміз Н. Назарбаев әр жылғы жолдауларында еліміздің аграрлық саласының даму бағыттарын айқындай отырып, оны әртараптандыру, саланың бәсекелестік қабілетін арттыру, азық-түлік қауіпсіздігін қамтамасыз ету мәселелеріне қатысты нақты тапсырмалар беріп келеді. Соңғы 2012 жылғы 27 қаңтардағы Қазақстан халқына Жолдауында ауылшаруашылығын дамыту алдағы кездегі басты бағыттардың бірі екенін көрсете келе, елімізде ет өндірісінің экспорттық әлеуетін дамыту жөніндегі жобаны белсендірек жүргізу қажеттігін атап өтті. Ол үшін етті малшаруашылығын дамытып,

2015 жылы асыл тұқымды мал санын 2 есеге, ал 2020 жылы 4 есеге арттыру міндетін қойып отырған мемлекет басшысының тапсырмасы бойынша 2016 жылы ет экспортын 60 мың тоннаға жеткізуіміз керек. Бұл 4 млн тонна астықты шетелге сатумен пара-пар [4]. Бұл міндетті ойдағыдай орындаудың негізгі алғышарттарының бірі мал тұқымын асылдандыру болып табылады. Ғылыми негіздерге сүйенсек, ет, сүт өнімдерін мол әрі сапалы өндіру үшін асыл тұқымды мал басының үлесі 30 %-дан кем болмауы тиіс.

Статистикаға жүгінсек, осыдан 20-30 жыл бұрын Қазақстан жыл сайын 180 мың тоннадан астам етті экспортқа шығарып отырған екен. Қазіргі жағдай мүлдем басқа, «ҚазАгро» ұлттық компаниясының мәліметіне сүйенсек, бүгінде Қазақстан шетелге небәрі 2-3 мың тонна аралығында ет сатуда. Еліміздің ішкі нарығында да бұл сала бойынша теңгерімсіздік қалыптасуы осыдан. Мәселен, осының салдарынан соңғы жылдары елімізге сырттан жеткізілетін сиыр етінің импорты 20-дан 34 мың тоннаға дейін өскен. Мұндай қарқынмен экспорт көлемін 60 мың тоннаға жеткізу, әрине, оңай емес. Сарапшылардың пікірінше, осы межені бағындыру үшін кемінде 300 мың бас ірі қара малды бордақылап ұстау қажет екен.

Кедендік одақтың құрылуы отандық шаруалар үшін жаңа мүмкіндіктер туғызуда. Кедендік одақтың аясында «ветеринарлық нормалардың бірдейлендіріліп, рұқсат беру процедураларының жеңілдетіліп, кедергілердің жойыла бастауының арқасында Ресейдің алып нарығына жол ашылмақ. Сарапшылар солтүстіктегі алпауыт көршіміздің жыл сайынғы ет нарығы 1,7 млн тонна деген баға беріп отыр. Бұл импорттың басым бөлігі Бразилия, Аргентина және Оңтүстік Американың өзге де елдерінен жеткізіледі. Біраздан бері ресейліктердің назары біздің елге ауып, тіпті қазақстандық ет өнімдерін Ресейге тоқтаусыз кіргізу жөнінде арнайы бағдарлама қабылдап та үлгеріпті. Сондықтан асыл тұқымды малшаруашылығын дамытудың мән-маңызы анағұрлым өсуде, бес жылдан соң Қазақстан Ресейге жылына 200 мың тоннадан аса ет жөнелтетін деңгейге жетеді деп күтілуде. Айта кетерлігі, асыл тұқымды емес мал етін экспорттау өте тиімсіз. Мәселен, асыл тұқымды ірі қараның салмағы 500 келі болса, жай малдың тірілей салмағы 300 келіден аспайды. Мұндай малдан бар болғаны 150 келі таза ет шығады» [1].

Сапалы және арзан ет өнімдерін өндірудің алғышарттарының бірі мал өнімдерінің өзіндік құнының 40-45 %-ын құрайтын мал азығының берік жем-шөп қорын жасақтау болып табылады. Ол үшін жемдік астық дақылдарының көлемін ұлғайтып, елімізде мемлекеттік жемдік астық қорын жасап, мал азығының сапасы мен құнарлылығын арттыру үшін құрамжем өндірісін жолға қоюымыз керек. Алайда ауыспалы егіс жүйесінде жем-шөп дақылдарының көлемі ғылыми негізделген 32 %-дың орнына 11,8 %-ды ғана құрайды. Сондықтан суармалы жерлерде егілетін жем-шөп дақылдардың көлемін 2-2,5 есеге көбейтіп, 200 мың гектардан 500 мың гектарға жеткізу керек.

Ауылшаруашылығы министрлігінің мәліметі бойынша, елімізде 182 мың гектар табиғи жайылымның 70 мың гекторы немесе 38 %-ы ғана пайдаланылуда. Бұл 1990 жылмен салыстырғанда екі есеге аз. Пайдаланудағы жайылымдардың жартысынан көбі малдың көп болуынан жұтаңданып, істен шыға бастаған. Етті ірі қара мал, қой мен жылқы шаруашылығын дамытып, арзан да сапалы, экологиялық таза мал өнімдерін өндіру үшін жыл сайын миллиондаған гектар табиғи жайылымды игеру қажет.

Қазақстанда ауылшаруашылығы жерлері жеткілікті. Бірақ, өкінішке орай, ол жерлердің барлығы аталған мақсатқа пайдалануға жарамды емес. Су көздерінің тапшылығы байқалуда. Оның үстіне елімізде осы уақытқа дейін ауылшаруашылығы мақсатына қолданылып келген техникалар мен технологиялар қазіргі заман талабына

толық жауап бере алмай отыр. Егер аталған мәселелер шешімін тапса, Қазақстан әлем халықтарын маңызды азық-түлік түрлерімен қамтамасыз етуші үлкен аграрлық-индустриялық елге айналмақ.

Осы жағдайды алдын ала байқаған Елбасы еліміздің ауылшаруашылығы саласын дамытуға ерекше мән беруде. Мемлекет басшысы осы мақсатты тұтас төрт жылды «Ауыл жылы» деп жариялап, салаға деген мемлекеттік қолдауды арттыра түскен болатын. Бұдан кейін жаңа міндеттерді алға қойды. Осыдан 2-3 жыл бұрын Елбасының тапсырмасы бойынша Үкімет ауылшаруашылығын дамытуды экономикалық саясаттың басты басымдықтарының бірі деп белгіледі. Саланың бәсекелестік қабілетін арттыру, экспорттық мүмкіндігін нығайту мақсаты алға қойылды. Ауылшаруашылығының әлеуетін жаңа қырынан көтеру үшін ірі инвестициялық жобалар жасалынды. Елімізге үлкен қауіп төндірген әлемдік қаржы-экономикалық дағдарыстың ықпалы күшейген шақтың өзінде бұл салаға деген қаржылық қолдау ешбір бәсеңсімеді. Қайта аграрлық саланы жаңа жобалар негізінде қарқынды дамытудың стратегиялық шешімдері сол дағдарыс кезінің өзінде пайда болып, жүзеге асып келеді.

Аталған шаралар қазірдің өзінде жемісті нәтижелерін көрсете бастады. Қазақстан соңғы төрт-бес жылдың айналасында халықаралық нарыққа астық шығаратын әлемдегі жетекші он елдің қатарына қосылып, жыл сайын шамамен 3 млн тонна үн экспорттаймыз. Астық экспортының көлемі жылына шамамен 5-7 млн тоннаны құрап отыр. Астықты сыртқа шығарудың ұтымды жолдары айқындалып, теңіз жағалауларында орналасқан шет мемлекеттердің порттарынан қазақстандық терминалдар салу немесе оларды сатып алуға мүмкіндік болып отыр. Сонымен, Қазақстан қазірдің өзінде дүниежүзілік нарыққа астық және одан әзірленген өнімдерді шығарушы ел ретінде танылып, өзінің осы қол жеткізген жетістік деңгейіне берік табан тіреп отыр. Ендігі кезекте малшаруашылығын дамытуға үлкен мән берілуде.

Малшаруашылығы саласында 90-жылдардың аяғында өндірістік көрсеткіштердің төмендеуін еңсеруге қол жеткізілді. Соңғы он жылда бұл сала ауылшаруашылық малдары мен құстарының саны жағынан да, өнім өндірісі жағынан да өсімге ие. Осы кезең ішінде мал мен құс басының, сондай-ақ малшаруашылығы өнімінің жылдық өсімі орта есеппен 5 %-ды құрады.

Асыл тұқымды малшаруашылығын қайта қалпына келтіру, отандық тауар өндірушілердегі ауылшаруашылық малдарының және құстарының өнімділігін ұлғайту мақсатында 1998 жылдан бастап республикалық бюджеттен асыл тұқымды малшаруашылығын қолдауға субсидия бөліне бастады, бұл ретте мемлекеттік қолдау асыл тұқымды төл, бұқа ұрығының, жұмыртқаның құнын арзандатуға бағытталды. Егер 1998 жылы көрсетілген шараларды қаржыландыруға 159,3 млн теңге көлемінде субсидия бөлінген болса, ал бүгінгі күні аталған бағдарламаның бюджеті 5080,3 млн теңге құрайтынын атап өту қажет, бұл өз кезегінде республикамызда асыл тұқымды малшаруашылығын мемлекеттік қолдаудың елеулі өсіп отырғанын көрсетеді.

Елімізде асыл тұқымды малдың үлес салмағы өсуде, егер 2000 жылы жалпы мал басындағы асыл тұқымды ірі қара малдың үлес салмағы 3,2 % болса, 2011 жылы бұл көрсеткіш 6,1 %-ды құрады, қой 3,5 %-дан 12,1 %-ға, шошқа 1,4 %-дан 13 %-ға, жылқы 1 %-дан 6 %-ға ұлғайды [6].

Сапалы малшаруашылығы өнімінің өндірісін арттыру, орта-ірі тауарлы өндірістер құру және соның негізінде импорттың үлесін төмендетіп, ішкі нарықты қамтамасыз ету мақсатында 2006 жылдан бастап малшаруашылығы өнімін өндіру үшін пайдаланылатын

құрама жемнің және маңыздандырылған азықтың құнын ішінара арзандатуға бағытталған бюджеттік бағдарлама іске асырылуда. 2006 жылы тек құс етін өндіру субсидияланып, оған 1 млрд теңге бөлінген болатын. Бүгінгі күні бұл бағдарлама сиыр етін, шошқа етін, бройлерлік құс етін субсидиялауды, сүт, қымыз, шұбат, биязы қой жүнін және тауарлық жұмыртқаны өндіруге кеткен шығындарды ішінара өтеуді, сондай-ақ ірі қара малды азықтандыру үшін пайдаланылатын шырынды және кесек азықтың құнын арзандатуды көздейді.

Көрсетіліп жатқан қаржылық қолдау арқасында субсидиялау бағдарламасына қатысатын ауылшаруашылық құрылымдарының малшаруашылығы өнімін өндіру көлемі өсті. Мысалы: сиыр еті 3 есеге өсті (2007 жылы 9,5 мың тонна өндірілсе, 2010 жылы бұл көрсеткіш 28,5 мың тоннаны құрады); шошқа еті 4,8 мың тоннадан 2010 жылы 16,2 мың тоннаға дейін немесе 2 есеге өсті; құс еті 3 есеге, 26,6 мың тоннадан 94,4 мың тоннаға дейін өсті. Сондай-ақ ауылшаруашылығы құрылымындағы малдың және құстың өнімділігі жоғарылады. Егер 2008 жылы союға өткізілген ірі қара малдың орташа салмағы 332 келі болса, 2010 жылы 350 келі болды, бір сиырға есептегендегі сүт сауылымы 2851 келіден 3286 келіге дейін жоғарылады [1].

Қазіргі таңда азық-түлік өнімдерінің бағасын тұрақтандыру күн тәртібінде тұрған ең өзекті мәселе болып отыр. Азық-түлік өнімдері бағасының қымбаттауының басты себебі, бұл тауар өндірушілер мен сатып алушылар арасындағы делдалдардың көптігі. Елбасы жолдауында айтылғандай, біз осы делдалдарды барынша азайту бағытында жұмыс істеуіміз керек. Ол үшін ауылшаруашылық өнімдерін делдалдарсыз сату, тауар өндірушілер мен сатушылардың арасында тығыз байланысты ынталандыру шараларына көбірек көңіл бөлу, ауылшаруашылық өнімдерін өндіру, дайындау, өңдеу, тасымалдау, сақтау, сату мәселелерін кешенді түрде дамыту, ішкі сауда инфрақұрылымын жетілдіру мәселелерін шешу керек. Іс жүзінде бұл тауар өндірушілердің өздері құрылтайшы болатын дайындау – сату кооперативтерін ұйымдастыру арқылы атқарылуы тиіс.

Ауылшаруашылығы министрлігінің мәліметі бойынша 2011 жылы өндірілген және өңделген ауылшаруашылық өнімдерінің жалпы тауар айналымы 5784,6 млн долларды құрап, 2006 жылмен салыстырғанда 192,4 %-ға өскен. Оның құрылымында экспорт көлемі 32,4 %, импорт 67,5 %-ды құрап, импорт көлемі басым бағытта немесе 227,8 %-ға артқан. Нәтижесінде, тауар айналымы теріс сальдомен атқарылғанын көріп отырмыз [2].

Біз аграрлы – индустриялы ел болсақ та, жалпы тауар айналымында импорт үлесінің басым екендігін (65,5 %) және соңғы жылдары елімізде ауылшаруашылығы саласының дамуына ерекше көңіл бөлініп жатқанына қарамастан, өндірілген ауылшаруашылық өнімдерін шетелден сатып алу үрдісінің өсіп отырғанын көрсетеді. Ал өңделген азық-түлік өнімдерінің тауар айналымына келетін болсақ, мұнда да импорттың үлесі соңғы жылдары жыл сайын өсіп отырғанын және 2011 жылы ол 74 %-дан асып түскенін, яғни елімізде тұтынылатын өңделген азық-түлік өнімдерінің басым көпшілігі шетел өнімдері екенін байқаймыз. Азық-түлік тауарлары бойынша сальдо тұрақты түрде теріс және оның 2011 жылы 2006 жылмен салыстырғанда 197 %-ға өскенін көреміз. Бұдан шығатын қорытынды, еліміздің ауылшаруашылығы біржақты шикізат өндіру бағытында дамып келеді. Өзімізді қажетті азық-түлікпен толық қамтамасыз ете алмай келеміз. Әсіресе ауылшаруашылық өнімдерін терең өңдеу және халықты сапалы азық-түлікпен қамтамасыз ету өз дәрежесінде емес. Елбасымыз айтқандай, Қазақстан 2014 жылға қарай азық-түлік қауіпсіздігімен толық қамтамасыз етуді көздейтін болса, онда барлық өнімдердің 80 %-ы өзімізде өндірілуі тиіс [4].

Өткен жылы елімізде майлы дақылдар өндіру көлемі 1,5 есеге артып, 1,1 млн тоннаны құрады. Бұл ішкі қажеттілікті 100 % қамтамасыз етеді деген сөз. Көкөніс пен картоп та ішкі қажеттілікті артығымен қамтамасыз ететіндей көлемде өндірілді. Еліміздің агро-өнеркәсіп кешенінің әлеуеті ішкі азық-түлік нарығының тұрақтылығын қолжетімді тамақ өнімдерімен қамтамасыз етуге толық жетеді. Алайда өндірілген өнім сапасының төмендігі, ауылшаруашылық өнімдерін дайындау, тасымалдау, сақтау жүйесінің дамымауы, тамақ және өңдеу кәсіпорындарының өндірістік қорларының жарамсыздығы және материалдық ескіруі салдарынан қолданыстағы өңдеу кәсіпорындарының қуаты толық пайдаланылмай келеді. Мәселен, 2011 жылы көкөніс пен жеміс өңдеу небәрі – 2,4 %-ды, ет өнімдерін өңдеу – 24,2 %-ды, сүт – 30,4 %-ды, астық – 29,4 %-ды құрады. 2010 жылмен салыстырғанда ет консервілерін өңдеу 4,1 %-ға, қант – 25,4 %-ға, жармалар - 7,5 %-ға төмендеді. Кеден одағы жұмыс істегелі 2011 жылы ауылшаруашылық өнімдерінің импорты: көкөніс – 152 %-ға, ет - 125%-ға, шұжық – 134 %-ға, өсімдік майы – 156 %-ға, қант – 179 %-ға, жармалар – 196,7 %-ға өскен [6].

Статистикалық мәліметтер көрсетіп отырғандай, мемлекетімізді азық-түлік қауіпсіздігімен қамтамасыз ету мақсатына айран, табиғи сүт өндіру көрсеткіштері жағынан аздап жақындағанымен, ірімшік, сары май, құрғақ сүт тұтынуға импорттық тауарларға тәуелді екенімізді айғақтайды. Мысалы, 2011 жылы елімізде тұтынылған құрғақ сүттің 97%-ы, өсімдік майының 43,2 %-ы, сары майдың 34,1 %-ы, қанттың 41,1 %-ы, ірімшік пен сүзбенің 58,8 %-ы, алманың 49,5 %-ы, балықтың 49,6 %-ы шетелдерден, көпшілігі Ресей мен Белоруссиядан әкелінген [2]. Бұл цифрлар елімізде жеміс-жидек, өсімдік майы, құс етін өндіру және ауылшаруашылық өнімдерін терең өңдеу мәселесі төменгі дәрежеде екенін көрсетеді. Экономика заңдылығына сәйкес, тамақ өнімдерінің импорты 30-35 %-дан асса, бұл елдің азық-түлік қауіпсіздігіне кері әсерін тигізеді.

Қазақстанның Кеден одағы мен Біртұтас экономикалық кеңістікке енуі және алдағы кезде БСҰ-ға мүше болуы аграрлық секторды жаңа сапаға көтеруді және оның жоғары бәсекеге қабілетті болуын қамтамасыз етуді талап етеді. Алайда біздің шаруалардың Ресей, Беларусь елдерінің ауылшаруашылық тауар өндірушілерімен бәсекеге түсу қабілеті болмай отыр. Өйткені Кеден одағына мүше елдердің агросекторларының деңгейі әртүрлі екені белгілі. Оларға көрсетілетін мемлекеттік қолдау да, өндірілген өнімдерінің көлемі де, сапасы да әртүрлі. Мысалы, Белоруссияда шаруаларды мемлекеттік қолдау елдің агроөнеркәсіп кешенінде өндірілген өнімнің жалпы құнының 18 %-ын құрайды. Ол Ресейде 8 %, ал бізде небәрі 4 %-ды ғана құрап отыр. Осы көрсеткіштерді теңестіру мақсатында еліміздің Парламенті 2011 жылдың маусым айында «Ауылшаруашылығын мемлекеттік қолдаудың бірыңғай қағидалары туралы келісімді» ратификациялаған болатын. Аталған келісімге сәйкес Кеден одағына қатысушы елдердің аграрлық секторға көрсетілетін мемлекеттік қолдау көлемі агроөнеркәсіп кешенінде өндірілген өнімнің жалпы құнының 10 %-ы мөлшерінде болу керек деп келісілген. Бұл біз үшін қолайлы. Өйткені біз ауылшаруашылық тауар өндірушілерін қолдау деңгейін көтере аламыз. Ол еліміздің ауылшаруашылық өнімдерінің сапасы мен бәсекеге қабілеттілігін арттырып, азық-түлік ассортиментін көбейтіп, халықтың сұранысын қамтамасыз ете отырып, ауылшаруашылығының экспорттық әлеуетін көтереді.

Алайда 2011 жылы елімізде 2,2 трлн теңге ауылшаруашылық өнімдері өндірілгеніне қарамастан, 2012 жылға арналған республикалық бюджетте ауылшаруашылығын мемлекеттік қолдауға небәрі 78 млрд теңге бөлініп отыр. Бұл өндірілген ауылшаруашылығы өнімдерінің 3,5 %-ы ғана, яғни Біртұтас Экономикалық кеңістікте жұмыс

істейтін біздің шаруаларымыздың бәсекеге қабілеттілігі әлдеқайда төмен болатынын көрсетеді. Оның бер жағында біздің табиғи климат жағдайымыз бен Ресейдің, Белоруссияның табиғи климат жағдайын салыстыруға болмайды. Біз ауылшаруашылығын қолдауды 10 %-ға жеткізіп, Кеден одағына мүше елдердің көрсеткіштерімен теңестірген жағдайдың өзінде Беларусьтің, Ресейдің шаруаларының жағдайы әлдеқайда алда болады. Өйткені оларда құрғақшылық жоқ, жауын жиі жауады, гектарынан 50-60 центнерден өнім алады. Ал біздің өніміміз 10-15 центнерден аспай отыр. Мәселен, олар бір сиырдан жылына 6-7 мың литр сүт сауады, ал біз 2,5-3,0 мың литр сүт сауамыз.

Ресей мен Беларусь мемлекеттерінде жеке қосалқы шаруашылықтарға мемлекеттік қолдау заңмен бекітілген. Ал біздің Ауылшаруашылығы министрлігінде ұсақ шаруашылықтарға, жеке қосалқы шаруашылықтарға мемлекеттік қолдау көрсетілмейді деген қате ұғым бар. Нәтижесінде ауылшаруашылығы өнімдерінің 80 %-ын өндіретін жеке қосалқы шаруашылықтар мемлекет тарапынан қолдау алмайды.

Ауылшаруашылығы саласының бәсекеге қабілетті болуын қамтамасыз ету үшін біз тұрақты түрде жаңа инновациялық технологияларды ендіріп отыруымыз керек. Соңғы жылдары өсімдікшаруашылығына нөлдік ылғал сақтау, тамшылатып суару сияқты жоғары сапалы өнімді қамтамасыз ететін технологиялар ендіріліп, олар өзінің жемісін беруде. Бүгінде өсімдіктерді қорғауда улы химиялық заттар қолданылады, нәтижесінде зиянкестермен бірге пайдалы организмдер өледі, қоршаған орта ластанады, адамдар уланады. Сондай-ақ химиялық препараттар табиғи экобиожүйелерге теріс әсерін тигізуде. Осы тұрғыдан алғанда өсімдіктерді биологиялық қорғау тәсілдерін пайдалану өзекті болып табылады, себебі ол қоршаған ортаны ластамайды, адамдар мен жануарларға мүлдем зиянсыз, өсімдіктерді тозаңдатушы жәндіктердің, пайдалы фаунаның табиғи көбеюіне қолайлы жағдай жасайды.

Соңғы жылдары елімізде жылыжай салу дами түсті. 2011 жылы жылыжайларда өндірілген көкөніс 29 000 тоннаға жетіп, 60 %-ға өсті. Бұл еліміздің ішкі қажеттілігінің 32 %-ы ғана. Сондықтан жылыжай салу мәселесіне үлкен көңіл бөлінуі керек.

Қазір еліміз аграрлық секторды жан-жақты жетілдіре отырып, өзінің азық-түлік қауіпсіздігін қамтамасыз етумен қатар, дүниежүзілік экономиканың өткір проблемаларын шешуге мейлінше кең ауқымды атсалысуда.

Қолданылған әдебиеттер

1. Ахметов Ә. Өлемнің азық-түлік қауіпсіздігі // Егемен Қазақстан, 13.09.2011.
2. Айтаханов Қ. Азық-түлік қауіпсіздігі – ел қауіпсіздігінің бір шарты // Егемен Қазақстан, 18.05.2012.
3. Қазақстан в 2010 году. Статистический ежегодник Казахстана. – Астана, 2011.
4. Назарбаев Н.А. Қазақстан халқына жолдаулары. – Астана, 2010, 2011, 2012.
5. Стратегия индустриально-инновационного развития РК на 2003-2015 гг.
6. Толыбаев М. Аграрлық кешенге ауқымды қолдау // Егемен Қазақстан, 7.10.2011.

Получено 23.10.12