

Л.Н.ГУМИЛЕВ ат. ЕУАЗИЯ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТИ
ЕВРАЗИЙСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ имени Л.Н.ГУМИЛЕВА
L.N. GUMILYOV EURASIAN NATIONAL UNIVERSITY
Л.Н. ГУМИЛЕВ ат. ЕҰУ ЖАНЫНДАҒЫ ЗАМАНАУИ ЗЕРТТЕУЛЕР ИНСТИТУТЫ
ИНСТИТУТ СОВРЕМЕННЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ ЕНУ имени Л.Н.ГУМИЛЕВА
IMS OF LN GUMILYOV ENU
ЭКОНОМИКАЛЫҚ ЗЕРТТЕУЛЕР ИНСТИТУТЫ
ИНСТИТУТ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ
ECONOMIC RESEARCH INSTITUTE
«ҚАРЖЫЛЫҚ БҰЗУШЫЛЫҚТАРДЫ ЗЕРТТЕУ ЖӨНІНДЕГІ ОРТАЛЫҚ» РМҚ
РГП «ЦЕНТР ПО ИССЛЕДОВАНИЮ ФИНАНСОВЫХ НАРУШЕНИЙ»
RSE «CENTRE FOR FINANCIAL VIOLATIONS RESEARCH»



**«ӘЛЕМДІК ЭКОНОМИКАНЫҢ ТУРБУЛЕНТТІЛІК РЕЖИМГЕ КІРУ
ЖАҒДАЙЫНДА ЕЛДІҢ СЫРТҚЫ ЭКОНОМИКАЛЫҚ ҚЫЗМЕТІ»**

Халықаралық ғылыми- тәжірибелік конференциясының

ЕҢБЕКТЕРІ

ТРУДЫ

Международной научно-практической конференции

**«ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ СТРАНЫ
В УСЛОВИЯХ ВСТУПЛЕНИЯ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ
В РЕЖИМ ТУРБУЛЕНТНОСТИ»**

Works of the international scientific- practical conference

**«FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY OF THE COUNTRY IN CONDITIONS
OF ENTRY OF THE WORLD ECONOMY TO THE MODE
OF TURBULENCE»**

1 часть

2015

Астана

УДК 339.9(063)
ББК 65.5
Ә 52

Редакция алқасы

МАДИЯРОВА Д.М. – төрағасы, э.ғ.д., профессор
РАХМЕТУЛИНА Ж.Б. – төраға орынбасары, э.ғ.к., профессор, Л.Н.Гумилев атындағы ЕҰУ «Экономика» кафедрасының меңгерушісі
АХМЕТЖАНОВА С.Б. - э.ғ.д., профессор, Ғылыми экономикалық сараптама орталығының директоры, Экономикалық зерттеулер институты
АЗАТБЕК Т.А. – э.ғ.д., профессор
ЕГЕМБЕРДИЕВА С.М. – э.ғ.д., профессор
РАИМБЕКОВ Ж.С. – э.ғ.д., профессор
ШАЛБОЛОВА У.Ж. – э.ғ.д., профессор
КӘРІБАЕВ Ә.А. - э.ғ.к., Қолданбалы ғылыми зерттеулер бөлімінің меңгерушісі, Республикалық бюджеттің атқарылуын бақылау жөніндегі есеп комитетінің «Қаржылық бұзушылықтарды зерттеу жөніндегі орталық»
СЫДЫҚНАЗАРОВ М.Қ. - ф.ғ.к., саясаттану PhD докторы, Л.Н. Гумилев атындағы ЕҰУ жанындағы Заманауи зерттеулер институтының директоры
ТЛЕСОВА Э.Б. - э.ғ.к., доцент

Ә 52 «Әлемдік экономиканың турбуленттілік режимге кіру жағдайында елдің сыртқы экономикалық қызметі» халықаралық ғылыми- тәжірибелік конференциясының еңбектері. - Астана: Л.Н.Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, 2015.-551б.

Труды международной научно-практической конференции «Внешекономическая деятельность страны в условиях вступления мировой экономики в режим турбулентности».- Астана: Евразийский национальный университет им.Л.Н.Гумилева, 2015.-551с.

Works of the international scientific- practical conference «Foreign economic activity of the country in conditions of entry of the world economy to the mode of turbulence».- Astana: L.N. Gumilyov Eurasian National University, 2015.-p.551.

ISBN 978-601-301-521-7

УДК 339.9(063)
ББК 65.5

© Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, 2015
© Евразийский национальный университет им. Л.Н.Гумилева, 2015

ISBN 978-601-301-521-7

О НЕКОТОРЫХ ВОПРОСАХ РАЗВИТИЯ ТОРГОВЫХ ЦЕНТРОВ В КАЗАХСТАНЕ В КОНТЕКСТЕ ЕАЭС

А.А. Рахимбаева

Евразийский национальный университет
имени Л.Н. Гумилева, г. Астана, Казахстан

Одной из актуальных проблем является устойчивое развитие торговых центров страны. Как показывает мировой опыт, торговый центр представляет собой группу розничных предприятий, объединенных вместе и управляемых единой компанией, обычно он располагается на специально отведенном участке и имеет свою парковку.

Вместе с тем, на развитие торговых центров в Казахстане определенное влияние оказывает нахождение страны в составе Евразийского экономического союза.

Если обратить внимание на международный опыт, то интеграционные объединения бывают успешными, прежде всего, там, где у них есть сильный центр. Когда в 1960-е годы были сделаны основные шаги по созданию Европейского экономического сообщества, темп экономического роста в ФРГ составлял в среднем 4,7% в год, а безработица долгое время колебалась в районе 1%. Во время масштабного расширения Евросоюза в начале 2000-х экономика была на локальном пике – во время кризиса в 2010–2012 годах Германия продолжала поддерживать экономический рост в еврозоне [1].

Что касается Евразийской интеграции, то она начинается на этапе хозяйственной рецессии и выстраивается вокруг государства, которое в экономическом плане в 2015–2017 годах может стать весьма уязвимым. Главный рынок ЕАЭС – российский – под ударом. Россию в 2015 году ждет спад экономики.

Дезинтеграция постсоветского пространства — лишь вопрос времени, поскольку Россия больше не может конкурировать с новыми центрами экономического притяжения — ЕС и Китаем. Украина неизбежно уйдет на Запад, а Центральная Азия — на Восток [2].

В этих условиях особую важность приобретает дальнейшее развитие торговых центров в Казахстане.

Как было отмечено, торговый центр (далее - ТЦ) представляет собой группу розничных предприятий, объединенных вместе и управляемых единой компанией, обычно он располагается на специально отведенном участке и имеет свою парковку.

До недавнего времени, инвестиционные потоки распределялись, главным образом, между Алматы и Астаной. Но постепенно столичный рынок стал насыщаться, появилась предсказуемость и стабильность. Новым операторам достаточно сложно входить на такой рынок, а старым уже не так перспективно.

В таких условиях для инвесторов огромным неосвоенным рынком сбыта и сверхприбыли при профессиональном и грамотном подходе стали областные центры Казахстана. В регионах развитие торговых центров началось в начале 2000-х годов.

Успешное развитие торгового центра во многом зависит от сформированной концепции, идеи. В основе этого лежит месторасположение ТЦ, арендуемые помещения, а также ситуация, которая складывается в данный момент на рынке. Формируя ассортимент ТЦ, необходимо исходить из покупательского поведения и привычек потенциальных потребителей. Поэтому для начала, девелопер должен определить тип покупателя, для какой целевой аудитории рассчитан ТЦ: женщины, мужчины, молодежь или семья.

Развитие ТЦ зависит от грамотного размещения так называемых «якорных» арендаторов, которые позволяют распределить поток покупателей внутри помещения, что дает возможность избегать мертвых зон. Для привлечения все новых посетителей существующим арендаторам необходимо с определенной периодичностью обновлять дизайн своего магазина, менять выкладку и т.д. [3].

Большим преимуществом в развитие торговых центров в регионах являются относительно низкие затраты на аренду площадей, землю, сопутствующие расходы. В регионах работают те же операторы и по той же схеме, что и в столицах.

Несмотря на то, что региональные ТЦ начали открываться с небольшим отставанием, они быстро догоняют Астану и Алматы по количеству предложений и качеству услуг. Но серьезная проблема заключается в нехватке персонала всех уровней. Для строительства и запуска ТЦ часто приглашаются компании из столицы, а компания-владелец ТЦ занимается дальнейшим управлением. Региональные операторы перенимают опыт, стараются брать лучшее, творчески это развивать, но основной набор ассортимента и видов развлечений определяется концепцией конкретного Торгового Центра и реалиями данного региона.

Владельцы региональных ТЦ стали осознавать, что развитие ТЦ во многом определяет комплекс развлечений и дополнительных услуг в центре, и что без этого через пару-тройку лет ТЦ станет неконкурентоспособным. В регионах, профессионалов в сфере развлечений, очень мало, в основном предлагается традиционный набор услуг, но через несколько лет в выигрыше окажутся те ТЦ, что сумеют продумать инновационную концепцию развития торгового центра, удовлетворяющую новые потребности посетителей.

Как правило, за покупками в большой ТЦ человек ходит не один. Выбрав необходимое, он может приятно провести время в кинозале с попкорном и напитками, затем обсудить за обедом в местном кафе увиденное, а после продолжить вечер, играя с друзьями в боулинг, бильярд или выбрать другие развлечения.

Таким образом, один посетитель ТЦ за один раз может потратить более \$100. Но сфера развлечений менее рентабельна, чем сама торговля. В предприятия по досугу объем капиталовложений вкладывается больше и срок

возврата более длительный, чем у торговых предприятий. Поэтому здесь важен индивидуальный и грамотный подход к идее запуска, грамотное развитие ТЦ.

В любом городе ТЦ стремятся занять по возможности лучшие места — пересечение торговых и транспортных путей, главные магистрали, вблизи жилых массивов. Успех развития ТЦ в регионах также зависит от разнообразия ассортимента и коррекции цен, которая подходит к конкретному региону, правильный выбор формата центра. Для этого проводится регулярный мониторинг и выезд специалистов на места, чтобы подсчитать экономическую выгоду.

В настоящее время происходит настоящий бум строительства ТЦ в регионах, которое опережает развитие торговых сетей, а это приводит к дефициту качественных арендаторов, поэтому также важным является грамотное проектирование и стратегия развития торговых центров. Из особенностей, мешающей в полную силу развиваться такому мощному сегменту рынка в регионах, является недостаточный процент в стране среднего класса, который мог бы являться более активным потребителем.

В связи с тем, что наиболее резкое падение цен на нефть и курса российской валюты произошло 9 месяцев назад (декабрь 2014 года), заметных изменений на таком достаточно устойчивом сегменте, как рынок торговой недвижимости, еще не произошло. Можно говорить лишь о настроениях операторов торговых точек и трендах. Если не брать в расчет бренды люкс- и премиум-класса, то операторы торговых марок среднего и массового сегментов ожидают падения продаж [4].

В целом по республике на фоне падения цен на нефть снижение активности покупателей не так заметно. Согласно имеющейся информации, часть владельцев торговых точек планируют переезд в менее дорогие торговые центры или задумываются об уменьшении арендуемой площади.

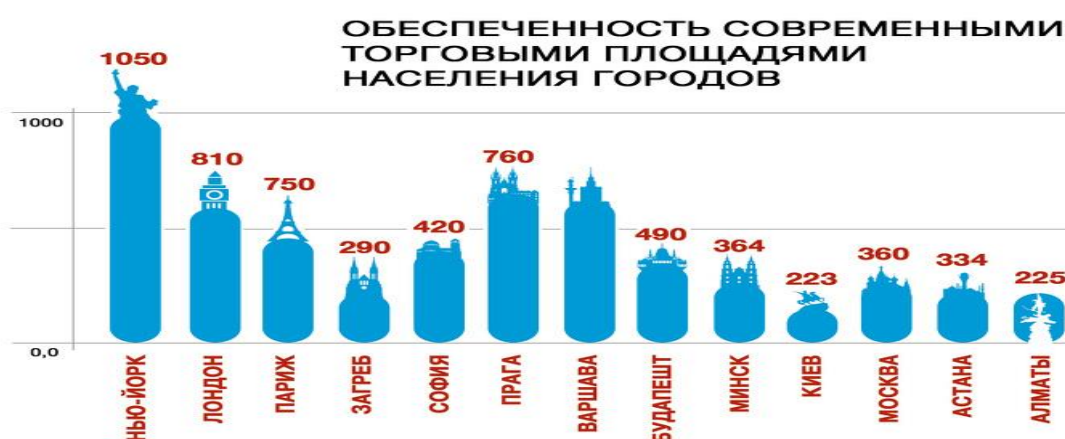


Рисунок 1 - Обеспеченность современными торговыми площадями населения городов

Если сравнивать такой показатель, как обеспеченность торговыми площадями на 1000 жителей, то Астана сильно опережает Алматы, но не дотягивает до Москвы и тем более до западных столиц.

Стоимость аренды площадей в успешных ТЦ превышает \$200 за квадратный метр. А при аренде небольших площадей в 15-20 квадратов стоимость квадратного метра доходит до астрономической суммы в \$ 1 тыс.

Даже при таком высоком, по казахстанским меркам, показателе до сих пор наблюдался дефицит качественных площадок с хорошим трафиком. Именно поэтому в наиболее успешных торговых центрах существует длинный лист ожиданий, а стоимость аренды превышает \$200 за квадратный метр.

Более того, если арендуются небольшие площади (15-20 м²), то стоимость аренды доходит до астрономической суммы в \$1 тыс. за тот же квадратный метр. Безусловно, большинство торговых операторов не могут позволить себе подобные траты и находятся в поиске альтернативных площадок [4].

Вложение средств в удачные проекты торговой недвижимости позволяет не только сохранить средства, но и преумножить. Во времена неопределенности на финансовых рынках этот факт приобретает особую актуальность.

Необходимо отметить, что 8 октября 2015 года Правительство инициировало, а Сенат Парламента принял законопроект «О внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты по вопросам регулирования торговой деятельности» [3].

Данный законопроект направлен на совершенствование правоотношений в сфере внутренней, электронной, внешней торговли, а также биржевой деятельности.

Проектом Закона по вопросам регулирования торговой деятельности предусматривается внесение следующих изменений и дополнений:

I. В части внутренней торговли:

1) введение понятий «стационарный торговый объект», «нестационарный торговый объект», «торговый рынок», «класс товаров» в целях упорядочения деятельности торговых объектов;

2) пересмотр действующих классификаций торговых объектов.

Предусматриваются следующие сроки введения в действие универсальных торговых рынков:

- с 1 января 2018 года – на территории столицы, города республиканского значения;

- с 1 января 2020 года – на территории городов областного значения.

3) введение нормы по наделению акиматов областей, города республиканского значения, столицы компетенцией: по разработке и реализации мероприятий по развитию стационарных торговых объектов в рамках Программ развития территорий; по утверждению мест размещения нестационарных торговых объектов;

4) закрепление обязанности предоставления индивидуальными предпринимателями и юрлицами, предоставляющих в аренду торговые объекты, дополнительной информации в органы государственных доходов согласно реестру договоров аренды.

Данные поправки, вносятся в целях снижения теневого оборота в сфере

торговли, в том числе на торговых рынках и будут введены в действие с 1 января 2017 года;

5) предусмотрено внесение изменений в понятие «территория международной специализированной выставки» в части его приведения в соответствие с Регистрационным досье, утверждаемым Международным Бюро Выставок.

6) наделение компетенцией уполномоченного органа по разработке и утверждению норм естественной убыли продовольственных товаров, так как в настоящее время указанные нормы и порядок их установления не закреплены в законодательстве.

По информации МНЭ РК, законопроект направлен на совершенствование правоотношений, связанных с регулированием внутренней и внешней торговли, а также не потребует привлечения дополнительных финансовых затрат и средств государственного бюджета на его реализацию.

Таким образом, по уровню обеспеченности торговыми площадями на 1000 жителей Астана опережает Алматы, но недотягивает аналогичных показателей РФ и Западной Европы.

Стоимость аренды площадей в успешных ТЦ превышает \$200 за квадратный метр, при аренде небольших площадей в 15-20 квадратов стоимость квадратного метра доходит до \$ 1 тыс.

При высоком показателе до сих пор наблюдался дефицит качественных площадок с хорошим трафиком.

В целях снижения теневого оборота в сфере торговли, в том числе на торговых рынках 8 октября 2015 года Сенат Парламента принял законопроект «О внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты по вопросам регулирования торговой деятельности».

Список литературы

1. ЦГИ «Берлек-Единство»: О «союзе утопающих» по В. Иноземцеву. Объективна ли критика ЕАЭС? <http://www.ca-portal.ru/article:16191>.
2. Бизнес: Оксфордский торговый словарь. — М.: Издательство «Прогресс-Академия», 1995. — С. 643.
3. <http://economy.gov.kz/pressservice/77/67833/>

ЭКСПОРТНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ БЕЛОРУССКИХ НЕФТЕПРОДУКТОВ

П.Е. Резкин

УО «Полоцкий государственный университет»,
г. Новополоцк, Республика Беларусь

Рассматривая внешнеэкономическую деятельность Республики Беларусь, не сложно заметить, что одной из основных статей внешней торговли является