

Б. Ұ. Сыздықбаева

**Қазақстанның азық-түлік нарығының тауар
өткізуші жүйесін дамыту: логистикалық көтерме-
бөлу орталықтарының мысалында**

Монография

Астана 2025

УДК
ББК
С95

Толысбаев Б.С. - э.ғ.д., профессор, Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті

Ахметжанова С.Б. - э.ғ.д., профессор, «Экономикалық зерттеулер институты» АҚ

Каменова М.Ж. - э.ғ.д., профессор, «Тұран-Астана» университеті

С95 Б.Ұ. Сыздықбаева. Қазақстанның азық-түлік нарығының тауар өткізуші жүйесін дамыту: логистикалық көтерме-бөлу орталықтарының мысалында: Монография. – Астана: «Булатов А.Ж.» ЖК, 2025. – 176 с.

ISBN 978-601-326-947-4

Монографияда отандық азық-түлік өнімдерін өткізу желісінің және оның инфрақұрылымының жай-күйі зерттелген. Азық-түлік өнімдерін өткізу жүйесінің құрылу бағыттары мен тиімді жұмыс істеу механизмі, Қазақстандағы тауарларды өткізудің ұлттық жүйесінің ерекшеліктері анықталған. Өткізу желісін дамытудың тиімді үлгісін таңдау және орналастыру өлшемдері азық-түлік өнімдерін көтерме-бөлу орталықтары мысалында негізделген.

Азық-түлік өнімдерін өткізу желісін ұйымдастыру, мемлекеттік қолдау және басқару бойынша ұсынымдар беріліп, өткізу желісін дамытудың болжамы жасалды.

Жоғары оқу орындарының ғалымдарына, магистранттарына, докторанттарына ұсынылады.

Монографияны Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің Ғылыми кеңесі басып шығаруға ұсынады (2025 жылғы 26 маусымдағы мәжілісінің №20 хаттамасы).

ISBN 978-601-326-947-4

Бұл зерттеу Қазақстан Республикасы Ғылым және жоғары білім министрлігінің 2023-2025 жылдарға арналған AP19677634 грант жобасымен қолдау тапты.

© Сыздықбаева Б.Ұ. 2025

МАЗМҰНЫ

Белгілер мен қысқартулар	4
Кіріспе	5
1 Қазақстандағы азық-түлік өнімдерін өткізу жүйесін ұйымдастыру және оның қызмет етуі	8
1.1 Азық-түлік өнімдерін өткізу жүйесін зерттеу және оны жетілдіру	8
1.2 Ауыл шаруашылығы өнімдері нарығының қатысушылары мен бөлшек және көтерме сауда кәсіпорындарының өзара іс-қимыл механизмін талдау	22
1.3 Тауар өткізу желісінің жұмыс істеу тиімділігі мен дамуын бағалау	30
Бірінші бөлім бойынша тұжырым	41
Бірінші бөлімнің әдебиеттері	42
2 Қазақстанның ұлттық тауар өткізу желісінің элементтерін жобалау және тиімді орналастыру	46
2.1 Ұлттық тауар өткізу жүйесінің негізгі элементтерін жобалау	46
2.2 Азық-түлік өнімдерінің көтерме-бөлу орталықтарын қалыптастыру және тиімді орналастыру	73
Екінші бөлім бойынша тұжырым	91
Екінші бөлімнің әдебиеттері	92
3 Азық-түлік өнімдерінің көтерме саудасын реттеу және дамыту бойынша ұйымдастырушылық-экономикалық механизм	96
3.1 Азық-түлік өнімдерін өткізу желісін дамытудың болжамы	96
3.2 Логистикалық көтерме-бөлу орталықтарының жұмыс істеу тиімділігін бағалау	105
3.3 Тиімді тауар өткізуші жүйені дамытуға арналған ұйымдастырушылық-экономикалық механизмді әзірлеу (тарату орталықтары және көтерме-бөлу орталықтары мысалында)	121
Үшінші бөлім бойынша тұжырым	134
Үшінші бөлімнің әдебиеттері	135
Қорытынды	136

БЕЛГІЛЕР МЕН ҚЫСҚАРТУЛАР

АЛО	- агрологистикалық орталық
АӨК	- агроөнеркәсіптік кешен
АШӨӨЖ	- ауыл шаруашылығы өнімдерін өткізу жүйесі
ЖІӨ	- жалпы ішкі өнім
ЖҚҚ	- жалпы қосылған құн
ЖАӨ	- жалпы аймақтық өнім
МЖӨ	- мемлекеттік-жекеменшік әріптестік
ШҚ	- шаруа қожалығы
ЖҚШ	- жеке қосалқы шаруашылық
ЛИП	- логистикалық индустриялық парк
ЛО	- логистикалық орталық
ЛТО	- логистикалық тарату орталығы
МТБ	- материалдық-техникалық база
ТӨҰЖ	- тауарларды өткізудің ұлттық жүйесі
КАТН	- көтерме азық-түлік нарығы
КБО	- көтерме-бөлу орталығы
ААШӨӨЖ	- аймақтық ауылшаруашылық өнімдерін өткізу жүйесі
ТО	- тарату орталығы
АШТӨ	- ауыл шаруашылығы тауарын өндірушілер
ТӨЖ	- тауарды өткізу желісі
ҰСБ	- Ұлттық статистика бюросы
ҰТЖ	- Ұлттық тарату желісі

Кіріспе

Кез келген ел үшін тауар өткізуші желіні қалыптастыру және дамыту аса маңызды, өйткені ол өнімнің қосылған құнының көлемін ұлғайтуға, өткізуші жүйедегі өнімнің бәсекеге қабілеттілігін арттыруға, өнімді сатып алушыларға қызмет көрсету деңгейін арттыруға және олардың қажеттіліктерін қанағаттандыруға мүмкіндік береді.

Қазіргі уақытта елде қалыптасқан тауар өткізу жүйесінде бірқатар елеулі кемшіліктер бар. Атап айтқанда, отандық тауар өндірушілердің өнімдерін барынша аз шығынмен шоғырландырып, тиімді таратуға арналған заманауи тарату жүйелерінің жоқтығы, жеткізу сызбаларын жоспарлау және реттеу жүйесінің болмауы, инновациялық логистика мен жеткізу тізбектерін басқару тұжырымдамасының қолданылмауы — осының бәрі Қазақстандағы тауар өткізу желісінің тиімділігінің төмендеуіне әкелуде. Бұл түпкілікті тұтынушы үшін тауарлар құнының еселеп өсуімен (5-10 есеге дейін), көлеңкелі сауда үлесінің ұлғаюымен (2023 жылы – 17,52%) көрінеді.

Жүргізілген талдау нәтижесінде тауар өткізуші желінің еліміздің экономикасының қазіргі даму талаптарына сәйкес келмейтіні анықталды. Бұл жүйе шығындарды азайтуға және тұтынушыларға қызмет көрсету сапасын арттыруға мүмкіндік бермейді. Тауарларға негізсіз бағаның өсуі байқалады, сондай-ақ отандық кәсіпорындардың шетел нарықтарына шығуы қиындық тудырады.

Қазіргі заманғы экономикалық қатынастар жүйесінде логистикалық тізбектер мен тауар өткізу инфрақұрылымының тиімділігі елдің экономикалық даму деңгейіне тікелей әсер етеді. Қазақстанда бұл бағыттағы жүйелі зерттеулер мен практикалық қадамдар қолға алынып жатқанымен, қолданбалы зерттеулердің бытыраңқылығы, ұйымдық-әдістемелік қамтамасыз етудің жеткіліксіздігі және өнімді логистикалық тарату жүйелерін қалыптастыруда кешенді тәсілдің болмауы өзекті мәселе ретінде сақталып отыр. Сонымен қатар, жаһандық логистикалық үрдістер мен цифрлық жеткізу тізбектерін басқару тәжірибесін ескере отырып, ұлттық деңгейде интеграцияланған, тиімді жұмыс істейтін тауар өткізу желісінің болмауы бұл мәселені одан әрі күрделендіре түседі. Осы аталған факторлар зерттеудің өзектілігін негіздей отырып, Қазақстандағы азық-түлік өнімдерін өткізу жүйесін жетілдіруге бағытталған ғылыми талдау жүргізудің қажеттілігін айқындайды.

Тауар өткізу желісін қалыптастыру және дамыту аса маңызды мәнге ие, себебі ол экономиканың нарықтық шаруашылық жүргізу жағдайларына бейімделуін жеделдетуге, халық пен шаруашылық субъектілерінің өмір сүру

жүйесінің тиімділігін арттыруға, сондай-ақ логистикалық шығындар деңгейін қысқартуға мүмкіндік береді.

Сондықтан өткізу мәселесін шешудің ең маңызды бағыттарының бірі — шет елдердегі тәжірибе үлгісінде ішкі азық-түлік нарығында отандық тауар өткізу жүйесін дамыту болып табылады.

Қазақстанда қалыптасып жатқан ұлттық тауар өткізу жүйесі ерекше өзектілікке ие болып отыр, өйткені ол отандық өндірісті дамытуға және ел ішіндегі тауарларды таратуды тиімді ұйымдастыруға ықпал ететін маңызды құрал болып саналады.

Зерттеудің мақсаты – ұлттық тауар өткізу желісінің жай-күйі мен оның қызмет ету тетігін талдау, атап айтқанда, отандық тауар өндірушілердің өнімін шоғырландыру мен тарату механизмін, әсіресе азық-түлікпен қамтамасыз ету үлгісінде қарастыру.

Аталған зерттеудің ерекшелігі – Қазақстанның азық-түлік нарығындағы тауар қозғалысы жүйесін кешенді түрде зерттеу, сондай-ақ логистика негізінде біріктірілген тауар өткізу жүйесін қалыптастыру мен дамытуға арналған ұйымдастырушылық-экономикалық механизмдер мен әдістемелік құралдарды ғылыми тұрғыда негіздеу болып табылады.

Қойылған мақсат келесі міндеттерді қарастыру мен шешудің қажеттілігін айқындады:

1.қолданыстағы азық-түлік өнімдерін өткізу желісінің жай-күйін және оның инфрақұрылымын зерделеу;

2.ұлттық тауар өткізу жүйесін дамытудың негізгі тәсілдері мен басымдықтарын: көзқарасын, мақсаттарын, міндеттерін, қағидаттарын, басым бағыттарын, құрылымын, даму және іске асыру механизмін зерттеп, әзірлеу;

3.Қазақстанда ұлттық тауар өткізу жүйесін жобалаудың ерекшеліктерін айқындау және оның тиімділігін арттыруға бағытталған ұйымдастырушылық-экономикалық іс-шаралар кешенін әзірлеу;

4.логистика мен сервистік қызмет көрсету саласындағы әлемдік үрдістерді ескере отырып, Қазақстан Республикасындағы көтерме-бөлу орталықтарының мысалында тиімді азық-түлік өнімдерін өткізу желісін дамыту үлгісін орналастыру мен таңдаудың критерийлерін негіздеу;

5.Қазақстандағы азық-түлік өнімдерін өткізу желісінің жұмысын ұйымдастыру және оны мемлекеттік қолдау мәселелері бойынша ұсыныстар әзірлеу.

Монография өзара байланысты үш бөлімнен тұрады.

Бірінші бөлімде Қазақстанның агроазық-түлік нарығындағы тауар өткізу желісінің даму жағдайына талдау жасалған, ауыл шаруашылығы өнімдері нарығының қатысушылары мен көтерме және бөлшек сауда кәсіпорындарының өзара іс-қимыл тетіктері зерттелген; тауар өткізу желісінің жұмыс істеу тиімділігіне және даму деңгейіне баға берілген.

Екінші бөлімде Қазақстанның ұлттық тауар өткізу желісі элементтерін жобалау және орналастыру ерекшеліктері қарастырылған. Тауар өткізу

желісін таңдау мен орналастырудың критерийлері ғылыми тұрғыда негізделіп, оның жекелеген элементтерін (көтерме-бөлу орталықтары мен көтерме азық-түлік нарықтарының мысалында) аймақтар бойынша орналастырудың есептеулері жүргізілген.

Үшінші бөлімде азық-түлік өнімдерін өткізу желісін дамытудың болжамы жасалып, тиімді тауар өткізу жүйесін құру, қолдау және реттеу бойынша ұйымдастырушылық-экономикалық шаралар мен механизмі ұсынылған.

Монография ғалымдарға, докторанттарға, магистранттар мен жоғары оқу орындарының оқытушыларына, сондай-ақ осы салаға қызығушылық танытқан барлық тұлғаларға арналған.

Монография автордың жеке ғылыми зерттеулерінің нәтижесі болып табылады.

Монографияда 2023–2025 жылдар аралығында жүзеге асырылып жатқан АР19677634 «Қазақстан аумағында тез бұзылатын азық-түлік өнімдерінің логистикалық инфрақұрылымын және орнықты жеткізу тізбектерін дамыту» атты ғылыми-зерттеу жобаның нәтижелері пайдаланылған.

1 Қазақстандағы азық-түлік өнімдерін өткізу жүйесін ұйымдастыру және оның қызмет етуі

1.1 Азық-түлік өнімдерін өткізу жүйесін зерттеу және оны жетілдіру

Қазіргі жағдайларда отандық өндірушілер үшін азық-түлік өнімдерін үлкен көлемде және тиісті сапада өндіру жеткіліксіз, сондай-ақ бұл өнімдерді ішкі және сыртқы нарықтарда өткізу де маңызды. Әлемдік тәжірибе көрсеткендей, ауыл шаруашылығы, қайта өңдеу және тамақ өнеркәсібі өнімдерін өткізу жүйесінің тиімділігін арттыру тауар өткізу желісін (ТӨЖ) дамыту арқылы мүмкін болады.

Негізгі шикізат түрлері бойынша тауарларды бөлу және илгерілету жүйесінің негізгі құрамдас бөліктері ауыл шаруашылығы кәсіпорындары, агроөнеркәсіптік кешен (АӨК), тамақ және қайта өңдеу саласының кәсіпорындары, сауда және көлік болып табылады. Осыған байланысты бұл жұмыста Қазақстандағы ауыл шаруашылығы және агроөнеркәсіп өнімдерін өткізу жүйесін зерттеу жұмыстары жүргізілген.

Зерттеудің мақсаты – Қазақстанда тауар өткізу желісінің ғылыми негізделген қызмет ету стратегиясын қалыптастыруға бағытталған ұйымдастырушылық-экономикалық және басқарушылық шаралар бойынша ұсыныстар әзірлеу.

Зерттеу барысында Қазақстан Республикасы Ұлттық статистика бюросының деректері, жүргізілген сараптамалық сауалнама нәтижелері, сондай-ақ мақсатты кәсіпорындар тобының өкілдерімен өткізілген сұхбат пайдаланылды. Бұл топқа ауыл шаруашылығы, сауда, сақтау және тарату, қайта өңдеу және қаптама, көлік салаларында жұмыс істейтін, сондай-ақ өнім өндіру, қайта өңдеу мен өткізу саласында үлкен тәжірибесі бар кәсіпорындар кіреді.

Нарық қатысушылары кәсіби мамандар болғандықтан, таңдама көлемін 100-120 адаммен шектеуге болады. Зерттеудің географиясы – Қазақстанның барлық облыстары мен республикалық маңызы бар қалалар - Астана, Алматы және Шымкент.

Таңдама көлемі келесідей бөлінді: өндірістік жүйелер – 20 адам, сақтау және бөлу – 30 адам, қайта өңдеу және қаптама – 15 адам, сауда және базарлар – 30 адам, азық-түлік ортасы және тұтынушылар – 25 адам.

Пандемия кезінде орын алған азық-түлік тауарларын өткізу тізбектеріндегі жаппай іркілістер азық-түлік тарату жүйелерін неғұрлым төзімді етіп қалыптастыру қажеттілігі білінді [1].

Қазіргі уақытта тауарлардың негізсіз қымбаттауы, жеткізушілер мен тұтынушылар арасындағы шаруашылық байланыстардың бұзылуы,

делдалдар санының артуы, өнімнің негізсіз шығынға ұшырауы және басқа да мәселелер байқалуда. Бұл жағдай ауыл шаруашылығы мен агроөнеркәсіптік кешен, өнеркәсіп, сауда және түпкілікті азық-түлік тұтынушылары бойынша тауар өткізу желісі мен инфрақұрылымының даму жағдайын талдауды қажет етті.

Тиімді азық-түлік тауарларын өткізу желісі мен оның инфрақұрылымын қалыптастыру өнімді өндірушіден тұтынушыға дейін жеткізу тізбегін оңтайландыруға, тауарлық шығындарды азайтуға және халықтың барлық топтары үшін тауарлардың қолжетімділігін арттыруға мүмкіндік береді. Бұл көпформатты сауда-бөлу инфрақұрылымын құруды, сондай-ақ отандық тауар өндірушілер үшін қолайлы жағдай жасауды көздейді [2].

Азық-түлік өнімдерін өткізу және тауар қозғалысы инфрақұрылымы дамыту мәселелері көптеген шетелдік еңбектерде қарастырылған [3-5]. Ауылшаруашылық өнімдерінің өткізу жүйесін құру, логистикадағы бөлу құрылымы бойынша шешімдерді анықтайтын факторлар және пандемияның азық-түлік нарығына әсері қарастырылған [6-7]. Азық-түлік өнімдерін және өнімдерді жеткізу тізбегін жоспарлау, болжау және бөлу бойынша әдістемелік және практикалық ұсыныстар әзірленген [8-11].

Әдебиеттерді зерделеу нәтижелеріне сүйене отырып, азық-түлік өнімдерінің ТӨЖ жұмыс істеуінің тиімділігіне көптеген факторлар әсер етеді деп қорытынды жасауға болады. Олардың ең маңыздысы – тауар қозғалысын және оның инфрақұрылымын ұйымдастыру деңгейі, олардың қызмет ету механизмдері, азық-түлік өнімдерін өткізу жүйесінің барлық қатысушылары арасындағы өзара әрекеттесу механизмдері.

Зерттеу барысында ТӨЖ-ің жағдайы мен мәселелері анықталды.

1) Ауыл шаруашылығы мен агроөнеркәсіптік кешеннің материалдық-техникалық базаларының (МТБ) инфрақұрылымының жұмыс көлемі мен жабдықталуының, қамтамасыздандырудың төмендігі. Екінші реттік ақпаратты зерделеу нәтижелері көрсеткендей, азық-түлік өнімдерін өндіретін кәсіпорындардың басым бөлігі шикізаттың жетіспеушілігіне, сұраныстың болмауына немесе шикізат жеткізілімінің біркелкі еместігіне, сондай-ақ кәсіпорындардың шикізат көздерінен қашық орналасуына байланысты толық қуатында жұмыс істемей отыр. Мысалы, 2023 жылы ет өңдеу кәсіпорындарының орташа жүктемесі - 55%, қайта өңдеу кәсіпорындарының жүктемесі - 14,5% құрады. Ірі сүт өндірушілердің жүктемесі - 67%, астық қабылдау пункттерінің жүктемесі - 30%, көкөніс сақтау қоймаларының жүктемесі - 65%.

ҚР Ауыл шаруашылығы министрлігінің мәліметінше, МТБ жабдықталуының үлесі біркелкі емес. Ауыл шаруашылығы кәсіпорындарының техникамен қамтамасыз етілу деңгейі жоғары – шамамен 11%. Техникамен орта және төмен деңгейдегі қамтылған шаруа қожалықтарының үлесі 57,4% және 55,0%; жеке қосалқы шаруашылықтардың үлесі – тиісінше 34,5 және 32,1%.

Ауыл шаруашылығы тауарын өндірушілер арасында біз жүргізген сауалнама мынаны көрсетті: 30% өндірушілердің өнімді өңдеу және сақтау үшін жеке көлік құралдары жоқ; 70% өндірушілердің МТБ-ы 54%-ға тозған; 10% өндірушілердің МТБ-ы күрделі жөндеуді қажет етеді; 87,5%-ың тоңазытқыш қондырғылары жоқ.

2) Өнімді өткізуге және сақтауға байланысты мәселелер. Өсірілген өсімдік өнімдерін өткізу және сақтау мәселесі бүгінгі таңда ең өзекті болып табылады. Өнімдерді өткізудің дәстүрлі арналары негізінен пайдаланылады, сонымен қатар факторинг, электронды коммерция және аукциондар арқылы жаңа сату арналары пайда болды.

Мына мәселені атап өткен жөн. Респонденттердің 65%-дан астамы, жеке қосалқы шаруашылықтар мен шаруа қожалықтарының өкілдері өнімді жергілікті нарықта немесе делдалдарға сатады. Өндірушілердің 50%-дан астамы өз өнімдерін көтерме нарықтарда, яғни делдалдарға сатады. Бұл оларға өз өнімдерін айтарлықтай жылдам өткізуге мүмкіндік береді. Кәсіпорындардың 33,3%-ы – бөлшек сауда дүкендері арқылы, қайта өңдеу кәсіпорындары арқылы 13,3%-ы – астық өнімдерін, 6,7% – мал шаруашылығы өнімдерін сатады.

Аграрлық сектордың бәсекеге қабілеттілік деңгейіне тікелей әсер ететін *ауыл шаруашылығы өнімдерін сақтау және өткізу мәселері* да маңызды. Сауда-логистикалық жүйенің дамымауы, тауарларды сату алдындағы дайындау (жуу, орау, кептіру, калибрлеу және тасымалдау және т.б.) объектілерінің іс жүзінде жоқтығы жыл бойына жоғары сапалы шикізатты біркелкі жеткізуді қамтамасыз етпейді.

Сауалнама көрсеткендей, ауыл шаруашылығы тауарын өндірушілердің (АШТӨ) 30%-да өнімді өңдеу және сақтау үшін жеке МТБ-ы жоқ, тауарын өндірушілердің 70%-ың МТБ-ы 54%-ға тозған, 10%-ға жуығының МТБ-ы ескірген және күрделі жөндеуді қажет етеді. Сондай-ақ респонденттердің 87,5%-ың қазіргі уақытта тоңазытқыш қондырғылары жоқ екенін атап өтті.

Бұл тарату арнасын таңдаудың негізгі себептері - жылдам сату мүмкіндігі, үлкен көлемдегі өнімді сақтауға арналған арнайы инфрақұрылым мен қаржылық мүмкіндіктердің жоқтығы, еңбек шығындарының төмен деңгейі және үстеме шығындар болды.

Респонденттердің 37,5%-дан астамы негізгі өнімдер егін орылғаннан немесе мал сойылғаннан кейін бірден сатылатынын атап өтті. 25%-ға жуығы қоймаларда сақтауды жүзеге асырады. Бұл ретте респонденттердің 69,2%-дан астамының өнімді сақтауға арналған жеке қоймалары бар, ал кәсіпорындардың 15,4%-ы келісім-шарт негізінде қойма алаңдарын жалға алады.

Респонденттердің шамамен 60% қазіргі уақытта сату арналары тұрақсыз және жиі өзгередінін атап өтті. Тұрақсыздықтың негізгі себептеріне ауыл шаруашылығы тауарын өндірушілердің маусымдық белсенділігі, сатып алу және дайындау ұйымдарының жоқтығы, ауыл шаруашылығы өнімдеріне

бағаның тұрақсыздығы, ауыл шаруашылығы өндірісіндегі айтарлықтай үлкен тәуекелдер жатады.

Басты мәселе, ауылшаруашылық тауар өндірушілерінің көпшілігі өз өнімінің қандай үлесі нарықта сатылатынын білмеуі. Қазіргі жағдайда бағаны сатып алушы белгілейді, ал ауыл шаруашылығы тауарын өндіруші жағдайға жиі әсер ете алмайды. Талдау нәтижелері көрсеткендей, азық-түлік өнімдерінің көптеген түрлері бойынша ТӨЖ элементтері ретінде жеткізу және бөлу республикалық деңгейде де, аймақтық деңгейде де ұйымдастырылмаған және жоспарланбаған. Нәтижесінде жетіспеушілік немесе артық өндіріс жиі орын алып, аймақтарға тым көп жеткізіледі. Әр аймақ кәсіпкерлердің бастамасына өз бетінше сүйенеді.

Ауылшаруашылық тауар өндірушілері өсірілген өнімді өрістен өткізуге тырысады, өйткені олардың үлкен көлемін сақтауға мүмкіндіктері жоқ және қызметтерге (еңбекақы, қызмет көрсету және т.б.) жылдам ақы төлеу үшін.

Тарату желісінің де үлкен көлемдегі өнімді ұзақ мерзімге сақтауға мүмкіндігі жоқ. Фермерлердің ауыл шаруашылығы өнімдерін үлкен көлемде иемдену және сақтау қабілетсіздігі және бөлшек сауда желілерінің қызығушылық танытпауы, екінші жағынан, фермерлер үшін де, бөлшек сауда желілері үшін де белгісіздік пен тәуекелдерге әкеледі.

Респонденттердің басым бөлігі (64,7%) өнімді сақтау және өңдеу үшін өздерінің материалдық ресурстары бар екенін атап өтті. Респонденттердің шамамен 29,4%-ы өндірілген өнімді сақтау және өңдеу үшін тиісті материалдық-техникалық базаның жоқтығын атап өтті. Бұл санатқа негізінен қойма алаңы мен өңдеу жабдықтарын сатып алуға жеткілікті қаржылық ресурстары жоқ шағын кәсіпорындар жатады. Бірқатар шаруашылық жүргізуші субъектілер, негізінен орта кәсіпкерлік субъектілері, мүлтік-техникалық базаны сақтау және өңдеу үшін жалдау шарты және басқа да келісім түрлері негізінде ортақ пайдалануда.

Тауар өндірушілердің көпшілігінің (53,8%) қоймалары мен қайта өңдеу жабдықтарының жартылайы тозған, бірақ жөндеуді қажет етпейді. Кәсіпкерлік субъектілерінің төрттен бір бөлігінде жаңа техника бар.

Қазіргі уақытта ауыл шаруашылығы тауарын өндірушілер үшін бірқатар қиындықтар туындауда, атап айтқанда: өсімдік шаруашылығы нарығының аймақтардағы жеткілікті құрылымданбауы мен ұйымдастырылмауы ауыл шаруашылығы өндірушілері өсірген өнімді өткізуге жауапты бірыңғай ірі құрылымның болмауынан көрініс табады. Мұндай құрылымды құру ауыл шаруашылығы тауарын өндірушілерді өткізуге байланысты мәселелерден босатып, тек өндірісті дамытуға күш салуға мүмкіндік берер еді. Әрбір аймақта мұндай құрылым тиісті өкілеттіктері мен мамандары бар ірі көтерме-бөлу орталықтары (КБО) болуы мүмкін; 2) ағымдағы қымбат жобаларды, атап айтқанда, сақтау қоймаларын қайта жаңарту мен салуға, ауыл шаруашылығы кәсіпорындары мен шаруа қожалықтарында өңдеу өнеркәсібін дамытуға қатысты жеңілдікті несиелендіру қажеттілігі.

Эксперттер бұл құрылымды қалыптастыруды аймақтардағы ауыл шаруашылығын дамытудың қазіргі кезеңіндегі ең маңызды міндет деп санайды.

Қазақстанда қалыптасқан жағдайдан шығу үшін 2021 жылы сақтау, тарату және сауда жасау мақсатында көтерме бөлу орталықтары (КБО) құрылысын бастау қолға алынды [2]. Шетелдік тәжірибені зерттей отырып, біз келесі қорытындыға келдік. КБО-ың негізгі кемшілігі – оның Қазақстандағы ұлттық тарату желісін (ҰТЖ) толықтай алмастыруға қабілетсіздігі, өйткені: 1) өндірушілерді қамтудың төмен деңгейі: КБО тек нақты бір өнім немесе туыстас өнімдер тобы үшін құрылған өндірістік және өткізу тізбегін қызмет көрсетеді; 2) шағын ұжымдық шаруашылықтар мен фермерлердің КТО-қа қатысуы мен өзара іс-қимыл жасау мүмкіндігінің болмау қаупі бар – бұл олардың өндірген өнімін ұйымдасқан нарыққа шығаруына шектеу қойып, аграрлық сектордың толыққанды интеграциялануына кедергі келтіреді; 3) КБО ауыл шаруашылығы тауар өндірушілерімен, әсіресе шағын шаруашылықтармен туындайтын келіспеушіліктер мен институционалдық тосқауылдар салдарынан тауар өткізу желілеріндегі барлық материалдық ағындарды толық үйлестіруді, реттеуді және оңтайландыруды қамтамасыз ете алмайды; 4) өндірістік циклмен тікелей байланысы жоқ КТО қызметі өнім сапасының төмендеуіне және санитарлық-гигиеналық талаптарға сәйкес келмейтін, қауіпсіздік стандарттарын бұзатын өнімдердің нарыққа шығуына алып келуі мүмкін, бұл өз кезегінде тұтынушылар денсаулығына қатер төндіреді және нарықтағы сенімділік деңгейін төмендетеді; 5) КБО шеңберінде республикалық тауар тарату желісінің қатысушылары арасындағы материалдық ағындарды басқару итермелеу (push) қағидатына негізделген, бұл жүйе көп факторлы әсерлерді ескере отырып, артық қорлардың жиналуына, сұраныс өзгерген жағдайда басқару жүйесін қайта құрылымдаудың күрделілігіне алып келеді және нәтижесінде тиімділікті төмендетеді.

3) Шағын шаруашылық субъектілерін жалпы тауар өткізу жүйесіне тарту мәселелері. Шағын шаруашылық субъектілерінің көкөніс өнімдерін өндіру көлемін арттыруымен қатар, сақтау мерзімінің қысқалығы, өнімді нарыққа жеткізудің күрделілігі, сондай-ақ ресурстармен қамтамасыз етудің қиындығы сияқты өткізуге қатысты бірқатар мәселелер туындауда, ал шағын тауар өндірушілерге технологиялық үдерістердің еңбек сыйымдылығының жоғары болуы тән.

Шағын кәсіпорындардың көкөніс өнімдерін тікелей бөлшек сауда желілеріне өз бетінше сатуға ресурстары болмағандықтан, олар өз тауарларын делдал ұйымдарға (делдалдарға) сатуға мәжбүр, олар өнімді өз құнына дерлік тең бағамен сатып алады.

Делдалдық функцияларды орындайтын компаниялар өндіруші мен сатып алушы арасындағы сатып алу-сату мәмілелерінен пайда табуға бағытталған. Тұтынушылармен және нарықтың басқа қатысушыларымен орнатылған байланыстардың арқасында делдалдар сатып алушылардың кең

ауқымына көкөніс өнімдерінің қолжетімділігін, оның ішінде мақсатты нарықтарға өнімді жеткізуді қамтамасыз ете алады.

Дегенмен делдалдық компаниялар көбінесе өндірушіге алыпсатарлық баға белгілеп, оны өз өнімдерін әділ шарттармен өткізу арнасын таңдаудан айырады. Өндірушілер, әсіресе шағын бизнес, делдалдардың шарттарын қабылдауға мәжбүр, өйткені олардың сақтауды ұйымдастыруға бос қаражаты және соңғы тұтынушыға өнімдерін жылжыту мүмкіндігі жоқ.

Делдалдар өнімді жаңа сапалық сипаттамалары бар өнімді жасау және оны кейіннен қайта сату мақсатында өңдеуші кәсіпорындарға өткізе алады.

Өңдеу ұйымдары көтерме сауда орталықтары мен өнімді көп жеткізуді қамтамасыз ететін компанияларға артықшылық береді, өйткені өңдеушілер жыл бойы көкөніс консервілерін үздіксіз өндіруді қамтамасыз етуі керек.

Көкөніс қоймалары көтерме сауда орталықтары, қайта өңдеу ұйымдары, ірі тауар өндірушілер жүйесіне кіреді.

4) Сауда мәселелері. Логистикалық тізбектің әлсіз буыны сауда болып табылады. Сауданың жалпы құрылымында 2023 жылы көтерме сауда – 68,2%, бөлшек сауда – 31,4% құрады. Көтерме сауда көлемінің шамамен 82,3%-ын шағын көтерме кәсіпорындар құрады (2019 жылы – 79,2%).

Сауда құрылымында шағын кәсіпорындар жетекші орын алады. Алайда, соңғы 5 жылда (2019-2024 жж.) шағын кәсіпорындардың бөлшек саудадағы үлесі 68,1%-дан 76,5%-ға дейін өскенін, көтерме саудада – 79,2%-дан 77,2%-ға дейін төмендегенін көрсетті, ал орта және ірі кәсіпорындардың үлесі 16,9%-дан 18,6%-ға және 3,9%-дан 4,2%-ға дейін сәйкесінше өсті (1.1-кесте).

Кесте 1.1 – Қазақстан Республикасындағы кәсіпорын көлемі бойынша сауданың үлесі, %

Кәсіпорын көлемі	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Бөлшек сауда						
Шағын	68,1	64,6	66,4	62,8	75,2	76,5
Орта	9,6	11,5	11,2	12,1	7,7	7,4
Ірі	22,3	23,9	22,4	25,1	17,1	16,1
Көтерме сауда						
Шағын	79,2	72,8	75,6	74,0	82,3	77,2
Орта	16,9	23,2	20,4	21,3	13,9	18,6
Ірі	3,9	4,0	4,0	4,7	3,8	4,2

Ескерту - ҚР ҰСБ сандық деректері негізінде автор есептеген

Сауда құрылымындағы шағын кәсіпорындар үлесінің төмендеу үрдісі олардың орта және ірі сауда кәсіпорындары немесе бөлшек сауда желілерімен ығысуын көрсетеді. Яғни, Қазақстанда дәстүрлі сауда бірте-бірте ауыстырылып, әлемнің дамыған елдеріндегідей бөлшек сауда желілерімен алмастырылуда.

Шектеулі аймақтардағы өндірістің басы шоғырлануы тек ауыл шаруашылығына ғана емес, сонымен қатар агроөнеркәсіптік секторға және жалпы саудада да айқын көрінеді.

Көтерме сауданың 38,2% және бөлшек сауданың 29,2% Алматыда, сәйкесінше 15,7% және 11,6% Астанада шоғырланған. Көтерме саудадағы үлестің 10%-ға жуығы Қарағанды және Атырау облыстарына, бөлшек саудадағы 9,2%-ы Шығыс Қазақстан облысына тиесілі. Халқы миллионнан астам үш қалалардағы көтерме сауда көлемі Қазақстанның басқа аймақтарымен салыстырғанда 3,2 есе жоғары.

Ұлттық статистика бюросының мәліметі бойынша, 2023 жылы Қазақстанда 184,5 мың сауда орны орналасқан 761 көтерме және бөлшек сауда базары жұмыс істеді. Әмбебап нарықтар басым (66%), азық-түлік нарығының үлесі 3,7%-дан аспайды, ауыл шаруашылығы кооперативтік нарықтары – 1,1% [12]. Еліміздегі көтерме сауда базарларының 60%-дан астамы жаңғыртылған базарлар емес. Басты мәселе – базарларды жаңғыртуға қажетті несиелік қаражаттың тапшылығы мен қымбаттығы.

Сауалнамамыз көрсеткендей, шағын кәсіпорындардың 65,5%-ы өз өнімдерін жергілікті және аймақтық нарыққа жеткізеді. Республикалық нарық негізінен логистиканы ұйымдастыру үшін жеткілікті өндірістік және қаржылық ресурстары бар ірі кәсіпорындардың өнімдерімен қамтамасыз етіледі (шамамен 7%). Сақтау және өңдеу инфрақұрылымының жоқтығына байланысты респонденттердің 37,5%-дан астамы негізгі өнімдер егін жинау немесе малды союдан кейін бірден сатылатынын атап өтті. Респонденттердің 69,2%-дан астамының өнімді сақтауға арналған жеке қоймалары болса да, кәсіпорындардың 15,4%-ы келісім-шарт негізінде қойма алаңдарын жалға алады.

Өндірушілердің 53,3%-дан астамы көтерме сауда нарығына өнім жеткізеді. Бұл оларға өнімді көп мөлшерде тез сатуға мүмкіндік береді. Бөлшек сауда нүктелері арқылы өткізуді кәсіпорындардың 33,3%-ға жуығы жүзеге асырады. Көбінесе бұл әдіс дистрибьюторларды тартуға және елдің ірі қалалық агломерацияларында сату нүктелерін ашуға мүмкіндігі бар ірі ауыл шаруашылығы өндірушілерінің өнімдерін сату үшін қолданылады.

Респонденттердің 51%-дан астамы бүгінде дистрибьюторлық орталықтарға тапсырыстардың негізгі көлемі қалаларда орналасқан сауда нысандарынан келетінін атап өтті. Негізгі жағдайларда дистрибьюторлық орталықтарды супермаркеттер мен гипермаркеттер пайдаланады, олар қалаға үлкен көлемдегі тауарларды жеткізеді және өнімді тиісті температурада сақтау үшін арнайы технологиялармен жабдықталған қоймаларды қажет етеді.

Субъектілердің шаруашылық қызметінің негізгі күшті жақтары өндірілген өнімді өндіру, өткізу және тасымалдау болып табылады. Осылайша, респонденттердің 90%-ға жуығы кәсіпорындарда қалыптасқан және үздіксіз өндіріс жүйесінің арқасында нарықта өмір сүретінін атап өтті. Өнімді өткізу және тасымалдау бүгінгі күні өнімді таратуды

ұйымдастырудың негізгі элементі болып табылады. Сондықтан кәсіпорынды басқару шеңберіндегі менеджерлердің көпшілігі бұл мәселелерді қатаң бақылауда ұстайды. Көптеген кәсіпорындардың ең әлсіз позициясы логистика және маркетинг саласындағы ғылыми-зерттеу және тәжірибелік-конструкторлық жұмыстар саласында байқалады.

5) Тауар өндірушілер мен бөлшек сауда арасындағы делдалдардың болуы мәселелері. Тауар өндірушілер мен азық-түлік тауарларының бөлшек саудасы арасында делдалдардың саны көп, бұл түпкілікті өнімнің бағасын арттырады.

Қазақстандық ауылшаруашылық тауар өндірушілері шағын өндіріс болып табылатындықтан, жеткілікті көлемде және қажетті сапалы өнім өндіруге мүмкіндіктердің жоқтығынан ауыл шаруашылығы өнімдерін жеткізудің тиімді процесін құру мүмкін емес.

Ауыл шаруашылығындағы шағын кәсіпорындар мен жеке қосалқы шаруашылықтардың өнім жинау, өңдеу, тасымалдау және сақтау мәселелеріндегі кооперациясының болмауы олардың бытыраңқылығына әкелуде. Соның салдарынан өнімді өткізу нарығына жеткізу мүмкіндігі шектеулі. Осыған байланысты өнім негізінен делдалдарға сатылады, ал сақтау инфрақұрылымының болмауының салдарынан оның бір бөлігі бұзылып кетеді.

Қазіргі уақытта ауылшаруашылық азық-түлік өнімдерін өткізудің дәстүрлі нарықтық арналары азық-түлік тізбегінің әртүрлі деңгейлері арасындағы тауарлар қозғалысының салыстырмалы түрде үлкен үлесін алуды жалғастыруда.

6) Тауарларды тарату үшін көліктік-логистикалық инфрақұрылымның қолжетімділігі мен сапасына байланысты мәселелер. Ауыл шаруашылығы және тамақ өнеркәсібі өнімдерін тиімді өткізуді шектейтін факторлардың бірі логистиканың нашар дамуы және логистикалық қызмет көрсету сапасының төмендігі, жолдардың, әсіресе ауылдық жерлерде, сапасыздығы болып табылады.

Тауар өндірушілердің 90%-дан астамы ауылдық жерлерде азық-түлік өндірісін ілгерілету және реттеу, жұмыс істеп тұрған нарықтарды жаңғырту немесе жаңаларын салу, сауда инфрақұрылымын жақсарту және ауылдық және қалалық көлік кәсіпорындарында қызметтерді құру, маркетингтік ақпаратты алу үшін ақпараттық жүйелерді дамыту, фермерлер мен тасымалдаушылардың жеңілдікті несиелерге қол жеткізуін жеңілдету, денсаулық пен экологиялық қауіпсіздікті қамтамасыз ету (пестицидтер мен химикаттарды шамадан тыс пайдаланудан бас тарту) қажеттігін атап өтті.

Сауалнама көрсеткендей, көліктік кәсіпорындарының 70%-дан астамы жолдардың сапасыздығынан жылдам жеткізуді (әсіресе тез бұзылатын өнімдерді) қамтамасыз ете алмайды; бақылау мен сараптамаға байланысты кедергілер: рұқсат алу, логистика қызметтердің жоғары құны және т.б.

Ауылдық жерлерде сапалы жолдардың жоқтығын респонденттердің 75,0%-ы атап өтті. Бұл азық-түлікті тасымалдауды қиындатады және баяулатады, қалдықтардың пайда болуына және оның бұзылуына әкеледі.

Азық-түлікті, әсіресе тез бұзылатын өнімдерді сақтауға арналған сапалы қоймалар мен жабдықтардың жоқтығын шаруалардың 64%-ы көрсетті; азық-түлік қауіпсіздігі және тамақ қалдықтары мәселелерін фермерлердің 78%-ы көтерді.

7) Өнімді өткізу жүйесін цифрландыру мәселелері. Цифрландыру – инновациялық технологияларды әзірлеу және енгізу ғана емес, сонымен қатар бизнес-процестерді түбегейлі өзгерту, жеткізу тізбегіндегі контрагенттермен өзара әрекеттесудің жаңа деңгейіне көшу, бизнестің принципті түрде жаңа операциялық жүйесін құру [13].

Қазіргі уақытта фермерлерді үй шаруашылықтарымен немесе мейрамханалармен байланыстыратын немесе көптеген шағын фермерлердің өнімдерін біріктіру және оларды тиімдірек қайта сату үшін жаңа көтерме делдалдық механизмдерді пайдалануға мүмкіндік беретін әртүрлі электрондық коммерция платформалары пайда болды [14].

Ауыл шаруашылығы мен электрондық коммерциядағы цифрландырудың одан әрі дамуына Интернетке қосылудың қолжетімсіздігі немесе нашар дамуы, сондай-ақ жергілікті білімді тарату жүйелері мен цифрлық құралдарды меңгерген мамандардың жоқтығы кедергі келтіреді [15].

Мәселелерді шешу үшін сауда және инфрақұрылым объектілері, маркетингтік кәсіпорындары бар ауыл шаруашылығы тауар өндірушілері үшін өздерінің электрондық интеграцияланған платформаларын құруды ынталандыру қажет. Сандық құралдарды меңгеруге үйрету және цифрлық сауаттылықты арттыру үшін білімді тарату және мамандарды даярлау жүйесін құру.

8) Азық-түлік ортасы және тұтынушылардың қажеттіліктері. Сауалнамаға қатысқандардың барлығы дерлік тұтынушыларға зиян келтірмейтін сапалы азық-түлік өнімдерін өндіру және өткізу қажеттілігін қолдады. Сауалнамаға қатысқандардың 67%-дан астамы пайдалы азық-түлік санатына жатқызылған азық-түлік өнімдерін өндіруді ынталандыру үшін жоғары сапалы ауыл шаруашылығы өнімдерін өндірумен айналысатын кәсіпорындардың шығындарын субсидиялау қажеттігін атап өтті.

Азық-түлік ортасы мен тұтынушыларды зерттеу тұтынушылардың 85%-ы азық-түлік нарығындағы ішкі бағаларды мемлекеттік бақылауды жақтайтынын көрсетті. Сауалнамаға қатысушылардың 39,2%-ы бүгінгі таңда халықтың әлеуметтік осал бөлігі үшін мамандандырылған әлеуметтік-бағдарланған сауда нүктелерін құру қажет екенін атап өтті.

9) Өнімді өткізудегі басқару. Респонденттердің көпшілігі бизнес-үрдістерді басқару кезінде өндірілетін өнімге тапсырыстарды қалыптастыруға, нарыққа өнімді жеткізуді, өндірістен сатуға дейінгі барлық кезеңде өнім сапасын, бағаны, сатуды, тұтынушыларды зерттеуді, персонал

біліктілігін, тауарлық-материалдық қорларды, ресурстар сапасын, сатудан кейінгі қызмет көрсетуді басқаруға басымдық беретіндерін көрсетті.

Өнімдерді сақтау мен сақтауды ұйымдастырудың тиімділігі мәселесінде респонденттердің 90%-дан астамы өнімді өз қоймаларында сақтау тиімді екенін атап өтті. Сонымен қатар, тауар өндірушілердің 20%-ға жуығы коммерциялық операциялар жүзеге асырылатын және өнім жаппай жөнелтілетін кооперативтік ауылдық қоймаларды пайдаланады. Сауалнамаға қатысқан респонденттердің 30%-дан астамы өнімдерді ірі қалаларда орналасқан мамандандырылған тоңазытқыш қоймаларында сақтайды.

10) Шағын кәсіпкерлік субъектілерін тауарды таратудың жалпы жүйесіне тарту. Өндіруші өнімді уақытында өткізуі қажет болғандықтан (көкөніс тез бұзылатын өнім болғандықтан) сатушылар тауарды ең төменгі нарықтық бағамен сатып алып, өндірушілерді өндірісті кеңейтуге және өнімді өсірудің озық технологияларын қолдануға бос қаражатсыз қалдырады.

«Өндіруші – бөлшек сауда» тізбегіндегі көкөніс нарығындағы шаруашылық жүргізуші субъектілердің өзара іс-қимылын талдау ондағы ең осал ауыл тауар өндірушісі екенін көрсетеді. Бұл белгілі бір дәрежеде тауарды тарату инфрақұрылымының дамымауымен байланысты.

Жаңа жиналған көкөністерді сақтауға арналған қолайлы жағдайлардың, оларды тасымалдауға арналған көлік құралдары мен қаптаманың, сондай-ақ көтерме сауданы өркениетті түрде ұйымдастыратын құрылымдардың (аукциондар, тарату орталықтары) болмауы тіпті ірі ауыл шаруашылығы ұйымдарының да өнімдерінің негізгі бөлігін жинау маусымында көкөніс-жеміс базалары сияқты көтерме сатып алушыларға орташа немесе ең төмен бағамен өткізуіне алып келуде. Көтерме сегментте өндірушінің бағасы 20-30%-ға, ал бөлшек саудада тағы 30-40%-ға өсетіндіктен, соңғы бағадағы тауар өндірушілердің үлесі тым аз болып шығады және олар өздерінің кірістерінің едәуір бөлігін жоғалтады. Сонымен қатар, олардың нарықтағы баға туралы ақпараттары жеткіліксіз.

Шаруа қожалықтары мен өнімді шағын көтерме саудада сататын шаруашылықтар да осындай жағдайда. Өз өнімдерін жақын жердегі базарларға өзі жеткізудің қиындығын ескере отырып, олар сатып алу бағасын төмендете отырып, тасымалдау шығындарын өтейтін делдалдарға сатады. Тауар өндірушілердің маркетингтік кооперациялары, сондай-ақ тұтыну кооперациясының сатып алу қызметі соңғы кезге дейін өзінің лайықты дамуын алған жоқ.

Шағын бизнестің өнімдерін өткізу саласындағы келесі проблемаларды бөліп көрсету қажет деп санаймыз:

- ауыл шаруашылығы өнімдерін стандарттау жүйесінің болмауына байланысты көкөніс өнімдерінің тұтынушылық тартымдылығының төмендігі. Нәтижесінде сауда желілерінің бизнестің шағын нысандарымен жұмыс істеуге мүдделілігі жоқ;

- импорттық өнімдермен салыстырғанда өнімнің өзіндік құнының жоғары болуы;

- қоймалық және логистикалық технологиялардың жеткіліксіз дамуы, көкөністер мен жемістерді өңдеу және сақтау бойынша бизнестің болмауы: көкөніс өнімдерінің жоғалу пайызы 30–40% және одан да көп болуы мүмкін;

- балғын фермерлік өнімді алдын ала тапсырыс бойынша сатып алатын көтерме сатып алушылардың болмауы – өзекті мәселе болып отыр. Көтерме сатып алушылардың негізгі міндеті – өндірушілерге тапсырысты қалыптастыру, өнімді жалпы базаға жеткізуді ұйымдастыру, содан кейін оны бөлшек сауда орындарына жеткізу болып табылады. Бұл ретте өндірушілермен және тұтынушылармен (сатып алушылармен) жұмыс ұзақ мерзімді шарттар негізінде жүргізілуі тиіс.

Өнім өткізудің балама нұсқаларының бірі ретінде шағын шаруашылық құрылымдары үшін тұрақты түрде жаңа әрі сапалы өнім қажет ететін, сенімді жеткізушілерге мұқтаж жекеменшік кафе мен мейрамханалар саналады. Мұндай қоғамдық тамақтану орындарымен жұмыс істеу барысында өндірушіге көкөніс өнімдерін жиі әрі шағын көлеммен жеткізуді қамтамасыз ететін жүйені жолға қою қажет болады. Бұл өз кезегінде көлік шығындары бабының ұлғаюына әкеледі. Алайда сатып алушылар саны мен жеткізілетін өнім көлемі артқан сайын, тасымалдау рентабельділігі де өсіп, ақырында өзін-өзі өтеу шегіне жетеді.

Көкөніс шаруашылығы саласындағы шағын және орта бизнес субъектілері де шаруа қожалықтары мен ауыл шаруашылығы өнімдерін сатып алушылар туралы ақпарат орналастырылған арнайы интернет-платформалар туралы білуі керек.

Ауыл шаруашылығы кооперативтері ауыл шаруашылығы өндірушілерінің шағын нысандары үшін өзекті болып қала береді. Мемлекет бұл саланы белсенді түрде дамытып, тиісті заңдар қабылдауда. Кооперативтерге бірігу шығындарды 15-20% үнемдеуді қамтамасыз етеді, сонымен қатар өнім өндірушіден тұтынушыға өтуді қысқартады, өйткені өнім өтетін делдалдардың саны азаяды.

Еуропалық Одақтың дамыған елдерінің тәжірибесі көрсеткендей, ауыл шаруашылығы өнімдерін, оның ішінде шағын кәсіпкерлік субъектілері өндіретін өнімдерді маркетинг жүйесін құрудың ең тиімді ұйымдық құрылымы ауыл шаруашылық өнімдерін сатып алу, өңдеу (бастапқы және терең), сақтау және сату алдындағы дайындау үшін көтерме логистикалық (көтерме тарату) орталықтарын құру болып табылады.

Сондай-ақ, зерттеу нәтижелері тұрғындардың жеке қосалқы шаруашылықтары өндіретін барлық тауарлық өнімдерді барынша сатып алуды қамтамасыз ету үшін ауыл шаруашылығы өнімдері мен шикізатын бастапқы өңдеу, қайта өңдеу және сақтау бойынша өндірістік инфрақұрылымды құру және оларды одан әрі мемлекеттік қолдауды қамтамасыз етуді дәлелдейді.

Аймақтық тұрғыда өнімді өткізу жүйесін, республикалық тауарды тарату желісі инфрақұрылымының сандық және сапалық параметрлерін талдау агроөнеркәсіптік кешенінің, сауда, көлік және логистика

салаларындағы өнімді өткізудің және инфрақұрылымының негізгі мәселелерін анықтады:

- көптеген делдалдар қатысатын ұзақ тарату арналары, сақтау, тасымалдау, тарату және сауда үшін жоғары сапалы инфрақұрылымның болмауы түпкілікті өнімнің бәсекеге қабілеттілігінің төмендеуіне және үлкен ысыраптар мен қоршаған ортаға әсерлерге әкеледі;

- негізгі мәселелер – инфрақұрылымның тозуы мен тапшылығы, оның орналастырылуындағы теңгерімсіздік пен дамуындағы бейберекеттік, тауар қозғалысына қатысушылардың үйлесімді іс-қимылының болмауы және интеграция деңгейінің төмендігі;

- нарықтың әлсіз құрылымдалуы: азық-түлік бойынша мәмілелерді шоғырландырып, сүйемелдейтін көтерме компаниялардың жеткіліксіздігі; мамандандырылған ұлттық логистикалық операторлардың тапшылығы; нарық қатысушылары арасында болжамды қарым-қатынастардың болмауы;

- қалыптаспаған мемлекеттік саясат: баға белгілеу жүйесінің жоқтығы, бағаны реттеудің бейресми әрекеттерін пайдалану; азық-түлікке, оның ішінде ішкі азық-түлік көмегіне мемлекеттік тапсырыс ресімделмеген; өнеркәсіптік тауарлар сияқты азық-түлікті сатып алу механизмдерін қолдану.

Осы және басқа да аталған мәселелер «сұр делдалдары» бар ұзақ және мөлдір емес тарату желілеріне әкеліп соқтырады, бұл тауарларды түпкілікті тұтынушыға жоғары сапалы және қолжетімді бағамен жеткізуге мүмкіндік бермейді.

Тауарларды таратуды ұйымдастыру саласындағы жинақталған мәселелерді шешу үшін **келесі бірінші кезектегі шараларды** жүзеге асыру қажет.

- 1) Азық-түлік нарығының қолданыстағы инфрақұрылымын тиімді пайдалану және жаңғырту негізінде азық-түлік тауарларының көтерме саудасының ұйымдастырылған және реттелетін арналарын қалыптастыру.

- 2) Ауыл шаруашылығы өнімдерін өткізу мен саудасының логистикалық жүйесін құру экономикалық қызмет нарығына қатысушыларға ауыл шаруашылығы өнімдерін және азық-түлік өнімдерін тарату процесінде қажетті қызметтерді алуға мүмкіндік беретін қажетті құқықтық, ұйымдастырушылық, экономикалық, инфрақұрылымдық және басқа да жағдайларды жасауды және тұрақты дамытуды талап етеді.

Мемлекет үшін негізгі тиімділік – ауыл шаруашылығы өнімдерінің бағасын тұрақтандыру; ауыл шаруашылығы ағындарын есепке алу және болжау үшін бірыңғай ақпараттық жүйені құру; ауыл шаруашылығы өнімдерін тиімді аймақаралық қайта бөлу; импорттық ауыл шаруашылығы өнімдерін отандық өнімдермен ауыстыру; ауыл шаруашылығы тауарын өндірушілерді мемлекеттік қолдау шараларының тиімділігін арттыру; азық-түлік өнімдерін сақтау мен өңдеудің ұлттық технологияларын құру, салық шегерімдерін өсіру; ауылдық жерлердің тұрақты дамуы.

3) Агроазық-түлік нарықтарында цифрлық технологияларды пайдалану айтарлықтай экономикалық, әлеуметтік және экологиялық пайда әкелуі мүмкін.

Агроөнеркәсіптік кешендегі және саудадағы кәсіпкерлік субъектілерінің жұмыс істеу тиімділігін арттыру және бәсекеге қабілеттілігін қамтамасыз етудің перспективалық бағыты ретінде ТӨЖ-ті цифрландыру (өндіріс, логистика, сауда және жеткізілім тізбегін басқару) әрекет етеді. Нарықтағы артықшылығын арттыру үшін компаниялар бүкіл бизнес-процесін белсенді түрде цифрландыруы және тауарларды таратуға қатысушылармен бірігу керек. Шетелдік тәжірибеге сүйене отырып, бұған бизнесті мемлекеттік қолдау және салық жеңілдіктері арқылы қол жеткізуге болады.

4) Сату жүйесін талдау келесі ұсыныстардың қажеттілігін көрсетеді:

а) өндірістен тұтынуға дейінгі барлық кезеңдердегі азық-түлікті жеткізу тізбегінің барлық аспектілерінде тұрақтылықты арттыру.

Мысалы, Үкімет ауыл шаруашылығына мемлекеттік қолдауды (инвестиция, субсидия) экологиялық таза өнім өндіретін шаруашылықтарға ғана көрсетуі керек. Бұл ретте, мүмкін болса, тиісті «жасыл технология» стандарттары бойынша өсірілген өнімге салықты азайту керек.

Өнімнің жоғары стандарттарына сәйкес келмейтін өндірушілер пайда салығын арттыруы керек. Бұл өнімнің сапасы мен қауіпсіздігін автоматтандырылған бақылаудың жаңа механизмін қалыптастыруды және бұл деректерді өндірушілерден салық органына беруді талап етеді;

ә) азық-түлік саясаты, оның ішінде өндіріс пен маркетинг жүйесі жүйеаралық байланыстарды ескере отырып, мысалы, азық-түлік, экологиялық және экономикалық жүйелердің көмегімен бөлек көп бағытты мақсаттарға жетудің орнына олардан оң синергетикалық әсер алатындай етіп құрылуы керек.

Іс жүзінде Үкімет жеке ауыл шаруашылығы тауарын өндірушілерге түрлі субсидиялар мен жеңілдікті несиелендіру түрінде мемлекеттік қолдау көрсетеді.

Біздің ойымызша, өндіріс пен жеткізу тізбегінің барлық кезеңдерінде мемлекеттік қолдауды мүмкіндігінше кешенді түрде көрсету қажет. Іс жүзінде бұл ауыл шаруашылығы өнімдерін өндірушілерден, өңдеушілерден, сақтау және тарату ұйымдарынан және саудадан бастап тұрақты және ұзақ мерзімді құн тізбегі бар ұйымдар үшін экономикалық ынталандыруды білдіреді. Өткізу нарығы үшін құн тізбегі арасындағы бәсеке және мемлекеттік қолдау өнім бағасын төмендетіп, өнім сапасын жақсартады.

б) икемді азық-түлік саясаты және әртүрлі тәсілдерге негізделген және аймақтардың ерекшеліктері мен елдегі жағдайды (эпидемиологиялық жағдайды) ескере отырып әзірленген икемді тауарларды өткізу жүйесі қажет.

Осы мәселелерді шешу үшін келесі нақты іс-шаралар ұсынылады:

- ұлттық және аймақтық деңгейлерде аумақтық нарықтардың инфрақұрылымын дамытуға қаражат салу;

- азық-түлік өнімдерін бөлшек саудада сату саласындағы ресми кәсіпорындарға негізсіз басымдық берілетін қолданыстағы саясатты жан-жақты қайта қарау қажет. Себебі бейресми нарықтар – ауылдық жәрмеңкелер мен көшедегі саудагерлер сияқты төмен кірісті тұтынушылар мен ұсақ өндірушілер арасындағы тікелей байланыс нүктелері болып табылады;

- шағын және орта агроазық-түлік кәсіпорындарының ұлттық, аймақтық және жаһандық құн тізбегіне қатысу мүмкіндігін арттыру үшін бәсекелестік саясатын қоса алғанда, күшейтілген нормативтік құқықтық актілерді қабылдауды қарастыру.

Осы мәселелерді шешу үшін келесі нақты іс-шаралар ұсынылады:

- өнімді өткізуді жоспарлау функциясын ірі аймақтық көтерме тарату орталықтарына немесе фирмаларға беру керек;

- аймақтық, республикалық және жергілікті деңгейде аумақтық нарықтардың инфрақұрылымын дамытуға инвестициялардың жыл сайынғы өсуі;

- жергілікті өндірушілерге өнімдерді бөлшек сауда желілері мен дүкендерге өткізуге көмектесу;

- сапаны жақсарту, ассортиментті ұлғайту, баға саясатын және өткізуді ынталандыру бойынша маркетингтік қызметті жүзеге асыруда өндірушілерге қолдау көрсету;

- аймақта жеке қосалқы шаруашылықтар мен шаруа қожалықтарын толық қамти отырып, ауыл шаруашылық маркетингтік тұтыну кооперативтерінің кең желісін құру.

Тауар нарығының инфрақұрылымын және көтерме азық-түлік нарықтарын дамытудың ұзақ мерзімді бағдарламасы, мемлекеттік саясатты дамыту басым бағыттардың бірі болып табылады, өйткені олар ел экономикасының, әсіресе Қазақстанның шекаралас аймақтарының, өсу нүктелері болып табылады. Аймақтық тауар жеткізу тізбегі әлеуметтік-экономикалық дамудың, аймақтың бәсекеге қабілеттілігін арттырудың маңызды факторы болып табылады, сонымен қатар белгілі бір аймақ немесе аумақтар үшін өсу полюсі болып табылады. Азық-түлік тауарларының саудасы негізінде өсу полюстерінің қалыптасу қарқындылығы Ресей және Өзбекстанмен шекаралас аймақтарда байқалады.

Азық-түлік тауарларының өткізу жүйесін талдау негізінде келесі қорытындылар жасалды.

- Өндірістік-өткізу тізбегін және өркениетті сауданы қалыптастыру мен дамыту, әрі оларды тауар өткізу желісіне біртіндеп интеграциялау қажет. Бұл шаралар тауарларды тарату арналарының тиімді жүктелуін қамтамасыз етіп, шығындарды азайтуға, делдалдар санын қысқартуға, қызмет көрсету сапасы мен өнімнің қауіпсіздігін арттыруға мүмкіндік береді.

- Барлық қатысушылардың үйлестірілген және келісілген өзара әрекеті және өндіріс пен жеткізу тізбегінің ортақ мақсаты жоғары сапалы және қауіпсіз өнімдерді өндіруге қызығушылық таныту.

- Азық-түлік жеткізу тізбегі мен негізгі азық-түлік өнімдерін жеткізуді үйлестіру және үздіксіз жұмыс істеуін қамтамасыз ету.

- Барлық кезеңдердегі азық-түлікті жеткізу тізбегінің тұрақтылығын арттыру – өндірістен тұтынуға дейін (инфрақұрылым, қоймалар, қаржылық ресурстар, салықты азайту, жасыл дәліздер).

- Жергілікті нарықтардың жұмыс істеуін қолдай алатын, жеткізу тізбектеріндегі үзілістерге жедел әрекет ететін, шағын және орта кәсіпкерлік субъектілеріне арнайы әзірленген инновациялық бизнес-процестер мен электрондық саудаға арналған цифрлық платформаларды пайдалану қажет.

1.2 Ауыл шаруашылығы өнімдері нарығының қатысушылары мен бөлшек және көтерме сауда кәсіпорындарының өзара іс-қимыл механизмін талдау

Қазақстанның агроазық-түлік нарығында экономикалық қатынастар – тауар өндіруші мен тұтынушы арасындағы шаруашылық байланыстар жүйесі ретінде – реформалар жылдарында, өкінішке орай, шетелдік тәжірибе мен оларды дамытудың мемлекеттік стратегиясы ескерілмей, өздігінен және бейберекет түрде қалыптасты.

Жеткізушілер мен тұтынушылар арасындағы өзара іс-қимылды жақсарту мәселелері бойынша сұралған сарапшылар өндірістік-өткізу бірлестіктерін құруды; жабдықтау-өткізу кооперативтері желісін дамытуды; шағын шаруашылық нысандарын мемлекеттік қолдауды; баға қалыптастыруға бақылау орнатуды; жергілікті өндірушілерге өнімдерін сауда желілері мен дүкендерге ілгерілетуге жәрдемдесуді ұсынды.

Респонденттердің көпшілігі тауар өндірушілері мен нарық арасындағы байланысты кеңейтудегі негізгі кедергілерге өнімге деген тұрақсыз және өзгермелі сұраныс (шамамен 93%), технологияға, несиеге және инфрақұрылымға қолжетімділіктің шектелуі (74,3%), шағын тауар өндірушілердің қала базарларымен сауда байланысының жоқтығы (80,7%), тұтынушылардың мінез-құлқының жеткіліксіздігі (80,7%) жатады деп санайды.

Тауар өндірушілердің 92%-дан астамы тұтынушылар туралы ақпарат іздеген кезде сыртқы компаниялары әзірлеген маркетингтік каталогтарды пайдаланбайды. Оның негізгі себебі – бұл каталогтардың ашық қолжетімділігінің болмауы және олардың құнының 400–600 мың теңге аралығында болуында. Осыған байланысты шаруашылық субъектілерінің көпшілігі (69,2%) маркетингтік зерттеулерді өз бетінше жүргізеді. Нарықты зерттеу барысында тауар өндірушілердің шамамен 65%-ы интернет-ресурстарда ұсынылған ақпаратқа сүйенеді. Айта кетерлігі, тауар өндірушілердің көпшілігі отандық интернет-көздерде сапалы талдау жұмыстарын жүргізу үшін толық ақпарат жоқ екенін атап өтті.

Сауалнамалық зерттеу аясында өндіріс, жинау және жөнелтуге дайындау, нарықты зерттеу және ақпарат іздеу, маркетинг сияқты операцияларды кәсіпорындардың көпшілігі дербес жүзеге асыратынын көруге болады. Бірқатар кәсіпорындар өз операцияларының бір бөлігін орындау үшін сыртқы ұйымдарына береді, бұл ауыл шаруашылығында аутсорсингтік қатынастар дами бастады деп айтуға негіз береді. Сыртқы ұйымдарға берілетін операцияларға: өңдеу, салқындату, сақтау, тасымалдау және сатып алушыларды іздеу жатады. Операцияны сыртқы ұйымдарына берудің негізгі себептеріне мыналар жатады: сыртқы нарыққа жеткізу үшін көлік құралдарының болмауы, өңдеуге арналған жабдықтың болмауы, еліміздің басқа аймақтарында сатып алушыларды табу мүмкіндігінің болмауы.

Барлық респонденттердің жауаптарын қорытындылай келе, қазіргі таңда ауыл шаруашылығы өнімдерін өткізу негізгі үш бағыт бойынша көтерме сауда байланысы арқылы жүзеге асырылатынын анықтадық.

1) Сатып алынатын өнімге меншік құқығы бар көтерме сауданың мамандандырылған сатып алу-сату кәсіпорындары.

Оларға ауыл шаруашылығы тауарын өндірушілерден, ауыл шаруашылығы кооперативтерінен, сервистік-дайындау орталықтарынан, дайындау ұйымдарынан және (немесе) қайта өңдеу кәсіпорындарынан өнім сатып алатын көтерме-тарату кәсіпорындары; консигнация шартын жасау, онда меншік иесі (жөнелтуші) өнімді КБО қоймасына береді. Бұл жағдайда өнім сату сәтіне дейін экспорттаушының меншігі болып қалады.

Бүгінде Қазақстан Республикасының көтерме азық-түлік нарығында ауыл шаруашылығы өнімдерінің, шикізат пен азық-түліктің едәуір бөлігі осы тәсіл арқылы немесе сатып алынатын және сатылатын өнімге меншік құқығы бар мамандандырылған көтерме сауда-саттық кәсіпорындары арқылы өткізіледі. Мұндай құрылымдарға көтерме сатып алу-сату базалары, тоңазытқыштар, қоймалар, элеваторлар және басқа да объектілер жатады. Осы құрылымдар арқылы қазіргі таңда Қазақстан Республикасында ауыл шаруашылығы өнімдері, шикізат және азық-түлік көлемінің 40-тан 50%-ға дейін сатылуда.

Көбінесе бұл әдіс дистрибьюторларды тартуға және елдің ірі қалалық агломерацияларында сату нүктелерін ашуға мүмкіндігі бар ірі ауыл шаруашылығы өндірушілерінің өнімдерін сату үшін қолданылады. Мысалы, «Родина» ЖШС Ақмола облысындағы жетекші ауылшаруашылық кәсіпорындарының бірі бола отырып, өнімді өз дистрибьюторлық орталықтары арқылы өткізіп, Астана қаласы мен жақын маңдағы елді мекендерді сүт өнімдерімен қамтамасыз етеді.

2) Өткізілген өнімге меншік құқығын өз қызметінде пайдаланбайтын көтерме делдалдық құрылымдар. Оларға әртүрлі делдалдар (сауда агенттері, брокерлер және т.б.) жатады.

Азық-түлік тауарларының айтарлықтай үлкен көлемі бүгінгі күні сатушы кәсіпорынның (агенттердің) атынан да, көтерме және бөлшек сауда

кәсіпорындарының (брокерлер) атынан да әрекет ететін көтерме делдалдық құрылымдар арқылы сатылады. Қазіргі уақытта азық-түлік тауарларының шамамен 30-40% осындай құрылымдар арқылы сатылады

3) Өнімнің көтерме сауда айналымын ұйымдастыру бойынша нарық субъектілеріне қызмет көрсететін көтерме сауданы ұйымдастырушылар арқылы өнімді өткізу. Бұл мамандандырылған және әмбебап базарлар мен көтерме сауда кәсіпорындары. Бұл құрылымдарға көтерме азық-түлік базарлары, дистрибьюторлық орталықтар, КБО, тауар биржалары, жәрменкелер, аукциондар, сауда үйлері және т.б. жатады. Бұл құрылымдар арқылы өткізілетін өнімнің үлесі Қазақстанның көтерме азық-түлік нарығында сатылатын жалпы көлемнің 10–20%-ын ғана құрайды, ал нарықтық экономикасы дамыған елдерде осы тәсіл арқылы азық-түліктің шамамен 80–95%-ы өткізіледі.

Азық-түлік тауарларының ағынын үйлестірудің және оңтайландырудың жоқтығы, өнімді бөлудің барлық кезеңдерінде логистикалық шығындарды жеткіліксіз есепке алу, көлік шығындарын барынша азайту мақсатында бір тасымалдау кезінде бірнеше жеткізушілерден жеткізілімдерді біріктірудің болмауы, ағындарды басқарудың ақпараттық жүйесі делдалдар санының көп болуына әкеледі. Азық-түлік өнімдерін өндіруші мен бөлшек сауда желісі арасындағы сауда маржасы шамамен 50% құрайды. Азық-түлік бағасының құбылмалылығы да жалғасуда. Мысалы, жеміс-жидек пен көкөніс бағасының индексі жыл бойына 300%-ға дейін өзгеруі мүмкін.

Ет, сүт, жеміс-көкөніс және балық өнімдерін сатудың ұтымды жүйесі бір немесе екі деңгейлі көтерме сауда жүйесін қамтиды. Екі деңгейлі жүйе, әдетте, өңдеуден кейін тез бұзылатын өнімдерді сату кезінде, сондай-ақ қант, өсімдік майы, кондитерлік және басқа да өнімдер түрлерін сату кезінде пайда болады.

Тауарларды тарату жүйесінде көтерме сауда байланысының жұмыс істеу қажеттілігін анықтайтын тағы бір маңызды фактор - ірі өңдеу кәсіпорындары, әдетте, ауыл шаруашылығы және азық-түлік шикізатын жаппай өндіретін жерлерде немесе дайын өнімді жаппай тұтыну орындарында шоғырланған.

Көтерме азық-түлік нарығында тез бұзылатын өнімдерді сату өнімді тарату жүйесіндегі делдалдардың санын азайтуға, бәсекелестікті арттыруға, өнімді бөлшек сауда желісіне жеткізу құны мен уақытын қысқартуға, сондай-ақ олардың сапасын сақтауға әкеледі.

Сондықтан көптеген елдерде тез бұзылатын өнімдерді сату кезінде тікелей байланыстар қолданылады, өндірушіден көтерме жеткізілімдер тікелей ірі бөлшек сауда желілеріне жүзеге асырылған кезде, немесе бұл өнімдер көтерме азық-түлік базарлары мен азық-түлік тарату орталықтары арқылы сатылады.

Реформаларға байланысты дәстүрлі сатып алу құрылымдарының рөлін негізінен көтерме азық-түлік базарлары, биржа құрылымдары және азық-

түлік тарату орталықтары атқаруы тиіс болды. Алайда, әділетсіз бәсеке және осы саладағы тиімсіз мемлекеттік саясат салдарынан бұл құрылымдар баяу дамып, олар үшін әдеттен тыс функцияларды орындайды.

Дамыған елдерден айырмашылығы, онда тауарөткізу жүйесі мен маркетингі қалыптастырудың ғылыми негізделген стратегиясы жүзеге асырылса, елімізде көтерме-делдалдық құрылымдар әзірге бейберекет түрде қалыптасуда.

Астық нарығы. Астық нарығына қатысушылар арасындағы экономикалық байланыстарға әртүрлі факторлар әсер етеді. Оларға мыналар жатады:

тұтынушының сипаты (мемлекеттік, ірі қалалар, сауда-делдалдық құрылымдар, өңдеуші кәсіпорындар және т.б.);

тауар өндірушінің сипаты (ірі ауыл шаруашылығы немесе шағын фермерлік кәсіпорын, меншік нысаны және олардың қаржылық жағдайы, инфрақұрылымның болуы және т.б.);

өткізу нысаны (мемлекеттік тапсырыстар, бартерлік, тікелей байланыстар, ұйымдастырылмаған нарықтық сауда және т.б.).

Бөлу байланыстарының ұйымдық формалары нарықтық серіктестер арасындағы экономикалық қатынастарға үлкен әсер етеді. Олар былай бөлінеді:

бір немесе бірнеше тәуелсіз өндірушілерден, көтерме және бөлшек саудагерлерден тұратын қалыпты тарату арнасы;

екі немесе одан да көп сату қатысушыларын уақытша немесе тұрақты негізде біріктіретін көлденең маркетинг жүйесі;

өндірушілер, көтерме және бөлшек саудагерлер бір жүйе ретінде әрекет ететін тік маркетинг жүйесі;

өткізудің аралас түрі болып табылатын көп арналы маркетинг жүйесі.

Бұл маркетингтік жүйелер шарттар негізінде құрылады және қауымдастықтар, кооперативтер, концерндер, корпорациялар, фирмалар және т.б. нысанында әрекет етеді. Мұндай жүйелерге қатысу немесе қатыспау астық нарығына әрбір жеке қатысушының ерікті ісі болып табылады.

Мемлекеттің астық нарығының шаруашылық жүргізуші субъектілеріне әсер етуінің негізгі тұтқалары - баға деңгейін, тарифтерді, несие мөлшерлемелерін реттеу, субсидиялар беру, салықтар мен салық жеңілдіктерін, өсімпұлдарды қолдану және т.б.; сондай-ақ стандарттау, сертификаттау, нормативтік-құқықтық база, мемлекеттік статистикалық және ақпараттық базаны ұйымдастыру, экспорттық-импорттық операцияларды квоталау және лицензиялау жүйесі арқылы жүзеге асырылатын әкімшілік-ұйымдастырушылық шаралар, сондай-ақ бақылау-тексеру қызметі.

Қазіргі уақытта астық өткізу арналарының көлемдерінде және құрылымында өзгерістер байқалады: абсолюттік көрсеткіштердің төмендеуі және мемлекетке сатудың салыстырмалы үлесі және еркін нарықта сату көлемінің артуы [16]. Сонымен қатар, көптеген ауылдық тауар өндірушілердің жеке астық сақтау қоймалары жоқ және өткізу

кооперативтерге бірікпеген. Бұл оларға жоғары сапалы дәнді дақылдардың ірі тауарлық партияларын құруға және тарату шығындарын азайтуға мүмкіндік бермейді.

Өндірілген астықты өткізу арналары шектеулі. Ішкі сұранысты астық сатушылар мен ұн тартушылар ғана қамтамасыз етеді; астықты терең өңдеу, жем өндіру және техникалық мақсаттағы дәнді өңдеу (спирт шығару) субъектілері тарапынан сұраныстың тұрақсыз немесе жеткіліксіз деңгейі. Экспорт жергілікті нарықпен, негізінен Орталық Азия елдерімен шектеледі. Кейбір жылдары Иран мен Қытайға экспорттық мүмкіндіктер болған, бірақ бұл елдерге экспорт көлемі тұрақты емес, өйткені олардың импорты ресейлік астықты Иранға және басқа әлемдік экспорттаушылар ҚХР жеткізу арқылы әртараптандырылады.

Тік маркетинг қызметін құру экономикалық қатынастарды жақсартуға және астық нарығындағы шаруашылық жүргізуші субъектілер қызметінің тиімділігін арттыруға үлкен септігін тигізеді. Мұндай қызметтерді мемлекеттік органдар жүйесінде, салалық одақтар жүйесінде, ірі біріктірілген бірлестіктер мен жекелеген кәсіпорындарда құру керек.

Еліміздің жеміс-көкөніс нарығы негізінен халықтың жеке учаскелері есебінен қалыптасады. Жалпы көлемдегі үй шаруашылықтарында көкөністер мен жемістер өндірісінің үлесі шамамен 80% құрайды. Ауыл шаруашылығы кәсіпорындары Қазақстанның ірі қалаларына жаңа жиналған көкөністер мен жемістердің негізгі жеткізушілері болып табылады.

Көкөніс өнімдерін тарату арналарын талдау дайындау ұйымдарына сатылатын көкөніс көлемінің азайып, нөлге жақындағанын көрсетеді. Тұтыну кооперациясы көкөніс өнімдерін сатып алуды іс жүзінде тоқтатты.

Бұрынғы жеміс-көкөніс базаларының ауыл шаруашылығы тауарын өндірушілермен және делдалдармен келісім-шарттық міндеттемелері жеткізу көлемі бойынша да, өзара есеп айырысу бойынша да орындалмады. Көкөніс өндіруші – көтерме байланыс – бөлшек сауда тізбек бойындағы қарым-қатынас механизмі әлі қалыптасқан жоқ.

Ауыл шаруашылығы өнімдері мен көкөністерді өткізудегі елеулі шектеуші фактор, атап айтқанда, тұтыну нарығының көтерме сауда инфрақұрылымының дамымағаны, нарық субъектілерін сервистік және ақпараттық қамтамасыз етудің дамымағаны болып табылады.

Өткізу аймағындағы күрделі салымдар өте аз және оның қажетті қарқынмен дамуына мүмкіндік бермейді.

Жоғарыда аталған факторлардың барлығы тауар өндірушілердің өндірістік және кәсіпкерлік қызметін шектейді. Ауыл шаруашылығы өнімін өткізуді шектейтін негізгі факторлар оларды сатып алу бағасының төмендігі, материалдық-техникалық базаның нашарлауы, қаржылық ресурстардың жетіспеушілігі болып табылады.

Нарық жағдайында өндірушінің өзі өніміне сатып алушыды іздеуі керек. Қазіргі кезде сату нарықтары туралы ақпараттық базасының жетілмегенін ескере отырсақ, бұған жету өте қиын. Көптеген шаруа

қожалықтары мүлдем келісімшарт жасамайды.

Сатып алушыға кепілді түрде қол жеткізе алатын шаруашылықтардың үлесі небәрі 25%-ды құрайды, ал көптеген ауыл шаруашылығы кәсіпорындары өз өнімдерін әлі де жақын маңдағы қайта өңдеу кәсіпорындарына, көбінесе өздеріне тиімсіз шикізат өңдеу шартымен өткізуде. Өнімді анағұрлым тиімді жағдайларда сату – не балама өңдеу кәсіпорындарының қашықтығына және көлік шығындарының көптігіне, не басқа сатып алушылар туралы ақпараттың жоқтығына байланысты – мүмкін болмай отыр.

Көкөніс қосалқы кешенінің тұрақты дамуына қол жеткізу үшін мемлекет өндірушіден түпкілікті тұтынушыға дейінгі тізбек бойынша қаржылық-экономикалық қатынастардың басқарылатын жүйесін қалыптастыруға қабілетті ірі кәсіпкерлік құрылымдарды құруды ынталандыруы керек.

Ауыл шаруашылығы өндірісін ынталандырудың ең маңызды бағыты көкөніс өнімдерінің өндірілген көлемінің 50-65% мөлшерінде міндетті қаржыландырумен мемлекеттік тапсырыс жүйесін қалпына келтіру болуы тиіс. Бұл саланың тұрақты дамуына ықпал ететін көкөніс өнімдерінің негізгі бөлігін үнемді бағамен сатуға кепілдік береді.

Тауар өндірушілер мен ауыл шаруашылығы өнімдерін тұтынушылар арасындағы тұрақты байланысты қамтамасыз ету үшін аймақтық және аймақаралық көтерме азық-түлік нарықтарының (КАТН) желісін құру басымдық болып қала береді.

Картоп нарығы. Картопты өндіру мен өткізудегі экономикалық қатынастар көбінесе сатушылар мен сатып алушылардың шарттық қатынастарымен анықталады.

Мұның барлығы картопты өнеркәсіптік өндіру бойынша ірі ауыл шаруашылығы кәсіпорындарын құру қажеттігін айтады. Жеке шаруашылық учаскелеріндегі шағын картоп өндірісі олардың әрқайсысына маркетинг принциптері мен әдістерін жеке пайдалануға мүмкіндік бермейді.

Сондықтан, бірнеше картоп өндірушілердің бірігуіне, өткізу желісін пайдалануға және дайындаушы компаниямен немесе делдалмен біріктірілген кезде белгілі бір жеңілдіктер алуға мүмкіндік беретін маркетингтік стратегияның бөлігі болып табылатын бірлескен маркетинг қажеттілігі туындайды. Олар өсіретін картопты сату үшін шағын кәсіпорындарды ірі кәсіпорындармен біріктіру оларды нарыққа шығарудың перспективалы жолы болуы мүмкін.

Нарықты зерттеу сияқты жұмыстарды жүргізу қажеттілігі - ақпаратты мақсатты жинау және талдау, сатуды жоспарлау және ұйымдастыру, әлеуетті сатып алушыларды өнімді сатып алуға ынталандыру, олармен қарым-қатынас орнату және қолдау; оның ішінде картопты өндіру мен сатуға келісім-шарттар жасау, оның сапа жөніндегі нормативтік құжаттарға сәйкес толық емес жұмыс уақыты және т.б. фермерлер мен жеке учаскелердің

иелерінде іс жүзінде жоқ белгілі бір дайындық пен маркетингтік білімді талап етеді.

Сүт және сүт өнімдерінің нарығы. Сүт және ауылшаруашылық тауар өндірушілері арасындағы өзара қарым-қатынас механизмінің дамымауы қаржылық тұрақтылықты жоғалтуға, аграрлық секторда сүтті сатып алу көлемінің төмендеуіне ғана емес, сонымен қатар дайын өнімді өткізу бағасын бір мезгілде өсіру кезінде оны сатып алу бағасының төмендетілуіне әкелді.

Жалпы сүт өнеркәсібінің табысты жұмыс істеуі мемлекеттік қолдауды қажет етеді.

Шаруа қожалықтарына сүт және сүт өнімдерін өткізуге көмектесу келесі мәселелерді шешуді талап етеді: дайындау ұйымдарынан шикі сүтті сатып алу кезінде сүт өңдеу кәсіпорындарын субсидиялау. Ауыл шаруашылығы министрлігіне көпжылдық жем-шөп дақылдарына гектарлық субсидияны қайтару қажет; жергілікті ветеринариялық қызметтердің жұмысын тиісті деңгейде жолға қою.

Сондай-ақ тұрақты сатып алу және сату жүйесін құру, оқытуды бастау және қатысушылардың ауыл шаруашылығы құзыреттерін арттыру қажет.

Өндірістің жалпы көлеміндегі өңдеуге тапсырылған сүттің үлесі дүние жүзінде орта есеппен 62% құрайды, ал Қазақстан Республикасында бұл көрсеткіш небәрі 27% құрайды. Дегенмен, өңдеуші кәсіпорындар жалпы шығынды оңтайландыруды талап етеді.

Сүт нарығын реттеу жүйесі белгілі бір аймақтың аграрлық саясатының ұзақ мерзімді және қысқа мерзімді мақсаттары мен оның қаржылық мүмкіндіктері негізінде құрылуы керек. Ол ауыл шаруашылығы және қайта өңдеу құрылымдарын қалыпты нарықтық қатынастардан толықтай қорғауы керек.

Ауыл шаруашылығы мен сүт өнеркәсібі арасындағы байланыстардың экономикалық механизмін дамытудың маңызды факторы шарттық қатынастарды нығайту болып табылады. Шарттардың рөлін күшейту үшін ынтымақтастықтың қосымша, тығыз шарттарын кеңірек пайдалану қажет.

Сүт және сүт өнімдерін өткізу кезінде әр түрлі келісім-шарттар қолданылуы мүмкін, мысалы, өндіруші мен тұтынушы (сауда, қайта өңдеу кәсіпорындары) қатысатын екі жақты; өндіруші мен тұтынушыдан басқа көлік және басқа ұйым қатысатын үшжақты; сондай-ақ көпжақты. Мұнда аталған серіктестерден басқа әртүрлі жабдықтау және басқа ұйымдар, сүт пен сүт өнімдерін сатып алу және жеткізумен айналысатын делдалдар қатысады.

Ет және ет өнімдерінің нарығы. Мал мен құсты көп арналы өткізу, оларды өткізудің әртүрлі формалары пайда болды, көлденең және тік типтегі салалық және салааралық интеграцияланған бірлестіктер құрылды, қаржыландыру мен несиелеудің әртүрлі көздері және т.б.

Мал мен құстың бағасының деңгейі көбінесе оны өткізу арналары мен нысандарымен анықталады. Соңғы уақытқа дейін ет және ет өнімдерін жеткізу мен таратудың орталықтандырылған жүйесін бұзу ұйымдасқан нарықтық сауданың өркениетті түрлерімен алмастырылған жоқ.

Қаржы ресурстарының жоқтығынан және тауар өндірушілерге уақытылы төлем жасау мүмкін болмағандықтан, мемлекеттік қажеттіліктерге келісім-шарт бойынша сату күрт төмендеді.

Мал шаруашылығы өнімдерін өткізу үшін шетелдік елдерде кеңінен қолданылатын кооперативтік сату нысаны, оның көмегімен ауыл шаруашылығы тауар өндірушілері дайындаушы ұйымдардың монополиясына қарсы тұра алады, кооперация туралы заңнаманың жетілмегендігіне байланысты елімізде дамымай отыр.

Аймақтық деңгейде нарық қатысушыларын қолдау мақсатында мемлекет тарапынан субсидиялар, өтемақылар, салықтық және несиелік жеңілдіктер түріндегі қолдау шаралары қолданылуы тиіс. Сонымен қатар мемлекет ет пен ет өнімдері нарығының инфрақұрылымын қалыптастыруда және сыртқы сауда қызметін реттеуде шешуші рөл атқаруы қажет.

Ет және ет өнімдерін өткізудің ұйымдастырылған формаларына көшу өнімді бөлу жүйесінде көтерме сауда байланысының дамуымен байланысты. Ол екі түрлі болуы мүмкін: мал мен құс етін сату үшін және өңделген ет пен ет өнімдерін сату үшін.

Мал мен құстың, асыл тұқымды малдың көп мөлшерін сату мамандандырылған биржаларда, аукциондарда, жәрменкелерде жүзеге асырылуы тиіс; ет және ет өнімдері – көтерме азық-түлік базарларында.

Көтерме сауданы дамыту өнімнің өндірушіден тұтынушыға дейін жетуіндегі делдалдар санын барынша азайтуға, нарықтың ашықтығын (тауар ағындарының қозғалысы мен бағаның жариялылығын) қамтамасыз етуге, өнім сапасын арттыруға және оған бақылауды күшейтуге, сондай-ақ үлгілік шарттар мен келісімшарттарды стандарттауға мүмкіндік береді.

Азық-түлік нарығындағы қолданыстағы тауарөткізу жүйесіне жүргізілген талдау бұл салада шығындарды азайтуға бағытталған елеулі резервтер мен мүмкіндіктердің бар екенін көрсетеді. Аталған міндетті іске асырудың қажетті шарты – тауар ағындарын оңтайландыру, ұйымдастырылмаған делдалдар санын қысқарту және Қазақстан нарығындағы шетелдік сауда компанияларының қызметін реттеу болып табылады.

Азық-түлік нарығы инфрақұрылымының құрамдас бөлігі болып табылатын қолданыстағы көтерме және бөлшек сауда кәсіпорындарын жаңғырту – тауарды тұтынушыға жылдам жеткізуді қамтамасыз ету, шығындарды барынша азайту және өнім сапасын жоғалтпай сақтау арқылы халықтың тауарлар мен қызметтерге деген сұранысы мен қажеттілігін қанағаттандыру мақсатында заманауи ақпараттық технологиялар мен логистикалық мүмкіндіктерді барынша пайдалану қажеттігін көздейді.

1.3 Тауар өткізу желісінің жұмыс істеу тиімділігі мен дамуын бағалау

Жүктерді таратуға, логистика мен саудаға әсер ететін негізгі факторлар технологиядағы жетістіктер, халықтың өсуі және урбанизация [17], электронды коммерцияның өсуі [18, 19], жылдам жеткізуге ұмтылыс, климаттың өзгеруі және тұрақтылық [20], цифрлық байланыс, үлкен деректер және автоматика, ұшқышсыз ұшатын аппараттар [21], мемлекеттік және жүк көлігі желілерін біріктіру [22, 23]. Бұл зерттеулердің көпшілігі қалалық аумақтарды дамытуда ұтқырлық пен тұрақтылыққа қол жеткізуге бағытталған аймақтық (қалалық) логистикалық бастамамен байланысты [24].

Тарату жүйесінің рөлі көптеген құрылымдардың, инфрақұрылымдық, көліктік, саудалық, қоймалық және сервистік сипаттағы логистикалық тізбектің элементтері мен буындарының келісілген өзара әрекеттесуімен тауарларды тиімді жеткізуді қамтамасыз ету болып табылады [25].

Елдің әртүрлі аймақтарында тарату желісінің біркелкі дамуы шығындардың өсуіне және тауарларды жеткізу мен қызмет көрсету сапасының тиімділігінің төмендеуіне әкеледі. Тарату жүйесінің біркелкі дамуының негізгі себебі сауда, көлік және логистикалық инфрақұрылымның республика бойынша тығыздығының төмендігі және біркелкі бөлінбеуі болып табылады [26].

Қазақстанның негізінен мұнай мен газ өндірілетін батыс облыстары мен ауыл шаруашылығы өнімдері өндірілетін солтүстік облыстарында жүк айналымының көлемі орталық-шығыс облыстар мен оңтүстік аймаққа қарағанда әлдеқайда жоғары.

Бұл ретте аймақтар бойынша бөлшек сауда құрылымына қарасаңыз, керісінше көріністі байқауға болады. Бөлшек тауар айналымының ең жоғары қарқыны оңтүстікте, соның ішінде Алматы мен орталық-шығыс аймақта. Ең төменгі көрсеткіштер солтүстік және батыс аймақтарда. Сауда айналымының дамуы біркелкі емес, ең жоғары көрсеткіш (Алматы қ.) мен ең төменгі көрсеткіштің айырмашылығы 3-тен 17 есеге дейін [27].

Бұл сауда-логистикалық инфрақұрылымдардың жұмыс істеуі мен тиімді пайдалануындағы бар мәселелерді көрсетеді.

Бүгінгі таңда логистика саласындағы ең аз зерттелген мәселе республиканың қалалары мен аудандарындағы логистиканың жұмыс істеу тиімділігін және оның тарату орталықтарының орналасуы мен дамуына әсерін бағалау мәселелері болып табылады. [28, 29] әдебиеттерде логистикалық инфрақұрылымның даму әлеуетін бағалау әдістері зерттелген.

Статистикалық мәліметтерді және эконометрикалық талдау құралдарын қолдану арқылы, факторлық талдау әдісін және Деректерді әзірлеуді талдау (DEA) әдісін қолдана отырып, Қазақстан аймақтарының тауарларды өткізу желісі (ТӨЖ) инфрақұрылымының жұмыс істеуі мен дамуының тиімділігін бағалау мақсаты орындалған [30].

Өткізу арналарына баға беруге арналған ғылыми құралдардың саны көп. Олар өткізу арналарына тиімді басқару жүргізуге мүмкіндік береді [31–34]. [35] жұмысында Қазақстандағы логистикалық инфрақұрылымның негізгі құрамдас бөліктері мен маңызды факторлары айқындалып, олардың экономикаға әсері регрессиялық талдау көмегімен бағаланған. Алайда, регрессиялық модель жекелеген аймақтардың жұмыс тиімділігін анықтауға мүмкіндік бермейді.

Шетелдік зерттеушілердің еңбектерінде ұсынылған тарату қызметінің тиімділігін бағалау әдістемелеріне жүргізілген шолу аймақтық тарату қызметінің тиімділігін зерттеудің әдіснамалық аспектілері жеткіліксіз дамығанын көрсетеді. Атап айтқанда:

1) аймақтық, аймақаралық және ұлттық басқару деңгейлерінде кең көзқарас тұрғысынан аймақтық тарату желісінің тиімділігін бағалау әдістері ұсынылмаған;

2) қызметтің тиімділігіне зерттеу объектісі саласының шектелуі – микробірліктер – кәсіпорындар, салалар қызметінің экономикалық тиімділігін зерттеудің басым болуы.

Шолу нәтижелері DEA әдісінің салыстырмалы техникалық және экономикалық тиімділікті бағалауда тиімді құрал болып табылатынын көрсетті. Бұл әдіс кіріс пен шығыс арасындағы өндірістік функцияның жоқтығы немесе оны анықтаудың күрделілігі жағдайында қолдануға қолайлы.

Біздің зерттеу әдістемеміз екі бөлімнен тұрады: факторлық талдау және DEA талдау.

1) Басты компоненттер әдісі арқылы деректерге факторлық талдау жүргізудің мақсаты – факторларды қысқарту және жіктеу, сондай-ақ ең маңызды факторларды айқындау болып табылады [36].

Факторлық талдаудың бүкіл процесі бірнеше кезеңнен тұрады [37]: а) Факторлық талдаудың негізгі кезеңдері; ә) Корреляциялық матрицаны есептеу; б) Факторларды шығару; в) Факторларды таңдау және айналдыру; г) Факторларды түсіндіру; ғ) Факторлардың мәндерін есептеу; д) Үлгінің сапасын бағалау.

2) DEA әдісін қолдану арқылы деректерді талдаудың мақсаты тарату жүйесінің тиімділігін бағалау болып табылады [38].

Классикалық DEA тәсілі [39] мүмкін болатындар жиынтығының ішінен оңтайлы шешімді табуға мүмкіндік беретін сызықтық бағдарламалау әдісіне негізделген. DEA-талдау әдісі бойынша тиімділік – бұл шығулардың (қызмет нәтижелерінің, мысалы, саладағы қосылған құнның жалпы көлемі) салмақталған сомасын оның кірістерінің (пайдаланылатын ресурстар) салмақталған сомасына қатынасы арқылы анықталады. Бұл тәсіл объектілерді тиімді деп тек ең аз кірістерден ең жоғары шығулар болған жағдайда жіктеуге мүмкіндік береді [40].

ТӨЖ тарату желісінің тиімділігін бағалау құралы ретінде DEA әдісін таңдадық. Көбінесе DEA есептеулері Малмквист индексі арқылы тексеріледі, ол төменде де ұсынылатын болады.

DEA талдауындағы модельдің өзі келесідей сипатталады (1.1):

$$\sum_{j=1}^s \mu_j y_{jo} \rightarrow \max$$

егер

$$\sum_{i=1}^r t_i x_i = 1; \quad (1.1)$$

$$\mu_j, t_i \geq 0.$$

Мұнда, x_i – кіріс көрсеткіштері, y_i – шығыс көрсеткіштері, t_i және μ_j – тиісінше кіріс және шығыс көрсеткіштерінің салмақтық коэффициенттері, i – салыстырылатын бірліктердің саны, r – кіріс факторларының саны, s – шығыс факторларының саны.

Технологиялық тиімділік динамикасын бағалау үшін ұсынылған Малмквист индексі [41] сияқты жиынтық көрсеткіші пайдаланылды (1.2).

$$M_k = \left[\frac{\theta_{t+1}^k(x_{t+1}, y_{t+1})}{\theta_{t+1}^k(x_t, y_t)} \cdot \frac{\theta_t^k(x_{t+1}, y_{t+1})}{\theta_t^k(x_t, y_t)} \right]^{\frac{1}{2}} \quad (1.2)$$

Мұнда, M_k – k нысан үшін Малмквист потенциалды жүзеге асыру индексі; $\theta_i^k(x_j, y_j)$ – i уақыт нүктесіндегі технологиялық жиынтыққа қатысты j уақыт нүктесінің шығыстары мен шығу векторларымен сипатталатын k объектінің технологиялық тиімділігінің мәні.

j нысанының өнімділігі жақсарған кезде оның Малмквист индексі 1-ден үлкен болады ($M_j > 1$). Керісінше, Малмквист индексінің 1 мәнінен төмен болуын объект өнімділігінің төмендеуі ретінде түсіндіруге болады [42].

EMS (Efficiency Measurement System) бағдарламалық пакеті DEA әдісін пайдалана отырып, техникалық тиімділік бағалауларын құру үшін де, Малмквист индексімен сипатталатын техникалық тиімділіктің өзгерістерін есептеу үшін де пайдаланылды.

Факторлық талдау үшін Қазақстан Республикасы Ұлттық статистика бюросының 2000-2023 жылдардағы деректері пайдаланылды.

Зерттеу жұмысымыздың бірінші кезеңінде зерттеу мақсатына сүйене отырып, зерттеу нысанын сипаттау үшін әртүрлі әдеби дереккөздерден көрсеткіштерді таңдап алдық (2.8-кесте). Талдауға қатысатын айнымалылар үшін корреляциялық матрицаны есептеу тәуелді (корреляциялық) параметрлерді алып тастауға және ең маңызды 16 факторды таңдауға мүмкіндік берді (1.2-кесте).

Факторлық талдау үшін SPSS бағдарламасы қолданылды. DEA әдісін қолданатын есептеулер үшін EMS (Efficiency Measurement System) бағдарламалық пакеті пайдаланылды.

Кесте 1.2 – Тауар өткізу желісіне әсер ететін факторларға корреляциялық параметрлерді алып тастағаннан кейінгі айнымалылар

N	Көрсеткіштер	Белгілеу	Өлшем бірлігі	Айнымалы атауы
1	Экономикалық белсенділіктің көрсеткіштері (құндылық)	Y1	мың тг.	жан басына шаққандағы ЖАӨ
		Y2	%	ЖІӨ-гі ЖҚҚ үлесі
		X1	%	ЖІӨ-дегі өнімдер мен қызметтерді сату көлемі
		X2	%	ЖІӨ-дегі тауар айналымының үлесі
		X3	млрд тг.	бөлшек саудадағы тауар қоры
		X4	%	ЖІӨ-дегі саудаға, көлік пен қоймаға, байланысқа салынған инвестицияның үлесі
2	ТТЖ масштабын сипаттайтын экономикалық көрсеткіштер (сандық)	X5	млрд ткм	көліктің барлық түрлерінің жүк айналымы
		X6	дана	қоғамдық жолдардың ұзындығы
		X7	мың дана	көлік құралдарының болуы
		X8	дана	тауар биржаларының саны
		X9	дана	базарлардың саны
		X10	ш.м	бөлшек сауда мен қойманың жалпы ауданы
		X11	дана	базарлардағы сауда орындарының саны
		X12	%	халықтың жалпы санындағы Интернетті пайдаланушылардың үлесі
3	Экологиялық көрсеткіштер	X13	%	коммуналдық қалдықтарды қайта өңдеу және кәдеге жарату үлесі
4	Әлеуметтік көрсеткіштер	X14	адам	халықтың тауарларды тарату саласындағы жұмыспен қамтылуы

2018-2023 жылдарға арналған деректер негізінде аймақтық логистикалық тарату жүйелерін дамыту тиімділігіне DEA талдауы жүргізілді.

Бірінші кезеңде факторлардың оңтайлы саны туралы мәселе негізгі компонент әдісі арқылы шешілді.

1.3-кестеде 2000-2023 жылдардағы 16 айнымалы бойынша талданған факторлық талдаудан алынған меншікті мәндер көрсетілген.

Кесте 1.3 – Тауар өткізу желісіне әсер ететін факторлық талдаудың меншікті мәндері

Факторлар	1	2	3	4	5	...	...	15	16
Меншікті мән	12,951	1,282	0,769	0,401	0,205			0,001	0,000
Дисперсия, %	80,946	8,014	4,808	2,505	1,283			0,002	0,000
Кумулятивтік мәні %	80,946	88,961	93,769	96,274	97,558			100,0	100,0
Альфа-Кронбах коэффициенті	0,908	0,813	0,521	0,241	0,213			0,102	0,065

Ескерту - ҚР ҰСБ сандық деректері негізінде автор есептеген

Корреляциялық матрицаның факторлық талдауында айнымалылар дисперсиясы мен меншікті мәндері 1-ден асатын факторлар топтары таңдалды. Факторлардың екі тобы таңдалды. Кестеден көрініп тұрғандай, бірінші факторлармен түсіндірілетін дисперсияның жалпы пайызы 80,946 және екінші факторлармен бірге - 88,96%, бұл мән айтарлықтай жоғары.

Бірінші топтағы факторлардың меншікті мәндері 12,951 болды, олардың пайыздық өзгергіштігі 80,9%, яғни факторлардың осы тобында айнымалылардың әсері үлкен. Содан кейін факторлардың екінші тобының мәні 1,282-ге дейін күрт төмендеді, ал оның өзгергіштігі 8,04% болды. Яғни, осы екі факторлық топтағы айнымалылар 100% көрсеткіштің 88,96%-ын құрады және жалпы бағаланған әсерге ие болып көрінді, ал басқа факторлар топтарының әсері өте төмен немесе өзгермеген.

Келесіде бөлу жүйесінің тиімділігіне факторлардың осы екі тобының әсерін қолдандық. Кронбахтың альфа критерийі [43] бойынша зерттелетін сипаттамалардың ішкі сәйкестігін тексеру 0,813 коэффициентімен көрсеткіштердің жоғары сенімділігін көрсетті. Кайзер-Мейер-Олкин (КМО) 0,788 критерийі іріктеу жеткіліктілігінің жоғары көрсеткішін көрсетеді [44].

Келесі кезеңде факторлық жүктемелер есептеліп, талдау жасалды. Факторлық жүктемелердің бастапқы матрицасы нақты факторлық құрылымды анықтауға мүмкіндік бермегенін атап өткен жөн, сондықтан шешімді неғұрлым нақты түсіндіру үшін Варимакс айналу әдісі қолданылды. Фактор мен айнымалы арасындағы корреляция, егер фактор жүктемесінің модулі 0,70-тен жоғары мәнді алса, күшті деп есептелді. Есептеу нәтижелері 1.4-кестеде берілген.

Кесте 1.4 – Варимакс айналдыруынан кейінгі компоненттердің айналдырылған матрицасы

Айнымалылар	Факторлар- дың 1 тобы	Факторлар- дың 2 тобы
Жан басына шаққандағы ЖАӨ	0,127	0,961
Көліктің барлық түрлерінің жүк айналымы	0,753	0,050
Қоғамдық жолдардың ұзындығы	0,955	0,103
Көлік құралдарының болуы, мың бірлік	0,924	0,330
100 адамға шаққандағы интернет пайдаланушылар саны	0,914	0,340
Жалпы сауда алаңы, ш.м	0,810	0,228
Тауарларды бөлудегі еңбекпен қамту	0,744	0,245
Коммуналдық қалдықтарды қайта өңдеу және кәдеге жарату үлесі	0,701	0,695
ЖІӨ-дегі ЖҚҚ үлесі	0,332	0,801
Бөлшек сауда желісіндегі тауар қоры	0,278	0,770
ЖІӨ-дегі тауар айналымының үлесі	0,134	0,740
Саудаға, көлік пен қоймаға, байланысқа салынған инвестицияның үлесі	-0,241	-0,752

Ескерту - ҚР ҰСБ сандық деректері негізінде автор есептеген

Мәліметтерді талдау бірінші, яғни жалпы факторға, корреляция коэффициентінің оң мәндері бар 12 айнымалы кіретінін көрсетеді. Факторлардың бірінші тобы логистикалық инфрақұрылым өндірісінің ауқымымен байланысты. Жалпы алғанда, фактор салмағы 80,946% құрады.

Факторлардың екінші тобы тарату желісінің экономикалық белсенділігін сипаттайды. Жалпы алғанда фактор салмағы 8,0% құрады.

Осылайша, факторлардың екі маңызды тобы анықталды.

F1 факторы (өндіріс масштабының факторлары): Көліктің барлық түрлерінің жүк айналымы; Жалпы пайдаланудағы жолдардың ұзындығы; Көлік құралдарының болуы; 100 адамға шаққандағы интернет пайдаланушылар саны; Жалпы сауда алаңы, ш.м; Тауарларды бөлуде халықты жұмыспен қамту; Коммуналдық қалдықтарды қайта өңдеу және кәдеге жарату үлесі;

F2 факторы (экономикалық белсенділік факторлары): жан басына шаққандағы ЖҰӨ; ЖІӨ-дегі ЖҚҚ үлесі; Сауда желілеріндегі тауарлық-материалдық құндылықтар; ЖІӨ-дегі тауар айналымының үлесі; Саудаға, көлік пен қоймаға, байланысқа салынған инвестицияның үлесі.

Факторлардың екі негізгі тобын анықтағаннан кейін осы факторлар топтары мен ЖҰӨ арасындағы байланысты талдау жүргізілді (1.5-кесте). Тәуелді айнымалы ретінде жан басына шаққандағы ЖҰӨ алынады, ал қалған айнымалылар тәуелсіз айнымалылар болып қалады. Есептеулер F1 және F2 бойынша 1 бірлікке өзгеруі жан басына шаққандағы ЖҰӨ-нің 443,125 және 135,110 бірлікке өсуіне әкелетінін көрсетті.

Кесте 1.5 – Тауар өткізу желісіндегі факторлық талдаудан кейінгі регрессиялық талдау

Тәуелді айнымалы ЖАӨ	$ЖАО = \beta_0 + \beta_1 F1 + \beta_2 F2$			
<i>variable</i>	<i>coefficient</i>	<i>std error</i>	<i>t-stat</i>	<i>prob</i>
<i>F1</i>	443,125	43,337	11,609	0,000
<i>F2</i>	135,110	43,365	10,225	0,000
β_0	490,977	42,292	3,116	0,005
<i>R-sq</i>	0,929	<i>mean depend var</i>		21,3236
<i>Adj R-sq</i>	0,914	<i>s.d. depend var</i>		4,8091
<i>S.E. of reg</i>	135,2321	<i>akaike info criterion</i>		11,0525
<i>F-Stat</i>	56,8825	<i>Durbin-Watson stat</i>		2,6356
<i>Prob F-stat</i>	0,0005			

1-ші фактордың (өндіріс ауқымы факторы) ұлғаюы 2012 жылға дейін экономикалық көрсеткіштердің өсуіне әкелгені, одан кейін өндіріс ауқымы ұлғайғанына қарамастан экономикалық қызмет көрсеткіштерінің төмендеуі байқалады (2.3-суреті).

DEA әдісін қолдану арқылы ТӨЖ тиімділігін талдау

ТӨЖ тиімділігін бағалау үшін 1.6-кестедегі F1 және F2 факторларының мәндері пайдаланылды.

Келесі кіріс параметрлері пайдаланылды: Көліктің барлық түрлерінің жүк айналымы, млрд ткм (X1); ЖІӨ-дегі тауар айналымының үлесі (X2); Бөлшек сауда желісіндегі қорлар, млрд теңге (X3); Саудаға, көлік пен қоймаға, байланысқа салынған инвестиция үлесі, % (X4); Жолдардың ұзындығы, км (X6); Көлік құралдарының болуы, бірлік (X7); Бөлшек сауда және қойманың жалпы ауданы, ш.м (X10); халықтың жалпы санындағы интернет пайдаланушылардың үлесі (X12); Коммуналдық қалдықтарды өңдеу және орналастыру үлесі, % (X13); Сауда және тауар жеткізу саласында халықты жұмыспен қамту, адамдар (X14).

Шығу көрсеткіштері ретінде жан басына шаққандағы ЖАӨ, мың теңге (Y1); ЖІӨ-дегі қосылған құн салығының үлесі (Y2) қабылданды.

1.6-кестеде Қазақстан аймақтары бойынша кіріс және шығыс деректерінің мәндері көрсетілген.

DEA әдісі арқылы алынған нәтижелерді талдау

Қазақстан аймақтарын логистика дамуының жағдайы бойынша және жұмыстың тиімділігін бағалау келесіні көрсетті (1.6-кесте).

Кесте 1.6 - Тауар өткізу желісіндегі салыстырмалы тиімділігін бағалау үшін DEA моделінің «кіріс» және «шығыс» айнымалыларының статистикасы

	F1- факторлар							F2- факторлар				
	X5	X6	X7	X10	X12	X13	X14	X2	X3	X4	Y1	Y2
Бақылау	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21
Минимум	39,5	250,0	6831	157,9	63,0	8,6	5,7	14,7	13,2	16,9	1008,1	0,6
Максимум	825,6	11961	56505	1617,7	89,4	20,4	37,0	103,5	132,5	274,8	14584,4	1,4
Орташа	209,6	5715,3	27163	745,0	74,7	12,2	14,2	45,4	39,2	75,0	4085,6	0,9
Стандартты ауытқу	210,4	3456,5	12688	465,9	6,7	3,0	7,5	22,5	35,3	71,3	3239,6	0,2

Ескерту - ҚР ҰСБ сандық деректері негізінде автор есептеген

Ірі аймақтардағы (Алматы, Астана қалалары, Маңғыстау облысы, 1.7-кесте) ТӨЖ-ің жұмыс істеу тиімділігі сауда логистикасын дамыту үшін ең жақсы жағдайда екенін 100-ге тең немесе оған жақын тиімділік көрсеткіштерінен көруге болады. Жұмыс тиімділігінің ең нашар жағдайы Жамбыл, Қызылорда және Түркістан облыстарында (15-17 орын), тиімділік 63-69% аралығында. Қалған аймақтар тиімділік бойынша аралық мәндерге ие: 2-топ 90-95%, 3-топ 81-87%, төртінші топ 70-80 және бесінші топ - 60-69%.

Қазақстан Республикасының ҰСБ деректерін талдау және ТӨЖ тиімділігін есептеулеріміз келесі нәтижелерді көрсетті.

Кесте 1.7 – Қазақстан аймақтарындағы тарату желісінің тиімділігін бағалау

Аймақ/қала	Рей- тинг	Өндіріс ауқымының тиімділігі				Қызметтің тиімділігі				Малмқвист индексі	
		2021	2022	2023	Орта ша	2021	2022	2023	Орта ша	2022/ 2021	2023/ 2022
Аймақтардың 1 тобы											
Алматы қ.	1	100	100	100	100	100	100	100	100	1,00	1,01
Астана қ.	2	100	97,9	100	99,3	95,3	96,7	100, 0	97,3	0,99	1,01
Маңғыстау	3	100	100	98,5	99,5	94,6	97,3	97,6	96,5	1,01	1,00
Орташа		100	99,3	99,5	99,6	96,6	98,0	99,2	97,9	1,00	1,01
Аймақтардың 2 тобы											
Ақтөбе	4	95,6	94,3	100,0	96,6	91,3	90,8	92,3	91,5	0,95	1,01
Павлодар	5	93,6	93,3	94,9	93,9	92,1	92,3	92,3	92,2	0,96	1,00
Алматы	6	94,9	93,5	94,8	94,4	88,2	89,1	88,3	88,5	0,99	0,98
БҚО	7	92,1	91,2	92,1	91,8	87,3	88,3	89,4	88,3	0,98	0,97
Орташа		94,1	93,1	95,5	94,2	89,7	90,1	90,6	90,1	0,97	0,99
Аймақтардың 3 тобы											
Ақмола	8	86,5	87,2	88,9	87,5	82,3	83,5	84,8	83,5	0,93	0,92
ШҚО	9	87,3	87,6	88,2	87,7	83,2	84,3	83,0	83,5	0,99	0,98
г. Шымкент	10	86,3	85,2	87,8	86,4	81,3	82,3	83,1	82,2	0,96	0,95
Қарағанды	11	87,3	85,3	85,3	86,0	80,3	82,3	84,3	82,3	0,99	0,98
СҚО	12	84	84,2	85,2	84,3	80,8	80,3	81,2	80,8	0,93	0,96
Орташа		86,2	85,9	87,1	86,4	81,6	82,5	83,3	82,5	0,96	0,96
Аймақтардың 4 тобы											
Костанай	13	76,2	77,1	79,2	77,5	69,4	72,8	75,6	72,6	0,95	0,95
Атырау	14	74,2	76,5	78,5	76,4	68,1	71,4	70,5	70,0	0,91	0,89
Орташа		75,2	76,8	78,9	77,0	68,8	72,1	73,1	71,3	0,93	0,92
Аймақтардың 5 тобы											
Жамбыл	15	71,2	69,2	67,8	69,4	67,8	65,2	65,2	66,1	0,88	0,87
Қызылорда	16	72,3	67,2	66,5	68,7	62,7	61,3	62,3	62,1	0,88	0,86
Түркістан	17	70,3	68,2	64,3	67,6	60,9	61,8	59,4	60,7	0,85	0,84
Орташа		71,3	68,2	66,2	68,6	63,8	62,8	62,3	63,0	0,87	0,86

Ескерту - ҚР ҰСБ сандық мәліметтері негізінде автор есептеген

Аймақтардың 1-тобы - логистиканы дамыту үшін тамаша жағдай: дамыған инфрақұрылым (31%) ірі көтерме тауар айналымы (жалпы көлемдегі үлесі 29%) және көлікке инвестицияның жоғары деңгейімен (30%) белсенді жүк тасымалы (28%). Бұл аймақтар жоғары көлемде сақтау үшін қолайлы географиялық орналасуының арқасында транзиттік пункттер, сондай-ақ пайдалы қазбалар салалары мен шоғырландыру орталықтардың басты тірек нүктелері болып табылады.

Аймақтардың 2-тобы - логистиканы дамыту үшін ең қолайлы жағдайлар: географиялық орналасуы және дамыған көлік желілері жүк тасымалдау үшін қолайлы (27%), көтерме сауданың белсенді айналымымен (32%) инфрақұрылымы дамымаған (16%), көлікке инвестицияның орташа көрсеткіші (24%).

Аймақтардың 3-тобы - логистиканы дамытудың орташа шарттары: көліктің жақсы қолжетімділігі, сондықтан автомобиль көлігімен жүк тасымалдау барлық топтар арасында бірінші орында (29%), белсенді дамып жатқан инфрақұрылым – негізгі капитал 25%, инвестиция 19% құрайды.

Аймақтардың 4-тобы - логистиканы дамытудың орташа жағдайларына жақын: географиялық жағынан экономикалық дамыған көршілес аймақтармен қатар орналасқан, қолданыстағы инфрақұрылым дамып келеді (17%), бірақ көтерме сауда (10%) және жүк тасымалы (15%) жеткіліксіз пайдаланылған, инвестициялар 16%-ды құрайды.

Аймақтардың 5-тобы - логистиканы қалыптастыру жағдайларының төмен деңгейде дамуы: инфрақұрылымның даму қарқыны төмен (11%), бұл аймақтардың жүк ағындарымен (7%) және көтерме саудамен (8%) жеткілікті жүктелмеуімен түсіндіріледі. Өндірістік әлеует орташа деңгейде, инвестициялар деңгейі – 11%.

1.7-кестеде он жеті аймақтың үшеуінің тиімді болғаны көрсетілген; олардың әрқайсысы жалпы қосылған құнның жеткілікті жоғары деңгейіне сәйкес келеді. Аймақтардың екінші және үшінші топтарында өткен жылдармен салыстырғанда абсолютті тиімділік көрсеткішінің ауқымы жағынан да, экономикалық тиімділік көрсеткіштерінің де шамалы өсуі байқалады.

Үш аймақта (5-топ) өткен жылмен салыстырғанда абсолютті тиімділік көрсеткішінің төмендеуі байқалады. Өнеркәсіпте өндіріс ауқымы маңызды рөл атқарады, бұл кәсіпорынның жалпы тиімділігіне әсер етеді.

Малмквист индексі аймақтар арасында қаражатты пайдалану және қайта бөлу тиімділігін көрсетеді. Бұл ретте он екі аймақта 1-ден төмен индекс бар, бұл ресурстарды пайдалану тиімділігінің төмендеуін көрсетеді, қалған бес аймақта 1-ге тең немесе одан жоғары индекс бар. Осы деректерге сүйене отырып, облыстар мен қалалардың тиімділігін, аймақтар арасындағы қаражаттың қайта бөлінуін бағалауға, сондай-ақ таңдалған даму стратегиясын талдау нәтижелерін салыстыруға болады.

Жүйе өнімділігінің көрсеткішіне критерийлердің үлес салмағының коэффициенттері және олардың сенімділігі 1.8-кестеде көрсетілген. Қатысушы аймақтардың бағалау көрсеткіштерінің орташа салмағы (μ) және сенімділік коэффициентінің орташа салмағы ($\mu(\Theta=1)$) тарату желісінің ағымдағы жағдайы негізінде есептелді.

1.8-кестеде 2021 және 2022 жылдармен салыстырғанда 2023 жылы қатысушы аймақтардың кіріс параметрлерінің орташа салмақтарында жекелеген мәндер әртүрлі болғанымен, шамалы өзгеріс болғаны көрсетілген. Ең үлкен өсім Интернетті пайдаланушылар саны және бөлшек сауда желісіндегі тауарлық-материалдық қорлар көрсеткіштері бойынша орын алды.

Ең көп үлесті көлікке инвестиция (0,28), ЖІӨ-дегі сауда айналымының үлесі (0,10), тарату желілерінің ауданы (0,11), жүк айналымы (0,08), тауарлық-материалдық қор (0,12), Интернетті пайдаланушылар саны (0,10) алады. Жолдардың ұзындығы (0,04), Жұмыспен қамту (0,06), Қайта өңдеу мен кәдеге жарату үлесі (0,08) азырақ әсер етеді. Осылайша, логистиканың тиімділігіне (көлік пен сауданың жалпы қосылған құны) ең алдымен көлік пен қоймаға салынған инвестициялар, тауар айналымы мен жүк

тасымалының көлемі, тарату жүйелерінің аумақтары және тауарлық-материалдық қорлар әсер етеді.

Кесте 1.8 – Тиімділік моделіндегі кіру өлшемшарттарының бағалау көрсеткіштерінің орташа салмағы

Критерийлер	2021 орташа мәні			2022 орташа мәні		2023 орташа мәні		3 жылдық орташа мәні	
	μ	$\mu(\Theta=1)$		μ	$\mu(\Theta=1)$	μ	$\mu(\Theta=1)$	μ	$\mu(\Theta=1)$
ЖІӨ-дегі тауар айналымының үлесі	0,09	0,21		0,11	0,24	0,10	0,23	0,10	0,41
Бөлшек тауарлық-материалдық қор	0,09	0,29		0,13	0,35	0,14	0,32	0,12	0,39
ЖІӨ-дегі инвестицияның үлесі	0,30	0,83		0,29	0,78	0,26	0,83	0,28	0,81
Жүк айналымы	0,08	0,21		0,08	0,17	0,07	0,23	0,08	0,35
Автожолдардың ұзындығы	0,06	0,18		0,04	0,32	0,03	0,38	0,04	0,35
Көлік құралдарының болуы	0,04	0,41		0,03	0,33	0,03	0,39	0,03	0,38
Бөлшек сауда және қойма аймақтары	0,11	0,62		0,11	0,61	0,10	0,67	0,11	0,28
Интернет пайдаланушыларының үлесі	0,09	0,21		0,08	0,19	0,13	0,18	0,10	0,19
Коммуналдық қалдықтарды қайта өңдеу және кәдеге жарату үлесі	0,08	0,16		0,07	0,13	0,09	0,17	0,08	0,15
Жұмыспен қамту	0,06	0,15		0,06	0,11	0,05	0,13	0,06	0,13
Барлығы	1,00			1,00		1,00		1,00	

Ескерту - ҚР ҰСБ сандық деректері негізінде автор есептеген

Саланың орташа жұмыспен қамтылу салмағы мен жол ұзындығының төмендігі логистикалық аймақтың көп бөлігінде адам ресурстары мен жолдарды пайдалану елеусіз екенін білдіреді, сондықтан олардың салмақтық құны төмен болады.

DEA-талдау негізінде тауар өткізуші желінің экономикалық тиімділігін арттыру үшін негізгі құралдарға инвестиция салуға және оларды тиімді пайдалануға, жұмысшыларды тиімді пайдалануға, тасымалдау көлеміне, тауар қорларына және аумақты тиімді пайдалануға көбірек көңіл бөлу қажет деген қорытындыға келдік.

Ресурстарды пайдалану тиімділігін сипаттайтын Мальмквист индексі сол кезеңде 5 аймақта оң мәнді, 12 аймақтың ЖҚҚ-ы өсті (индекс 1-ден төмен), бұл осы аймақтардағы ресурстарды пайдалану тиімділігінің төмендеуін көрсетеді.

Келесі қадам аймақтардың нәтижелерін жақсартудың жалпы әлеуетіндегі әрбір кірістің үлесін есептеу арқылы тиімсіздік себептерін анықтау болды. Ең көп үлесті инвестиция (46%) және тауар айналымының көлемі (25%), жүк айналымы (22%), сонымен қатар аудан (33%) және тауарлық-материалдық қорлар (21%) қосты. Ең аз үлес жұмыспен қамту (6,0%), ЖІӨ-дегі ЖҚҚ үлесі (5%), қалдықтарды қайта өңдеу үлесі (8%).

Сондай-ақ, әрбір аймақтың жалпы «тиімсіздігіне» пайыздық үлесін анықтауға болады.

Біз макроэкономикалық көрсеткіш (ЖІӨ-дегі ЖҚҚ үлесі) мен зерттелетін факторлар топтары (F1 және F2) арасындағы оң байланысты растадық. Бұл өндірістік факторлардың масштабын белгілі бір кезеңге дейін ұлғайту экономикалық көрсеткіштерді барынша арттыратынын және кейіннен олардың төмендейтінін дәлелдедік.

Бұл факт экономикалық теорияның ақиқатын растайды, масштабтың әсері белгілі бір кезеңге дейін жұмыс істейді, содан кейін келесі қайтарымдармен ол төмендейді немесе өзгеріссіз қалады. Бұл ретте тарату желісінің тиімділігін арттыру үшін инвестицияларды ұлғайтып, инновациялық технологияларды (блокчейн, цифрландыру, интеллектуалды жүйелер және т.б.) пайдалану қажет.

Біз аймақтық тарату желілерінің көрсеткіштері мен олардың тиімді жұмыс істеуі арасындағы байланыс орнаттық. 2020 жылы 17 облыстың екеуі тиімді деп танылды (2019 жылы бір ғана аймақ техникалық тұрғыдан тиімді болған, 2018 жылы – екі аймақ). Олардың қатарында Алматы, Астана қалалары, Маңғыстау облысы. Үш облыста тиімділіктің төмендеуі байқалды (Жамбыл, Қызылорда және Түркістан облыстары). Басқа аймақтарда пайдалану тиімділігінің шамалы өсуі байқалды.

Мальмквист индексі сыртқы аймақтармен салыстырғанда макроэкономикалық көрсеткіштердің (ЖАӨ, ЖІӨ-дегі ЖҚҚ үлесі, ЖІӨ-дегі тауар айналымының үлесі) даму деңгейі жоғары аймақтарда техникалық дамудың жоғары қарқынының болуын растайды (1.8-кестесі).

Өндіріс ауқымының тиімділік индексі барлық аймақтардағы жұмыс тиімділігінен жоғары болып шықты. Біздің ойымызша, ірі аймақтық тарату желілері (1 және 2-топтар) Қазақстанның басқа аймақтарымен салыстырғанда тарату жүйелерінің дамуының жоғары деңгейіне ие және тиісінше масштабта жоғары оң нәтиже береді.

Сондай-ақ, біз өндіріс ауқымы факторларының тиімділігі неғұрлым жоғары дамыған аймақтарда (1 және 2-топтар) артқанын, ал тиімді емес аймақтарда (4 және 5-топтар) төмендегенін анықтадық (1.8-кестесі).

1 және 5-топтағы аймақтар арасындағы тиімділік айырмашылығы 25%-ды құрайды (тиісінше 1,1 және 0,88). Ал өндіріс факторлары өнімділігінің өсу қарқыны бойынша ең үздік және ең әлсіз аймақтық топтар арасындағы айырмашылық 2019–2023 жылдар аралығында 14,9%-дан 27,9%-ға дейін артты. Бұл тарату желілерінің дамуы айтарлықтай біркелкі емес екенін көрсетеді.

ТӨЖ-ің экономикалық тиімділігіне ең көп әсер ететін факторлар анықталды. Инвестициялар, кеңістік және тауарлық-материалдық қорлар (олардың нақты салмағы бойынша) тауарды өткізу жүйесінің тиімділігіне ең үлкен әсер ететіні расталды.

Бірінші бөлім бойынша тұжырым

Жүргізілген зерттеулер мен қолданыстағы ғылыми әдебиеттің талдауы негізінде келесі қорытындылар жасауға болады.

Ұлттық экономикалардың технологиялық тиімділігінің деңгейін бағалау, жалпы алғанда, бұрын жүргізілген зерттеулерде ұсынылған инфрақұрылымдық даму дәрежесі бойынша аймақтардың рейтингісі қорытындыларына сәйкес келеді.

Дамыған және дамушы тауар өткізу жүйелері бар аймақтарда технологиялық дамудың динамикасы бірінші және екінші топтағы аймақтарда қалған аймақтармен салыстырғанда жоғары болып отыр. Мысалы, бірінші топтағы аймақтарда Малмквист базистік индексінің өсу қарқыны 2020-2023 жылдар аралығында 1,0%-ды, ал екінші топтағы өңірлерде – 2,1% құрады, ал төртінші және бесінші топтағы аймақтарда бұл көрсеткіш тиісінше 1,07% және 1,15%-ға төмендеді.

Қазақстан аймақтарындағы тауар өткізу жүйелерін талдау, өндірістік, еңбек және экологиялық ресурстарды тиімді пайдалану көрсеткіштерін кешенді түрде ескере отырып, аймақтардың жоғары тиімділіктен төмен тиімділікке дейінгі әртүрлі орындарын анықтады. Жоғары тиімді деп ірі қалалар мен аймақтар сипатталады. Аймақтық экономикадағы ТӨЖ-ің жалпы теріс ерекшелігі – өндіріс көлемі көрсеткіштерімен салыстырғанда экономикалық көрсеткіштердің төмендігі. Бірінші және екінші топтағы екі аймақтың ТӨЖ-і өндіріс көлемінің жоғары тиімділігімен және экономикалық қызметтің тиімділігімен ерекшеленеді.

Талдау нәтижелерін аймақтық тарату желісін дамытуды жоспарлауда пайдалануға болады.

Бұл нәтиже қазақстандық тарату желісінің дамуындағы күрделі мәселелерді көрсетеді. Әлемдік тәжірибеге сүйене отырып, логистикалық тарату жүйелерінің тиімділігін арттыру аймақтық ТӨЖ тиімділік деңгейін негізге ала отырып, келесі бағыттар бойынша жүзеге асырылуы тиіс.

Шетелдік тәжірибеге сүйене отырып, Қазақстанның ірі қалалары мен аймақтарында бірыңғай ақпараттық көлік-логистикалық қалалық жүйені құру, оның орталығы ретінде қалалық логистикалық орталықты және қала сыртында орналасқан өндірістік-логистикалық паркті қалыптастыру ұсынылады.

Жеткізушілер кооперациясын (әмбебап және мамандандырылған) ұйымдастыру арқылы логистикалық сауда-тарату орталықтарын құру, сондай-ақ виртуалды жүк көлігі-тауар тарату орталықтарын қалыптастыру, сауда-саттықты, тапсырысты және қажетті жүктің клиентке жеткізілуін ұйымдастырудың электрондық жүйесін қолдану ұсынылады.

Сондай-ақ мемлекеттің белсенді рөлінің қажеттілігін қосуымыз керек, өйткені ТӨЖ-е инфрақұрылымдық жобаларға үлкен инвестициялар қажет.

Осылайша, логистикалық, көлік және сауда инфрақұрылымының, сауда көлемінің, жүк тасымалы мен инвестициялардың даму жағдайларына

байланысты Қазақстан аймақтарындағы тауар өткізу жүйесінің дамуының тиімділігін DEA-талдау әдісі арқылы бағалау аймақтардағы экономикалық тиімділік пен қызмет ауқымы көрсеткіштері бойынша жіктеуге және тізімдеуге мүмкіндік берді.

Аймақтық ТӨЖ тиімділігін бағалауға арналған әдістемелік ұсыныстар ТӨЖ-ке жеткізу тізбектерін жоспарлау және басқару міндеттерін жақсартуға, сондай-ақ оның жұмыс істеу көрсеткіштеріндегі өзгерістерді ескере отырып, аймақтық жеткізу тізбектеріндегі өзгерістерді анықтауға мүмкіндік береді. Бұл ұсыныстар тауар өткізу желісінің логистикалық инфрақұрылымының даму келешектерін көрсететін аймақтардың бөлінуін анықтауға және сауда мен логистика тиімділігінің деңгейіне байланысты олардың дамуына сараланған тәсілді ұсынуға мүмкіндік береді.

Осыған байланысты мәселелерді шешудің келесі бағыттары анықталды:

- ірі қалалардағы көліктік, логистикалық және сауда тарату желілерінің біркелкі дамуы мен орналасуы халықаралық тәжірибеге сәйкес мемлекеттік деңгейде жоспарлау мен реттеуді талап етеді;

- көп функционалды логистикалық қызметтерге сұраныстың пайда болуы, жүк тасымалдау көрсеткіштерінің, жүк айналымының, көлік құралдары санының және басқалардың өсуі логистика және цифрландыру қағидаттары бойынша аймақтық тарату желісін құру кезінде кешенді тәсілдің қажеттілігін көрсетеді;

- логистика қағидаттары бойынша ТӨЖ жұмысын қамтамасыз етуге кешенді көзқарастың негізі бөлінген қызмет көрсету аймақтарында оңтайлы орналасқан және тауарлардың қозғалыс үдерістерін реттеу мен оңтайландыруға мүмкіндік беретін көп деңгейлі логистикалық хабтар, логистикалық, көліктік, таратушы және қойма орталықтары болуы мүмкін.

Бірінші бөлімнің әдебиеттері

1 HLPE. Food Security and Nutrition: Building a Global Narrative towards 2030. – 2020. - Report 15. – 112 p. - URL: <http://www.fao.org/3/ca9731en/ca9731en.pdf> (Accessed: 27.09.2023).

2 Государственная программа развития торговли Республики Казахстан на 2021-2025 годы // URL: <https://trade-help.com/torgovie-tehnologii/gpkz.html> (дата обращения 30.06.2024).

3 Аварский Н.Д., Пролыгина Н.А. Теория и методология инфраструктуры товародвижения на агропродовольственном рынке // АПК: Экономика, управление. – 2015. – № 10. – С. 73-79.

4 Нуралиев С.У. Торгово-экономическая политика и проблемы импортозамещения на продовольственном рынке // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2018. – № 1. – С. 2-5.

5 Полунина Н.Ю., Попова Е.А. Выявление перспективных направлений развития инфраструктуры агропродовольственного рынка // Российское предпринимательство. – 2018. – № 4. – С. 1035-1048.

6 Ильина З.М. Формирование эффективной системы сбыта сельскохозяйственной продукции / З.М. Ильина и др. – Мн.: Институт системных исследований в АПК НАН Беларуси, 2013. – 185 с.

7 Alexander T. C. Onstein, Lóránt A. Tavasszy & Dick A. van Damme. Factors determining distribution structure decisions in logistics: a literature review and research agenda // Transport Reviews. – 2018. - №39 (1). – P.243 – 260.

8 Ivanov D. Predicting the impacts of epidemic outbreaks on global supply chains: A simulation-based analysis on the coronavirus outbreak (COVID-19/SARS-CoV-2) case. Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review, 136, 2020, p.1-14. doi:10.1016/j.tre.2020.101922.

9 Day-Farnsworth L. & Morales A. Satiating the Demand: Planning for Alternative Models of Regional Food Distribution // Journal of Agriculture, Food Systems, and Community Development, - 2011. - №2 (1). - P.227–247.

10 Киреенко Н. В. Система сбыта продукции сельского хозяйства и перерабатывающих отраслей: зарубежный опыт // Сб. науч. тр. "Проблемы экономики" – Мн.: Институт системных исследований в АПК НАН Беларуси, 2011. - № 2 (13). - С. 116-129.

11 Hobbs, JE (2020). Food supply chains during the COVID-19 pandemic. Canadian Journal of Agricultural economics 68(2). 171-176.

12 Статистика внутренней торговли Республики Казахстан, 2023 // URL: <https://stat.gov.kz/ru/industries/economy/local-market/> (д.о. 19.09.2024).

13 Бордунов И.В. Цифровизация в управлении цепями поставок // Экономика: вчера, сегодня, завтра. - 2020. – Т.10., № 6А. - С. 177-184.

14 Binkley J.K. Nutrition and Food Choice: Home vs. Restaurants // Journal of Consumer Affairs. – 2019. - №53(3). – P.1146–1166.

15 Balkibayeva, A. et al. (2021) Development of digital technologies for agribusiness. Journal of Economic Research & Business Administration, 135(1), p. 103-114. doi.org/10.26577/be.2021.v135.i1.010

16 Mizanbekova S., Kalykova B., Turashbekov N. Grain marketing system as a condition for the food market stability. Problems of AgriMarket. 2021;4(4):128-135. <https://doi.org/10.46666/2021-4.2708-9991.14>.

17 Dobbs R, Smit S, Remes J, Manyika J, Roxburgh C, Restrepo A (2011) Urban World: Mapping the Economic Power of Cities (McKinsey Global Institute).

18 Cap Gemini (2013) Evolving e-commerce market dynamics. Cap Gemini. https://www.capgemini.com/resource-file-access/resource/pdf/evolving_e-commerce_market_dynamics.pdf.

19 Nielsen (2014) E-commerce: evolution or revolution in the fast-moving consumer goods world? <http://www.nielsen.com/content/dam/niensglobal/apac/docs/reports/2014/Nielsen-Global-E-commerce-Report-August-2014.pdf>.

20 Demir E, Huang Y, Scholts S, Van Woensel T (2015). A selected review on the negative externalities of the freight transportation: Modeling and pricing. *Transportation Res. Part E* 77:95–114.

21 Rose C. Amazon's drone fleet delivers what Bezos wants: An image of ingenuity. CBS News. -2013 (December 1).

22 Macharis C, Melo S. *City Distribution and Urban Freight Transport: Multiple Perspectives* (Edward Elgar, Cheltenham, UK). – 2011.

23 Masson R, Trentini A, Lehuédé F, Malhéné N, Péton O, Tlahig H. Optimization of a city logistics transportation system with mixed passengers and goods // *Eur. J. Transportation Logistics*. 2015. 1–29.

24 Taniguchi, E., R. G. Thompson, T. Yamada. Visions for city logistics. E. Taniguchi, R. G. Thompson, eds. *Logistics Systems for Sustainable Cities*, Proc. 3rd Internat. Conf. City Logist., Elsevier, Amsterdam, 2004, 1–16.

25 Dablanc, L., Rakotonarivo, D. The impacts of logistic sprawl: how does the location of parcel transport terminals affect the energy efficiency of goods' movements in Paris and what can we do about it?, *The Sixth International Conference on City Logistics*, 2010, vol. 2, no. 3, pp. 6087–6096.

26 Zh.Raimbekov, B.Syzdykbayeva, A.Baimbetova, Zh.Rakhmetulina. Evaluation of the influence of logistics infrastructure on the functioning and development of regional economy. *Economic Annals-XXI*: 2016, №160 (7-8), 100-104.

27 Қазақстан Республикасы Стратегиялық жоспарлау және реформалар агенттігі. Ұлттық статистика бюросы: <https://stat.gov.kz>.

28 Jyri Vilko, Boris Karandassov, Ekaterina Myller. Logistic Infrastructure and Its Effects on Economic Development. *China-USA Business Review*, 2011, N 11, p.1152-1167.

29 Липичник М.И., Лукиных В. Ф., Швалов П. Г. (2012). Логистическая инфраструктура как фактор повышения конкурентоспособности территории // [www.kgau.ru/ img/konferenc/ 2012/e38.doc](http://www.kgau.ru/img/konferenc/2012/e38.doc).

30 Zhanarys Raimbekov, Bakyt Syzdykbayeva, Darima Zhenskhan, Aydar Mukanov. Evaluation the Efficiency of Functioning and Development of Regional Distribution Networks. *Economic Annals-XXI: Volume 187. № (7-8) 2021*, Pages:114-120.

31 Andrejic, Milan, Bojovic, Nebojsa, Kilibarda, Milorad. Benchmarking distribution centres using Principal Component Analysis and Data Envelopment Analysis: A case study of Serbia. *Expert Systems with Applications*. 2013, 40 (10), 3926-3933.

32 Dano, Ferdinand. Selected Methods for Improving Effectiveness of Distribution Activities. *Proceedings of the 5th International Scientific Conference on Trade, International Business And Tourism: Application Of Knowledge In Process Of Business Dynamization In Central Europe*, 2014, 55-61.

- 33 Sun Qi; Liu Shifeng. Research on the Performance Evaluation of Logistics Distribution Centers. Conference: Management, Innovation and Development Location: Beijing, PEOPLES R CHINA, 2017.
- 34 Brzezinski, Lukasz, Cyplik, Piotr. Efficiency of sales Logistics in Own and Partner Networks. Logforum. 2020, 16(1),117-127 .
- 35 Z.S. Raimbekov, B.U. Syzdykbayeva, K.P. Mussina. Evaluations and Prospects for Developing Logistics System of the Commodity Distribution Network in the Regions of Kazakhstan. Journal of Applied Economic Sciences. 2018, XIII, (55), 174-181.
- 36 Rummel, R.J. Applied factor analysis. Evanston, IL: Northwestern University Press, 1970.
- 37 Stevens, J. P. Applied multivariate statistics for the social sciences. Hillsdale, NS: Erlbaum. 2002.
- 38 W. F. Bowlin, A. Charnes, W. W. Cooper, H. D. Sherman. Data Envelopment Analysis and Regression Approaches to Efficiency Estimation and Evaluation. Annals of Operations Research. 1985, 2, 113-138.
- 39 A. Charnes, W. W. Cooper, A. Y. Lewin, L. M. Seiford. (1994). Data Envelopment Analysis: Theory, Methodology, and Application. Boston: Kluwer Academic Publishers, 513 pp.
- 40 Charnes A., Cooper W., Rhodes E. Evaluating program and managerial efficiency: An application of data envelopment analysis to program follow through. Management Science. 1981, 27, 668–697.
- 41 Malmquist S. Index Numbers and Indifference Curves. Trabajos de Estadística. 1953, 4(1), 209–242.
- 42 Fare, R., D. Primont. Multi-Output Production and Duality: Theory and Application. Boston: Kluwer Academic Publishers, 1995, 167 p.
- 43 Using and Interpreting Cronbach's Alpha. Available at: <http://data.library.virginia.edu/using-and-interpreting-cronbachs-alpha/>
- 44 Abdi, H. Factor Rotations in Factor Analyses. Available at: <https://www.utdallas.edu/~herve/Abdi-rotations-pretty.pdf>.

2 Қазақстанның ұлттық тауар өткізу желісінің элементтерін жобалау және тиімді орналастыру

2.1 Ұлттық тауар өткізу жүйесінің негізгі элементтерін жобалау

Ауыл шаруашылығы өндірісінің аумақтық бытыраңқылығы, маусымдылығы (ауыл шаруашылығы шикізаты жылдың әр мезгілінде біркелкі түспейді), негізгі қорлардың жоғары үлесі, капитал айналымының баяулығы, ауыл шаруашылығы өнімдеріне деген сұраныстың бағалық икемсіздігі – агроөнеркәсіптік өндірістің осындай ерекшеліктері ауыл шаруашылығы өнімдерін тарату жүйесін дамытудың қажеттілігін айқындайды [1].

Ауыл шаруашылығы өнімдері өзінің физика-химиялық қасиеттеріне байланысты табиғи шығынға, бұзылуға және жойылуға бейім. Бұл ерекшеліктер өнімді қабылдау, сақтау, тасымалдау, қаптау және орау үдерістеріне тікелей әсер етеді.

Базарларды, қоймаларды, қоймаларды, ауыл шаруашылығы өнімдерін тарату орталықтарын құрудың негізгі мақсаты – ауыл шаруашылығы өнімдерін өткізу және тарату жүйесін құру.

Осы факторлардың барлығы өнім өткізу арналарының ұзындығын айқындайды. Өндірілген өнім бір сәтте тұтынылмайды, сондықтан оны жинау және сақтау қажеттілігі туындайды. Бұл жыл бойы немесе келесі өнімге дейінгі кезеңде сұранысқа сай тұрақты өткізу процесін қамтамасыз ету үшін қажет. Мұндай тұрақтылыққа тек өнімді қайта өңдеу және консервілеу, суыту, қоймалау және белгілі бір температуралық режимдерде сақтау арқылы қол жеткізуге болады. Мұның бәрі инфрақұрылымға деген қажеттілікті және тауар қозғалысының параметрлерін айқындайды.

Ауыл шаруашылығындағы тауарды тарату жүйесіне әсер ететін факторларға сүйене отырып, оның мынадай мәселері мен жұмыс ерекшеліктері бар: өнімдердің тез бұзылатындығы; арнайы сақтау және тасымалдау шарттары; ауыл шаруашылығы өнімдерінің, шикізаттың және азық-түліктің әртүрлі тұтынушылық қасиеттері; өндірістің маусымдылығы; отандық өнімнің бағалық бәсекеге қабілетсіздігі; тауар өндірушілердің көпшілігінің тұрақсыз қаржылық жағдайы; нарықтық инфрақұрылымның нашар дамуы.

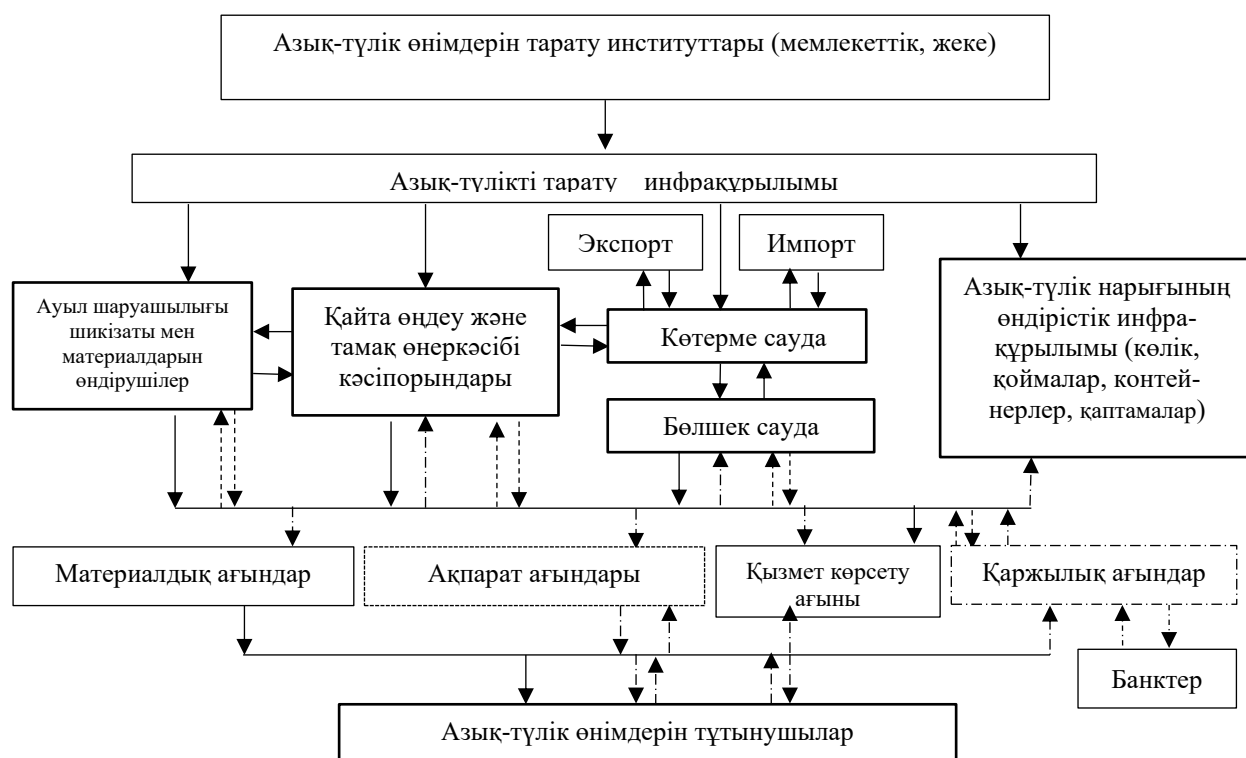
Екінші жағынан, тауар айналымының мәні тек тауарлардың таза физикалық қозғалысында ғана емес, сонымен қатар өндірушіден тұтынушыға дейінгі жолдағы шығындарды, сондай-ақ тұтынушылардың да, өндірушілердің де мүдделерін есепке алуға мүмкіндік беретін осы үдерісті ұйымдастыруда көрінеді.

Азық-түлік тізбегі бойынша тауар ағынының қозғалысына азық-түлік нарығының инфрақұрылымын құрайтын бірқатар құрылымдар қызмет көрсетеді.

Тауар өндірушілерді, өңдеуші өнеркәсіптерді, көтерме және бөлшек сауда байланыстарын және инфрақұрылымдық субъектілерді әрқайсысы бүкіл экономикалық тәуекелді жеке қабылдайтын тауарды тарату желісінің жеке бөліктері ретінде қарастыру керек.

2.1-суреттен көрініп тұрғандай, азық-түлік өнімдерінің тауар қозғалысы моделінде үш ағын бөлінеді: тауарлық, қаржылық және ақпараттық. Тауарлық ағынның негізгі элементтері технологиялық тұрғыдан сараланатын бес үдерістен тұратын құрылымда ұсынылған: тізбекке кіру, бастапқы өндіріс, қайта өңдеу/өндіріс, көтерме/бөлшек тарату және тұтыну. Жеткізу тізбегінің әрбір үлгісінде бұл бес компоненттің барлығы міндетті түрде бола бермейді, сондай-ақ көптеген жағдайларда бұл үдерістер жеке қосалқы үдерістерге бөлінуі мүмкін.

Өнімнің азық-түлік тізбегі арқылы өтуі үшін тасымалдау, сақтау және орау құралдары қажет; тізбекке қатысушылардың бір-бірімен және өнімнің сипаттамалары туралы, шарттық міндеттемелерді орындау кепілдігі, өзара есеп айырысу мүмкіндігі және т.б. туралы ақпарат болуы керек. Яғни, тауар ағыны қаржылық және ақпараттық ағындар мен институттармен ұсынылған өз ортасында жылжиды.



Ескерту - Автор құрастырған

Сурет 2.1 – Азық-түлік өнімдерінің тауар қозғалысы инфрақұрылымының құрамдас бөліктері

Қаржылық ағындар қарама-қарсы бағытта қозғалады және тізбекте көтерілетін төлемдерді қамтиды. Ақпарат екі бағытта да жүреді: тізбектің әрбір нүктесінен жеткізушілер өнімнің қасиеттері мен жарамдылығы туралы ақпаратты (төмен қарай) жібереді және өнімге сұраныс, тауарлық-материалдық қорлар және тұтынушылардың реакциялары туралы ақпаратты кері алады. Қызметтер ағыны екі бағытта да қозғалады, соның ішінде тасымалдау, сақтау, орау, білім беру, телекоммуникация, жарнама, көтерме сауданы ұйымдастырушылар (биржалар, КАТН) және т.б.

Тауар өткізу тізбегінің қатысушылары арасындағы ықтимал экономикалық байланыстардың қағидатты сұлбасы төменде көрсетілген:

- а) тауар өндіруші – тарату желісі – тұтынушылар (сату алдындағы дайындық жеткілікті болатын өнімдер: көкөністер, жидектер, сүт және т.б.);
- б) тауар өндіруші – меншікті өңдеу – тарату желісі – тұтынушы;
- в) тауар өндіруші – көтерме сатып алушы – тұтынушы;
- г) тауар өндіруші – өңдеуші кәсіпорындар – тұтынушы;
- д) тауар өндіруші – өңдеуші кәсіпорын – көтерме сатып алушы – тарату желісі – тұтынушы;
- е) тауар өндіруші - өңдеуші кәсіпорын - өнеркәсіптік кәсіпорын - көтерме сатып алушы - тарату желісі - тұтынушы.

Көтерме сауда және тарату желілері ауылшаруашылық азық-түлік өнімдерін өткізуде маңызды рөл атқарады. Өткізілетін өнімнің түріне және тауарды бөлу жүйесіндегі көтерме делдалдық құрылымдардың санына байланысты көтерме азық-түлік нарығында ауыл шаруашылығы өнімдерін, шикізатты және азық-түлікті тауарлық бөлудің негізгі нысандары мен бағыттары жинақталған. 2.2-суреттен көрініп тұрғандай, тауарды таратудың оңтайлы жүйесі жағдайында онда астық және астық өнімдерін өткізу кезінде көтерме сауда байланыстарының максималды саны, ал тез бұзылатын өнімдерді өткізу кезінде ең аз саны болады.

Ет, сүт, жеміс-көкөніс және балық өнімдерін сатудың ұтымды жүйесі бір немесе екі деңгейлі көтерме сауда жүйесін қамтиды.

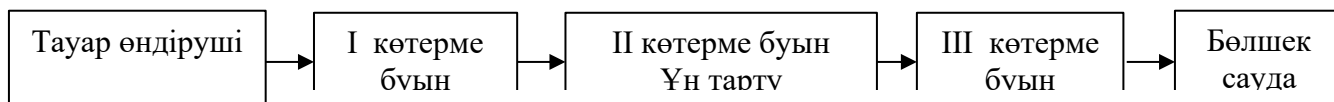
Екі деңгейлі жүйе, әдетте, өңдеуден кейін тез бұзылатын өнімдерді сату кезінде, сондай-ақ қант, өсімдік майы, кондитерлік және басқа да өнімдер түрлерін сату кезінде пайда болады. Астық өнімдерін үш деңгейлі маркетинг жүйесі жинауды, өңдеуді, өндіруді және өткізуді қамтиды.

Шағын кәсіпкерлік субъектілері сауда желілеріне келісім-шартта белгіленген өнім көлемдерін тұрақты жеткізу шарттарын орындай алмай отыр.

Импорттық өнімдер жақсы жұмыс істейтін логистикалық тізбек арқылы, максималды қауіпсіздікті қамтамасыз ететін қаптамада, үлкен көлемде және бөлшек сауда желілері үшін тартымды болып келеді, ал жемістер мен көкөністерді өндірушілер тауарларды қысқа мерзімде сатуға мәжбүр, бұл өнім бағасының төмендеуіне және 30%-дан астам шығынға әкеледі.

Қазіргі уақытта отандық және шетелдік әдебиеттерде өнімді тарату логистикасының тұжырымдамасы мен шекараларын анықтау туралы ғылыми көзқарастардың бірнеше негізгі жүйесі қалыптасты.

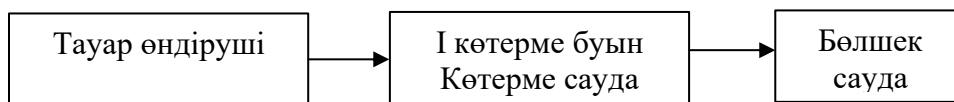
а) Астық және астық өнімдері



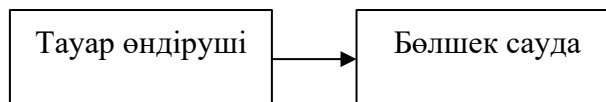
ә) Ет, сүт, жемістер мен көкөністер, балық және өңделген өнімдер



б) Балғын тез бұзылатын өнімдер



в) Балғын тез бұзылатын өнімдер



Сурет 2.2 - Көтерме азық-түлік нарығында тауар қозғалысының негізгі нысандары мен бағыттары [2]

Өнімді тарату желісін жобалаудың қолданыстағы тәсілдері олардың жеке сілтемелерін немесе элементтерін жобалауға арналған. Оларға мыналар жатады: тарату жүйелерін жобалауға арналған объектілерді орналастыру үлгілері [3], бөлшек сауда желісін жобалау (және қайта ұйымдастыру) алгоритмі [4], логистикалық жүйені құру тәсілі [5], тұтынушыларға көліктік қызмет көрсету моделін құру алгоритмі [6], өнімдер мен қызметтерді әлеуетті өткізу салаларында логистикалық функцияларды жоспарлау тәсілі [7], сауда желісінің компания үшін рационалды тарату желісін жобалау алгоритмі.

ТӨЖ-ің негізгі элементтерін жобалаудың ерекшелігі – ТӨЖ-ні қалыптастырудың қандай концептуалды тәсілі (жүйелік, желілік немесе кластерлік) қолданылатынында [8-10].

Тауарларды жылжыту логистикасын ұйымдастырудың жүйелі нысаны тұтынушыға жоғары құндылықты жасау және жеткізу үшін саналы, бірлескен, нәтижеге бағытталған әрекеттерді қамтиды. Ұйымдастырудың бұл формасы макро және мезоденгейде логистикалық жүйелерді қалыптастыру арқылы көрінеді.

Өнімді бөлуге арналған логистикалық жүйелердің ұйымдық құрылымы қызмет түрімен, қабылданған басқару тұжырымдамасымен, кәсіпорынның көлемімен және олардың қызметінің ауқымымен анықталады.

Жалпы, ішкі жүйенің екі түрі бар:

-функционалдық ішкі жүйелер. Функционалдық ішкі жүйелерді анықтау логистиканың функционалдық бағыттарымен байланысты.

Функционалды ішкі жүйелер жабдықтауда, өндіруде және таратуда негізгі логистикалық функцияларды (тасымалдау, қоймалау, жүктерді өңдеу, орау, қорларды басқару және т.б.) басқаруды жүзеге асырады. Осыған байланысты көбінесе сатып алу, сату және өндірістік процестердің ішкі жүйелерін ажыратады;

-функционалдық ішкі жүйелердегі логистикалық функциялар мен операцияларды қалыпты жүзеге асыру үшін жағдай жасауға арналған ішкі жүйелерді қамтамасыз ету. Дәстүрлі түрде логистикалық ішкі жүйелердің қосалқы кешеніне логистиканы ақпараттық, құқықтық және кадрлық қамтамасыз ету кіреді.

Логистикалық жүйенің буындары ретінде дербес заңды тұлғалар (жабдықтаушы кәсіпорындар, өндірістік кәсіпорындар, сауда және делдалдық ұйымдар және т.б.), сондай-ақ кәсіпорынның құрылымдық бөлімшелері бола алады.

Логистикалық жүйенің буындары (элементтері) белгілі бір тәртіппен логистикалық тізбекті құрайды.

Жүйелік тәсілді үш деңгейлі иерархиялық құрылым ретінде көрсетуге болады: бірінші деңгей – ішкі жүйелер, функционалдық және қолдаушы. Екінші деңгей – логистикалық байланыстар, үшінші деңгей – жүйелік элементтер [9].

Бұл жүйенің соңғы нәтижесі тұтынушыларға қызмет көрсету деңгейін қамтиды. Ол мыналарға байланысты:

- тапсырысты орындау жылдамдығы (тапсырыс жіберілген сәттен бастап тауарды алғанға дейінгі уақыт);
- арнайы тапсырыс бойынша тауарларды жедел жеткізу мүмкіндігі;
- жеткізілген тауардан ақау анықталса, оны қайтаруға және тез арада ауыстыруға дайын болу;
- жеткізілетін тауар ағындарының сапасы;
- тасымалдау шарттары және көлік түрі мен көлік құралын таңдау мүмкіндігі;
- қойма қорларының оңтайлы деңгейін сақтау және тауарларды сақтаудың қажетті шарттарын сақтау;
- сатып алушыға тауарларды тарату қызметтері көрсетілетін баға деңгейі;
- тұтынушының сұранысы бойынша жөнелтудің әр түрлі партиялық өлшемдерін қамтамасыз ету.

Макродеңгейде жоғарыда аталған кезеңдерді жүзеге асыру үшін өнімді тарату жүйесі келесі элементтерді қамтуы керек:

- жүктерді тасымалдауды және тиеу-түсіру және қоймалық операциялар кешенін қамтамасыз ететін ұйымдар;

- сауда орындарында тауарларды сақтауды және өңдеуді қамтамасыз ететін делдалдар;

- тұтынушымен байланыстарды қамтамасыз ететін сату элементі (көтерме саудагерлер, бөлшек сауда дүкендер желісі, биржалар, сауда үйлері және т.б.);

- тұтынушыдан сатушыға немесе өндірушіге өнім туралы ақпаратты беру туралы кері байланысты қамтамасыз ететін коммуникациялар.

Барлық белгіленген элементтер өзара байланысты. Олардың кез келгенінде жіберілген кемшіліктер бүкіл өнімді тарату жүйесіндегі теңгерімсіздікке әкелуі мүмкін.

Желіні жобалау процесінде мына аспектілерді ескеру қажет: географиялық, ақпараттық, экономикалық, институционалдық [9].

Логистикалық желіні жобалау келесі мәселелерді шешуді талап етеді: біріншіден, логистикалық желіге кіретін серіктес кәсіпорындар арасындағы өзара қатынастарды оңтайлы ұйымдастыру. Бұл мәселе желі деңгейіндегі логистиканы ұйымдастыруға қатысты. Басқару тиімділігіне және желі деңгейіндегі логистикалық үдерістерге қол жеткізу желілік серіктестердің тәуелсіздігі мен кәсіпорындардың желілік құрылымдарға еркін бірігуі себебінен қиындайды.

Логистикалық желінің қатысушылары – өндірістік компаниялар мен инфрақұрылымдық кәсіпорындар. Жүйелік формадан айырмашылығы желілерде көптеген өндірістік кәсіпорындар, шикізат пен материалдарды жеткізушілер, қойма кешендері мен терминалдар, белгілі бір функционалдығы бар көлік компаниялары болуы мүмкін. Кез келген уақытта желілерде белгілі бір жұмыс түрін орындауға бірнеше өтініш берушілер болады, сондықтан объективті және субъективті себептердің әсерінен логистикалық желіде құрылымдық динамика байқалатынын ескеру қажет;

-екіншіден, белгілі бір кәсіпорынның желідегі қызметін осы кәсіпорын орындайтын басқа логистикалық міндеттермен үйлестіру қажет. Бұл мәселе логистикалық желінің әрбір тәуелсіз қатысушысы үшін ішкі логистиканы ұйымдастыруға қатысты.

Бұл мәселені шешу кәсіпорын ішінде ресурстардың барлық түрлерін ұтымды және тиімді бөлуге негізделуі керек. Бұл әрбір желі қатысушысына нақты желілік және операциялық функцияларды орындауға мүмкіндік береді.

Желілік құрылымдарда қызметкерлердің коммуникациялық қабілеттері және олардың қақтығыстарының болмауы маңызды рөл атқарады. Осыған байланысты желілік тапсырмаларды орындауға неғұрлым қолайлы қызметкерлерді анықтау және оларға желілік тапсырмаларды беру қажет.

Логистикалық желіні жобалау кезінде желі қатысушылары әрқашан тұрақты бола бермейтінін және желіге жаңа серіктестердің қосылуы мүмкін екенін ескеру қажет. Дегенмен, орындалатын функциялар жиынтығы әрқашан өзгермейді, сондықтан желінің құрылымы өзгерген кезде желіге

жаңа қатысушыны тарту немесе бұл функцияларды бар субъектілерге тағайындау қажет.

Желіге қатысушылардың функцияларын сипаттау кезінде таңдалған қатысушылар өз құзыреттерін орындайтын аумақтық шекараларды ескеру қажет. Желіге қатысушылардың жалпы санымен бірге функциялар желінің тығыздығын, тұрақтылығын және қосылыстардың сипатын («жұмсақтық» немесе «қаттылық» дәрежесі) анықтауға мүмкіндік беретін желінің құрылымдық қасиеттерін анықтайды.

Пайда болатын тәуекелдер әртүрлі белгісіздік факторларымен (ішкі, сыртқы, объективті, субъективті және т.б.) тікелей байланысты.

Қарастырылған белгісіздік факторларын ескере отырып, сенімділік пен тұрақтылық маржа деңгейі арқылы жүзеге асырылады.

Логистикалық желінің тұрақтылық маржасын құру, бір жағынан, желіге ең жоғары сенімділік деңгейі бар кәсіпорындарды таңдаумен, ал екінші жағынан, жоспарлау алгоритмдеріне әртүрлі сақтандыру параметрлерін (буферлік интервалдар, қорлар және т.б.) енгізумен байланысты.

Логистикалық желіні жобалаудың маңызды кезеңі оның жұмысының тиімділігін бағалау болып табылады. Бұл кезеңнің күрделілігі мынада: тиімділікті логистикалық желінің әрбір қатысушысы қойылған мақсатқа жету дәрежесіне және белгілі бір экономикалық немесе логистикалық көрсеткіштердің, сондай-ақ тұтастай алғанда желінің жақсаруына байланысты бағалайды. Кешенді (желі бойынша бағалау) желінің өзгеріссіз құрамда жалғасуының немесе оны қайта құрылымдаудың орындылығын анықтауға мүмкіндік береді.

Сауда-логистикалық кластер дербес нысан ретінде шикізатты жеткізушілер мен өндіруші компаниялардан бір-бірімен қосылған құн тізбегі шеңберінде өзара әрекеттесетін тұтынушыларға дейінгі технологиялық тізбектерді басқару және осы аумақтың дамуына ықпал ететін белгілі бір аумақтың логистикалық әлеуетін арттыру мақсатында қалыптасады.

Логистикалық кластерді қалыптастыру шарттарын 6 топқа біріктіруге болады: экономикалық жағдайлар; кеңістіктік жағдайлар; ресурстардың шарттары; институционалдық жағдайлар; инфрақұрылымдық жағдайлар; бәсекелестік шарттары.

Логистикалық кластердің орталығы көбінесе бір немесе бірнеше тәуелсіз ірі компаниялар болады, олардың арасында бәсекелестік қатынастар сақталады.

Осылайша, барлық аталған тәсілдер ұлттық тауар өткізу жүйесінің жеке элементтерін (ауыл шаруашылығы кәсіпорындары, сауда кәсіпорындары) жобалау кезінде де, сондай-ақ жалпы алғанда, нысанның мақсатты тағайындалуына байланысты пайдаланылуы мүмкін.

Арнайы әдеби дереккөздерді зерделеу экономистер ауылшаруашылық ұйымының өткізу стратегиясын құруға көптеген тәсілдер бергенін көрсетеді.

Ауыл шаруашылығы ұйымының өткізу стратегиясын құрудың негізгі тәсілдерін шетел ғалымдары зерттеген: Дж.О'Шонеси [12, 730 б.]; D. Day, [13, 412 б.]; И. Ансофф [14, 412 б.]; Ф.Котлер [15, 554 б.]; Е.А. Голиков [16, 56 б.]; В.Г. Гусаков, З.М. Ильин [17, 3 б.]; Н.В. Киреенко [18, 97 б.].

Қазіргі маркетингтік және логистикалық концепцияларға негізделген өнімді өткізуді ұйымдастыру және басқару моделі келесі кезеңдерден тұрады

Өнім өткізуді ұйымдастыру мен басқару моделі заманауи маркетингтік және логистикалық тұжырымдамаларға сүйене отырып, келесі кезеңдерден тұрады [18, 36 б.].

1) Коммерциялық бөлу келесі функцияларды орындайды: маркетингтік талдау, жоспарлау, кәсіпорынның өткізу қызметін бақылау және реттеу;

2) өткізу логистикасы: тауарлық-материалдық қорларды басқару, жүктерді өңдеу, тасымалдау, логистикалық қызмет көрсету;

3) физикалық бөлу (өнім тарату): тапсырыстармен жұмыс, өнімнің физикалық қозғалысы.

Зерттеулер көрсеткендей, азық-түлік өнімдерін өткізудің заманауи стратегиясын қалыптастыру әдіснамасы келесі қағидаттарға негізделуі тиіс [18, 100-б.]: кешенділік, жүйелік көзқарас, маркетингтік тәсіл, сондай-ақ ең қолайлы өткізу арналары мен ынтымақтастық нысандарын (құқықтық, ұйымдастырушылық, экономикалық) таңдау арқылы тауар өткізу және тауарды сүйемелдеу желісін қалыптастыру.

Жылжыту стратегиясын құру технологиясы оны жүзеге асырудың келесі реттілігін болжайды [18, 107 б.].

Бірінші кезең ауыл шаруашылық кәсіпорнының жалпы және маркетингтік саясатымен бірге өткізу стратегиясын анықтаумен байланысты.

Екінші кезеңде кәсіпорынның өнімді өндіру және жылжыту саласында тиімді жұмыс істеуінің қажетті шарты ретінде тарату арналарының оңтайлы құрылымы қамтамасыз етіледі.

Үшінші кезең кәсіпорынның нақты жұмыс шарттарына сәйкес келетін жабдықты пайдалану арқылы ағындық процестерді оңтайландыруды қамтиды.

Төртінші кезең логистикалық және маркетингтік функциялардың жиынтығын қалыптастыруға, сондай-ақ оларды жылжыту стратегиясына қатысушылар арасында бөлуге бағытталған.

Қорытынды кезең болып табылатын бесінші кезең нарықты жылжыту стратегиясының жүзеге асырылуын басқару мен бақылауды қамтиды.

Азық-түлік нарығының өткізу инфрақұрылымын қалыптастыру моделі интеграцияланған жүйелік тәсілге негізделген.

Бірінші кезеңде азық-түлік нарығының институционалдық инфрақұрылымын қалыптастыру және оның тиімді жұмыс істеуін қамтамасыз ету қажет.

Екінші кезең азық-түлік нарығының тауарды тарату инфрақұрылымын: функционалдық және жүйе құраушы ішкі жүйені құру схемасын жобалауды қамтиды.

Функционалдық ішкі жүйе маркетинг, ақпарат, байланыс, орау, сақтау және тасымалдаудан тұрады. Жүйе құрушы ішкі жүйелер көтерме нарықтарды, биржаларды, терминалдарды, дистрибьюторлық орталықтарды және сауда фирмаларын қамтамасыз етеді.

Отандық қойма және көлік жүйесін дамытудың негізгі бағыттарына мыналар жатады: тарату-көлік орталықтарын құру; мемлекеттік қор өнімдерін, сыртқы саудадағы азық-түлік байланыстарын, биржалық сауданы сақтау үшін қызмет көрсететін ауыстырып тиеу және жинақтау қойма шаруашылығын дамыту; ауыл шаруашылығы және өңдеу кәсіпорындарының сақтау нысандары мен көлік паркін, шағын көкөніс-жеміс базаларын, элеваторларды тік интеграцияланған агроөнеркәсіптік өткізу құрылымдарына біріктіру.

Осылайша, сауда-саттық жүйесін дамыту агроөнеркәсіптік кешеннің логистикалық әдістерін, тәсілдері мен стратегияларын қолдануға негізделуі тиіс. Сондықтан бұл саладағы өзгерістер келесі басымдықтарға ие болуы қажет.

1. Ауыл шаруашылығы өнімдерін нарыққа шығаруды және оған басымдық беруді қамтамасыз ететін маркетингтік-логистикалық орталықтарды құру.

2. Делдалдардың қатысуымен өнімді өткізудің баламалы арнасы ретінде көтерме сауда нарықтарының тиімділігін арттыру, өнімді өндірушілер мен тұтынушылардың тікелей байланысын қамтамасыз ету.

3. Ауыл шаруашылығы кәсіпорындарының тиімділігін қамтамасыз ету мақсатында нарықтық жағдайды болжауға және маркетингтік әсер етудің тиісті шараларын әзірлеуді жоспарлауға мүмкіндік беретін маркетингтік ақпарат пен зерттеулердің біріктірілген жүйесін қалыптастыру.

4. Ауыл шаруашылығы шикізаты мен азық-түлік нарығында делдалдық сауда саласында тауар биржасының нақты қызметі үшін жағдай жасау, форвардтық және фьючерстік келісімшарттарды кеңінен қолдану.

5. Ауыл шаруашылығы нарығын реттеудің мамандандырылған мемлекеттік құрылымын құру.

6. Сапаны бақылаудың отандық жүйесін, ережелер мен стандарттауды еуропалық және әлемдік стандарттарға жақындату.

Үшінші кезең ауыл шаруашылығы өнімдері мен азық-түлікті ілгерілетудің тиімді жүйелерін қалыптастыруды көздейді. Сыртқы және ішкі факторлардың әсерінен тауар өндіруші өнімді таратудың қолайлы формаларын, әдістерін және арналарын таңдайды.

Ауыл шаруашылығы және азық-түлік өнімдерін сыртқы және ішкі нарықтарда жылжыту арналарының тиімділігі бәсекелестік ортаның факторларына және тарату нысандарына байланысты, олардың ең маңыздылары мыналар болып табылады: өнімді өткізу арналарының

шығындары және сауда маржалары; өткізу арналарын бақылау мүмкіндігі; азық-түлік тауарларының сыртқы нарықтары мен сегменттерін қамту; өткізу арналарының ұзындығы мен ондағы делдалдардың тұрақтылығы; ассортименттік топтың кеңдігі мен өнім қорының көлемі; жаңа маркетингтік идеяларды қолдану мүмкіндігі.

Кәсіпорын факторлары маркетингтің әртүрлі әдістерін (тікелей, жанама және/немесе аралас) қолдануды анықтайды. Кәсіпорынның тарату жүйесінің құрылымы оның өнімімен тікелей анықталады.

Модельдің төртінші кезеңі азық-түлік нарығын сауда ұйымдарымен инфрақұрылымдық қамтамасыз етуді бағалау бойынша кешенді жұмыстарды қамтиды. Қазіргі уақытта шетелдік және отандық тәжірибе нарық инфрақұрылымының даму деңгейін талдауға бірнеше тәсілдерді бөліп көрсетеді. Олардың бірі, бірнеше көрсеткіштерді ескере отырып, азық-түлік нарығын сауда ұйымдарымен инфрақұрылымдық қамтамасыз етуді кешенді бағалау әдістемесін ұсынады: кәсіпорын қызметінің жағдайын талдау; кәсіпорынның нарықтағы сауда қызметін кешенді зерттеу; сауда инфрақұрылымының функционалдық қосалқы жүйелерін (логистикалық және маркетингтік құрамдас бөліктері) экономикалық бағалау; сауда инфрақұрылымының жүйелік элементтеріне қажеттілікті есептеу; бағалау нәтижелерін түсіндіру [19, 20 б.].

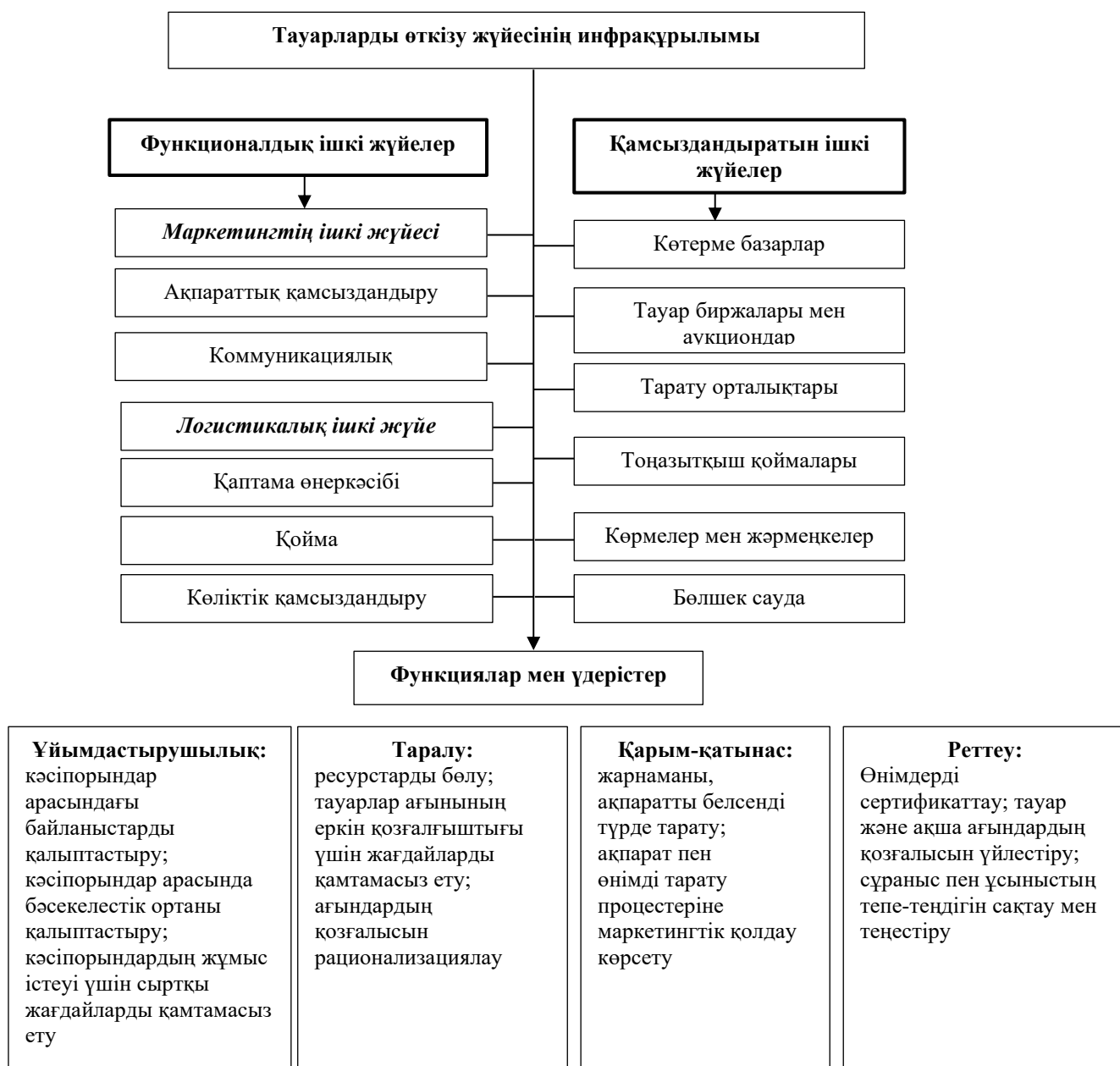
Азық-түлік нарығының тауарды өткізу жүйесінің инфрақұрылымының құрылымы екі ішкі жүйеден тұрады: функционалдық (маркетингтік, логистикалық) және қолдаушы (нарықтар, биржалар, сауда кәсіпорындары), олардың әрқайсысы сәйкес функциялар мен үдерістерді орындайды: ұйымдастырушылық, өткізу, байланыс және реттеу (2.3-сурет).

КБО ұйымдастырудың негізгі кезеңдері мыналарды қамтиды:

1. КБО қажеттілігін анықтау және орналасу орнын таңдау;
2. құрылыс салуға арналған жер учаскелерін анықтау;
3. ұйымдастыру формасын таңдау;
4. қаржыландыру көздерін анықтау;
5. ұйымдастыру құрылымын қалыптастыру, қызметтерін анықтау;
6. жоба бастамашылары арасындағы қарым-қатынасты қалыптастыру;
7. КБО сыйымдылығын анықтау;
8. маркетингтік және логистикалық стратегияны әзірлеу.

КБО ұйымдастырудың бірінші кезеңінде қызмет көрсетілетін аумақтың шекарасын анықтаудың оңтайлы шешімі ретінде орналасқан жерді таңдау басты мәселе болып табылады. Орналастыру нұсқасын таңдау кезінде мынадай іс-әрекеттер ұсынылады: 1) КБО-ын орналастыру туралы шешім қабылдауға әсер ететін факторларды таңдау, оларды стандарттау және салмақтық коэффициенттерді анықтау; 2) салмақтық коэффициенттерді ескере отырып, тандалған факторлар бойынша КБО орналастыру мүмкіндігіне әрбір ауданның рейтингтік бағасын есептеу; 3) «ауырлық центрі» әдісін қолдана отырып КБО-ты орналастыруды нақтылау [20].

Агроөнеркәсіп кешеніндегі кәсіпкерлік жүйесін дамыту үшін ауыл шаруашылық өнімдерін тарату орталықтарын құрудың әдістемелік тәсілі ұсынылады. Облыстың аграрлық секторының кәсіпкерлік жүйесінде көтерме азық-түлік нарығын қалыптастыру үдерісінің кезеңдері [21]: 1) көтерме азық-түлік нарығының қызмет көрсету аймағын зерттеу, 2) көлік инфрақұрылымын зерделеу, 3) ауыл шаруашылығының тарату орталығын құру үшін учаскені таңдау.



Сурет 2.3 - Азық-түлік нарығында тауар өткізу инфрақұрылымын құру сұлбасы

Аймақтық логистикалық индустриалды паркті құру алгоритмі [22]:
 1. құрудың стратегиялық мақсаты мен міндеттерін анықтау;

2. ұйымдастырушылық-экономикалық әдісті қалыптастыру және іске асыру схемасын әзірлеу, оның ішінде: индустриялық-логистикалық паркті (ИЛП) құру мен оның жұмыс істеуінің бизнес-моделін таңдау және паркті құруға жауапты уәкілетті органды айқындау.

3. орналасқан жерді таңдау;

4. функционалдық құрылымды қалыптастыру;

5. тұрақты жұмыс істеу шарттарын анықтау;

6. жобаны іске асыруды әлеуметтік-экономикалық бағалау.

Шетелдік жүргізілген зерттеулеріне сүйене отырып, тарату желісінің элементтерін (КБО, ТО, ЛО) жобалаудың неғұрлым қолайлы алгоритмін тұжырымдауға болады:

1. аймақтардың тауар нарығының инфрақұрылымының элементтерімен (ең алдымен сауда, логистика және көлік инфрақұрылымы) қамтамасыз етілуін талдау және бағалау;

2. логистикалық объекті мен субъектісін, яғни сауда кәсіпорнының тарату жүйесін (оның масштабын, тарату арнасындағы рөлін және т.б.) және тауар ағынының параметрлерін (оның құрамы, құрылымы және т.б.) анықтау;

3. азық-түлік тауар нарығының инфрақұрылымының қызмет көрсету аймағын зерделеу;

4. азық-түлік нарығында сауда-логистикалық инфрақұрылым объектілерін орналастыру үлгісін әзірлеу;

5. функционалдық құрылымды қалыптастыру. Қалыптастыру мен пайдаланудың ұйымдық-экономикалық әдісін әзірлеу, оның ішінде: ТӨЖ элементтерін құру және пайдалану үшін бизнес-үлгіні таңдау және ТӨЖ элементтерін құруға жауапты уәкілетті органды анықтау;

6. тұрақты жұмыс істеу шарттарын анықтау;

7. жобаны іске асыруды әлеуметтік-экономикалық бағалау.

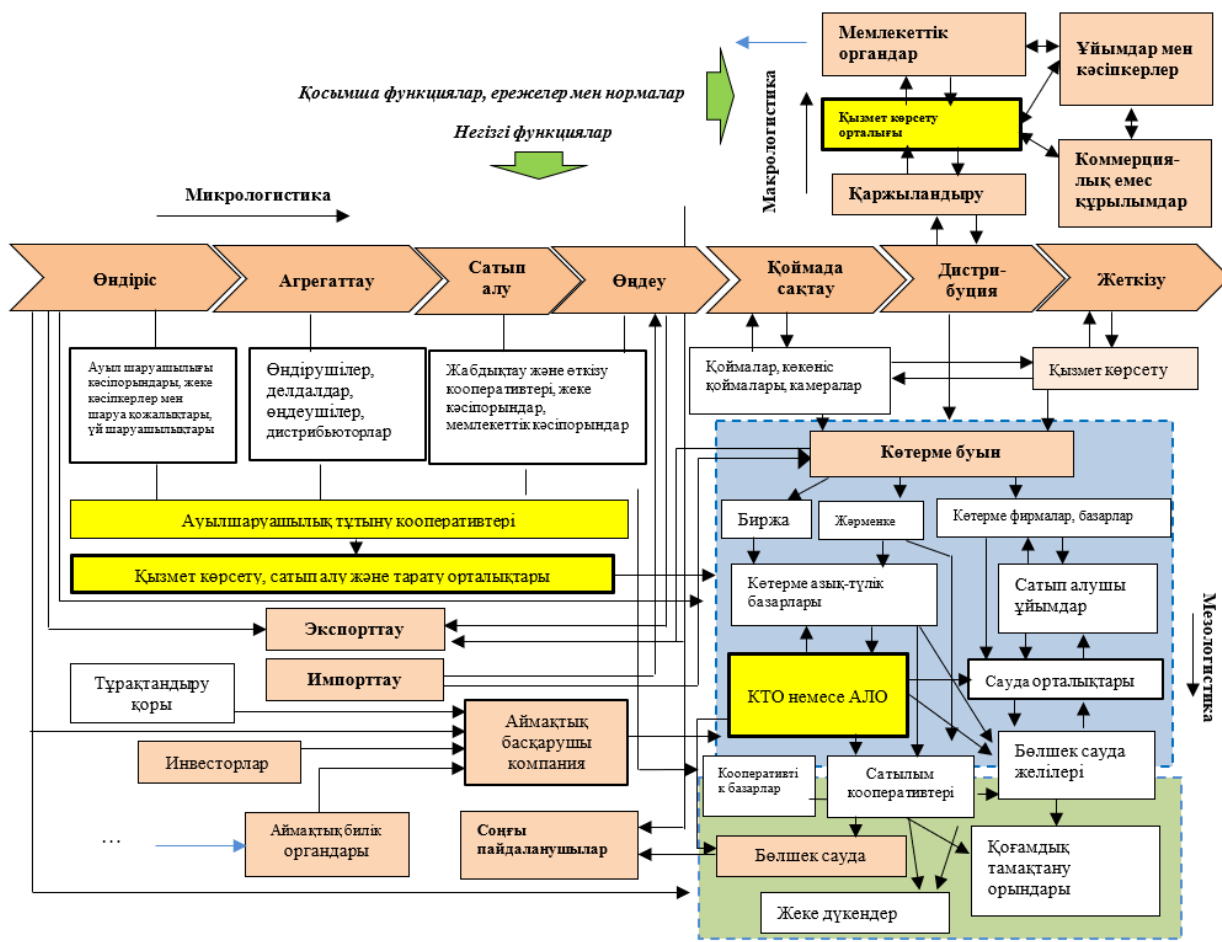
Азық-түлік өнімдерін тарату жүйесіндегі кәсіпорындардың орны мен рөлі және материалдық ағындарды басқару құралдарын таңдау оның кеңістіктегі орналасуына және логистикалық тізбектегі орналасуына байланысты (2.4-сурет). Біз бұл тармақталған, құрылымдық және біздің ойымызша, тиімді жұмыс істейтін өндіріс жүйесін, халықаралық және отандық тәжірибені зерделеу негізінде ауыл шаруашылығы және азық-түлік өнімдерін тарату экспорттық-импорттық теңгерімді жүйесін ұсындық.

Құрамдас бөліктер ретінде жеке компаниялар, мемлекеттік сатып алу ұйымдары, кооперативтер, аукциондар және көтерме сауда базарлары болып табылады. Олардың барлығы ауылшаруашылық азық-түлік өнімдерін тарату жүйесінің құрамдас бөлігі болып табылады.

Біздің ойымызша, ұсынып отырған ТӨЖ-ің жобалау моделінің ерекшелігі – оның кеңістіктік-уақыттық орналасуында және барлық ТӨЖ элементтерінің микро-, мезо- және макрологистика негізінде өзара тиімді әрекеттесуін қамтамасыз ететін кешенді әрі жүйелі тәсілдің қолданылуында.

Логистиканың барлық үш құрамдас бөлігі өнімді тарату процестерін жүзеге асырады.

Микрологистикалық блок жекелеген кәсіпорындардың қызметін жүзеге асырады және тауар ағынын өңдеу кезеңіне сәйкес келесі буындарға бірізді түрде жеткізуді қамтамасыз етеді.



Ескерту - Автор әзірлеген

Сурет 2.4 - Қазақстан Республикасындағы ауылшаруашылық азық-түлік өнімдерінің қозғалысы жүйесі және аймақтық азық-түлік тауар өткізу жүйесінің ұсынылатын құрылымы

Микрологистиканың міндеттері сауда кәсіпорны қызметінің келесі негізгі бағыттары бойынша іскерлік және технологиялық процестерді жүзеге асыру болып табылады:

- нарық конъюнктурасын зерттеуді қоса алғанда, тауарларды кейіннен қайта сату мақсатында сатып алу;
- сатып алынған өнімді кейіннен қайта сату үшін өңдеу, оның ішінде оны өндіріске және түпкілікті тұтынуға дайындау;
- қоймалау, ауарлық-материалдық қорларды басқару операцияларының барлық кешенін қоса алғанда;
- тұтынушыларға тауарларды жеткізу, оның ішінде келісім-шартты басқару;

- тұтынушыларға қызмет көрсету, оның ішінде коммерциялық делдал көрсететін қызметтердің толық кешені.

Мезологистикалық блок тарату арнасындағы корпоративтік құрылымдардың жұмыс істеу процесі ретінде анықталады. Нәтижесінде тарату арнасының ішінде ағынды ұйымдастыру жүйесі қалыптасады, біріншіден, нарықтық сипатта (әртүрлі шаруашылық субъектілерінің өзара әрекеттесуінде) және екіншіден, әкімшілік сипаттағы (корпорацияның құрылымдық бөлімшелері арасындағы аударымдарды жүзеге асыру кезінде бұл жағдайда ағынның параметрлері оңтайлы мәндерді есептеу арқылы қалыптасады).

Мезологистиканың міндеттері корпоративтік сауда құрылымының келесі маңызды мүмкіндіктерге ие болуымен байланысты:

-стратегиялық жоспарлау және ресурстарды оның бөлімшелері арасында тиімді бөлу;

-ынталандыру және бақылау құралдарын саралап қолдану.

Макрологистикалық блок сыртқы немесе ішкі нарықта берілген арнада жұмыс істейтін тарату, қаржылық және қызмет көрсету құрылымдарының барлық жиынтығын қамтиды.

Мұнда маңызды міндет сауда логистикалық блоктарының шекараларын анықтау болып табылады. Ол үшін қолайлы болып табылатын тауар ағындарын басқару құралдары мен әдістерінің тізімі кәсіпорынның осы кеңістіктің қандай деңгейінде орналасқанына байланысты.

Макрологистиканың міндеттері ТӨЖ элементтерінің жұмыс істеуі үшін жағдайлар мен кешенді қызметтерді қамтамасыз ету болып табылады.

Орталықта нарыққа өнімдер мен қызметтерді жеткізетін құн тізбегі мен аймақтық тарату желісі бар. Олардың жұмыс істейтін ортасы негізгі функциялармен қалыптасады: өндіру, жинақтау, сатып алу, өңдеу, қоймалау, тарату және тұтыну.

Олар қызмет ететін макроорта (макродеңгей) мемлекет, кәсіпорындар және коммерциялық емес құрылымдар (мысалы, ақпарат, оқыту, қаржыландыру, шикізат), ережелер мен ережелер арқылы қызмет көрсету орталықтары арқылы қамтамасыз ететін қолдау функцияларымен қалыптасады. Құн тізбегінің жұмысына әсер ететін деп танылған қосалқы функциялар мен ережелердің әрқайсысын сол нарық схемаларымен байланыстырылған тәуелсіз нарық схемасы ретінде қарастыруға болады. Қызмет көрсету орталығының негізгі қызметі – аймақтық АШӨӨЖ қатысушыларына қатысты барлық реттеуші, бақылаушы, қолдаушы және ынталандырушы іс-шараларды жүзеге асыру.

Мезологистикалық жүйеге аймақтық АШӨӨЖ кіреді.

Аймақтық АШӨӨЖ негізін облыстың әр ауданында құрылған ауыл шаруашылығын жабдықтау және өткізу тұтыну кооперативтері және қоймалар мен тарату орталықтары құрайды [23].

Аймақтық АШӨӨЖ өндірушілер мен сатып алушыларға бағалар мен аймақтық ауыл шаруашылығы нарығының жағдайы, өнімнің сапа

параметрлері туралы жедел және сенімді ақпарат алуға көмектеседі; ауыл шаруашылығы өнімдерін және азық-түлікті тікелей экономикалық қатынастар арқылы, оның ішінде алдын ала төлемсіз, кейінгі төлемдер мен тауарларды жеткізу кепілдігімен сатып алу және сату.

Біздің ойымызша, мезоденгейдегі аймақтық АШӨӨЖ интеграциялық өзегі логистикалық КБО болуы керек. Негізгі функциясы – шағын, орта және ірі өндірушілерді біріктіру, отандық, экспорттық және импорттық өнімдерді тарату.

Тауар өткізу жүйесінің қатысушыларына мыналар жатады: ауыл шаруашылығы жабдықтау-өткізу тұтыну кооперативтері, шаруа (фермерлік) және жеке қосалқы шаруашылықтар; өңдеу кәсіпорындары; контейнерлер өндіруші кәсіпорындар; көлік компаниялары, ауыл шаруашылығы өнімдерінің сапасын сертификаттайтын органдар; сауда компаниялары, көтерме-дайындау ұйымдары; банктер; ауыл шаруашылығы несиелік кооперативтері; өнімді тасымалдау және сақтау кезінде сақтандырумен айналысатын сақтандыру компаниялары.

Біздің ойымызша, жұмыс істеп тұрған көтерме сауда ұйымдарын ел аумағын барынша қамтитын, тауарды тарату инфрақұрылымын орналастыру кезінде бір желілік принципті қолданатын көтерме-бөлу сауда жүйелеріне айналдыру керек.

Жергілікті ауыл шаруашылығы тауарын өндірушілердің бірлестіктеріне (ауыл шаруашылығы тұтыну кооперативтері) аймақтық ТО-ын құру және олардың жұмыс істеуін ұйымдастыру, қаржылық және өзге де мемлекеттік қолдауды қамтамасыз ету орынды.

Көп жағдайда КБО қалыптастыруды өңдеуге арналған ішінара қосымша жабдықтары (тазалау, жуу, сұрыптау, орау) бар ауыл шаруашылығы өнімдерін сатумен айналысатын ірі компаниялар арқылы жүзеге асыру ұсынылады.

Қаржыландыру көздері ретінде КБО акционерлерінің меншікті қаражаттары да, сондай-ақ қарыз қаражаттары, коммерциялық банктердің несиелері, лизинг арқылы тартылатын қаражаттар немесе мемлекеттік бағдарламалар аясында компаниялармен немесе аймақтық бағдарламалармен бірлесіп қаржыландыру шарттарымен тартылатын мемлекеттік қолдау қаражаттары бола алады.

Нарықтардағы тарифтерге мемлекеттік бақылауды жүзеге асыру, отандық өндірушілердің кедергісіз қолжетімділігін қамтамасыз ету және бағаны ұстап тұрудың қажетті тиімділігін алу үшін Еуропа елдерінің тәжірибесі негізінде КБО және агрологистикалық орталықтар (АЛО) желісі құрылады. Бұл өнімді қайта бөлудің тиімді аймақаралық арналарын құруға мүмкіндік береді. АЛО ауылшаруашылық өндірісі орталықтарына жақын орналасады, бұл шаруаларға өз өнімдерін сақтау, орау және жеткізуді ұйымдастыруға мүмкіндік береді. Бұл ретте КБО және АЛО параметрлері қолданыстағы инфрақұрылымның қажеттіліктері мен қолжетімділігіне байланысты әр түрлі болады.

КБО және АЛО өкілдері болып табылатын мемлекет ауыл шаруашылығы өнімдерін өндірушілерден кепілдендірілген баға бойынша сатып алады, ал өндіруші өз өндірісін жоспарлауға және кеңейтуге мүмкіндік алады.

Айта кетерлігі, бастапқы кезеңде бұл механизмді жүзеге асыру үшін мемлекет тарапынан қомақты шығындар қажет. Дегенмен, ұзақ мерзімді болашақта сатып алу бағасына кепілдік беру жүйесінің құрылуымен нарықтың тұрақтануы, сондай-ақ КБО-ың өзін-өзі қамтамасыз етуі күтілуде.

Бұл ретте мемлекеттік субсидиялаудың қолданыстағы жүйесі құрылып жатқан тауарды бөлу жүйесіне байланысты болады. Бірінші кезекте субсидияларды КБО және АЛО жүйесі арқылы өнімдерін өткізетін ауыл шаруашылығы тауар өндірушілері алады.

Тауарды бөлу жүйесінің ТО жабдықтау және өткізу тұтыну кооперативтерінің жанынан да құрылады және тауарларды жеткізу және қабылдау орындары болып табылады. Бұл тәсіл арқылы жеткізушілер мен тауар өндірушілер сатуға және жеткізуге, ал көтерме және бөлшек сауда компаниялары немесе сауда желілері тауар өнімдерін бірыңғай тұрақты орталықтарда сатып алып, қабылдай алады. Бұл ретте баға белгілеу белгілі бір аумақтағы франко-қойма – тарату орталығы негізінде қалыптасады.

КБО өзінің толық даму сатысында өнімді сатып алуды, оларды сақтауды, сату алдындағы дайындауды (сұрыптауды, жууды, орауды), алғашқы өңдеуді (жартылай фабрикаттарды өндіру) және оларды орауды жүзеге асыра алады; өнімді сату (жеткізушілердің, көтерме сатып алушылардың, дүкендер желісінің және т.б. тұтынушылар базасын құру); ақпараттық-талдау орталықтарын құру және сатып алушылар мен сатушыларды жедел маркетингтік ақпаратпен қамтамасыз ету; басқаруды автоматтандырудың кешенді жүйесі арқылы тауар айналымын талдау және икемді басқару; көлік қызметін көрсету (өндірушіден ауыл шаруашылығы өнімдерін және тұтынушыға дайын өнімді жеткізу); делдалдық және басқа қызметтерді көрсету (несие беру, сақтандыру); әмбебап сауда және қойма үй-жайларын жалға беру [20].

Көп функционалды КБО шағын бизнеспен ғана емес, болашақта орта және ірі компаниялармен де ынтымақтасады, соңғыларын импортты алмастыру бағдарламасына тартады және ішкі нарық субъектілерімен ынтымақтасады.

Қазіргі уақытта МЖӨ негізінде КБО құрылуына қарамастан, мемлекеттік қолдау орталықты салуға жұмсалған шығындардың бір бөлігін өтеуге субсидия беру бөлігінде ғана ескерілуі керек, ал ұйымдық-құқықтық құрылымы ашық акционерлік қоғам болады.

Өндірушілермен жұмыс істеу үшін арнайы бірыңғай орталықтары бар КБО бағаны тұрақтандыру және отандық өндірушілердің мүдделерін қорғау кепілі болып табылады [24].

КБО аймақтың негізгі көлік магистральдарына тікелей жақын жерде орналасады. ТО құрамына мыналар кіреді: көкөніс қоймалары; тоңазытқыш

қондырғылар; өнімді сатуға дейін дайындайтын цехтар; автокөлікке арналған тұрақ; қаптама өнімдерге арналған қойма алаңдары; орталықтың жеке автокөліктеріне арналған гараждар; қоғамдық тамақтану пункттері және тағы басқалар.

ТО пайдалану сатып алушыларға тауарларды іздеуге, қабылдауға және сақтауға шығындарды азайтуға мүмкіндік береді, өйткені сатып алынған өнімдердің көпшілігін бір жерден және тауарларды ТО-ың қоймасына немесе көліктің өзінен алуға болады. ТО тұтынушыларға тауарларды іздеуге арналған көлік шығындарын 35%-ға дейін үнемдеуге мүмкіндік береді, тауарларды «дәл уақытында» қағидаты бойынша жеткізуге байланысты сатып алу бағасының шамамен 5%-ын үнемдейді және көлеңкелі сауданы азайтады.

ТО коммерциялық өнімдерді қысқа мерзімді және ұзақ мерзімді сақтауды, сату алдындағы дайындықты, толық емес өндеуді және орауды жүзеге асыратын болады. ТО тез бұзылатын тауарларды экспресс-талдау және сертификаттар беру үшін сапа сертификаттау органдарының өкілдерін талап етеді. ТО сауда ұйымдарының өкілдеріне басқа да қызметтерді (көлік тұрағы, қонақ үйлер, қоғамдық тамақтандыру және т.б.) көрсететін болады.

Өзінің заманауи көкөніс сақтау қоймаларының болуы фермерлерге көкөністердің максималды бағасымен маусымда өнімдерін жоғары бағамен сатуға мүмкіндік береді. Бірақ, әдетте, мұндай жобаларға тек ірі ауыл шаруашылық тауар өндірушілері ғана инвестиция сала алады. Көкөніс сақтау қоймасының құрылысына салынған инвестиция қойманың түріне және сатып алынатын құрал-жабдықтарға байланысты шамамен 50,0 - 60,0 мың теңге/тоннаны құрайды, сондықтан мұндай қымбат жобаларды барлық көкөніс өсірушілердің қалтасы көтере бермейді.

Дегенмен, көкөніс сақтау қоймаларын салу жоспарларымен қатар, Қазақстан Республикасының 2021–2025 жылдарға арналған Сауда саясатын дамыту жөніндегі мемлекеттік бағдарламасы аясында көтерме-тарату орталықтарының (КТО) құрылысы жүзеге асырылуда. Бұл бастаманың алғышарттары бірқатар күрделі мәселелерге байланысты болды. Ең алдымен, ауыл шаруашылығы өнімдерін өндірушілер, қайта өңдеу өнеркәсібі мен сауда саласы арасында тығыз өзара байланыстардың болмауы атап өтіледі, себебі көптеген қайта өңдеуші кәсіпорындар мен сауда ұйымдары үшін тауар ағынының негізін импорттық шикізат пен өнім құрайды.

Сондай-ақ маңызды аспектілердің бірі — отандық өнімнің бәсекеге қабілетсіздігі, оның тауарлық түрі, қаптамасы, калибровкасы заманауи тұтынушылық талаптарға сәйкес келмеуі, өндіруші мен түпкі тұтынушы арасындағы делдалдар санының негізсіз өсуі. Логистиканың жеткілікті дамымауы өнім өндірушіден тұтынушыға дейінгі барлық тауар қозғалысы кезеңдерінде айтарлықтай шығындарға әкеледі. Көкөністер мен жемістерді сақтау, тасымалдау және өңдеу кезінде бұл шығындар 30–40%-ға дейін жетеді.

Қазақстан Республикасының Үкіметі, Индустрия және сауда министрлігі және Ауыл шаруашылығы министрлігі бұл мәселелер кешенінің шешімін айтарлықтай нәтижелерге қол жеткізуге мүмкіндік беретін КБО желісін құрудан көреді.

Ауыл шаруашылығы министрлігі «Атамекен» Ұлттық кәсіпорнымен бірлесе отырып, бизнеспен, әлемдік тәжірибемен осы мәселелерді зерттеп, 2021 жылы жеке инвесторлар КБО салу жобасын жүзеге асыруға кірісті. Олар «ORC Global City» (Қарағанды), «Altyn Orda QazTrade LTD» ЖШС (Алматы облысы), ORC Достар Қазақстан (Алматы), ORC Тараз, ORC Жамбыл (Тараз, Жамбыл облысы), ORC Jolamaman (Семей, Шығыс Қазақстан облысы), ORC Raduga (Петропавл, Солтүстік Қазақстан облысы). КБО-ың негізгі мақсаты – көтерме сауданы жүргізу, делдалдық байланыстарды жою және қазақстандық өнімді кепілдендірілген сатуды қамтамасыз ету үшін инфрақұрылымды құру.

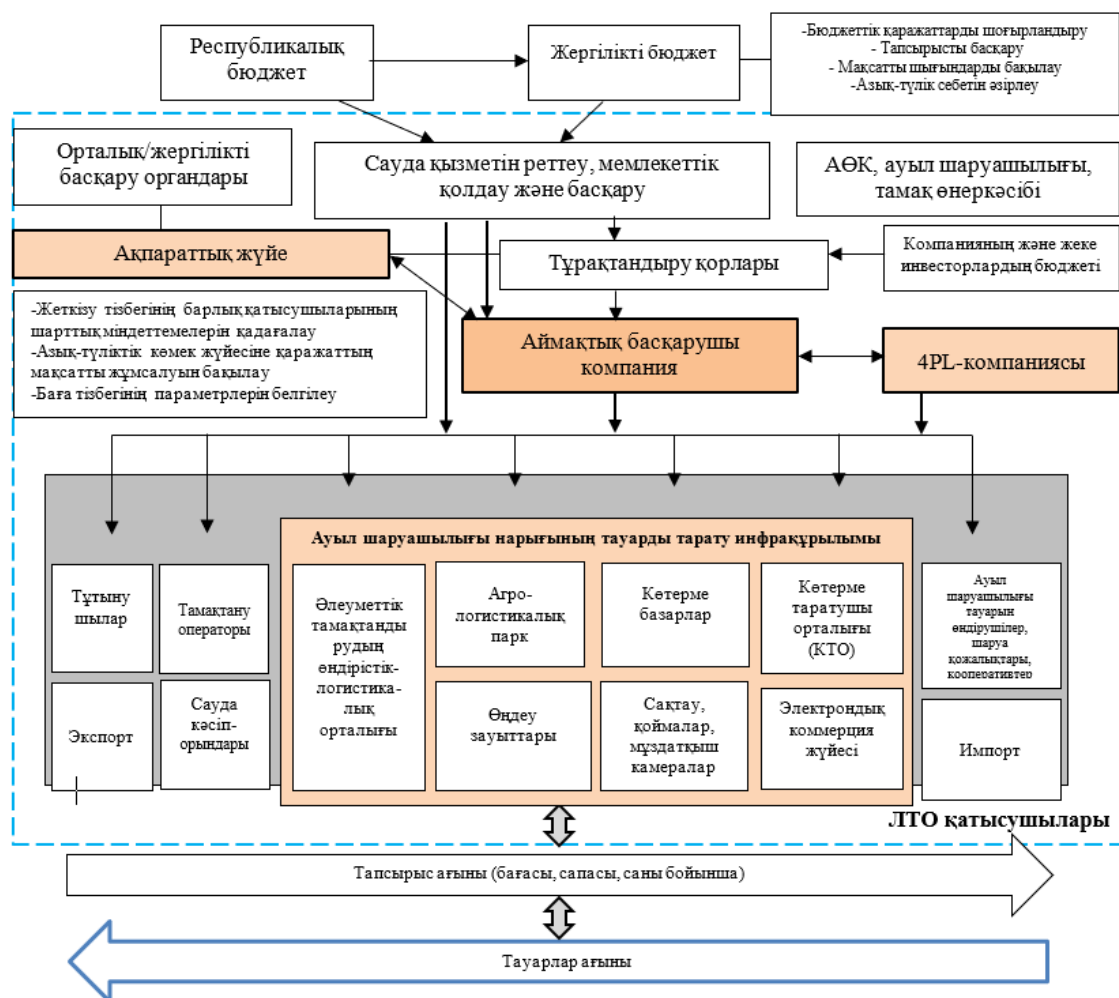
Қабылдау, сақтау және қайта тиеудің жалпы жылдық қуаттылығы 2,2 млн тонна тауарды құрайды. Оның ішінде жемістер мен көкөністер – 625 мың тонна, ет, балық және тауық еті – 300 мың тонна, азық-түлік – 700 мың тонна және басқа да өнімдер – 520 мың тонна. 2021 жылғы 9 шілдеде Қазақстан Республикасының Сауда және интеграция министрлігі мен құрамына «Ұлттық сауда және тарату желісі» ЖШС, «Continental Logistics» ЖШС және «Continental Logistics Shymkent» ЖШС кіретін консорциум 7 КБО біріктірілген желісін салу/жаңғырту, беру және пайдалану бойынша МЖӨ келісіміне қол қойды. Оның ішінде 4 – сақтау КБО-ы және 3 - тарату КБО-ы. Құрылыс Павлодар облысындағы Мичурино ауылында, Ақсу қаласында, Алматы облысындағы Шәңгелді ауылында, Жамбыл облысының Шу қаласында, сондай-ақ Астана, Шымкент және Алматы қалаларында жылына 976 506 тонна қоймалық сыйымдылықпен жоспарланған болатын. Қазақстандағы КБО шамамен 70-120 мың теңге/т құрайды, бұл КБО түріне байланысты (сақтау, тарату, сауда).

Тұрақтандыру қорлары халыққа азық-түлік өнімдерін тікелей жеткізу түрінде ішкі азық-түлік үкіметінің көмегін (әлеуметтік тамақтану, атаулы азық-түлік көмегі, корпоративтік тамақтану және т.б.) көрсетеді немесе азық-түлікті тұтынудың ұтымды нормаларын ескере отырып, тамақтануды жақсарту және оның теңгеріміне қол жеткізу мақсатында олардың азық-түлік өнімдерін сатып алуына қаражат беріледі.

Дегенмен, біз ұсынып отырған аймақтық АШӨӨЖ ауыл шаруашылығы өнімдерін сатып алу мен жеткізудің қолданыстағы нысандары мен әдістеріне балама емес, оның жұмысына АӨК-нің де, оларға қызмет көрсететін ұйымдардың да көптеген шаруашылық жүргізуші субъектілердің қатысуы есебінен ауқымдылық әсерін тудырады.

Аймақтық АШӨӨЖ -де басқарушы компания болуы керек (2.5-сурет), оның функциялары мезологиялық тарату жүйесін басқару және оның тұрғындарына қызмет көрсету болып табылады.

Басқарушы компанияның ұйымдық-құқықтық нысаны акционерлік қоғам болып табылады.



Ескерту - Автор құрастырған

Сурет 2.5 – Азық-түлік нарығының тауар ағымы желісінің құрылымындағы ауыл шаруашылығы өнімдерінің логистикалық біріктірілген тарату орталықтары сұлбасы

Басқарушы компанияның функциялары:

- аймақ үшін аса маңызды өнімдер бойынша аймақтық көлемде ауыл шаруашылығы субъектілерінің өндірістік және маркетингтік қызметін жоспарлау;
- тауарды бөлу жүйесіне қатысушыларды ақпараттық, әдістемелік, маркетингтік, консультациялық қолдау;
- өнім сапасы мен бағасын бақылау;
- әртүрлі экономикалық қатынастар арқылы тауарды өндірушілерден тұтынушыларға жылжытуды қамтамасыз ету;
- мемлекеттік және қоғамдық коммерциялық емес ұйымдармен өзара әрекеттесу;

-республика бойынша азық-түлік қауіпсіздігінің мониторингі мен болжауының бірыңғай ақпараттық жүйесін құру.

Шағын тауар өндірушілер мен сауда арасындағы негізгі буын тауарды бөлу инфрақұрылымы болып табылады, мұнда шетелдік тәжірибе көрсеткендей, негізгі рөлді КБО атқарады.

Қазақстанда ауыл шаруашылығы және қайта өңдеу өнімдерін өткізу мүмкіндіктерін кеңейту үшін екі бағытта жұмыс жүргізілуде [25].

Біріншісі – азық-түліктің үлкен көлемін қалыптастыру және оларды ішкі нарыққа және экспортқа шығару үшін КБО желісін құру.

Екіншісі – ауыл шаруашылығы өнімдерін электронды саудалау жүйесін құру. Цифрландырудың даму дәуірінде ауыл шаруашылығы өнімдерінің тиімді маркетингін цифрлық технологиялар арқылы жүзеге асыруға болады.

Осылайша, бұл бағдарламаны іске асыру мәселелердің тұтас кешенін шешуге арналған, бірақ оны жүзеге асыру барысында бірқатар қосымша мәселелер туындайды. Біріншіден, мұндай орталықты құруға мүдделі тараптардың болуы. Орташа КБО құрылысы 9-10 миллиард теңге тұратындықтан, жобаның өтелу мерзімі (мемлекеттік субсидиямен) 10 жылға жуық болғандықтан, бизнестің шағын нысандары бұл жобаны жүзеге асыруға қауқарсыз.

КБО нарыққа шығуы қалыптасқан нарық құрылымын бұзбайды, керісінше, оны жетілдіруге ықпал етеді деп болжанған. Бұл делдалдық үстемелерді азайтуға мүмкіндік беріп, нәтижесінде көтерме буынның қосатын бағасы төмендеп, өнімнің түпкілікті бағасы арзандайды және халықтың жаңа піскен азық-түлік өнімдерін тұтыну көлемі артады.

Бағдарламаны іске асыру бірқатар маңызды мәселелерді шешуге мүмкіндік береді: балғын өнімнің бөлшек бағасын төмендету (әлеуеті – 20%-ға дейін); балғын азық-түлік өнімдерін тұтыну көлемін арттыру (кемінде 10%-ға); импортты алмастыру үдерісін жеделдету, отандық өнімнің бәсекеге қабілеттілігін арттыру, әртүрлі дайындық деңгейіндегі жартылай фабрикаттар өндірісін жолға қою; бүкіл ел ауқымында азық-түлік қауіпсіздігін бақылау және болжау жөніндегі бірыңғай ақпараттық жүйені қалыптастыру; жоғары өнімділікке ие жана жұмыс орындарын құру; өнім өткізу мен шағын тауар өндірушілердің сақтау, сатуға дейінгі дайындық қуаттарына қолжетімділігін қамтамасыз ету.

Орталықтардың өздері тікелей өндірушілермен жұмыс істейді, бірақ азық-түлікті сатып алуға қатыспайды, тек нарық субъектілеріне өз қызметтерін көрсетеді [26].

Орталықтарына тек отандық емес, сонымен қатар импорттық өнім де жеткізіледі. Бұл орталықтармен барлық санаттағы өндірушілер, оның ішінде ұсақ тауар өндірушілер мен тіпті жеке қосалқы шаруашылықтар да ынтымақтаса алады. КТО-ға келіп түсетін барлық өнім міндетті түрде сапа бақылауынан өтуі тиіс: ветеринарлық және фитосанитарлық бақылау, сондай-ақ әртүрлі өңдеу және қаптау түрлерінен өтуі мүмкін. Бұдан бөлек, КТО өнімді өткізуге байланысты қосымша қызметтер көрсетеді –

логистикалық қызметтер, электрондық сауда, ұсақ партияларды біріктіріп, оларды көтерме операторларға жөнелту үшін өнімнің шағын партияларын біріктіруді ұсынады.

КБО-тан өнімдерді дүкендер желісіне, базарларға, өндеуші кәсіпорындарға және әлеуметтік сегментке жеткізуге болады [27].

Логистикалық орталықтарды жобалау, салу және пайдалану тәжірибесінде әдетте модельдер деп аталатын және белгілі бір операциялармен өзара байланысқан бірнеше стандартты шешімдер қолданылады [28]: бизнес үлгісі; қаржылық (бизнес-жоспар); ұйымдастырушылық және басқарушылық; операциялық модель.

Логистикалық орталықтың стратегиялық жоспары жасала бастаған сәттен бастап оның қатысушылары мен серіктестері арасында белгілі бір қарым-қатынас жүйесі қалыптасады. Әрі қарай қаржылық модель, онымен бірге ұйымдық-басқару моделі, содан кейін логистикалық орталықты құру және пайдалану кезінде контрагенттер арасындағы өзара әрекеттестіктің операциялық моделі қалыптасады.

Логистикалық орталықтың бизнес моделін құрудың негізгі кезеңдері кәсіпкерлік идея болып табылады; қаржыландыру көздерін іздеу; жоба инвесторларын анықтау; әзірлеушілерді, консалтингтік, жобалау және құрылыс компанияларын таңдау бойынша тендерлер өткізу.

Қаржылық модельді құру бизнес-жоспар әзірлеуді қамтиды; жобаны басқаруды ұйымдастыру; қаржылық инженерия; жобаның техникалық-экономикалық негіздемесі және т.б.

Ұйымдастыру-басқару моделі логистикалық орталықты ұйымдастырудың құқықтық нысанын анықтауға негізделген; басқару нысанын таңдау; ұйымдық-функционалдық құрылымды дамыту; басқарушы компания мен логистикалық орталыққа қатысушылар, оның ішінде логистикалық операторлар арасындағы өзара іс-қимыл құрылымын анықтау.

Логистикалық орталықтың операциялық моделі тұтынушылардың тапсырыстарын орындау кезінде басқарушы компания (4PL провайдері) және (немесе) логистикалық орталық операторлары арасындағы өзара әрекеттесу үлгісін (схемасын) білдіреді.

Логистикалық орталықтың жұмыс үлгісі (операциялық үлгі) әдетте мыналарды қамтиды:

- клиенттерге қызмет көрсету кезінде логистикалық орталыққа қатысушыларды біріктіру үлгілерінің кешенін әзірлеу (операциялық, инфрақұрылымдық, ұйымдастырушылық, ақпараттық);

- тұтынушылардың тапсырыстарының белгілі бір түрін орындау үшін операторларды таңдау тәртібі;

- клиенттік тапсырыстың нақты түрін орындау кезінде логистикалық орталықтың контрагенттері арасындағы өзара әрекеттесу үлгісін анықтау және логистикалық орталықтың негізгі инфрақұрылымдық объектілерін пайдаланудың негізгі бизнес-процестерін модельдеу;

- тапсырыстарды орындау кезінде логистикалық орталықтың контрагенттері арасындағы өзара әрекеттесу үшін бірыңғай ақпараттық кеңістікті пайдалану және т.б.

Шетелдік тәжірибеде кеңінен қолданылатын операциялық модельдің перспективалық нұсқасы логистикалық орталықтың негізгі операторы ретінде 3PL провайдер-компаниясын пайдалану болып табылады. 3PL провайдерлері (Third Party Logistics Providers) – үшінші тарап логистикалық компаниялары логистикалық ноу-хаудың кең ауқымына ие және кәсіпорындарға логистикалық тапсырыстарды толық орындауды және тұтынушыларға жан-жақты қызмет көрсетуді қамтитын жүйелік шешімдерді ұсынады.

Логистикалық орталықта жұмыс істеуге қатысты 3PL провайдерлері, әдетте, ең алдымен, орталықтың жалға алынған инфрақұрылымын барынша пайдалануға тырысады. Логистикалық орталықта тұтынушыларды жеткізу тізбегін басқаруға арналған 3PL провайдерінің қызметтерін басқарушы компания логистикалық шығындарды азайту, қызмет көрсету сапасының қажетті деңгейін қамтамасыз ету және озық ақпараттық технологияларды енгізу, логистикалық операцияларды қолдау құралы ретінде қарастырады [29].

Ауыл шаруашылығы өнімдерін логистикалық кешенді тарату орталықтарын құру қажеттілігі мыналармен сипатталады: біріншіден, халықтың азық-түлік қауіпсіздігін қамтамасыз ету және ауыл шаруашылығы өнімдерін отандық өндірушілерді қорғау жөніндегі жобаның әлеуметтік маңыздылығы; екіншіден, қаржылық инвестициялардың айтарлықтай көлемі және іске қосу кезеңіндегі тәуекелдердің жоғары деңгейі; үшіншіден, мемлекеттің рөлінсіз мүмкін емес логистикалық біріктірілген тарату орталығын құру және пайдалану жобасын іске асыруға мүдделі барлық тараптардың кепілдіктерін сақтау қажеттілігі.

Мұндай жобаларды жүзеге асыру, біздің ойымызша, нақты МЖӨ тетігі негізінде мүмкін. Бұл нысан орталықтың даму сатысына байланысты қаржылық жүктемені реттеуге мүмкіндік береді, мысалы, жобалау мен құрылыстың бастапқы кезеңдері аяқталғаннан кейін мемлекеттік сектордың қатысу үлесін азайту.

МЖӨ шарты бойынша жеке серіктес инвестициялық және сауда қызметін жүзеге асыру тәжірибесі бар заңды тұлға болып табылады. Мемлекеттік-жекешелік әріптестік шарты бойынша мемлекеттік әріптестер Қазақстан Республикасының Үкіметі, министрлік, облыс әкімдіктері немесе облыстық атқарушы органдар болуы мүмкін.

Ұйымдастырушылық-басқарушылық модельді құрудың келесі кезеңі – ауыл шаруашылығы өнімдеріне арналған логистикалық біріктірілген тарату орталығының басқару нысанын таңдау болып табылады.

Логистикалық орталықтардың қолданыстағы үлгілеріндегі үйлестіруші рөлін басқарушы компаниялар, виртуалды логистикалық операторлар және 4PL провайдерлері орындайды.

Ауыл шаруашылығы өнімдерін логистикалық біріктірілген дистрибьюторлық орталықты қалыптастырудың ұйымдастырушылық-басқарушылық моделінің келесі кезеңі логистикалық біріктірілген тарату орталығының ұйымдық-функционалдық құрылымын әзірлеу болып табылады (2.6-сурет). Логистикалық біріктірілген тарату орталығының бас директоры басқаратын басқару бөлімшесін құрайды, оған бағынатын бас бухгалтер, логистикалық қызметтің директоры, сауда-тарату қызметінің директоры, ақпараттық-талдау қызметінің директоры, өндірістік директор, қаржы директоры және әкімшілік директор.

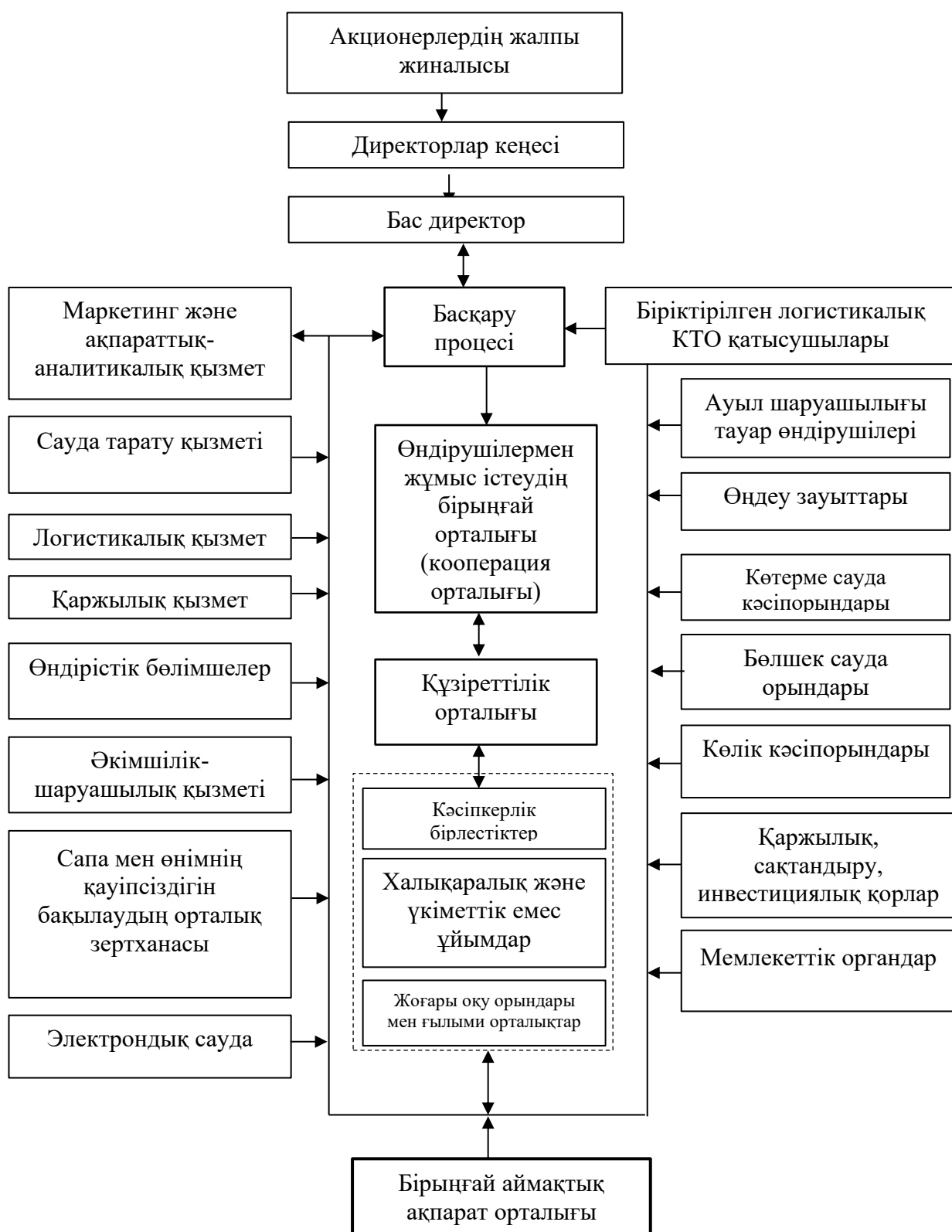
Ауыл шаруашылығы өнімдерін логистикалық кешенді тарату орталығының қатысушылары: ауыл шаруашылығы тауарын өндірушілер, қайта өңдеу кәсіпорындары, көтерме және бөлшек сауда кәсіпорындары, базарлар, көлік кәсіпорындары және қаржылық-инвестициялық қорлар.

Мемлекеттік органдар логистикалық біріктірілген тарату орталығының жобасын қабылдау және дамыту бойынша іс-шараларды жүзеге асыруда; ауыл шаруашылығы тауарын өндірушілер мен инвесторларды экономикалық ынталандыруды қалыптастыруға жәрдемдесу; жеке инвесторлар нысанды қаржыландырады, басқарады және пайдаланады, ауыл шаруашылығы тауарын өндірушілермен өзара әрекеттеседі; жеке инвесторлар нысанды қаржыландырады, басқарады және нысанды пайдаланумен айналысады, ауыл шаруашылығы тауар өндірушілерімен өзара әрекеттеседі.

Логистикалық біріктірілген тарату орталығының ұйымдастырушылық-функционалдық құрылымы шеңберіндегі әкімшілік-басқару персоналының негізгі функциялары – ауыл шаруашылығы өндірушілерін басқаруға әкімшілік-басқарушылық ықпал ету, сондай-ақ логистикалық интеграцияланған тарату орталығы жобасын дамытуға ынталандыру құралдарын қолдану болып табылады.

Өндірістік бөлімшелерге қоймалар, мұздатқыштар, қоймалар, көлік, өңдеу цехтары жатады.

Бірыңғай аймақтық ақпарат орталығы тауар өндірушілер үшін «бір терезе» қызметін атқарып, өнімді өткізудегі кооперация мәселелері бойынша өзара әрекеттеседі, сонымен қатар өнім көлемін ұлғайту, астық жинау кезеңінде арнайы техниканы пайдалану мүмкіндіктері бойынша консультациялық қызмет көрсетеді, тауар өндірушілермен келісімдер жасайды.



Ескерту - Автор әзірлеген

Сурет 2.6 – Ауыл шаруашылығы өнімдерін логистикалық кешенді тарату орталығының ұйымдық-қызметтік құрылымы

Сауда және жеткізу тізбегін құруда негізгі рөлді өндірушілермен жұмыс істеудің бірыңғай орталығы немесе кооперация орталықтары атқарады. Олар осы тізбектің барлық қатысушыларының өзара әрекеттесуінің тиімді схемасын құру үшін өнім топтары, өткізу нарықтарына жақындығы және басқа да параметрлер бойынша талдау жүргізеді.

Кооперация орталықтарының қызметі кооперативтік бірлестіктер қызметінің тиімділігін арттыруға және кәсіпкерлікті кооперативтік процестерге тартуды ынталандыруға бағытталатын болады.

Еліміздің барлық аймақтарында отандық тауар өндірушілерге арналған құзырет орталықтары жұмыс істейтін болады. Бұл орталықтар бизнес-қауымдастықтармен, үкіметтік емес және халықаралық ұйымдармен бірлесе отырып, кәсіпкерлердің құзыреттілігін арттыруға бағытталған бірлескен оқу бағдарламаларын жүргізетін болады.

Сауда жүйелерін логистикалық жетілдіру болашағы – шикізатты бастапқы жеткізушіден түпкілікті тұтынушыға дейінгі бүкіл логистикалық тізбекті оңтайландыру мақсатында саудадағы түпкілікті технологиялық процестер және оларды өндірістік-техникалық өнімдердің қозғалысын қамтамасыз ететін жүйелермен біріктіру.

Сауда, көлік және өндірістік процестерді шоғырландыру үшін логистикалық жүйені пайдалану өнімді бөлуді басқаруды автоматтандыруды талап етеді. Біріктірілген процестердің табысты жұмыс істеуінің негізгі элементі бірыңғай ақпараттық саясатты қажет етеді.

Тауарлармен және ақпаратпен жұмыс істеудің біртұтас технологиялық жүйесін, ілеспе технологияны пайдалану, тапсырыстарды уақтылы қабылдау және өңдеу, келісілген жоспарлау – дәл осы нәрсе сатып алушыға ең аз шығынмен тауарды уақтылы жеткізуге мүмкіндік береді, бүліну мен шығынды болдырмайды.

Логистикалық жүйелерді пайдалану тауарларды бөлуге қатысушылар арасында тұрақты экономикалық байланыстардың болуын талап етеді.

Заманауи технологиялық әдістерді жылдам қолдану әртүрлі сауда құрылымдарының шаруашылық қызметін біріктіруге әкеледі.

Ұйымдастырушылық-экономикалық тұрғыдан алғанда, сауда кәсіпорындарының әртүрлі интеграциялық формаларын дамыту мынадай артықшылықтарға қол жеткізуге мүмкіндік береді: басқару, жабдықтау, көлік және есепке алу қызметтерін орталықтандыру арқылы үстеме шығындарды азайту; ірі көлемдегі сатып алуды тиімді төлем және жеткізу шарттарымен жүзеге асыру, бұл өз кезегінде баға деңгейі мен тұтынушылардың қызығушылығына оң әсерін тигізеді; тез бұзылатын және тапшы тауарларды уақтылы жеткізуді қамтамасыз ету; сауда желісін басқару және сатылатын өнім номенклатурасы бойынша ақпараттық деректер банктерін құру үшін заманауи ақпараттық технологияларды пайдалану; отандық өндірушілерді қолдау мақсатында оларға жеткізуде басымдық беру.

Дүкенде сауда және технологиялық процестерді ұйымдастырудың негізгі қағидалары:

1) сауда-технологиялық процестің ғылыми-техникалық деңгейге сәйкестігі;

2) тұтынушыларға барынша қолайлылық жасау;

3) сауда кәсіпорындарының материалдық-технологиялық базасын барынша ұтымды пайдалануға қол жеткізу;

4) жоғары мәдениет пен еңбек өнімділігін қамтамасыз ететін сауда кәсіпорындарының қызметкерлеріне қолайлы жағдайлар жасау;

5) тауарлық-материалдық құндылықтардың толық сақталуын қамтамасыз ету;

6) әртүрлі кәсіпорындардың сауда және пайдалану қызметінің жоғары экономикалық тиімділігіне қол жеткізу.

Біз көтерме-тарату орталықтары мысалында тауар тарату желісін дамыту моделін орналастыру және критерийлерін таңдаудың әдістемесін ұсындық.

Тауар тарату желісін орналастыру мен критерийлерді таңдау үдерісі (КТО мысалында) келесі ретпен жүргізілді:

1) шаруашылық механизмінің тиімділік көрсеткіштерін стандарттау, мәндердің біртектілігіне келтіру;

2) айнымалыларды қалыптастыру үшін негізгі компонент әдісін пайдалану;

3) k-орталар көрсеткіштер негізінде кластерлік талдау жүргізу, кластерлерді қалыптастыру;

4) интегралдық көрсеткішті есептеу, рейтингтік мән деңгейі бойынша аудандарды саралау;

5) алынған нәтижелерді экономикалық түсіндіру.

КБО қажеттілігін анықтау және олардың орналасқан жерін таңдау келесі реттілікпен жүзеге асырылды:

1) іріктеу және орналастыру орындарын айқындайтын критерийлерді айқындау;

2) өлшемдердің теңсіздігіне байланысты өлшем шарттарды стандартты нысанға келтіру;

3) рейтингті қалыптастыру үшін олардың маңыздылығын анықтауға мүмкіндік беретін факторлардың салмақтық коэффициенттерін анықтау;

4) маңызды факторларды анықтау үшін факторлық талдау жүргізу;

5) КБО орналасу рейтингін есептеу үшін негіз ретінде алынған фактор мәндерінің матрицасын құру;

6) орналастыру бойынша облыс аудандарының рейтингін есептеу;

7) сауда инфрақұрылымының ауқымын айқындау;

8) КБО-ың ықтимал орналасу орындары.

КБО орналастыруға аумақты таңдау кезінде рейтингтік әдісті қолдану үшін, бұл таңдауды айқындайтын факторларды іріктеп алу қажет.

Біз шешім қабылдау үшін неғұрлым маңызды болып саналатын өлшемшарттарды ұсындық. Оларды үш негізгі топқа бөлуге болады:

әлеуметтік-экономикалық, инфрақұрылымдық-географиялық және өндірістік (2.1-кесте).

Кесте 2.1 – Азық-түлік өнімдерін сақтауды, таратуды және сатуды қамтамасыз ететін инфрақұрылымды таңдауға және орналастыруға әсер ететін өлшемшарттар

Факторлар тобы	Өлшемшарттар	Инфрақұрылым				
		Сақтау орындары, қоймалар	Базарлар	КБО	Сауда желілері	ЛТО
Әлеуметтік - экономикалық	Халық саны, адам		+	+	+	+
	Халық тығыздығы				+	+
	Ауыл шаруашылығы тауарын өндірушілердің саны		+	+	+	
	Ауыл шаруашылығы азық-түлік өндірушілерінің саны, бірлік			+	+	
	Ауыл шаруашылығы өнімдерін өткізу көлемі, млн тг.	+	+	+		+
	Азық-түлік тауарларының көтерме айналымының көлемі, млн тг.			+	+	+
	Азық-түлік тауарларының бөлшек сауда айналымының көлемі, млн тг.			+	+	+
	Табиғи көлемдегі ауыл шаруашылығы өнімінің көлемі: астық, картоп, көкөніс, жеміс-жидек, ет, сүт, жұмыртқа, тн		+	+		
	Азық-түлік тауарларын жүк тасымалдау көлемдері, мың тн			+	+	+
	Жалпы өңірлік өнім, млрд тг.					+
	Сыртқы сауда айналымы, оның ішінде тауарлардың экспорты мен импорты			+		+
Инфрақұрылымдық және географиялық	Ауыл шаруашылығы өнімдерін өңдеу және өндіру бойынша кәсіпорындар мен цехтардың саны		+	+		
	Сақтау сыйымдылығының болуы, тн	+	+	+		
	Азық-түлік өнімдерін сақтауға арналған қуаттардың саны	+	+			
	Аудан орталығынан облыс орталығына автокөлікпен дейінгі қашықтық, км		+	+	+	+
	Көлікпен жүру уақыты, сағат	+	+	+	+	+

	Ауданда темір жолдардың болуы (0 – жоқ, 1 – иә, 0,5 – жартылай)			+		+
	Қатты жабыны бар жалпы пайдаланудағы жолдардың тығыздығы					+
	Жалпы пайдаланудағы темір жолдардың тығыздығы					+
	Инженерлік және телекоммуникациялық инфрақұрылыммен қамтамасыз ету	+	+	+	+	+
	Жер учаскелерінің қолжетімділігі	+	+	+	+	+
Өндірістік	Дәнді дақылдар	+			+	
	Картоп, тн	+	+	+	+	
	Жұмыртқа, мың дана	+	+	+	+	
	Жемістер мен жидектер, тн	+	+	+	+	
	Көкөністер мен бақша дақылдары, тн	+	+	+	+	
	Ет және сүт, тн	+	+	+	+	
	Ассортименттің толықтығы			+	+	

Ескерту - Автор құрастырған

Ғылыми әдебиеттерді талдау және жеке бақылаулар негізінде біз ауылшаруашылық кооперативтік нарықтары, көтерме азық-түлік базарлары және КБО үшін азық-түлік нарығының сауда инфрақұрылымын бағалау өлшемшарттарын ұсындық.

Осылайша, сақтау, тарату және сауда объектілерінің жұмыс жағдайларына байланысты азық-түлік өнімдерін орналастыру мен таратуды таңдауға әсер ететін факторлар да ерекшеленеді. Осыған орай, шетел әдебиеттерін зерделеу негізінде біз азық-түлік өнімдерін сақтау және өткізу бойынша аймақтық ауыл шаруашылығы инфрақұрылымын таңдау және орналастыру өлшемшарттарын негіздеп, ұсындық. Ауыл шаруашылығы өнімдерінің қоймалары, базарлар, КТО, сауда орталықтары, логистикалық тарату орталықтар (ЛТО) үшін азық-түлік тауарларының орналасуы мен таралуын таңдауға әсер ететін өлшемшарттар ерекшеленеді.

Азық-түлік өнімдерін орналастыру және таратуды таңдауға әсер ететін өлшемшарттар әлеуметтік-экономикалық, инфрақұрылымдық-географиялық, өндірістік блоктардан тұрады, олардың әрқайсысында сақтау, тарату және сауда инфрақұрылымы объектілерінің жұмыс істеу тиімділігін сипаттайтын көрсеткіштер жиынтығы бар.

2.2 Азық-түлік өнімдерінің көтерме-бөлу орталықтарын қалыптастыру және тиімді орналастыру

Ауыл шаруашылығын тарату орталықтарының аймақтық жүйесін қалыптастыру келесі кезеңдерден тұрады [13-29].

1-кезең. Көтерме азық-түлік нарығының қызмет көрсету саласын зерттеу: аймақтар бойынша ауыл шаруашылығы өнімінің көлемінің көрсеткіштерін зерттеу; аймақтардың ауыл шаруашылығының мамандануын анықтау; кластерлік топтарды қалыптастыру; ауыл шаруашылығын тарату орталықтар жүйесін зерттеу.

2-кезең. Көлік инфрақұрылымын зерттеу: учаскенің көлемі мен конфигурациясын анықтау; ауданның көліктік қолжетімділігін зерттеу; жергілікті билік органдарының жоспарларын ескеру.

3-кезең. Ауыл шаруашылығын тарату орталығын құру үшін учаскені таңдау.

Бұл тәсіл көтерме сауда орталықтарының орналасуын зерттеуге және таңдауға арналған.

Орналастыру нұсқасын таңдау кезінде келесі әрекеттер ұсынылады [30]:

1) көтерме сауда орталығын орналастыру туралы шешім қабылдауға әсер ететін факторларды таңдау, оларды стандарттау және салмақтық коэффициенттерді айқындау;

2) салмақтық коэффициенттерді ескере отырып, таңдалған факторлар бойынша КБО орналастыру мүмкіндігіне облыстың әрбір аймағының рейтингтік бағасын есептеу;

3) «ауырлық центрі» әдісін қолдана отырып, КБО орнын нақтылау.

Біз нақты жергілікті жағдайларға негізделген барлық ықтимал факторлар мен жағдайларды кешенді түрде қарастыруға мүмкіндік беретін кешенді тәсілді ұсындық.

Осыған байланысты ауылшаруашылық өндірісінің аумақтық таралуын зерттеу үшін Қазақстанның ауылдық аймақтары мен қалалық агломерациялары k-кластер әдісі бойынша топтарға бөлінді.

Ауыл шаруашылығын тарату орталықтарының аймақтық жүйесін құрудың әдістемелік тәсілі кезеңдерді қамтитын келесі реттілікпен жүзеге асырылды.

1-кезең. Жоғарыда ұсынылған өлшемшарттар негізінде ауыл шаруашылығы өнімдерін тарату орталықтарының әлеуетті орындарын анықтау.

Бірінші кезеңде ауыл шаруашылығы өнімдерін логистикалық кешенді тарату орталықтарының әлеуетті орындары, жоғарыда аталған өлшемшарттарға сүйене отырып, әрбір аудан аумағында және қала агломерациясында ауылшаруашылық өнімдерін өндіруді, сондай-ақ көлік бағыттарының қолданыстағы схемасы, логистикалық инфрақұрылым объектілерін (темір жол және автомобиль көлігі) орналастыруды талдағаннан кейін анықталады.

Бұл кезең мыналарды қамтиды:

а) аймақтар бойынша ауыл шаруашылығы өнімінің көлемінің көрсеткіштерін анықтау; аймақтар бойынша ауыл шаруашылығының

мамандануын анықтау; кластерлік топтар құру; ауылшаруашылық тарату орталықтарының жүйелерін құру;

б) сауда инфрақұрылымының қызмет көрсету аймағын талдау: ауданның көліктік қолжетімділігін зерттеу; аудандар мен облыстардың сауда инфрақұрылымын орналастыру жоспарларын есепке алу;

в) сауда инфрақұрылымының орналасқан жерін таңдау: ауыл шаруашылығы кооперативтік базары, көтерме азық-түлік базары, ауыл шаруашылық тарату орталықтары, логистикалық орталық, қойма, сауда орталығы және т.б.;

г) ауыл шаруашылық тарату орталығын, КАТН немесе КБО құру үшін учаскені таңдау.

Ауыл шаруашылығын тарату орталықтарының аймақтық жүйесін салу инфрақұрылымды орналастыруға әсер ететін факторларды (сұраныс, ұсыныс, бәсеке, баға, жүк тасымалының көлемі, халық саны, кіріс деңгейі, белгілі бір көлемдегі көлік ағындарының заңдылықтары, экспорт және импорт) зерттеуден бастау керек.

Осы мақсатта сауда инфрақұрылымын орналастыруға әсер ететін факторларды таңдау үшін әртүрлі сараптамалық және экономикалық-математикалық әдістер қолданылады.

Әрі қарай, шекараларында олардың қызметтерін әлеуетті пайдаланушылардың жеткілікті саны болатын қызмет көрсету аймақтарын зерттеу керек.

Ауыл шаруашылығын тарату орталықтарының аймақтық жүйесін салу шекараларында олардың қызметтерін әлеуетті пайдаланушылардың жеткілікті саны болатын қызмет көрсету аймағын зерттеуден басталуы тиіс (2.2-кесте).

Ауыл шаруашылығы өнімдерін тарату орталықтарының қызметтерін әлеуетті пайдаланушылар ауыл шаруашылығы тауарын өндірушілердің әртүрлі санаттары: ауыл шаруашылығы ұйымдары, шаруа қожалықтары және азаматтардың жеке қосалқы шаруашылықтары болуы мүмкін.

Ауыл шаруашылығы өндірісінің орналасуы мен шоғырлануы абсолютті факторлармен де (климаттық жағдайлар), әлеуметтік-экономикалық мүмкіндіктермен де (халық саны, инфрақұрылымның болуы, қаржылық жағдай және т.б.) анықталатын болады.

Ықтимал орындарды келесі реттілік бойынша таңдаймыз:

1) инфрақұрылымды таңдауға және орналастыруға әсер ететін факторларды талдау;

2) айнымалыларды қалыптастыру үшін негізгі компонент әдісін пайдалану;

3) k-орталар негізінде кластерлік талдау жүргізу, кластерлерді қалыптастыру;

4) интегралдық көрсеткішті есептеу, рейтингтік мән деңгейі бойынша аудандарды саралау.

2-кезең. Әр облыста логистикалық біріктірілген тарату орталықтарын орналастырудың әлеуетті орындарын ауырлық орталығы әдісі арқылы нақтылау – ауыл шаруашылығы өнімдерін өндіру шоғырланған аудандарды, көлік тораптарын және бір жерде шоғырландырылған өзге де техникалық-экономикалық көрсеткіштерді ескере отырып жүзеге асырылады.

Кесте 2.2 - Өнеркәсіпте, ауыл шаруашылығында және саудада азық-түлік өнімдерін өндірумен айналысатын кәсіпорындардың (тіркелген заңды тұлғалардың) көлемі бойынша саны

	2019	2020	2021	2022	2023
Азық-түлік өндірісі кәсіпорындары	3 936	4 066	4 065	4095	4214
Шағын	3 767	3 910	3 898	3926	4038
Орта	119	110	114	117	120
Ірі	50	46	53	52	56
Ауыл, орман және балық шаруашылығы	17 917	18 843	19 991	20327	21075
Шағын	17 581	18 517	19 668	20007	20760
Орта	281	272	270	270	267
Ірі	55	54	53	50	48
Көтерме және бөлшек сауда	131 578	134 689	137 195	141809	146652
Шағын	130 965	134 099	136 534	141097	145963
Орта	439	426	492	504	491
Ірі	174	164	169	208	198
Барлығы	153095	157598	161251	147941	171941

Екінші кезеңде логистикалық біріктірілген тарату орталықтарының аймақтардағы әлеуетті орналасуын «ауырлық центрі» әдісімен – ауыл шаруашылығы өндірісінің шоғырлану аймақтары, көліктің қолжетімділігі және бір жерде шоғырландырылған басқа да техникалық-экономикалық көрсеткіштер негізінде түзетеміз.

Бұл кезеңде «ауырлық ортасы» әдісі арқылы КБО жұмыс радиусын есептейміз.

3-кезең. Аймақтардағы әлеуетті орналасу орындарына сәйкес КБО қызмет көрсету аймағын (ауылшаруашылық аудандар тобы) анықтау.

Үшінші кезеңде аудандар мен қалалық агломерациялардағы әлеуетті орындарға сәйкес ауыл шаруашылығы өнімдерін логистикалық кешенді тарату орталығының жұмыс аймақтарының құрамын анықтаймыз.

1)Инфрақұрылымды таңдауға және орналастыруға әсер ететін факторларды талдау

Белгілі болғандай, ауыл шаруашылығы өнімдерін өндірушілер ұйымдық-құқықтық нысаны бойынша да, өндіріс көлемі бойынша да ерекшеленеді. Демек, ауыл шаруашылығы тауарын өндірушілердің сандық таралуы олар тудыратын материалдық ағындардың күші туралы сапалы

ақпарат бере алмайды. Осыған байланысты ауыл шаруашылық өндірісінің аумақтық бөлінуін зерттеу үшін кластерлік талдау әдісі арқылы Қазақстан облыстарының аудандық құрылымдары топтарға бөлінді. Талдау үшін бастапқы деректер Ұлттық статистика басқармасынан алынған.

Аграрлық сектордағы нарықтардың жұмыс істеу тиімділігін талдаудың көптеген әдістері бар және олардың барлығының бағыттары әртүрлі. Басқа аймақтармен салыстырғанда белгілі бір аймақтағы нарықтардың қызмет етуінің даму деңгейін анықтау үшін кластерлеуді және жалпы рейтингтік бағалауды қолдануды ұсындық. Оларды пайдалану нарықтардың жұмыс істеу тиімділігінің жай-күйін бағалауға, оның ҚР-ың басқа аудандары мен аймақтарына қатысты рейтингін анықтауға және одан әрі жұмыс істеуіне түзетулер енгізуге мүмкіндік беретін бір кешенді экономикалық көрсеткішке көптеген өлшемшарттарды топтастыруға мүмкіндік береді.

Бұл талдаудың бастапқы кезеңі нарықтардың тиімділігін сипаттайтын көрсеткіштерді анықтау болып табылады. Оның ішкі жүйелерінің жай-күйі мен даму деңгейін анықтауға қабілетті өлшемшарттарды теориялық және экономикалық талдау негізінде, сондай-ақ эмпирикалық талдау үшін статистикалық деректердегі шектеулерге байланысты 40 көрсеткіш анықталды.

Эконометриялық модельдеуді қолдану объектісі болып Қазақстан облыстарының барлық әкімшілік-аумақтық аудандары, оның ішінде республикалық маңызы бар қалалар табылады. Барлығы 204 зерттеу нысаны. Бұл тәсіл аудандар мен облыстар бойынша салыстырмалы талдау жүргізуге және аграрлық сектордың маркетингтік инфрақұрылымын дамыту тетіктерін қолдану тиімділігі негізінде аудандарды саралауға, сондай-ақ аграрлық сектордағы сауданы жүзеге асырудағы орташа аудандық және орташа аймақтық ережелерді анықтауға мүмкіндік береді.

Зерттеудің ақпараттық базасы ретінде 2018-2023 жылдарға арналған ҚР АСРБ Ұлттық статистика бюросының деректері пайдаланылды. Таңдалған зерттеу құралы IBM SPSS қолданбалы пакеті болды.

1) Шаруашылық механизмінің тиімділік көрсеткіштерін стандарттау, мәндердің біркелкілігіне жеткізу

Бірінші кезеңде таңдалған көрсеткіштер салыстырмалы түрге келтіріледі немесе стандартталады, бұл әртүрлі өлшем бірліктері бар көрсеткіштерді салыстыру үшін қажет. Матрицаның өлшемі $n \times m$ ретінде анықталады, мұндағы n – бақылау объектілерінің саны немесе 204 – әкімшілік-аумақтық аймақтар, ал m – элементар белгілердің саны (бұл жағдайда 40 көрсеткіш).

Ол үшін өлшемнің (204×23) бастапқы деректерінің (x) матрицасынан өлшемнің (204×40) стандартталған көрсеткіштерінің (z) матрицасына көшу жүзеге асырылады. Барлық матрица элементтерін стандартталған пішінге қайта есептеу кезінде келесі формуланы (2.1) пайдаландық:

$$z_{ij} = \frac{x_{ij} - \bar{x}_j}{\sigma_j}, \quad (2.1)$$

мұндағы x_{ij} – j бақылауының i элементі;
 $\bar{x}_j$ – j бақылауының i элементтерінің орташа мәні;
 σ_j – j бақылауының i элементтерінің орташа ауытқуы.

Жұпталған корреляция коэффициенттерінің матрицасы аналитикалық модельге енгізілген көрсеткіштердің маңыздылығын анықтауға мүмкіндік берді (А.1 кестесі, А қосымшасы). Математикалық-статистикалық талдауды жүргізген кезде корреляциялық коэффициенті жоғары көрсеткіштерді ескеруден алып тастау керек, өйткені айнымалылардың баламалылығы жоғалып, айнымалылардың кейбір топтарының әсері жасанды түрде күшейіп, басқаларының ықпалы әлсірейді [8]. Бұл жағдайда корреляциялық коэффициенті жоғары (0,7-ден жоғары) айнымалылар саны жеткілікті, сондықтан оларды қараудан алып тастамау үшін факторлық талдау қолданылды.

2) Айнымалылардың қалыптасуы үшін негізгі компонент әдісін қолдану

Факторлық талдаудың негізгі компоненттері әдісін қолдану жаңа көрсеткіштер мен жалпыланған айнымалыларды қалыптастыруға мүмкіндік берді.

Көрсеткіштердің бірінші блогында негізгі компонент x_j бойынша 27,38% вариацияны түсіндірді, екінші блокта - 20,17% вариация және 15,95; 11,39; құрамдас бөліктерге сәйкес 6,76% вариация (2.3-кесте).

Кесте 2.3 – Инфрақұрылымды таңдауға және орналастыруға әсер ететін факторлар компонентінің жиынтық дисперсиясы

Компо- нент	Бастапқы меншікті мәндер			Жүктемелердің квадраттарының қосындысын шығару			Жүктемелердің квадраттарының қосындысының айналуы		
	Барлы ғы	Дис- персия %	Қосын- ды %	Барлы ғы	Дис- персия %	Қосын- ды %	Барлы ғы	Дис- персия %	Қосын- ды %
1	4,108	27,387	27,387	4,108	27,387	27,387	3,789	25,260	25,260
2	3,026	20,174	47,561	3,026	20,174	47,561	2,778	18,520	43,780
3	2,393	15,954	63,516	2,393	15,954	63,516	2,452	16,346	60,126
4	1,709	11,393	74,908	1,709	11,393	74,908	2,044	13,628	73,754
5	1,015	6,767	81,675	1,015	6,767	81,675	1,188	7,921	81,675

Бұл әдісті қолдану айнымалы мәндерді «сығу» арқылы ТӨЖ жұмыс істеу тиімділігін сипаттайтын көрсеткіштер блоктарының әрқайсысында негізгі құрамдастарды анықтауға мүмкіндік берді (2.4-кесте).

Кесте 2.4 – Қазақстанның барлық аймақтарында азық-түлік нарығының жұмыс істеу тиімділігін бағалау көрсеткіштерінің факторлық жүктемелері (құрамдас бөліктердің айналдырылған матрицасы)

	Негізгі көрсеткіштердің белгілері	Компоненттер				
		F1	F2	F3	F4	F5
Ауыл шаруашылығы тауар өндірушілерінің саны	X1	0,856	-0,027	-0,048	-0,074	0,034
Азық-түлік тауарларын тасымалдау көлемі	X2	0,854	-0,057	0,315	0,003	0,196
Ауыл шаруашылығы өнімдерін өткізу көлемі	X3	0,835	-0,085	0,280	0,043	0,378
Ет және сүт өндіру, тн	X4	0,739	-0,081	0,010	0,164	0,316
Көкөніс және бақша өнімдерін өндіру, тн	X5	0,728	0,036	-0,158	0,011	-0,166
Жеміс-жидек өндірісінің көлемі, тн	X6	0,700	0,050	-0,044	-0,139	-0,247
Азық-түлік тауарларының бөлшек сауда айналымы, млн. тг	X7	-0,076	0,972	-0,047	-0,073	-0,013
Азық-түлік тауарларының көтерме айналымы, млн.тг	X8	-0,055	0,954	-0,001	-0,008	0,014
Халық саны, адам.	X9	0,058	0,926	-0,087	-0,193	0,014
Ауыл шаруашылығы өнімдерін сақтау сыйымдылығы, тн	X10	-0,083	-0,014	0,924	-0,043	-0,095
Қоймалардың саны	X11	0,002	-0,026	0,922	-0,077	-0,081
Дәнді дақылдар өндірісінің көлемі	X12	0,204	-0,106	0,726	0,044	0,320
Көлікпен жүру уақыты, сағ.	X13	-0,022	-0,088	-0,049	0,979	-0,088
Аудан орталығы мен облыс орталығы арасындағы қашықтық, км	X14	-0,007	-0,149	-0,036	0,976	-0,077
Жұмыртқа өндіру көлемі, мың дана	X15	0,062	0,040	-0,012	-0,163	0,828
Картоп өндірісінің көлемі	X16	0,372	-0,013	0,010	-0,114	0,698
Факторларды анықтау әдісі: негізгі компоненттер әдісі Айналдыру әдісі: варимакс Кайзердің қалыпқа келтіруімен Айналдыру 5 итерацияда жинақталды						

КАТН бойынша таңдалған көрсеткіштердің сипаттамалық статистикасы 2.5-кестеде келтірілген.

Негізгі құрамдас бөліктердің матрицасында салмақтау коэффициенттерінің шартты мәнді ішкі жиыны келесі айнымалылар арқылы анықталды: F1 (X1, X2, X3, X4, X5, X6), F2 (X7, X8, X9), F3 (X10, X11, X12), F4 (X13, X14), F5 (X15, X16).

Кесте 2.5 – КАТН бойынша таңдалған көрсеткіштердің сипаттамалық статистикасы

	Орта мәні	Стандарттық ауытқу	Таңдама саны N
chislennost_nasel	93712,34	196043,583	203
sernobyе	80918,328	107588,154	203
kartofel	19860,009	26803,694	203
yaiso_tys.shtuk	24655,928	59291,934	203
frukty_yagody_tn	3009,268	10930,070	203
Kol_proisvod	9313,17	8623,797	203
Vprois_perevozki tys.tonn	234,285	224,353	203
oboshi+bakcheb_tn	37127,105	92325,742	203
Vreal.bypysk_selxos_mlntg	35791,682	25323,219	203
Vrosn_prod.prod	21428,395	115444,266	203
Voptov_prod.	21869,531	182786,599	203
fact Moshnost_xranen_bsego.tn	33444,66	60685,240	203
kol_xranil_bsego	17,67	26,625	203
Аудан орталығынан облыс орталығына автокөлікпен дейінгі қашықтық, км	212,69	148,494	203
Автокөлікпен жүру уақыты, час.	3,077	1,992	203

$F=x*b$ сызықтық функциясының теңдеуіне сүйене отырып, мұндағы b - айнымалылар мен негізгі компонент арасындағы байланыстың беріктігін сипаттайтын салмақ коэффициенттері; жалпы көрсеткіштер 2.6 кестеде келтірілген.

$$F1=0,305*frukty_yagody_tn+0,282*Kol_proisvod+0,219*Vprois_perevozki_tys.tonn + 0,293*oboshi+bakcheb_tn \quad (2.2)$$

$$F2=0,334*chislennost_nasel+0,362*Vrosn_prod.prod+0,365*Voptov_prod.$$

$$F3=0,284*sernobyе+0,397*fact_Moshnost_xranen_bsego.tn+0,392*kol_xranil_bsego$$

$$F4=0,497*қашықтық +0,504* жүру уақыты$$

$$F5=0,445*kartofel+0,607*yaiso_tys.shtuk+0,188Vreal.bypysk_selxos_mlntg$$

Негізгі құрамдас бөліктердің теңдеуінің шешімі экономикалық механизм деңгейі бойынша аймақтарды саралау мақсатында кластерлік талдау жүргізуге негіз болған фактор мәндерінің матрицасын құру болды.

Кластерлеуді анықтайтын негізгі компоненттердің маңыздылығын анықтау үшін F-критеріі қолданылады. Оның мәні неғұрлым көп болса, соғұрлым негізгі компоненттің кластерлеуге қосқан үлесі де артады (2.6-кесте).

Топтастыруды анықтайтын негізгі айнымалылар кеңістік-уақыт пен сауда блоктарына қатысты болды. Бұл әсер әсіресе кеңістіктік-уақыттық және шығын тұрғысынан байқалады. Кластерлеу сонымен қатар негізгі құрамдас бөліктің инфрақұрылымдық, экономикалық және өндірістік блоктарының айнымалыларының нәтижелерімен анықталады.

Кесте 2.6 – Негізгі компоненттердің F-критерийлері

Негізгі компоненттер	Белгі	Көрсеткіштердің атауы	F критерийлерінің көрсеткіш мәндері
F1- экономикалық-өндірістік көрсеткіштер	X1	Kol_proisvod	468,63
	X2	Vprois_perevozki_tys.tonn	393,74
	X3	Vreal.bypysk_selxos_mlntg	242,40
	X4	myaso+moloko_tn	295,64
	X5	oboshi+bakcheb_tn	305,40
	X6	frukty_yagody_tn	238,10
F2 - сауда көрсеткіштері	X7	Vroshn_prod.prod	3509,36
	X8	Voptov_prod.	2056,18
	X9	chislennost_nasel	1217,436
F3 - инфрақұрылымдық көрсеткіштер	X10	fact_Moshnost_xranen_bsego.tn	1084,264
	X11	kol_xranil_bsego	1085,597
	X12	sernobye	237,7104
F4 - кеңістіктік-уақыттық (немесе құны) көрсеткіштер	X13	Vremya_proesda	4143,123
	X14	rasstoynie_do_odlast	3644,591
F5 - өндірістік көрсеткіштер	X15	yaiso_tys.shtuk	341,8453
	X16	kartofel	190,8879

Бұл ауылдық жерлерде және елді мекендерде азық-түлік нарығының сауда инфрақұрылымын (өндіру, өңдеу, сақтау, кептіру және т.б.) дамытудың мемлекеттік саясатын көрсетеді.

3) k-орталар көрсеткіш негізінде кластерлік талдау жүргізу, кластерлерді қалыптастыру

Осыған байланысты ауылшаруашылық өндірісінің аумақтық бөлінуін зерттеу үшін кластерлік талдау әдісі арқылы Қазақстан облыстарының аудандық құрылымдары топтарға бөлінді.

Кластерлік талдауды жүргізу үшін SPSS 21.0 статистикалық ақпаратты өңдеуге арналған бағдарламалық пакет пайдаланылды.

Жіктеу әдісі ретінде иерархиялық кластерлік талдау таңдалды, онда әрбір бақылау алдымен өзінің жеке кластерін құрады. Бірінші қадамда екі көрші кластер бір топқа біріктіріледі. Бұл процесс тек екі кластер қалғанша жалғаса алады.

Бақылаулардың әдеттегі жалпы статистикалық қорытындысынан кейін кластерлердің оңтайлы саны анықталды - 6.

Топтастыру әдісі ретінде *Between-groupslinkage* (Топтар арасындағы байланыс) әдісі таңдалды. Қашықтық өлшемі ретінде квадрат евклидтік қашықтық (*Squared Euclidean distance*) орнатылды. Сонымен қатар, айнымалы мәндердің z-трансформациясы (стандарттау) орнатылды. Келесі кезекте есептеу процесі басталды, нәтижесінде нәтижелер алынды. Бақылаулардың кластерлерге жататындығы 2.7-кестеде көрсетілген.

Кесте 2.7 – Қазақстан аудандарының кластерлеріне жататындығы

Аудандар	Кластер	Ауданның коды
7 аудан: Талдықорған қ.а, Қарасай ауданы, Аршалын ауданы, Біржан сал ауданы, Абай ауданы, Бұқар жырау ауданы, Қызылжар ауданы	1-ші	1, 13, 23, 29, 94, 96, 158
Қалған 159 аудан: Алматы облысы – 20 ауданның 15-і, Ақмола облысы – 19 ауданның 6-сы, Ақтөбе облысы – барлық 13 аудан, Батыс Қазақстан – барлық 21 аудан, Жамбыл облысы – 11 ауданның 9-ы, Қарағанды – 18 ауданның 14-і, Қостанай – 20 ауданның 14-і, Қызылорда – барлық 9 аудан, Маңғыстау – барлық 7 аудан, Павлодар – 13 ауданның 10-ы, Солтүстік Қазақстан – 14 ауданның 3-і, Түркістан – 17 ауданның 12-сі, Шығыс Қазақстан – 19 ауданның 17-сі.	2-ші	
1 аудан - Еңбекшіқазақ	3-ші	7
27 аудан: Кербұлақ, Панфилов, Астрахань, Атбасар, Егіндікөл, Есіл, Зеренді, Целиноград, Шортанды, Нұра, Қостанай, Меңдіқара, Ұзынкөл, Федоров, Железин, Ертіс, Тереңкөл, Айлық Мамыр, Шаңырақ, Өспенкөл ақын, Аққайың, Тимирязев, Бородулиха, Глубокое, Шемонаиха	4-ші	10, 14, 25, 26, 30, 32, 35, 38, 39, 99, 116, 117, 121, 122, 144, 145, 146, 150, 153, 154, 159, 160, 161, 163, 190, 191, 201
5 аудан: Жамбыл, Мақтаарал, Сарыағаш, Сауран, Шардар	5-ші	76, 173, 177, 178, 182
2 аудан: Жетісай, Шу	6-ші	170, 84

Ескерту - Автор есептеген

Зерттеу нәтижесінде бір-бірінен сапасы жағынан ерекшеленетін аймақтарды қамтитын 6 кластер алынды.

Бірінші кластерге әртараптандырылған ауыл шаруашылығы дамыған 7 аудан кірді: Қарасай ауданы, Аршалын ауданы, Біржан сал ауданы, Абай ауданы, Бұқар жырау ауданы, Қызылжар ауданы, ауыл шаруашылығы өнімі көлемінің 5% (құндық мәнде), 11% - картоп, 36% - жұмыртқа, 54% - сүт, 54% сүт өндіреді.

Екінші кластерге мал шаруашылығына, сондай-ақ дамыған өсімдік шаруашылығына, картоп өсіруге және көкөніс өсіруге көбірек бағытталған салалар кіреді. Бұл кластерге барлық облыстардан 159 аудан кіреді. Ол Қазақстанның ауыл шаруашылығы өнімдерінің 67,0%-ын (құндық мәнде) өндіреді, оның ішінде ет - 79,7%, сүт - 71,8%, картоп - 66,2%, дәнді дақылдар, көкөністер - 49,9%, жемістер мен жидектер - 54,9% (физикалық түрде).

Үшінші, бесінші және алтыншы кластерлер өндіріс көлемінің үлесі ауыл шаруашылығы дамуының төмен деңгейі бар облыстар мен қалалық аудандарды құрайды; тиісінше 2,0; 4,7 және 2,3%.

Үшінші кластерде (Еңбекшіқазақ ауданы) жемістер мен жидектер басым – барлық кластерлердің 16,9%, көкөністер мен бақша дақылдары – 4,1%.

Төртінші кластерге өсімдік шаруашылығы саласы, әсіресе соя және дәнді дақылдар өндірісі (37,8%) және картоп өсіру (16,3%), сондай-ақ ет және сүт бағытындағы мал шаруашылығы: ет -10,4%, сүт -15,8%, жұмыртқа - 7,3%, жеміс-жидек және 64% дамыған аймақтар кіреді. Бұл кластер келесі аудандардан құралған: Кербұлақ, Панфилов, Астрахан, Атбасар, Егіндікөл, Есіл, Зеренді, Целиноград, Шортанды, Нұра, Қостанай, Мендіқара, Ұзынкөл, Федоров, Железин, Ертіс, Теріс, Успен, Ақтау, Мамлют, Шал ақын, Аққайың, Тимирязев, Бородулиха, Глубокое, Шемонаиха. Ол Қазақстанның ауыл шаруашылығы өнімдерінің 18,9%-ын (құндық мәнде) өндіреді.

Бесінші кластерде өсімдік шаруашылығы дамыған: жемістер мен жидектер -барлық кластерлердің 17,9%, көкөністер мен бақша дақылдары - 22,0%, картоп - 2,9%, сүт - 3,5%, ет - 2,6%, жұмыртқа - 3,8%. Құндық мәндегі ауыл шаруашылығы өнімі көлемінің үлесі 4,7% құрайды. Бұл кластерге оңтүстік облыстардың: Жамбыл, Мақтаарал, Сарыағаш, Сауран, Шардара аудандары кіреді.

Алтыншы кластерде көкөніс және бақша дақылдары дамыған – барлық кластерлердің 18,4%. Өндіріс көлемінің құндық мәндегі үлесі - 2,3%.

Бұл кластерге оңтүстік облыстардың Жетісай және Шу аудандары кіреді.

Кесте 2.8 – Ауыл шаруашылығы өндірісінің кластерлер бойынша сипаттамасы, тонна

		1 кластер	2 кластер	3 кластер	4 кластер	5 кластер	6 кластер	Барлы- ғы
Халық саны, адам	Сомасы	673405,0	16351817,0	302905,0	897514,0	602836,0	279368,0	19107845,0
	Орташа мән	96200,7			33241,3	37656,4	139684,0	
	Стандарт- ты ауытқу	103674,7			27341,6	201452,0	88295,7	
	Кластер үлесі	3,5	85,6	1,6	4,7	3,2	1,5	100,0
Дәнді дақылдар, тн	Сомасы	636484,7	9108755,4	194839,4	6214188,7	188282,1	83870,3	16426420,6
	Орташа мән	90926,4			230155,1	23315,6	41935,2	
	Стандарт- ты ауытқу	72683,3			52636,4	73273,6	30393,0	
	Кластер үлесі	3,9	55,5	1,2	37,8	1,1	0,5	100,0
Картоп	Сомасы	459570,2	2668018,1	90678,5	656377,8	116578,0	40359,2	4031581,9
	Орташа мән	65652,9			24310,3	11067,7	20179,6	
	Стандарт- ты ауытқу	52767,8			18592,9	48583,5	20179,6	
	Кластер үлесі	11,4	66,2	2,2	16,3	2,9	1,0	100,0

Ет, тн	Сомасы	87911,4	1718984,0	39197,0	225066,0	55338,7	30890,3	2157387,4
	Орташа мән	12558,8			8335,8	42574,4	15445,1	
	Стандарт-ты ауытқу	9529,3			6258,7	18519,8	10571,7	
	Кластер үлесі	4,1	79,7	1,8	10,4	2,6	1,4	100,0
Сүт, тн	Сомасы	316900,8	4431065,0	141499,1	975581,5	212871,8	90571,8	6168490,0
	Орташа мән	45271,5			36132,6	53642,1	45285,9	
	Стандарт-ты ауытқу	33911,2			15489,2	70788,6	26565,0	
	Кластер үлесі	5,1	71,8	2,3	15,8	3,5	1,5	100,0
Жұмыртқа, мың дана	Сомасы	1807469,8	2594671,1	28142,6	363107,2	192661,9	19100,8	5005153,4
	Орташа мән	258210,0			13448,4	21872,7	9550,4	
	Стандарт-ты ауытқу	93098,2			14578,5	74800,2	5570,6	
	Кластер үлесі	36,1	51,8	0,6	7,3	3,8	0,4	100,0
Жемістер мен жидектер, тн	Сомасы	14558,9	335437,3	103166,7	39284,6	109363,3	9070,7	610881,4
	Орташа мән	2079,8			1455,0	331530,0	4535,3	
	Стандарт-ты ауытқу	4448,5			5855,9	46539,8	2874,2	
	Кластер үлесі	2,4	54,9	16,9	6,4	17,9	1,5	100,0
Көкөністер мен бақша дақылдары, тн	Сомасы	214459,0	3760583,4	311090,1	207734,4	1657650,2	1385285,3	7536802,4
	Орташа мән	30637,0			7693,9	3951,9	692642,6	
	Стандарт-ты ауытқу	34842,4			9274,6	544900,8	402513,0	
	Кластер үлесі	2,8	49,9	4,1	2,8	22,0	18,4	100,0
	Барлығы тн	4210759,9	40969331,2	1211518,4	9578854,3	3135582,0	1938516,3	61044562,1
Ауыл шаруашылығы азық-түлік өнімдерінің көлемі. млн тг.	Сомасы	362418,4131	4864753,901	146549,2056	1376787,362	344594,4	170608,3	7265711,6
	Орташа мән	51774,05			50992,12	22025,4	85304,15	
	Стандарт-ты ауытқу	24765,61			11066,64	114437,57	49842,21	
	Кластер үлесі	5,0	67,0	2,0	18,9	4,7	2,3	100,0

Ескерту - Автор есептеген

Алынған нәтижелер қорытынды 2.9 кестеде жинақталған.

Кластерлік жіктеу нәтижелері: 1-кластер – астық және картоп қоймалары, мал мен құс еті мен сүтке арналған тоңазытқыш жабдықтар. Кластерді дамыту үшін элеваторлар, картоп қоймалары, сүт және ет өнімдерін сақтауға арналған тоңазытқыш қондырғылар қажет.

Кесте 2.9 – Қазақстан Республикасының ауыл шаруашылығы кластерлерінің құрамы мен сипаттамасы

Кластер №-рі	Аудан дар саны	Ауылдық аумақтар мен қалалық агломерациялардың атауы	Өндірістік потенциалдың сипаттамасы	Инфрақұрылымның потенциалды сипаттамалары
1	7	Талдықорған қ.а., Қарасай, Аршалын, Біржан сал, Абай, Бұқар жырау, Қызылжар аудандары	Өсімдік шаруашылығы (картоп) және астық, ет және сүт, жұмыртқа	Астық және картоп сақтау қоймалары, мал мен құстың сүті мен етін тоңазыту жабдықтары
2	159	қалған 159 аудан	Сүт шаруашылығы, ара шаруашылығы, егін шаруашылығы (соя, сұлы, жүгері, қарақұмық), картоп өсіру, көкөніс өсіру	Астық және картоп сақтау қоймалары, жануарлар мен құстардың сүті мен етін тоңазыту жабдықтары, жеміс-жидек қоймалары, көкөніс сақтау қоймалары
3	1	Еңбекшіқазақ ауданды	Жемістер мен жидектер, көкөністер мен бақша дақылдары, картоп, ет, сүт	Картоп қоймалары, жеміс-жидек қоймалары, көкөніс қоймалары, сүт пен мал етіне арналған тоңазытқыш жабдықтар
4	27	Кербұлақ, Панфилов, Астрахан, Атбасар, Егіндікөл, Есіл, Зеренді, Целиноград, Шортанды, Нұрын, Қостанай, Меңдіқара, Ұзынкөл, Федоров, Железин, Ертіс, Тереңкөл, Успен, Айыртау, Ақжар, Мамлют, Шал ақын, Аққайың, Тимирязев, Бородулиха, Глубокое, Шемонаиха аудандары	Ет және сүт бағытындағы мал шаруашылығы, құс шаруашылығы, өсімдік шаруашылығы (соя, бидай, сұлы, жүгері, қарақұмық), картоп шаруашылығы, көкөніс шаруашылығы	Астық және картоп сақтау қоймалары, жануарлар мен құстардың сүті мен етін тоңазытқыш қондырғылар, жемістер мен жидектерді сақтайтын қоймалар
5	5	Жамбыл, Мақтаарал, Сарыағаш, Сауран, Шардара аудандары	Өсімдік шаруашылығы (соя, сұлы, жүгері, қарақұмық), картоп өсіру, көкөніс өсіру, жеміс-жидек, құс шаруашылығы	Ірі жемістер мен жидектерді сақтайтын қоймалар, көкөніс қоймалары, картоп қоймалары, сондай-ақ жануарлар мен құстардың сүті мен етіне арналған тоңазытқыш
6	2	Жетысай, Шу аудандары	Көкөніс және бақша дақылдары	Ірі көкөніс сақтау қоймалары, сондай-ақ жеміс-жидек сақтау қоймалары, сүт пен мал етін тоңазытқыш қондырғылар

Ескерту - Автор құрастырған

2-кластер – астық және картоп сақтау қоймалары, мал мен құс еті мен сүтті тоңазыту жабдықтары, жеміс-жидек сақтау қоймалары, көкөніс сақтау қоймалары.

3-кластер – картоп сақтау қоймалары, жеміс-жидек сақтау қоймалары, көкөніс сақтау қоймалары, сүт пен мал етіне арналған тоңазытқыш жабдықтар. Бұл кластерге, ең алдымен, өсімдік шаруашылығының инфрақұрылымы қажет.

4-кластер – астық және картоп сақтау қоймалары, мал мен құс еті мен сүтке арналған тоңазытқыш жабдықтар, жеміс-жидек сақтау қоймалары.

5-кластер – ірі жеміс-жидек сақтау қоймалары, көкөніс сақтау қоймалары, картоп сақтау қоймалары, сондай-ақ жануарлар мен құстардың еті мен сүтті тоңазыту жабдықтары. Аудандарға әмбебап сақтау КБО-ы қажет.

6 кластер – ірі көкөніс сақтау қоймалары, сондай-ақ жеміс-жидек сақтау қоймалары, сүт пен мал етіне арналған тоңазытқыш жабдықтар. Бұл аймақтар бақша дақылдары мен көкөністерді сақтайтын инфрақұрылымды дамытуды талап етеді.

Жіктеу нәтижелері ауыл шаруашылығының әмбебап тарату орталықтарын 1–2 және 4–5 кластерлерге кіретін аудандар аумағында орналастыру қажеттігін көрсетеді.

2 және 3 кластерлер - астық сақтау қоймалары, 1, 2 және 4 кластерлер - картоп сақтау қоймалары, 1, 2 және 4 кластерлер - жануарлар мен құс етін сақтауға арналған тоңазытқыш жабдықтар, 2 және 4 кластерлер - сүтке арналған тоңазытқыш жабдықтар, 2, 3, 4 кластерлер - жемістер мен жидектерді сақтау қоймалары, 2, 5, және 6 кластерлер – көкөніс сақтау қоймалары. Бұл аудандардың айтарлықтай өндірістік әлеуеті бар және ҚР-ың ауыл шаруашылығы өнімдерінің 95,7% өндіреді.

3 және 6 кластерлерде халықтың үлесі төмен болғанымен, жеміс-жидек (16,9%) пен көкөніс-бақша дақылдарының (18,4%) өндірісі басым. Сондықтан бұл аудандарды мамандандырылған көкөніс-жеміс тарату орталықтарымен қамтамасыз ету қажет.

4) Интегралдық көрсеткішті есептеу, рейтингтік мән деңгейі бойынша аудандарды саралау

Таңдалған көрсеткіштерді өлшем бірліктерінің әртүрлі болуына байланысты стандартты түрге келтіру қажет. Келесі кадам – рейтингті қалыптастырудағы маңыздылығын айқындауға мүмкіндік беретін факторлардың салмақ коэффициенттерін анықтау болып табылады. Бұл әрекеттер STATISTIKA бағдарламасы арқылы жүзеге асырылады.

Салмақтық коэффициенттерді қолдану таңдалған көрсеткіштердің маңызды екенін анықтауға мүмкіндік берді, өйткені дисперсия коэффициенті 79,2% құрайды (2.10-кесте).

Функцияның сызықтық теңдеуі негізінде КБО орналасу рейтингін есептеу үшін негіз ретінде алынған фактор мәндерінің матрицасы құрылды.

Рейтингті есептеуге арналған көрсеткіш мәндерінің матрицасы SPSS бағдарламасының көмегімен факторлық талдау арқылы анықталды. Нәтижесінде факторлардың әрбір аймақ үшін бес тобы алынды: F1, F2, F3, F4 және F5.

Сызықтық функция теңдеуіне сүйене отырып, КБО-ың орналастыру орнының рейтингін есептеуге негіз болған факторлар мәндерінің матрицасы құрылған.

Кесте 2.10 – КБО орнын таңдауға әсер ететін көрсеткіштердің салмақтық коэффициенттері

Халық саны (chis_nas)	0,978452
Ауыл шаруашылығы тауар өндірушілерінің саны (Kol_proisvod)	-0,752908
Азық-түлік тауарларының көтерме және бөлшек сауда айналымының көлемі, млн тг. (Voptov+rosn_prod)	0,754662
Ауыл шаруашылығы өнімдерін өткізу көлемі, млн тг. (Vreal_sel.prod)	0,993069
Ауыл шаруашылығы өнімдерін жүк тасымалдау көлемдері, тн (автокөлік) (Vgrusoper)	-0,689454
Сақтау сыйымдылығының болуы, тн (Mochnosti_hranenie)	0,875427
Темір жолдың болуы (nalichie_realseti)	0,675213
Толық дисперсия	2,234517
Жалпы дисперсияның үлесі	0,792745

Ескерту - Автор есептеген

Рейтингтің өзі мына формула (2.3) бойынша есептелді:

$$R_i = \left(\frac{\sum_{i=1}^n F_i}{n} \right), \quad (2.3)$$

мұндағы R_i - облыстың i -субъектісінің КБО орналасқан жерінің тартымдылығының интегралды көрсеткіші;

F_i – аймақтың i -субъект факторының мәні;

n – факторлар саны.

Аймақ субъектілерінің рейтингі КБО-ы орналастыруға ең қолайлы негізгі аумақтарды айқындады. Ұлттық желіге қосу мақсатында ірі КБО қалыптастыру үшін республикалық маңызы бар қалаларға (сауда және тарату КБО-тары) және Ақтөбе қаласына жақын орналасқан аумақтарды пайдалану ұсынылады. Сауда бағытындағы КТО-ды жоғары рейтингке ие ірі облыс орталықтарында орналастыру ұсынылады. Ал сақтау бағытындағы КБО-ды ауыл шаруашылығы өнімдерін өндіру мен өңдеу шоғырланған жерлерде –

жоғары рейтингке ие ауылдық аудандарда немесе жақын орналасқан қалалық агломерацияларда орналастыру ұсынылады.

2-кезең. Логистикалық біріктірілген тарату орталықтарының ықтимал орналасу орындарын нақтылау

КТО диапазонын нақтылау үшін «ауырлық центрі» әдісін қолдану ұсынылады, оның мәні КБО-ның орналасқан жерін ауыл шаруашылығы тауарын өндірушіден өнімін КБО-қа әкелетін, ал КТО-тан тұтынушыға дейінгі қашықтық минималды болатындай етіп табу болып табылады. Келесі формула (2.4) қолданылады:

$$S_{ср\text{ед}} = \frac{\sum(Q_{ij} \times S_{ij}) + \sum(Q_{ik} \times S_{ik})}{\sum Q_{ij} + \sum Q_{ik}}, \quad (2.4)$$

мұндағы $S_{орт}$ – 1 тонна өнім жүкті тасымалдаудың орташа өлшенген қашықтығы, км/т;

Q_{ij} – ауыл шаруашылығы өнімінің i -ші түрін j -ші тауар өндірушіден КБО-қа тасымалдау көлемі, т;

S_{ij} – ауыл шаруашылығы өнімінің i -ші түрін j -ші тауар өндірушіден КБО-қа дейін тасымалдау қашықтығы, км;

Q_{ik} – ауылшаруашылық өнімінің i -ші түрін КБО-тан k -ші тұтынушыға тасымалдау көлемі, т;

S_{ik} – i -ші түрдегі ауылшаруашылық өнімін КБО-тан k -ші тұтынушыға дейін тасымалдау қашықтығы, км.

Жүргізілген есептеулер жақын маңдағы аумақтардағы таңдалған КБО қалыптастыру нүктелерінің әсер ету дәрежесін нақтылауға және КБО қызметтерін тұтынушылар шеңберін құруға мүмкіндік берді. Аймақтардың рейтингі бойынша барлығы 18 сақтау КБО-ы, 8 сауда КБО-ы және 4 тарату КБО-ы анықталды.

КБО-ың әрекет ету радиусын таңдау мақсатында ауырлық орталығы есепке алынып, олардың әлеуетті орналасу орындары 2.11-кестеде көрсетілген.

3-кезең. КБО қызмет көрсету аймағын анықтау

ҚР-ғы ауыл шаруашылығын тарату орталықтарының логистикалық желісі мынадай түрде ұсынылады.

1. Ауыл шаруашылығын тарату орталықтары 142 шақырымдық аймақтан (Атырау қ.) 424 шақырымдық аймаққа (Ақмола қ.) дейін қызмет көрсетуге тиіс;

2. Ауылдық жерлердегі ауыл шаруашылығы өнімдерін тарату орталықтары (18 дана) негізгі функцияларды орындаумен қатар, облыстардың үлкен аумақтары үшін ауыстырып тиеу базасына айналуы тиіс. Ауыл шаруашылығы өнімдері мен шикізат ағындары қалалық агломерациялардағы өңдеу кәсіпорындарына бағытталуы мүмкін.

Кесте 2.11 – КБО-ың әлеуетті орналастыру орындары және КБО-ың әрекет ету радиусы

Облыс/аудан	Жалпы рейтинг – факторлық жүктемелер бойынша (F1-F5)	Аудан орталығынан облыс орталығына тасымалдау көлемі	Ауырлық орталығы, мың тн*км	Ауырлық центрінің қосындысы, км	Сақтау КБО-ың рейтингі (F1+F3+F5)	Сақтау КБО-ың саны	Сауда КБО-ың F2 бойынша рейтингі	Сауда КБО-ың саны	Тарату КБО-ы
Алматы:	1,425	4054,0	1447523,4	357,0	6,177	3	-0,665	1	
Еңбекшіқазақ	1,123	800,8	161504,2		2,286	1	0,391		
Қарасай	0,879	254,7	12312,8		1,281	1	0,378		
Іле	-0,661	406,5	77243,9		1,159	1	0,310		
Ақмола:	-0,665	3085,505	1308932,609	424,2	6,635	2	-1,511	0	
Астрахан	-0,224	260,621	122926,391		0,803	1	-0,088		
Есіл	0,536	203,124	118488,839		0,806	1	0,051		
Ақтөбе:	2,019	716,4	177641,3	248,0	-4,410	0	-1,754	0	1
АКБОбе қ.	0,981	81,4	135,6		0,430		1,112		1
Атырау	-3,400	242,9	34541,5	142,2	-4,662	0	-1,292	1	0
Атырау қ.а.	-0,504	71,3	118,8		-0,387		0,717	1	
БҚО	0,323	509,5	105824,4	207,7	-6,219	0	-2,194	1	0
Орал қ.а.	-0,673	40,4	0,0		-0,245		0,748	1	
Жамбыл	1,271	2578,0	1002831,3	388,9	0,475	2	-0,748	0	
Тараз қ.	0,687	49,5	82,5		-0,600		0,567		
Қордай	-0,543	410,5	225767,1		1,010	1	0,116		
Шу	0,584	833,6	362622,7		1,047	1	0,131		
Қарағанды	3,325	1377,2	443908,3	322,3	-2,667	2	-0,350	1	
Қарағанды қ.а.	0,662	35,0	58,3		-0,470		1,678	1	
Абай	0,863	207,7	26652,7		1,129	1	-0,241		
Бұқар жырау	0,615	204,8	38573,2		1,105	1	-0,196		
Қостанай	3,497	2514,1	665015,2	264,5	3,306	2	-2,252	0	

Костанай қ.а.	0,591	20,5	34,2		-0,540		0,408		
Арқалық қ.а.	-0,259	84,5	64800,1		-0,032		0,013		
Қарасу	0,111	317,5	101056,2		1,406	1	0,008		
Қостанай	-0,487	305,7	3566,6		1,521	1	0,062		
Қызылорда	1,000	633,3	178857,2	282,4	-2,569	0	-0,636	1	
Қызылорда қ.а.	0,465	50,5	84,2	264,5	-0,438		0,620	1	
Маңғыстау	-1,304	25,2	8567,1	340,6	-4,770	0	-0,750	0	
Ақтау қ.а.	0,673	1,0	1,6		-0,752		0,239		
Павлодар	-1,454	1984,8	397675,3		0,935	2	-2,440	1	
Павлодар қ.а.	-0,892	61,8	103,0	340,6	0,041		0,671	1	
Железин	-0,356	213,9	65953,1		0,598	1	-0,195		
Павлодар	-0,521	328,7	16436,6		0,654	1	-0,352		
СҚО	-1,503	3678,7	1138718,5	309,5	6,694	1	-3,145	0	
Петропавл қ.	-0,306	59,8	99,7	200,4	-0,359		0,063		
Тайыншы	-0,649	481,9	145361,3		1,613	1	-0,155		
Түркістан	0,976	3952,8	1553670,8	393,0	2,033	2	-0,959	0	0
Туркестан қ.	-0,469	31,4	52,3	309,5	-0,688		-0,052		
Сайрам	0,436	417,0	130665,9		1,118	1	0,136		
Сарыағаш	-0,798	481,8	203146,8		1,281	1	0,219		
ШҚО	-1,242	3077,7	1397588,3	454,1	-0,391	2	-0,969	2	
Өскемен қ.	0,292	75,7	126,1	393,1	-0,298		0,744	1	
Семей қ.	-0,230	129,2	46959,9		0,113		0,583	1	
Бородулиха	-0,341	396,2	132723,3		0,541	1	-0,188		
Ұржар	-0,384	372,0	297560,8		0,883	1	0,040		
Астана қ.	0,979				-0,601		4,417		1
Алматы қ.	0,571				-0,204		12,638		1
Шымкент қ.	0,611				0,238		2,611		1
Барлығы						18		8	4

Екінші бөлім бойынша тұжырым

Азық-түлік өнімдерін сақтау және өткізу бойынша аймақтық ауыл шаруашылығы инфрақұрылымдарын іріктеу және орналастыру өлшемшарттары негізделген және ұсынылған. Жұмыс істеу және пайдалану факторларына байланысты азық-түлік өнімдерінің орналасуы мен таралуын таңдауға әсер ететін өлшемшарттары сақтау орындары мен қоймалар, КАТН, КБО, сауда орталықтары және логистикалық тарату орталықтары үшін ерекшеленеді.

Азық-түлік өнімдерін өткізу нарығының жұмыс істеу тетігінің тұжырымдамалық ережелерін іске асыру оны таңдау мен орналастыруды бағалаудың дәстүрлі тәсілдерін өзгертуді талап етеді. Аймақтық деңгейде орналастырудың оңтайлылығы мен тиімділігінің өлшемшарттарын интегралды мультипликативтік көрсеткішті пайдалана отырып өлшеу орынды.

Оны есептеу әдістемесі тарату инфрақұрылымының элементтерін пайдаланудың оңтайлылығы мен тиімділігін сипаттайтын көрсеткіштер жүйесін қалыптастырудан, олардың уақыт аралығы бойынша өзгеруін көрсететін индекстерді анықтаудан және индекстердің орташа мәнін білдіретін жиынтық көрсеткішті есептеуден тұрады.

Аумақтық аймақтардың сауда-тарату инфрақұрылымының жұмыс істеу тиімділігін салыстырмалы бағалау кластерлеуді жүргізу және рейтинг құру арқылы жүзеге асырылуы тиіс.

Осы әдістемені қолдану арқылы талдау өндірістің мамандануына және ауыл шаруашылығы өнімдерін өткізу инфрақұрылымына байланысты зерттелетін аумақтарды 6 кластерге бөлуге мүмкіндік берді.

Интегралдық көрсеткіш негізінде анықталған рейтингтік бағалау жетекші аймақтарды анықтады.

Жіктеу нәтижелері әмбебап ауыл шаруашылығын тарату орталықтарын 1, 2, 4, 5 кластерлерге кіретін аудандарда орналастыру қажет деген қорытынды жасауға мүмкіндік береді.

Жемістер мен жидектер (16,9%), көкөністер мен бақша дақылдары (18,4%) басым болатын 3 және 6 кластерлерде тұрғындардың үлес салмағы төмен, сондықтан бұл аймақтар мамандандырылған көкөніс және жеміс-жидек КБО-мен қамтамасыз етілуге тиіс.

Факторлық талдау негізінде аумақтың рейтингін анықтау және «ауырлық орталығы» әдістерінен тұратын КБО-ың орналасқан жерін таңдау әдістемесі анықталды. Қазақстан аумағында 18 сақтау КБО-ың, 4 тарату КБО-ың және 8 сауда КБО-ың керек екенін анықтауға мүмкіндік берді.

Сауда-өткізу инфрақұрылымын оңтайлы орналастыру және тиімді жұмыс істеуі ауыл шаруашылығы саласындағы мақсатты саясатты іске асыру және мемлекеттік қолдауды, оның ішінде сақтау және өткізу инфрақұрылымын дамыту мақсатында ауыл шаруашылығы тауарын өндірушілерге сараланған көзқарасқа негізделуі тиіс. Осы мақсатта өндірісі,

инфрақұрылымы және әлеуметтік-экономикалық жағдайы ұқсас аумақтарды типтендіру орынды.

Типтендіру әдісі ауыл шаруашылығы өндірісі үшін қолайсыз аумақтарды анықтауға мүмкіндік беретін интегралдық көрсеткішті есептеуге негізделген.

Өсімдік шаруашылығын (картоп), астық, ет және сүт, жұмыртқа өндірісі үшін ең қолайлы деп анықталған аудандарға (1, 3, 5 және 6 кластерлер) ерекше талаптар қойылуы тиіс. Бұл талаптар тек қана мамандандырылған астық және картоп қоймалары, жеміс-жидек және жидек қоймалары, көкөніс қоймалары, салқындатқыш жабдықтарды салудағы жоғары мемлекеттік қолдауды қамтып қана қоймай, сонымен қатар осы аудандар үшін ауыл шаруашылығын жүргізудің жоғары тәуекелдерін ескере отырып кәсіпкерлік бастаманы дамытуға бағытталған бағдарламалық құжаттарды әзірлеуді де қамтиды. Сонымен қатар, осы аудандар мен сауда желілері арасындағы өзара әрекеттесу үшін ерекше жағдайлар жасалуы қажет. Бұл жыл бойы жылдам және үздіксіз жеткізілімді, сондай-ақ сауда желілері тарапынан ауыл шаруашылығы өнімдерін өсірумен айналысатын шаруашылық субъектілерін қаржыландыруды қамтуы мүмкін.

Сүтті мал шаруашылығының сүт бағыты, омарташылық және өсімдік шаруашылығы үшін ең қолайлы деп анықталған аудандарға (2 және 4 кластерлер), сондай-ақ әмбебап ауыл шаруашылығы тарату орталықтарын салу мен дамыту үшін жағдайлар ұсынылуы тиіс. Осы кластерлерге кіретін аудандарда сауда-өткізу инфрақұрылымын бірлесіп пайдалану үшін жағдайлар жасалуы қажет, өйткені оларға 159 аудан кіреді.

Ауыл шаруашылығы кооперативті нарықтарын, КБО құрылымдарын құру арқылы ТӨЖ саласындағы қазіргі мәселелерді жою қажет. Мұндағы негізгі өзегі болып ауыл шаруашылығы өнімдерін өндіруші тұруы тиіс.

Зерттеліп есептеу нәтижелері бойынша сақтау КБО-ың, тарату КБО-ың, сауда КБО-ың, сондай-ақ ауылшаруашылық кооперативтік базарларының және көтерме азық-түлік базарларының саны мен әлеуетті орындары анықталды.

Екінші бөлімнің әдебиеттері

1 Минаков И.А. Экономика отраслей АПК / И.А. Минаков, Н.И. Куликов, О.В. Соколов и др.; Под ред. И.А. Минакова. – М.: КолосС, 2004. – 464 с.

2 Нуралиев С.У. Организация и развитие системы оптовых продовольственных рынков в России. - М.: ФГНУ «Росинформагротех», 2002. - 128 с.

3 Klose A., Drexl A. Facility location models for distribution system design // European Journal of Operational Research, № 162 (2005), pp. 4–29.

4 Дыбская В.В. Основной подход к проектированию и реорганизации сети распределения компании // Логистика и управление цепями поставок. - 2012. - № 4. - С. 9-15.

5 Николайчук В.Е. Логистика в сфере распределения / В.Е. Николайчук. - СПб.: Питер, 2001. - 160 с.

6 Проектирование логистических систем: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры: для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим направлениям и специальностям / Ю. М. Неруш, С. А. Панов, А. Ю. Неруш; Гос. ун-т упр. – М.: Юрайт, 2015. - 421 с.

7 Тяпухин А.П. Проектирование товаропроводящих систем на основе логистики: учебное пособие / А.П. Тяпухин, А. И. Голощапова, Е.Н. Лындина. - М.: Финансы и статистика, 2007. - 240 с.

8 Евтодиева Т.Е. Характерные особенности организационных форм логистики в условиях неэкономии [Текст] / Т.Е. Евтодиева. - Самара: Изд-во Самар. гос. экон. ун-та. - 2011.

9 Евтодиева Т.Е. Сравнительная характеристика системной и сетевой форм организации логистики // Проблемы современной экономики. - 2011. - № 1 (37). – С.169 – 171.

10 Евтодиева Т. Е. Современные концепции логистики: содержательный аспект / Т. Е. Евтодиева // European Social Science Journal. – 2016. – № 12-1. – С. 72–80.

11 Сергеев В.И. Управление цепями поставок: Учебник для бакалавров и магистров / В.И. Сергеев. - М.: Юрайт, 2014. - 479 с.

12 О'Шонесси Дж. Конкурентный маркетинг / Дж. О'Шонесси; пер. Д.О. Ямпольская. – СПб.: Питер, 2001. – 857 с.

13 Дэй Д. Стратегический маркетинг / Д. Дэй. – М.: Изд-во ЭКСМО-Пресс, 2002. – 640 с.

14 Ансофф И. Новая корпоративная стратегия / И. Ансофф. – СПб.: Питер Ком, 1999. – 416 с.

15 Котлер Ф. Маркетинг. Менеджмент / Ф. Котлер, К.Л. Келлер. – СПб.: Питер Пресс, 2014. – 800 с.

16 Голиков Е.А. Взаимодействие маркетинга и логистики: учеб. пособие. - М.: Флинта; МПСИ, 2007. – 568 с.

17 Совершенствование системы сбыта в агропродовольственной сфере. Теория, методология, практика / В.Г. Гусаков и др. – Мн.: Ин-т систем. исслед. в АПК НАН Беларуси, 2010. – 250 с.

18 Киреенко Н.В. Система сбыта продукции АПК на основе маркетингового подхода: теория, методология, практика. В 2 ч. Ч. 1 / Н.В. Киреенко; под ред. В.Г. Гусакова. – Мн.: Институт системных исследований в АПК НАН Беларуси, 2015. – 265 с.

19 Киреенко Н.В. Система сбыта продукции АПК на основе маркетингового подхода: теория, методология, практика: в 2-х ч. Ч. 2. / Н.В. Киреенко; под ред. В.Г. Гусакова. – Минск: Институт системных исследований в АПК НАН Беларуси, 2015. – 173 с.

20 Озерова М.Г., Мазлоев В.З. Оптово-распределительные центры как основа формирования логистической инфраструктуры АПК // Экономика сельского хозяйства России. – 2015. - №9. – С. 57-64.

21 Горлова Е.Е. Методический подход к размещению сельскохозяйственных распределительных центров в регионе [Электронный ресурс] / Е.Е. Горлова // Электронный научный журнал «Экономика и экологический менеджмент» Электрон. – Санкт - Петербург: СПбГУНиПТ, – 2012. – №1(март). Режим доступа к журн.: <http://www.open-mechanics.com/journals> свободный.

22 Вартазарова А.Э. Принципы проектирования региональной логистической инфраструктуры с логистическим индустриальным парком // РИСК. – 2017. - № 3. – С. 13-15.

23 Зволинская О.В. Концепция создания областной агропродовольственной товаропроводящей системы (ОАТС) / О.В. Зволинская, А.В. Головин, М.Ю. Анишко // Материалы международной научно-практической конференции «Экологические проблемы и социально-экономические аспекты обустройства и развития аридных территорий Российской Федерации» (4–6 августа 2009 г.). – Соленое Займище. – 2009. – С. 315–318.

24 Романенко Ю.Д. Совершенствование организационно-экономического механизма взаимодействия субъектОв рынка овощной продукции (на материалах Московской области): Монография – М.: ООО «Мегаполис». – 2017. – 208 с.

25 Об утверждении Государственной программы развития агропромышленного комплекса Республики Казахстан на 2017 – 2021 годы. Постановление Правительства Республики Казахстан от 12 июля 2018 года № 423. [Электронный ресурс] – URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/P1800000423> (Дата обращения 15.10.2023).

26 Материалы II Международного аграрного форума овощных культур Овощкульт 2016 [Электронный ресурс] – URL: <http://www.vegmosreg.ru/conf2016/> (дата обращения: 16.09.2024).

27 Методические рекомендации по теме: «Развитие сети оптово-распределительных центров для сбыта сельскохозяйственной продукции, включая создание необходимой инженерной и транспортной инфраструктуры и обеспечение функционирования автоматизированных информационных логистических и расчетных систем». – М.: ФГБУ «НИФИ». - 2014. – 229 с.

28 Дыбская В.В. Проектирование складской сети как составной части логистической инфраструктуры системы распределения // Логистика. – 2016. – № 8(117). – С. 16–21.

29 Сергеев В.И., Дыбская В.В. Классификация и определение состава услуг логистических центров // Логистика сегодня. – 2011. – № 5. – С. 262–278.

30 Озерова М.Г. Оптово-распределительные центры как основа формирования логистической инфраструктуры АПК/М.Г. Озерова, В.З. Мазлов // Экономика сельского хозяйства России. – 2015. - №9. – С. 57-64.

3 Азық-түлік өнімдерінің көтерме саудасын реттеу және дамыту бойынша ұйымдастырушылық-экономикалық механизм

3.1 Азық-түлік өнімдерін өткізу желісін дамытудың болжамы

КБО желісін құру ауыл шаруашылығы мен АӨК-дегі өндіріс көлемінің артуына тек ауыл шаруашылығы кәсіпорындарында, жеке қосалқы шаруашылықтар мен фермерлік шаруашылықтарда ғана емес, сонымен қатар өңдеу өндірісінің ұлғаюына және ауыл шаруашылығы өнімдерінің тауар айналымының артуына да алып келуі тиіс.

2001–2023 жылдар аралығындағы ҚР ҰСБ деректері негізінде ТӨЖ дамуына қатысты болжам жасалды. Бұл болжамда өткен кезеңде қалыптасқан үдерістерді анықтап, оларды келешек уақыт кезеңіне қолдануға негізделген экстраполяция әдісі пайдаланылды.

Жүргізілген есептеулер негізінде ҚР-да ауыл шаруашылығы өнімдерін өндіру көлемін болжауға арналған болжамдық мәннің трендік теңдеуі алынды (3.1-кесте).

Кесте 3.1 – Қазақстан Республикасында ауыл шаруашылығы өнімдерін өндіру болжамының моделі, мың тн

Өнім атауы	Вариант. коэф.,%	Регрессия теңдеуі	R ²	2003-2023 жылдардағы өсім, %
Астық өңдеу өнімдері	14,1	$Y=2563,8 \cdot X^{0,1752}$	0,69	4,93
Ет және ет өнімдері	14,5	$Y=22,0 \cdot X+694,29$	0,85	11,87
Сүт және сүт өнімдері	10,0	$Y=69,182 \cdot X+4521,5$	0,94	7,11
Жұмыртқа және жұмыртқа өнімдері, млн дана	13,1	$Y=207,23 \cdot X+1845$	0,94	21,50
Картоп және оны өңдеу өнімдері	14,1	$Y=110,93 \cdot X+1992,4$	0,97	16,23
Жемістер, жүзім және олардың өнімдері	11,7	$Y=1,34 \cdot X^2-14,33 \cdot X+264,1$	0,83	56,32
Көкөністер, бақша дақылдары және олардың өңделген өнімдері	12,5	$Y=288,75 \cdot X+1744,1$	0,97	23,96
Өсімдік майы және құрамында майы бар өнімдер	14,2	$Y=139,28 \cdot \text{EXP}(0,0659 \cdot X)$	0,92	48,50

Ауыл шаруашылығы өнімдері өндірісінің өсуін анықтау үшін пессимистік және оптимистік сценарийлер бойынша болжам жасалды, ол 3.2-кестеде көрсетілген. Болжам жасау статистикалық ақпаратты өңдеуге арналған SPSS Statistics 21.0 бағдарламалық қамтамасыздандыруы арқылы жүзеге асырылды.

3.2-кестеде келтірілген Қазақстандағы негізгі ауыл шаруашылығы өнімдері нарығының 2035 жылға дейінгі даму болжамы нарық

сыйымдылығының ұлғаюын көрсетеді. Бұл өсім елде болып жатқан әлеуметтік және экономикалық факторлармен байланысты.

Кесте 3.2 – Қазақстан Республикасындағы ауыл шаруашылығы өнімінің болжамы (барлық санаттағы шаруашылықтарда), мың тн

		Орташа 2019- 2023жж. алғанда	2024	2025	2026	2027	2028	2029	Орташа 2024- 2029 жж.
Астық өңдеу өнімдері	Пессим.	3972,87	3698,02	3624,06	3551,58	3480,55	3551,58	3480,55	3663,00
	Оптим.		4406,33	4440,78	4474,01	4506,12	4474,01	4506,12	4488,25
Ет және ет өнімдері, мың тн	Пессим.	1073,23	1030,03	1008,40	986,21	966,49	986,21	966,49	1019,11
	Оптим.		1178,36	1200,36	1222,36	1244,37	1222,36	1244,37	1233,36
Сүт және сүт өнімдері	Пессим.	5713,92	5388,66	5280,89	5175,27	5071,76	5175,27	5071,76	4970,33
	Оптим.		6043,50	6112,69	6181,87	6251,05	6181,87	6251,05	6116,69
Картоп және оны өңдеу өнімдері	Пессим.		3573,13	3501,67	3431,63	3363,00	3431,63	3363,00	3295,74
	Оптим.	3820,46	4432,86	4543,79	4654,72	4765,65	4654,72	4765,65	4710,18
Жемістер, жүзім және олардың өнімдері	Пессим.		364,90	357,97	351,17	344,50	351,17	344,50	337,95
	Оптим.	396,62	597,34	643,31	691,97	743,30	691,97	743,30	721,00
Көкөністер, бақша дақылдары және олардың өңделген өнімдері	Пессим.		6015,11	5894,81	5776,91	5661,37	5776,91	5661,37	5548,15
	Оптим.	6491,99	8096,60	8385,35	8674,10	8962,85	8674,10	8962,85	88185,47
Өсімдік майы және құрамында майы бар өнімдер	Пессим.	420,45	395,73	387,81	380,05	372,45	380,05	372,45	391,98
	Оптим.		593,65	634,09	677,28	723,42	677,28	723,42	704,41

Ескерту - ҚР ҰСБ сандық деректері негізінде автор есептеген

Инерциялық сценарий бойынша болжам 2001–2023 жылдар аралығындағы әрбір ауыл шаруашылығы өнімі түрінің өндірісін сипаттайтын уақыттық қатарларды талдау негізінде жүргізілді.

Болжам жасау статистикалық ақпаратты өңдеуге арналған SPSS Statistics 21.0 бағдарламалық қамтамасыздандыруы көмегімен ARIMA моделі (Бокс–Дженкинс моделі) негізінде жүзеге асырылды. Мақсатты болжамды құру үшін ҚР-да әр жылдары қол жеткізілген ауыл шаруашылығы өнімдерін өндірудің ең жоғары көрсеткіштері негіз ретінде алынды. Жылдар бойынша мақсатты мәндерге қол жеткізу сызықтық тренд негізінде есептелді.

Аймақтағы көкөніс өнімдері нарығының 2029 жылға дейінгі даму болжамы жүргізілген есептеулердің вариация коэффициенті 15%-ға дейінгі деңгейде болған жағдайда жасалды. Есептеулер негізінде болжамдық мәннің келесі түрдегі трендтік теңдеулері алынды (3.1-кестесі).

2003 жылдан 2021 жылға дейінгі кезеңдегі нарық сыйымдылығы көрсеткішінің нақты мәні 35%-дан 253,7%-ға дейінгі өсіммен немесе орташа жылдық өсім 22,95%-бен сипатталады. 2022 жылдан 2027 жылға дейінгі келесі болжамдық кезеңде айтарлықтай өсім байқалмады; ол 4,93-тен 48,50%-ға дейін шамалы өсуімен сипатталады.

КБО құру ауыл шаруашылығы өнімдері өндірісінің артуына алып келуі тиіс, бұл өсім тек ауыл шаруашылығы ұйымдарында ғана емес, сондай-ақ жеке қосалқы шаруашылықтар мен шаруа (фермер) қожалықтарындағы кәсіпкерлік қызметтің жандануына байланысты болмақ. Ауыл шаруашылығы өнімдері өндірісінің өсуін анықтау мақсатында болжам жасалды, ол 3.2-кестеде көрсетілген.

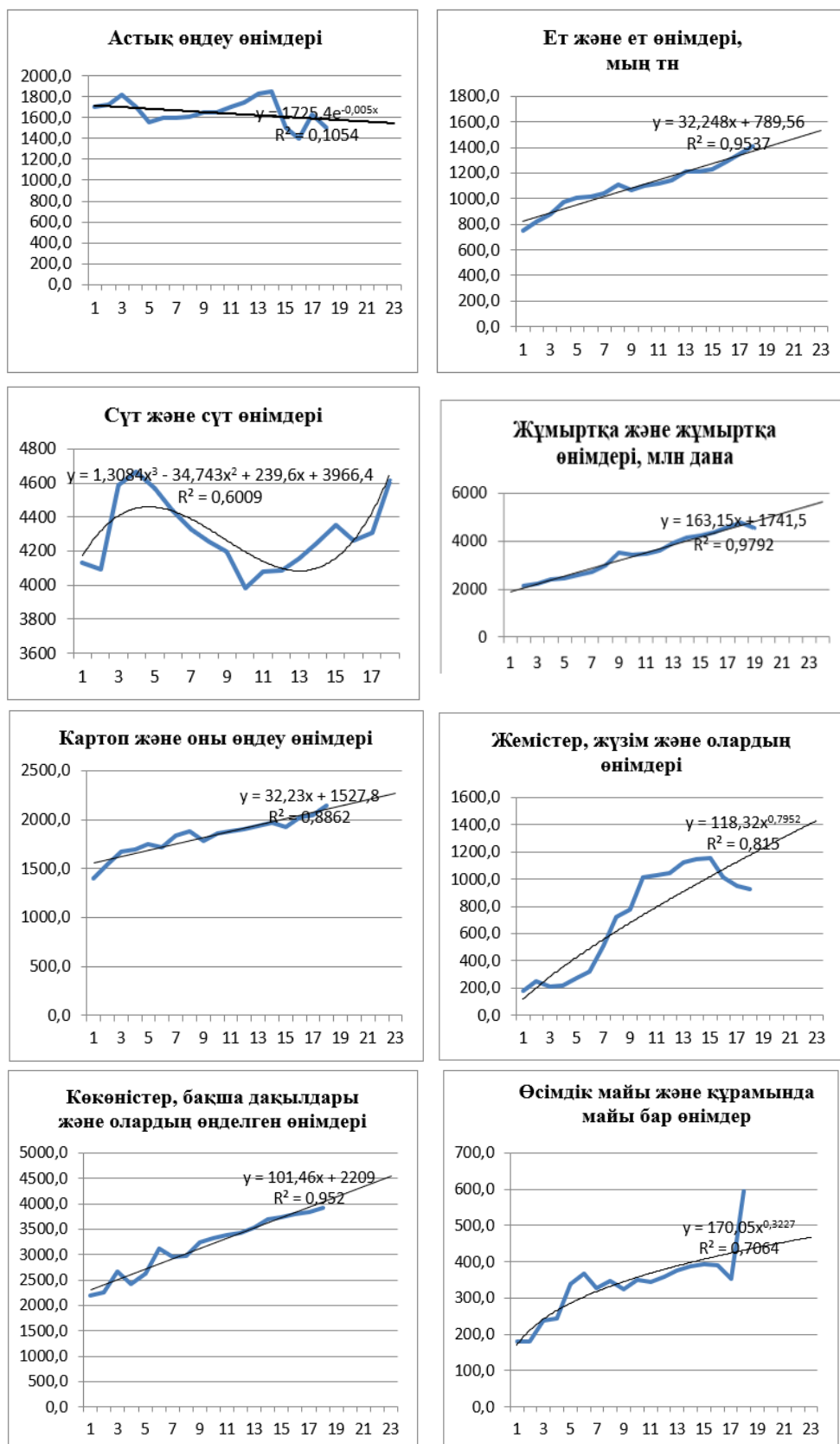
3.2-кестеде ұсынылған болжам нәтижелері аймақтарда бар ресурстарды пайдалану арқылы ауыл шаруашылығы өнімдер өндірісінің едәуір көлемдеріне қол жеткізу мүмкіндігін көрсетеді. Бұл резервтерді белсенді пайдалану механизмі жүргізу жүйесі КБО-ры болатын нарық болу керек.

Біз өнімді тұтыну ерекшеліктерін және көтерме сауда нарығының ерекшеліктерін ескере отырып, КБО арқылы өнімді өткізудің әлеуетті нарығын талдадық.

Шағын кәсіпкерлік нысандарында өндірілген және ауыл шаруашылығы өнімдерін логистикалық біріктірілген тарату орталығынан жеткізілетін өнімді өткізу болжамын құрудың бірінші факторы экспоненциалды тегістеу әдісін қолдана отырып, халықтың өнімді тұтыну көлемдерінің болжамын анықтадық (3.3-кесте, 3.1-сурет).

Кесте 3.3 – Қазақстан Республикасы халқының таңдамалы ауыл шаруашылығы өнімдерін тұтыну көлемінің болжамы, мың тн

Өнім атаулары	2023, нақты	Болжам, мың тн						Регрессия тендеуі	Статистикалық параметрлер			
		2024	2025	2026	2027	2028	2029		R ²	Орта	Стандарт. ауыт-қу	Вариация коэффициенті
Астық өңдеу өнімдері	1553,4	1545,7	1538,0	1530,3	1522,7	1515,3	1507,1	$Y=1725,4 \exp^{(-0,005X)}$	0,12	1623,4	112,8	6,9
Ет және ет өнімдері, мың тн	1466,8	1499,0	1531,3	1563,5	1595,8	1628,1	1660,8	$Y=32,248X+789,56$	0,93	1208,8	239,5	19,8
Сүт және сүт өнімдері	5793,4	6353,8	7017,5	7792,2	8685,8	9706,1	10861,2	$Y=1,308X^3-34,74X^2+239,6X+3966,4$	0,6	4931,0	1250,1	25,4
Жұмыртқа және жұмыртқа өнімдері, млн дана	5330,8	5493,9	5657,1	5820,2	5983,4	6146,5	6309,3	$Y=163,15X+1741,5$	0,97	4025,6	1205,5	29,9
Картоп және оны өңдеу өнімдері	2204,6	2236,9	2269,1	2301,3	2333,6	2365,7	2398,1	$Y=32,23X+1524,8$	0,88	1946,8	242,8	12,5
Жемістер, жүзім және олардың өнімдері	1331,9	1382,1	1431,9	1481,2	1530,0	1578,5	1626,5	$Y=118,32X^{0,7952}$	0,83	901,7	444,2	49,3
Көкөністер, бақша дақылдары және олардың өңделген өнімдері	4339,7	4441,1	4542,6	4644,0	4745,5	4846,9	4948,1	$Y=101,46X+2209$	0,95	3528,0	753,7	21,4
Өсімдік майы және құрамында майы бар өнімдер	454,2	461,1	467,7	474,2	480,5	486,6	492,5	$Y=170,05X^{0,3227}$	0,81	373,0	96,1	25,8

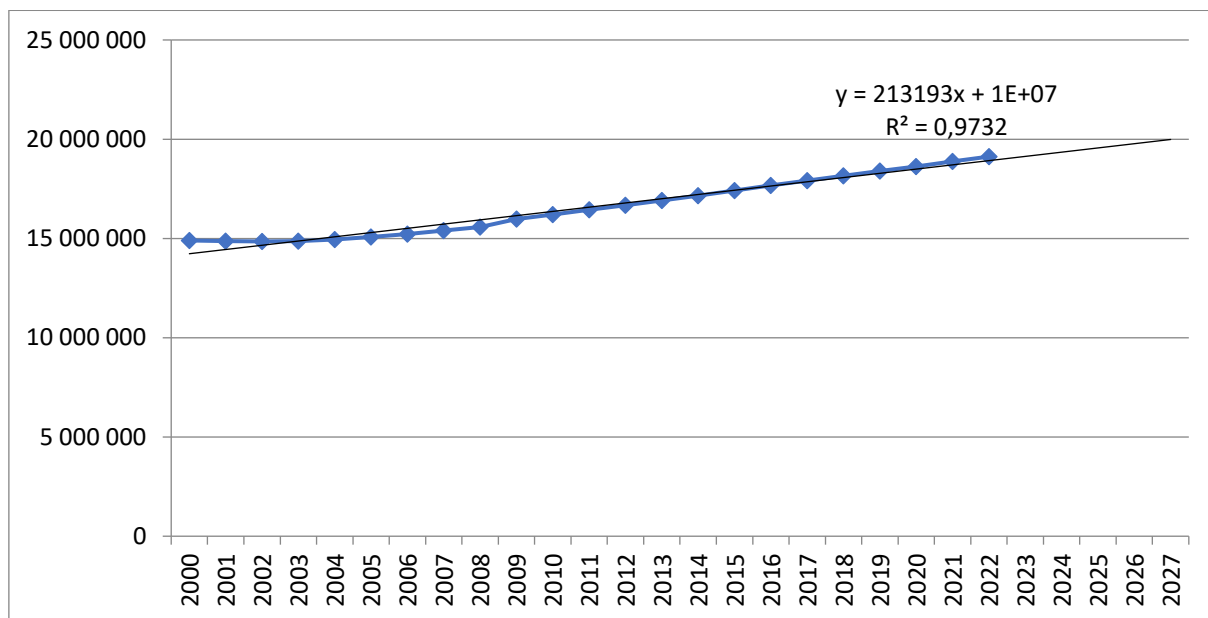


Сурет 3.1 – Қазақстандағы ауыл шаруашылығы өнімдерін тұтыну болжамы

3.1-суретте көрсетілген жан басына шаққандағы жемістер мен көкөністерді тұтыну болжамы экспоненциалды тегістеу әдісімен жасалды. 3.3-кестеде және 3.1-суретте келтірілген деректерге сәйкес, қарастырылған ауыл шаруашылығы өнімдерін тұтыну көлемін 2023 жылмен салыстырғанда 2029 жылы 10-20%-ға, сүт өнімдерін 75%-ға ұлғайту тенденциясы, ал астық өңдеу өнімдері 3%-ға төмендейтіні байқалады.

Логистикалық кешенді тарату орталықтарымен аймақтық азық-түлік нарығына жеткізілетін ауыл шаруашылығы өнімдеріне сұраныс көлемін анықтаудың келесі факторы ҚР-сы халқының 2027 жылға дейінгі кезеңге арналған экспоненциалды тегістеу әдісімен орындалған болжамы болып табылады (3.2-сурет).

Табиғи өсімнің ең жоғары мәндері оңтүстік және батыс облыстарда, сондай-ақ Астана (23,7%) және Шымкент қалаларында (22,9%), облыстар арасында – Маңғыстау (25,2%) және Түркістан (22,3%) облыстарында байқалады. Бұл жерде табиғи өсім деңгейі орташа республикалық деңгейден айтарлықтай асып түседі.



Сурет 3.2 – Қазақстан Республикасы халқының 2027 жылға дейінгі кезеңге болжамы, адам

Кейбір ауылшаруашылық өнімдерін өткізудің өзіндік ерекшеліктері бар. Жемістер, көкөністер мен ет-сүт өнімдері нарығының айтарлықтай үлесін халық балғын күйінде тұтынады. Сондықтан логистикалық біріктірілген тарату орталықтар арқылы нарыққа жеткізілетін өнімді өткізу көлемін болжаудағы маңызды фактор сауда желінің құрылымы болып табылады.

Қазақстан аймақтары бойынша жан басына шаққандағы орташа жылдық тұтыну нормасының (кг) және тұтынудың жалпы көлемінің (мың

тонна) болжамы 3.4-кестеде берілген. Мұнда орташа жан басына шаққандағы өнімді тұтыну 5,4%-ға (773,9 кг-нан 816 кг-ға дейін), бүкіл халық тұтынудың жалпы көлемі 13,1%-ға (14419,1 мың тоннадан 16311,4 мың тоннаға) өсті.

Осының негізінде Қазақстан қалаларындағы логистикалық біріктірілген тарату орталықтары арқылы жеткізілетін өнімдерді өткізуге болжам жасадық (3.5-кесте). Сақтауға және өңдеуге жататын өнімдердің үлесі 60-70% құрайды, қалғандары қоймасыз бірден тұтынылады, ал өнімнің бір бөлігі ысырап ретінде есептен шығарылады. Біз сақтауға және өңдеуге жататын өнімдердің үлесін 65% деп қабылдадық.

2035 жылға дейінгі кезеңге Қазақстан Республикасының КБО-ға біріктірілген логистикалық тарату орталықтармен жеткізілетін балғын ауыл шаруашылығы өнімдерін тұтынудың ең жоғары көлемінің болжамы 3.6-кестеде көрсетілген.

Сонымен қатар, логистикалық біріктірілген тарату орталықтарына жататын нарықтың ең жоғары үлесі 100% және ірі сауда желілері бақылайтын көкөніс нарығының үлесі арасындағы айырмашылық болып табылады.

Кесте 3.4 – Қазақстан Республикасындағы жан басына шаққандағы орташа жылдық тұтыну (кг) және жалпы тұтыну (мың тонна) болжамы

	2023*	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
Нан және жарма өнімдері	140,31	136,07	137,02	137,97	138,92	139,88	140,83	141,78
Ет және ет өнімдері	83,65	84,14	86,45	88,75	91,06	93,37	95,67	97,98
Балық және теңіз өнімдері	15,11	13,74	14,08	14,41	14,74	15,07	15,40	15,74
Сүт және сүт өнімдері	259,41	246,36	248,43	250,49	252,56	254,63	256,70	258,77
Жұмыртқа, дана	199,10	195,19	200,05	204,92	209,78	214,64	219,50	224,37
Майлар мен тоң майлар	17,29	19,65	20,04	20,43	20,82	21,22	21,61	22,00
Жемістер	78,65	80,13	82,77	85,42	88,06	90,70	93,35	95,99
Көкөністер	86,36	88,65	89,22	89,80	90,38	90,95	91,53	92,11
Картоп	50,10	43,39	42,78	42,16	41,55	40,94	40,32	39,71
Қант, джем, бал, шоколад, кондитерлік өнімдер	43,02	45,95	46,96	47,97	48,98	49,99	51,00	52,01
Орташа жан басына шаққанда, жылына, кг	773,90	758,07	767,74	777,41	787,07	796,74	806,41	816,08
ҚР-ғы халық саны, мың адам	18631,779	18879,552	19122,423	19134,850	19348,042	19561,235	19774,427	19987,620
Ақмола	736,735	735,566	733,9	725,240	723,635	722,030	720,425	718,819
Ақтөбе	881,651	894,333	906,201	915,861	927,971	940,081	952,191	964,301
Алматы	2055,724	2077,967	2107,166	2164,392	2193,460	2222,529	2251,597	2280,666
Атырау	645,28	657,11	668,09	671,633	682,727	693,822	704,916	716,010
Батыс Қазақстан	656,844	661,316	665,854	657,177	660,067	662,957	665,847	668,737
Жамбыл	1130,099	1139,192	1149,914	1157,647	1166,320	1174,994	1183,667	1192,340
Қарағанды	1376,882	1375,938	1371,914	1380,484	1382,221	1383,958	1385,695	1387,432
Қостанай	868,549	864,55	857,858	847,793	843,812	839,832	835,852	831,871
Қызылорда	803,531	814,588	827,923	839,407	851,171	862,936	874,700	886,464
Маңғыстау	698,796	719,571	740,893	766,441	787,665	808,889	830,113	851,337
Павлодар	752,169	751,012	747,057	747,649	747,251	746,853	746,455	746,057
Солтүстік Қазақстан	548,755	543,735	537,048	512,752	504,486	496,220	487,955	479,689
Түркістан*	2016,037	2044,742	2075,132	2331,178	2334,477	2337,777	2341,077	2344,377
Шығыс Қазақстан	1369,597	1363,797	1356,399	1343,605	1337,657	1331,709	1325,761	1319,812
Астана қ.	1136,156	1184,411	1239,744	1192,799134	1229,742367	1266,685599	1303,628831	1340,572063
Алматы қ.	1916,822	1977,258	2024,861	1992,659862	2035,331886	2078,003911	2120,675936	2163,34796
Шымкент қ.	1038,152	1074,466	1112,469	1156,120467	1196,029124	1235,937781	1275,846438	1315,755095
Жылына жалпы тұтыну, мың тн	14419,18966	14312,08141	14681,057	14875,57948	15228,3597	15585,2619	15946,28608	16311,43223

Ескерт - * нақты мәні

Кесте 3.5 – Ауыл шаруашылығы өнімдері нарығының сыйымдылығының болжамы, мың тн

Өнім атауы	Нақты		Нарық сыйымдылығының болжамы, мың тг.					
	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
Астық өңдеу өнімдері, мың тн	1 504,20	1569	1561,2	1553,4	1545,7	1538	1530,3	1522,7
Ет және ет өнімдері, мың тн	1 412,10	1402,3	1434,5	1466,8	1499	1531,3	1563,5	1595,8
Сүт және сүт өнімдері, мың тн	4 614,30	4950,9	5328,4	5793,4	6353,8	7017,5	7792,2	8685,8
Жұмыртқа және жұмыртқа өнімдері, млн дана	4 568,50	5004,5	5167,6	5330,8	5493,9	5657,1	5820,2	5983,4
Картоп және өңделген өнімдер, мың тн	2 143,60	2140,2	2172,4	2204,6	2236,9	2269,1	2301,3	2333,6
Өсімдік майы және құрамында майы бар өнімдер, мың тн	595,1	439,8	447,1	454,2	461,1	467,7	474,2	480,5
Жалпы өндіріс көлемі, мың тн	15 106,4	15 869,0	16463,10	17 144,0	17 919,7	18 798,1	19 786,7	20 893,9
Сақтауға және өңдеуге жататын өнімдердің үлесі, мың тн (65%)								
Астық өңдеу өнімдері, мың тн	1 052,94	1 019,85	1 014,78	1 009,71	1 004,71	999,70	994,70	989,76
Ет және ет өнімдері, мың тн	917,87	911,50	932,43	953,42	974,35	995,35	1 016,28	1037,27
Сүт және сүт өнімдері, мың тн	2 999,30	3 218,09	3 463,46	3 765,71	4 129,97	4 561,38	5 064,93	5645,77
Жұмыртқа және жұмыртқа өнімдері, млн дана	2 969,53	3 252,93	3 358,94	3 465,02	3 571,04	3 677,12	3 783,13	3889,21
Картоп және өңделген өнімдер, мың тн	1 393,34	1 391,13	1 412,06	1 432,99	1 453,99	1 474,92	1 495,85	1516,84
Жемістер, жүйіз және олардың өңделген өнімдер, мың тн	600,99	799,57	832,85	865,74	898,37	930,74	962,78	994,50
Көкөністер, бақша дақылдары және олардың өңделген өнімдері, мың тн	2 543,13	2 688,86	2 754,83	2 820,81	2 886,72	2 952,69	3 018,60	3084,58
Өсімдік майы және құрамында майы бар өнімдер, мың тн	386,82	285,87	290,62	295,23	299,72	304,01	308,23	312,33
Сақталатын және өңделетін өнім көлемі, мың тн	12 863,90	13567,78	14059,96	14608,62	15218,84	15 895,88	16644,49	17470,25

Осы желілерде жеткізушілерге қойылатын қатаң талаптарға байланысты басқарудың шағын нысандарынан келетін өнімді өткізудің нақты болашағына әрқашан сену мүмкін бола бермейтіндіктен, 3.6-кестеде келтірілген есептеулерде біз логистикалық біріктірілген өткізу орталықтардың үлесін балғын ауылшаруашылық өнімдерін өндіру құрылымындағы басқарудың шағын нысандарының үлесіне теңестірдік.

Есептеулер көрсеткендей, Қазақстан Республикасының азық-түлік нарығында 2027 жылға қарай шағын шаруашылықтарда өндірілетін және логистикалық біріктірілген тарату орталықтары арқылы дайындалатын балғын ауыл шаруашылығы өнімдерінің 18%-ын, ал 2035 жылға қарай 35%-ын іске асыру мүмкіндігі бар.

Қазақстанда шетелдік ірі ритейлерлер де, отандық республикалық және аймақтық сауда желілері де бар.

Кесте 3.6 – 2035 жылға дейінгі кезеңде Қазақстандағы логистикалық біріктірілген тарату орталықтарымен жеткізілетін жемістер мен көкөністерді тұтынудың ең жоғары көлемінің болжамы

Көрсеткіштер	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035
Жан басына шаққандағы орташа жылдық тұтыну нормасы, кг	787,07	796,74	806,41	816,08	819,37	826,92	834,46	842,00	849,54	857,09	864,63	872,17
КБО ауыл шаруашылығы нарығындағы үлесі, %												
Шаруа қожалықтары мен жеке кәсіпкерлер үлесі	10	13	15	18	20	22	24	26	28	30	32	35
Оның ішінде КБО жеткізетін ауыл шаруашылығы өнімдерін халықтың тұтынуы, тн												
Астық өңдеу өнімдері, мың тн	154,57	199,94	229,55	274,09	310,06	349,34	388,62	427,89	467,17	506,45	545,73	585,00
Ет және ет өнімдері, мың тн	149,90	199,07	234,53	287,24	317,88	358,96	400,03	441,10	482,18	523,25	564,33	605,40
Сүт және сүт өнімдері, мың тн	635,38	912,28	1168,83	1563,44	1612,83	1832,00	2051,17	2270,34	2489,51	2708,68	2927,85	3147,02
Жұмыртқа және жұмыртқа өнімдері, млн дана	549,39	735,42	873,03	1077,01	1185,57	1339,85	1494,13	1648,41	1802,69	1956,97	2111,25	2265,53
Картоп және оларды өңдеу өнімдері, мың тн	223,69	294,98	345,20	420,05	467,38	527,46	587,54	647,62	707,70	767,78	827,86	887,94
Жемістер, жүзім және олардың өңделген өнімдері, мың тн	138,21	186,15	222,18	275,40	302,31	341,90	381,49	421,08	460,67	500,26	539,85	579,44
Көкөністер, бақша дақылдары және олардың өңделген өнімдері, мың тн	444,11	590,54	696,60	854,19	944,87	1067,18	1189,49	1311,80	1434,11	1556,42	1678,73	1801,04
Өсімдік майы және құрамында майы бар өнімдер, мың тн	46,11	60,80	71,13	86,49	95,99	108,26	120,54	132,82	145,09	157,37	169,64	181,92
Барлығы, мың тн (көкөніс, жеміс, ет, сүт, картоп)	1591,29	2183,01	2667,33	3400,33	3703,58	4199,67	4695,76	5191,85	5687,94	6184,03	6680,12	7176,21

Егер бірінші бөлімде айтылған «Меркаса» тарату орталығының (Испания) өнім сату көлемін және Қазақстан Республикасы облыстары бойынша әлеуетті сату көлемімен салыстыратын болсақ, онда Қазақстандағы логистикалық біріктірілген тарату орталықтарындағы жалпы сату көлемі орта есеппен 3765,5 мың тоннаны құрайды, соның ішінде жеміс-көкөніс өнімдері – 1549,6 мың тонна. Бұл Испаниямен салыстырғанда (3976 мың тонна) практикалық түрде бірдей. Біздің болжамымыз бойынша, 2035 жылы Қазақстанда логистикалық біріктірілген тарату орталықтары арқылы сатылатын өнім көлемі 7176,2 мың тоннаны құрайды. Бұл «Меркаса» орталығының сатылым көлемінен 2 есе көп.

КБО өндірістік қуаттары жоғары ұйымдастыру арқылы ауыл шаруашылығы өнімдерінің өндірушіден тұтынушыға өту үдерісінің үздіксіз жұмыс істеуін қамтамасыз етеді. Бұл тауар айналымын арттыруға және ауыл шаруашылығы өнімдерін өткізу алдындағы кешенді дайындау үшін өндірістік базаны шоғырландыруға және шағын кәсіпкерлік субъектілерінің ауыл шаруашылығы өнімдерін сақтау, өңдеу және өткізу жүйесіне қолжетімділігін қамтамасыз етуге көмектеседі. Көтерме саудагерлермен, бөлшек сауда өкілдерімен және түпкілікті тұтынушылармен тікелей өзара іс-қимыл ауыл шаруашылығы өнімдерінің әділ нарықтық бағасын құрудың кілті болады.

3.2 Логистикалық көтерме-бөлу орталықтарының жұмыс істеу тиімділігін бағалау

Тауарларды өткізудің ұлттық жүйесін құрудың негізгі мақсаты – еліміздің азық-түлік қауіпсіздігін қамтамасыз ету, сапалы өнім өндіру көлемін ұлғайту, азық-түлік тауарларының бағасын төмендету және нарықты қамтамасыз ету.

- Тауарларды өткізудің ұлттық жүйесінің міндеттеріне мыналар жатады:
- қажетті өнім көлемін сақтау мүмкіндігі;
 - маусымаралық кезеңде жемістер мен көкөністерді қолайлы бағамен сату;
 - өткізілетін өнімдерді өңдеу және сапасын арттыру мүмкіндігі;
 - басқа елдерден жеміс-көкөніс және ет-сүт өнімдерінің импортына тәуелділікті азайту;
 - шаруашылық өнімдерін жинау және оларды шағын көтерме саудаға, мейрамханаларға, кафелерге және басқа мекемелерге сату;
 - шағын өндірушілерге қолжетімді бағамен сауда алаңдарын сақтау, өңдеу және жалға алу және өз өнімдерін делдалсыз тікелей сату мүмкіндігі;
 - қазақстандық ауылшаруашылық өнімдерін сыртқы нарыққа жылжыту үшін КБО күшін пайдалану;
 - маркетингтік, ақпараттық, көліктік-логистикалық қызметтерді көрсету және тұтынушыларға қызмет көрсетуді жақсарту;

- шағын фермалардың заманауи инфрақұрылымға ірі ойыншылармен тең негізде қол жеткізуі.

Әлемдік тәжірибедегі соңғы 20 жылдағы негізгі үрдіс әлем елдерінің үштен екісі КБО-ты қолданатынын көрсетеді – бұл КБО-тың тікелей көтерме саудадан логистика, өңдеу және жоғары технологиялық заманауи операцияларға көшуі.

Оның тиімділігін сипаттайтын КБО құру жобасының негізгі нәтижелері тауар айналымының жалпы көлеміндегі отандық көкөніс өндірушілер өнімінің үлесін арттыру болуы тиіс; өнімнің логистикасының толық циклін бақылауды орнату: шикізаттың сапасына, жинау және сақтау, өңдеу, қайта тиеу, тұтынушыға тасымалдау және оған дайын өнімді өткізу шарттарына; халықтың әртүрлі әлеуметтік топтарын азық-түлікпен және тамақтанумен қамтамасыз ету қажеттіліктерін шоғырландыруға мүмкіндік беретін тапсырыстарды, өнімді бөлуді және қаржылық ағындарды басқару жүйесін құру; сондай-ақ әлеуметтік тамақтану және/немесе атаулы азық-түлік көмегі ұйымдастырылатын мекемелердің барлық топтары үшін аймақтарда бірыңғай әлеуметтік тапсырысты қалыптастыру арқылы бюджет қаражатының жұмсалуды оңтайландыруға әкеледі.

Қазақстанда ауыл шаруашылығы өнімдерін өткізудің бірыңғай жүйесін құру 2017 жылы талқылана бастады, оны шешу үшін әртүрлі нұсқалар қабылданды [1]. Олардың ең ықтималы ірі көтерме орталықтарды жаңғырту және құру, сауда-логистикалық орталықтар желісін құру. Алайда бұл жұмыс формаларында маңызды мәселелер – ұсақ шаруа қожалықтарының өнімді жинау және көтерме саудаға, қоғамдық тамақтандыру және басқа да мекемелерге өткізу, тауар өндірушілердің тарату желісімен өзара әрекеттестігі ескерілмеді.

Жоғарыда көрсетілгендей, шағын және орта шаруашылықтарда сақтау қоймалары жоқ немесе кеңестік кезеңнен қалған ескірген көкөніс сақтау қоймалардың пайдаланып, өнім сапасына әсер етуде. Нәтижесінде өнімді сақтау мен тасымалдаудың әртүрлі кезеңдерінде егіннің шығыны 35-40% құрайды. Яғни, жиналған өнімнің үштен бірі тұтынушыға жетпей, шаруаларға үлкен шығын әкеліп, өнім сапасы төмендеп, көктемге қарай тауар тапшылығына, бағаның көтерілуіне әкеп соғады.

Бұл жағдайды көптеген делдал көтерме саудагерлер пайдаланып, егінді тікелей егіс алқабынан сатып алып, сол жерде басқа делдалдарға қайта сатады. Бұл тағы бір баға кедергісін тудырады немесе басқа аймаққа тасымалдап, жоғары бағамен сатады. Ескі қоймаларда, көкөніс қоймаларында және көтерме базарларда орналасқан өнімдердің көпшілігі іс жүзінде заңсыз сатылады. Көтерме делдалдар салықтарды және бюджетке төленетін басқа да міндетті төлемдерді азайту мақсатында жүк тасымалдау көлемін жасыратындықтан өнімді өткізудің бұл үдерісі ашық емес. Осылайша, үлкен ақша ағындары есепке алынбайды және ел бюджетіне түспейді.

Бұл мәселелерді ішінара немесе толық шешу үшін әртүрлі шешімдер қолданылады. Қазақстанда тұрақтандыру қорлары құрылып, осы мәселені шешуге жолдары басталды.

Дегенмен, Қазақстан Республикасы Үкіметінің мәліметінше, тұрақтандыру қорларының қызметі төмен тиімділікті көрсетіп отыр. Олардың нарыққа әсері аз. Кейде олар жосықсыз адамдар үшін қорек болады. Бюджетті ұрлау фактілері тұрақты түрде ашылады.

Дүниежүзілік тәжірибе көрсеткендей, бұл мақсатқа жетудің негізгі жолдарының бірі - КБО-ты салу және пайдалану болып табылады.

КБО біршама уақыттан кейін тұрақтандыру қорларын ауыстыруы керек. Мемлекетке айналым қаражатын резервтеуге және миллиондаған бюджет қаражатын картоп, көкөніс және басқа да әлеуметтік маңызы бар тауарларды сатып алуға жұмсаудың қажеті жоқ. Экономиканың бұл саласын еркін бәсекелестік ортаға беру керек. Қазақстанның әртүрлі аймақтарындағы КБО-ы бір-бірімен бәсекелесе отырып, өз өнімдерінің жоғары сапасына ғана қол жеткізе бастайды. Олар өнімді толық көлемде өткізу үшін қолайлы бағаларды ұстап тұруға мәжбүр болады, жаңа егінге қойма орындарын босатады.

КБО ашу бір, бірақ өте маңызды мақсатты көздеді, - халыққа әлеуметтік маңызы бар азық-түлік өнімдері мен жемістер мен көкөністерді арзандатылған бағамен сақтау және сату.

Сонымен қатар, институционалдық және заңнамалық реформалар жүргізіп, әкімшілік кедергілерді жою қажет. Өнімнің өзіндік құнын бақылаудың және ауыл шаруашылығы тауарын өндірушілер мен сауда желісінің және басқа делдалдар арасындағы өзара іс-қимылдың тиімді тетіктерін әзірлеу қажет.

КБО – бұл тек қана көтерме сауда жүргізетін физикалық нысан емес, сонымен қатар логистика мен сервистік қызметтердің тоғысқан кешені. КБО-та өнімді сатуға дайындаудың толық циклі жүзеге асады: мұнда тауарлар паллет, жәшік не жартылай ұшалар күйінде емес, түрлі тапсырыс берушілердің талаптарына сай бейімделген шағын вакуумды қаптамалармен ұсынылады.

Мұндай орталықтар бүгінде көптеген жеткізуші мен дистрибьюторлар үшін логистикалық платформа қызметін атқарады – олар әртүрлі өнімдерді ірі көлемде жеткізеді. КБО-та шағын және орта клиенттерге арналған тапсырыстар қалыптастырылады. Бұл ретте клиенттерге баратын көліктер тауарлардың «аралас жиынтығымен» – әртүрлі жеміс-жидек пен көкөніс, буып-түйілген ет және сүт өнімдерімен, ал егер көлікте тоңазытқышпен қатар мұздатқыш та бар болса – мұздатылған өнімдермен жабдыкталады.

Қазақстанның ішкі нарығын отандық тауарлармен қанықтыру және отандық тауар өндірушілерге қолайлы жағдай жасау мақсатында КБО-ың инфрақұрылымы түріндегі тауарларды өткізудің ұлттық жүйесі (ТӨҰЖ) құру жобасын іске асыру жоспарланған болатын. Жалпы алғанда, 2025 жылға қарай мемлекет МЖӨ тетігін пайдалана отырып, қаржыландырудың жалпы

көлемі 237,5 млрд теңгені құрайтын әртүрлі қуаттылықтағы 24 КБО салуды, яғни бір КБО құны орта есеппен 9,89 млрд теңгені құрайтынын жоспарлаған [2].

2022 жылдың ақпанында базалық мөлшерлеме мен қарыздар бойынша шығындардың өзгеруіне байланысты жобаның құны өсті. Бұл іске асыру тәсілдерін және МЖӘ келісімі бойынша мемлекеттік міндеттемелер деңгейін қайта қарау қажеттілігіне әкелді.

Алайда, 2022 жылдың тамыз айының соңында Сауда және интеграция министрлігі КБО құру идеясын тиімсіз ақша ысырап ету деп таныды. Үкімет КБО құрылыс жобасын тиімсіз деп санады.

ҚР Сауда және интеграция министрлігі КБО құрудың орнына негізгі азық-түлік түрлерінің қолжетімділігі мен бағасы туралы жедел ақпаратты жинау үшін барлық желілерді, қоймалар мен сауда орындарын біріктіретін ақпараттық жүйені әзірлеу туралы шешім қабылдады.

Дегенмен, КБО жүйесі бүкіл әлем бойынша ауылшаруашылық өнімдерін сатудағы ең жақсы шетелдік тәжірибе екенін және басқа жақсы шешімдер әлі жоқ екенін атап өткен жөн. Бүкіл әлемде мемлекет КБО құру мен дамытуды экономикалық тұрғыдан ынталандырады және жоба өзін-өзі қамтамасыз ету деңгейіне жеткенше бұл үдерісті ішінара әкімшілік реттей отырып, басқаруға қатысады.

Өз кезегінде, ҚР-сы Сауда және интеграция министрлігі мен Ауыл шаруашылығы министрлігі шығындарды қаржыландыру үшін барлық мүдделі жеке инвесторларды – ұсақ және ірі тауар өндірушілерді, өндірістік-бөлістік кооперативтерді, қайта өңдеу кәсіпорындарын, сауда желілерін – тартуы тиіс.

Біздің есептеулер агроөнеркәсіптік кешеннің объектілерін: жеміс-жидек, картоп және көкөніс қоймаларын құруға және жаңғыртуға жұмсалған шығындардың 20%-ын өтеуге арналған субсидияларды, сондай-ақ қайта өңдеуші сауда кәсіпорындарынан жеке инвесторлар мен ауылшаруашылық тауар өндірушілерінің 30%-ының қатысуы бойынша мемлекеттік агроөнеркәсіптік даму бағдарламасы шеңберінде субсидиялар алуды ескере отырып жасалды.

Шетелдік тәжірибені ескере отырып, біз қаржыландыруды тауар өткізу жүйесіне қатысушылардың меншікті және тартылған қаражаттары есебінен жүзеге асыруды ұсынамыз. Бұл ретте жалпы 288 млрд теңгенің ішінде меншікті қаражат 86,4 млрд теңгені (30%), ал республикалық бюджет қаражаты – 201,6 млрд теңгені (70%) құрайды. Оның ішінде 30%, немесе 86,4 млрд теңге, – ауыл шаруашылығы өнімдерін өндіру, өңдеу, өткізу және сатуға қатысатын тауар өндірушілер мен кооперативтердің меншікті қаражаты. Мемлекет тарапынан 20% субсидия берілгеннен кейін қажетті меншікті қаражат көлемі 69,12 млрд теңгені құрайды.

Сақтау КБО-ың, тарату КБО-ың және сауда КБО-ың негізгі құрамдас бөліктері, сондай-ақ оларға қойылатын талаптар мен параметрлер 3.7-кестеде келтірілген.

Кесте 3.7 – Көтерме сауда орталығы жобасының негізгі талаптары мен параметрлері

Параметрлер	Сипаттама		
Мақсат	Сақтау КБО-ы	Тарату КБО-ы	Сауда КБО-ы
	тамақ өнімдерін сақтауға және сатып алуға, дайындауға, таратуға және (немесе) өзге де операцияларды жасауға арналған мүлік, негізінен жеміс-көкөніс және өсімдік шаруашылығы өнімдерін өндіретін орындарға жақын орналасқан, отандық ауыл шаруашылығы тауарын өндірушілерге, сыртқы сауда қызметіне қатысушыларға және ішкі сауда субъектілеріне қабылдау-тапсыру, сақтау және бастапқы өңдеу (тазалау, мөлшерлеу, сұрыптау, орау және басқа қызметтер) қызметтерін көрсету; кейіннен ішкі және сыртқы нарықтарда өткізу үшін арналған	сауда объектілері арасында азық-түлік және азық-түлік емес тауарларды уақытша сақтауға (14 күнге дейін) және бөлуге және бөлшек сауда объектілерінің қажеттіліктері үшін тауарларды уақытша сақтау және қайта тиеу бойынша логистикалық қызметтерді көрсетуге арналған мүлік	сыртқы сауда қызметіне қатысушыларға және (немесе) ішкі сауда субъектілеріне сауда қызметін жүзеге асыру кезеңінде инфрақұрылымдық сауда-логистикалық кешен шеңберіндегі сауда орындарына, қойма алаңдарына және өзге де үй-жайларға кедергісіз қол жеткізуді қамтамасыз ететін мүлік
КБО талаптары			
1) КБО-ың аймақтары	1) терминал; 2) бақылау; 3) қойма; 4) технологиялық; 5) әкімшілік	1) терминал; 2) бақылау; 3) қойма; 4) технологиялық; 5) әкімшілік. Сонымен қатар кросс-докинг, сауда-көрме алаңы болуы керек	1) терминал; 2) бақылау; 3) қойма; 4) технологиялық; 5) әкімшілік. Бұған қоса, кросс-докинг; температуралық бокс; сауда-көрме аймағы; сауда аймағы; кедендік бақылау аймақтары (қажет болған жағдайда) болуы керек
2) КБО-ың техникалық	1) қойма аймағындағы және павильондардағы бақыланатын температуралық жағдайлар;		

жабдықталуы	2) тауарларды тексеруге арналған орындардың болуы; 3) тиеу-түсіру жабдықтарының, аттестатталған таразы жабдығының болуы; 4) тиеу-түсіру жұмыстарын механикаландырудың заманауи құралдарының болуы; 5) жүк көліктері үшін қалқа пандусының болуы; 6) тексеру учаскелерінде, кіретіндер мен шығуларда, көлік құралдарын қайта тиеу орындарында максималды қарқындылықпен жарықтандыру; 7) ғимараттарда, учаскелерде, сондай-ақ бүкіл периметр бойынша орналасқан соңғы күнтізбелік отыз күндегі деректерді сақтай отырып, нақты уақыт режимінде объектілерді (аумақты) бақылау мүмкіндігін қамтамасыз ететін бейнебақылау жүйесінің болуы; 8) көлік үшін кірме жолдардың болуы; 9) ауыр салмақты көлік құралдарын қоюға және маневр жасауға арналған алаңдардың болуы; 10) іргелес аумақтан қоршаумен жабылған бүкіл периметрі бойынша қатты беті бар аумақтың болуы; 11) тауарларды есепке алудың автоматтандырылған жүйесінің болуы; 12) өрт дабылының және автоматты өрт сөндіру жүйесінің, күзет дабылының болуы; 13) резервтік электрмен жабдықтау жүйесінің болуы; 14) технологиялық мамандандыруда көзделген жағдайларда КБО бұйымдарды соққыға және шокқа дейінгі мұздату камераларымен қосымша жабдықталуының болуы		
3) КБО-ың негізгі құрамдастары	Әкімшілік және қызметтік үй-жайлар; қоймалары бар терминалдар, тоңазытқыш алаңдары; кірме жолдар; тиеу және түсіру алаңдары; сүтті, етті, көкөністерді, жемістер мен жидектерді өңдеу цехтары; көкөніс өнімдерін, жемістер мен жидектерді өңдеу цехтары; өнім сапасын сынауға арналған зертханалар; қызмет көрсету объектілері (қонақ үй, автотұрақ, авто жөндеу шеберханасы)	Әкімшілік және қызметтік үй-жайлар; қоймалары бар терминалдар, тоңазытқыш алаңдары; кірме жолдар; тиеу және түсіру алаңдары; ауыл шаруашылығы өнімдерін өткізуге арналған көтерме және бөлшек сауда павильондары; өнім сапасын сынауға арналған зертханалар; қызмет көрсету объектілері (қонақ үй, автотұрақ, авто жөндеу шеберханасы)	Әкімшілік және қызметтік үй-жайлар; қоймалары бар терминалдар, тоңазытқыш алаңдары; кірме жолдар; тиеу және түсіру алаңдары; ауыл шаруашылығы өнімдерін өткізуге арналған көтерме және бөлшек сауда павильондары; өнім сапасын сынауға арналған зертханалар; қызмет көрсету объектілері (қонақ үй, автотұрақ, автожөндеу шеберханасы); Cash&Carry дүкені; кедендік терминал
Саны	14	5	5

Бір (жалпы) КБО-ның орташа жер көлемі, га	15 (210)	20 (100)	10 (50)
Бір КБО кешеннің ауданы (барлығы), ш.м	15 000,0 (210000)	50 000,0 (250000)	10 000,0 (50000)
Шикізатты өңдеудің орташа жылдық көлемі немесе бір КБО-ың ауыстырып тиеу қуаты (барлығы), тн	20 000,0 (280000)	500 000 паллет/жылда (2500000)	30 000,0 (150000)
Өнім ассортименті	5-10	5-10	Более 10
Жабдықтаушылар	ірі, орта кәсіпорындар, жеке кәсіпкерлер, шаруа қожалықтары, үй шаруашылықтары		
Тұтынушылар	сауда желісі, көтерме базарлар	бөлшек сауда объектілері (желілердің, сауда орталықтарының, супермаркеттердің, дүкендердің)	
Орналасқан жері	жеміс-көкөніс және өсімдік шаруашылығы өнімдерін өндіретін орындарға жақын орналасқан	қалаларда немесе қала маңында орналасқан	тұтынушылардың жанында, яғни қала ішінде орналасқан

КБО негізгі өндірістік объектілеріне мыналар жатады: қоймалар, өнімді өңдеу цехтары; тоңазытқыш камералары: тікелей қоймалардан немесе контейнерлік алаңдардан көліктердегі тауарды түсіру немесе тиеу кезін күтіп тұрған көліктерге арналған алаңдар, сауда орындары. Өндірістік емес объектілерге әкімшілік ғимараттар, байланыс қызметтері, күзет қызметі, өрт сөндіру бөлімдері жатады.

Осы кезеңнің ішінде салынған КБО саны 24 дана болады. 2020-2027 жылдарға арналған құрылыс жобасының негізгі көрсеткіштері 3.8-кестеде көрсетілген. 2025 жылғы кезеңнің соңында барлық ОРҚ-ның жалпы қуаттылығы 2,4 млн тонна өнімді құрайды. Жұмысшылар саны – 5000 адам.

Кесте 3.8 – КБО құрылыс жобасының негізгі көрсеткіштері

	2024	2025	2026	2027	2028	2029
Инвестициялар, млн тг.	43968,9	58625,2	73281,6	87937,9	102594,2	117250,5
КБО арқылы өтетін өнімнің жалпы көлемі, тн	1133797,7	1507891,3	1779494,0	2183465,6	85450,4	168076,6
Бір КБО-ың сыйымдылығы, тн	70000	80000	90000	100000	35000	40000
КБО саны	16	18	19	24	2	4
Барлық КБО-ың сыйымдылығы, тн	1120000	1440000	1710000	2400000	2400000	2400000
Жұмысшылар саны, адам	3600	4000	4500	5000	5000	5000
	2030	2031	2032	2033	2034	2035
Инвестициялар, млн тг.	131906,8	146563,2	161219,5	190532,1	205188,4	219844,8
КБО арқылы өтетін өнімнің жалпы көлемі, тн	485089,4	720182,7	1133797,7	1507891,3	1779494,0	2183465,6
Бір КБО-ың сыйымдылығы, тн	50000	60000	70000	80000	90000	100000
КБО саны	9	11	16	18	19	24
Барлық КБО-ың сыйымдылығы, тн	2400000	2400000	2400000	2400000	2400000	2400000
Жұмысшылар саны, адам	5000	5000	5000	5000	5000	5000

КБО жобасын несиелендіру шарттары: 201 600 млн тг. (70%) – бюджеттен және 86,4 млн тг. (30%) – ТӨҰЖ қатысушыларының меншікті қаражаты. Несиелеу мерзімі – 15 жыл, жылдық 15% мөлшерлеме бойынша (3.9-кесте).

Кесте 3.9 – КБО жобасын несиелендіру шарттары

№	Көрсеткіш	Көрсеткіш сипаттамалары
	Несие сомасы, млн тг.	201 600,0
	Несие мөлшерлемесі, жылдық %	15,0
	Несие мерзімі, жылдар	15
	Ай сайынғы төлем сомасы, млн тг.	1221,32
	Төлемнің жалпы сомасы, млн тг.	219844,8
	Несие бойынша артық төлем, тг. (%)	18 244,0 (9,0%)
	Төлемдердің басталуы	2026 жылдың қаңтар айы
	Төлемдердің аяқталуы	2037 жылдың желтоқсан айы

Болжамдық есептеулер тұрақты шығындардың жыл сайынғы 20 - 30%-ға өсуін қамтиды, бұл персоналдың ұлғаюымен, жалақының

индексациясымен, жанар-жағар майдың, электр энергиясының және т.б. құнының өсуімен байланысты.

2022–2025 жылдар аралығында КБО-ың жүктемесі көкөніс өнімдерін өндірудің жалпы болжамды көлемінің (барлық санаттағы шаруашылықтар бойынша) 8,5%-ын құрайды деп жоспарланған болатын. Бұл, ең алдымен, орталықтардың коммерциялық қызметін енді ғана бастауы, шарттар жасасу барысындағы тәуекелдердің болуы, сондай-ақ ірі тауар өндірушілердің өзге орталықтармен (бөлшек сауда желілерімен, қайта өңдеушілермен, делдалдармен) ұзақмерзімді келісімшарттарының бар болуымен байланысты.

2026-2030 жылдар аралығында орталықтың жұмыс көлемі көкөніс өнімдерінің жалпы өндірісінің (барлық санаттағы шаруашылықтар) шамамен 20% құрайды деп болжануда. Шаруа қожалықтары мен жеке қосалқы шаруашылық өнімдерін өндірудің барынша мүмкін көлемін тарту, ұзақ мерзімді ынтымақтастық туралы келісімдер жасау жоспарлануда.

2026-2036 жылдар аралығында жұмыс көлемі республикадағы барлық санаттағы шаруашылықтардағы көкөністер мен картоптың жалпы өнімінің 30%-ын құрайды.

Пайданың болжамды мәндері агроөнеркәсіптік кешенді қолдаудың мемлекеттік бағдарламасына сәйкес қаражаттың бір бөлігінің қайтарылуын (кешен құрылысына кеткен шығындар сомасының 20%) есепке алмаған. Біз бұл болжамды пессимистік деп санаймыз.

Өнімді сатып алу бағасы 2035 жылға дейінгі болжамды мәндер бойынша барлық өнім санаттары үшін орташа нарықтық баға ретінде анықталды (3.10-кесте).

Кесте 3.10 – 2024 жылдан 2036 жылға дейінгі кезеңдегі көтерме сауда орталықтарының пайда көрсеткіштерін болжау нәтижелері (пессимистік сценарий)

	Өнім көлемі, жалпы, мың тн	Сатып алудың орташа бағасы, мың тг/т	Сатып алу шығындары (өзгермелі шығындар), барлығы, млн тг.	Тұрақты шығындар, млн тг.	Жалпы шығындар, млн тг.	Орташа сату бағасы, мың тг/т	Өткізуден түскен табыс, барлығы, млн тг.	Өнімді жоғалту қаупін ескере отырғанда, жалпы табыс, млн тг.	Пайда, млн тг.	Таза пайда (-20% салық), млн тг.
2023*	867,72	445,12	386238,5	100122,5	486361,0	578,66	502110,0	426793,5	-59567,5	-47654,0
2024	1402,52	546,12	765945,2	184073,3	950018,5	709,96	995728,8	846369,5	-103649,0	-82919,2
2025	1922,52	607,00	1166969,3	272736,0	1439705,2	789,10	1517060,0	1289501,0	-150204,2	-120163,3
2026	2346,88	665,40	1561614,6	360003,9	1921618,5	865,02	2030098,9	1725584,1	-196034,4	-156827,5
2027	2988,75	756,60	2261286,6	514661,7	2775948,3	983,58	2939672,6	2498721,7	-277226,6	-221781,2
2028	3195,07	797,76	2548885,5	594867,0	3143752,5	1067,68	3411313,4	2899616,4	-244136,1	-195308,9
2029	3619,13	830,00	2933304,9	742504,3	3675809,2	1182,51	4279644,4	3637697,7	-108684,5	-86947,6
2030	4043,20	895,00	3598443,6	906697,2	4505140,8	1297,33	5245361,4	4458557,2	-66799,5	-53439,6
2031	4467,26	970,00	4333242,2	1087445,7	5420687,9	1412,16	6308464,4	5362194,8	-58493,2	-46794,5
2032	4891,33	1055,00	5184804,5	1304749,8	6489554,3	1551,03	7586599,6	6448609,7	-16487,9	-13190,4
2033	5315,39	1117,62	5940596,8	1498609,7	7439206,5	1641,80	8726828,6	7417804,3	-21402,2	-17121,8
2034	5739,46	1181,60	6781711,3	1729025,1	8510736,4	1756,63	10082089,7	8569776,2	59039,8	47231,8
2035	6163,52	1245,57	7677083,3	1975996,1	9653079,4	1871,45	11534736,8	9804526,2	151446,8	121157,5
2036	6587,59	1309,54	8626712,6	2239522,8	10866235,5	1986,28	13084769,9	11122054,4	255819,0	204655,2

Ескерту - * нақты мәліметтер негізінде

Кесте 3.11 – 2024 жылдан 2036 жылға дейінгі кезеңдегі көтерме тауарды тарату орталығының пайда көрсеткіштерінің болжамының нәтижелері (оптимистік сценарий)

Жылдар	Өнім көлемі, жалпы, мың тн	Жүк көтергіштігі – мүмкін болатын өндіріс көлемінің үлесі (шығынымен жалпы), мың тн	Сатып алудың орташа бағасы, мың тт/т	Сатып алу шығындары (өзгермелі шығындар), жалпы, млн тт.	Тұрақты шығындар, млн тт.	Жалпы шығындар, млн тт.	Орташа сату бағасы, мың тт/тн	Сатудан түскен табыс, жалпы, млн тт.	Өнімді жоғалту тәуекелін есепке алғандағы жалпы табыс, млн тт.	Пайда, млн тт.	Таза пайда, млн тт.
2023*	17144,0	1020,8	445,12	454398,2	121093,0	575491,2	578,66	590717,7	531645,9	-49605,3	-39684,2
2024	17919,7	1650,0	546,12	901112,1	225659,6	1126771,6	709,96	1171445,7	1054301,1	-78230,5	-62584,4
2025	18798,1	2261,8	607,00	1372905,0	336095,5	1709000,5	789,10	1784776,5	1606298,9	-108461,7	-86769,3
2026	19786,7	2761,0	665,40	1837193,6	444790,4	2281984,0	865,02	2388351,7	2149516,5	-138227,5	-110582,0
2027	20893,9	3516,2	756,60	2660337,2	637436,2	3297773,5	983,58	3458438,4	3112594,6	-190938,9	-152751,1
2028	21384,1	3758,9	797,76	2998688,8	737339,5	3736028,3	1067,68	4013309,9	3611978,9	-129809,4	-103847,5
2029	22192,2	4257,8	830,00	3450946,9	921242,4	4372189,3	1182,51	5034875,7	4531388,2	153438,9	122751,1
2030	23000,3	4756,7	895,00	4233463,0	1125768,2	5359231,2	1297,33	6171013,4	5553912,1	188920,9	151136,7
2031	23808,4	5255,6	970,00	5097932,0	1350916,9	6448848,9	1412,16	7421722,9	6679550,6	224941,7	179953,3
2032	24616,6	5754,5	1055,00	5639410,0	1621601,9	7261011,9	1551,03	8925411,3	8032870,2	334510,8	267608,7
2033	25424,7	6253,4	1117,62	6988937,4	1863083,1	8852020,5	1641,80	10266857,1	9240171,4	382390,9	305912,7
2034	26232,8	6752,3	1181,60	7978483,9	2150100,6	10128584,5	1756,63	11861281,9	10675153,8	540809,2	432647,4
2035	27040,9	7251,2	1245,57	9031862,7	2457741,0	11489603,7	1871,45	13570278,5	12213250,7	717887,0	574309,6
2036	27849,0	7750,1	1309,54	10149073,7	2786004,4	12935078,1	1986,28	15393846,9	13854462,2	913624,2	730899,3

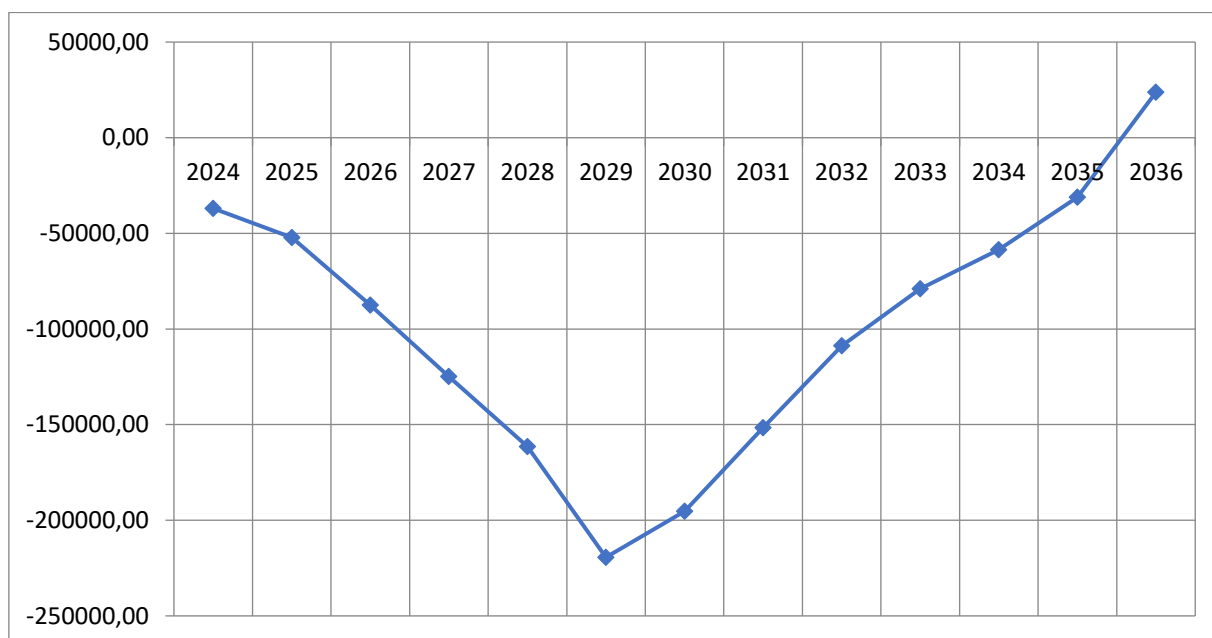
Ескерту - * нақты мәліметтер негізінде

Ұсынылған өнім қозғалысы моделіне сәйкес, тарату орталығы арқылы өнімді сату бағасы 30%-ға ұлғаяды. Сатып алу бағасының деректері негізінде сату бағасының орташа мәні есептеледі. КБО кіріс көрсеткіштерінің болжам нәтижелері пессимистік және оптимистік сценарийлер бойынша тиісінше 2020–2035 жылдар аралығында 3.10 және 3.11-кестелерде көрсетілген.

Өнімді жоғалту тәуекелдері мен барлық шығындарды ескере отырып, жалпы табыс арасындағы айырма ретінде есептелетін коммерциялық қызметтен түсетін жылдық пайда 2036 жылы 23754,45 млн тг. көрсеткішпен оң мәнге жетеді.

2024 – 2036 жылдар кезеңіндегі пессимистік және оптимистік сценарийлер бойынша КБО құрылыс жобасының таза пайдасын есептеу динамикасы, тиісінше 3.3 және 3.4-суреттерде көрсетілген.

Таза пайданың мәні де 2036 жылы оң деңгейге жетеді (23 754,6 млн теңге) (3.3-сурет).



Таза пайда (-20% салық), млн тг.

Ескерту - Автор құрастырған

Сурет 3.3 – 2024 – 2036 жылдар кезеңіндегі пессимистік сценарий бойынша КБО құрылыс жобасының таза кірісінің динамикасы, млн тг.

Өнімнің бұзылуы салдарынан табысты жоғалту тәуекелі бүкіл кезеңге 15% мөлшерінде есепке алынады.

Оптимистік сценарий 46 368 млн тг. сомасында КТО-ы салуға кеткен шығындардың 20%-ы мөлшерінде қаражаттың бір бөлігін қайтаруды, сондай-ақ басқа параметрлерді сақтай отырып, орталықтың қуаттылығын неғұрлым қарқынды пайдалануды болжайды (3.10-кестесі).

Қайтару 2029 жылдан бастап (жоба іске қосылғаннан және коммерциялық қызмет басталғаннан кейін) бөліктерге жоспарланған.

2022 жылдан бастап 2026 жылға дейінгі кезеңде КБО жұмыс көлемі көкөніс өнімдерінің жалпы өндірісінің (барлық санаттағы шаруашылықтар) болжамды мәндерінің 10% құрайтынын атап өтейік.

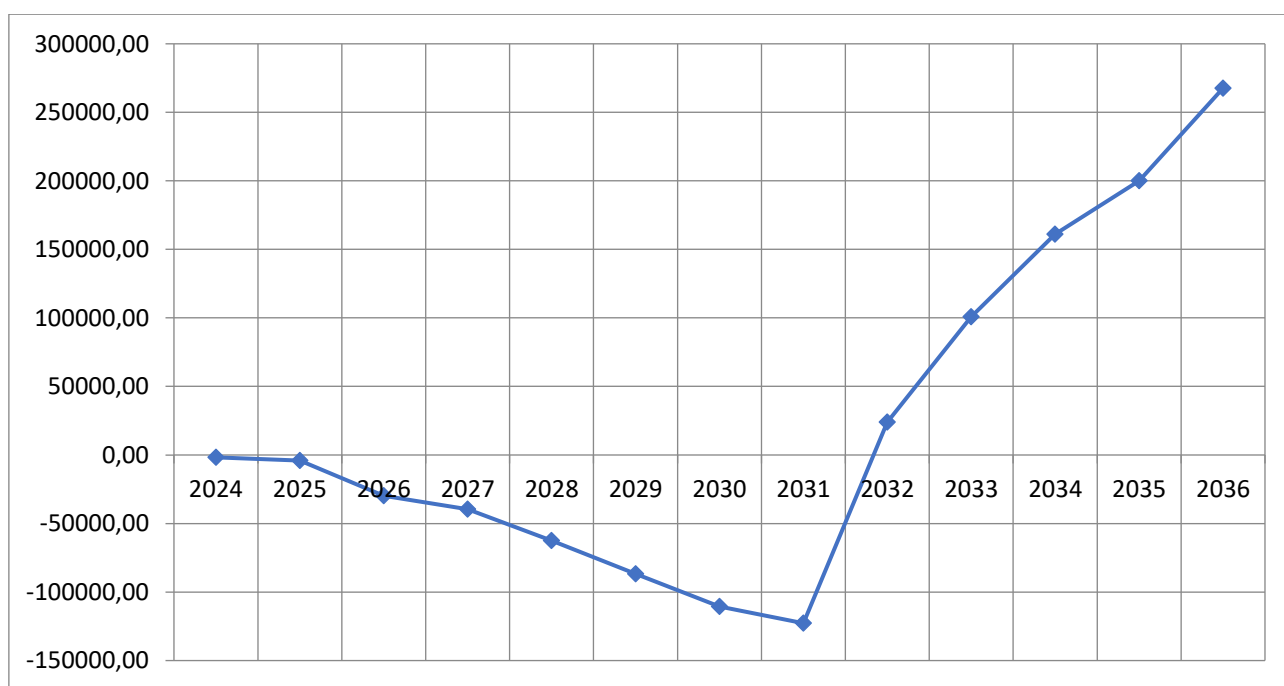
2027–2030 жылдар аралығында орталықтың жүктемесі барлық санаттағы шаруашылықтар өндіретін көкөніс өнімдерінің жалпы көлемінің шамамен 25%-ын құрайды деп болжануда. 2030–2036 жылдар аралығында бұл көрсеткіш 35%-ға дейін ұлғаяды. Шаруа қожалықтары мен жеке қосалқы шаруашылықтар өндірісінің көлемін барынша тарту, сондай-ақ ұзақ мерзімді ынтымақтастық туралы келісімшарттар жасасу жоспарлануда.

Оптимистік сценарий бойынша таза пайданың мәні де 2032 жылы оң деңгейге жетеді, оның құны 53847,9 млн теңгені құрайды, бұл пессимистік сценарийден 30093,5 млн теңгеге артық.

Біз 2024 жылдан 2036 жылға дейін өнімнің бұзылуына байланысты жалпы кірісті жоғалту қаупін 15% деңгейінде мойындаймыз.

Жалпы табыс мәндері де өсті, сәйкесінше таза пайда деңгейі де өсті.

Орташа жылдық таза пайда 127839 млн теңгені құрайды. Графиктегі тренд сызығы пайда алу бойынша оң үрдісті көрсетеді (3.4-сурет).



Таза пайда, млн тг.

Ескерту - Автор құрастырған

Сурет 3.4 – 2024 – 2036 жылдар кезеңіндегі оптимистік сценарий бойынша жобаның таза кірісінің динамикасы, млн тг.

Жобаның NPV көрсеткіштерін есептеу нәтижелері 3.12-кестеде көрсетілген.

Кесте 3.12 – NPV есебі, млн тг.

Жыл	Пессимистік болжам		Оптимистік болжам	
	Сомасы	Жеңілдіктелген сома	Сомасы	Жеңілдіктелген сома
1	-2810,52	-175,6576835	-2295,64	-175,658
2	-6363,25	-24,85645997	-5182,75	-131,07
3	-32363,4	-7,901216673	-37189,5	-19,87
4	-47654	-0,727142044	-49605,3	-0,72714
5	-82919,2	-0,079077912	-78230,5	-0,07908
6	-120163	-0,007162294	-108462	-0,00716
7	-156828	0,00	-138228	-0,00058
8	-221781	0,00	-190939	-5,2E-05
9	-212725	0,00	-129809	-3,1E-06
10	-103944	0,00	153438,9	987,9
11	-64146,6	0,00	188920,9	754,3
12	-44366,2	0,00	224941,7	568,1
13	-53876	0,00	334510,8	465,8
14	35671,77	85,6	382390,9	327,5
15	138891,1	115,00	540809,2	238,1
16	261814,9	198,4	717887	169,3
17	405149,1	254,6	913624,2	145,7
NPV		3191,6		12285

Жобаның IRR көрсеткіштерін есептеу нәтижелері 3.13-кестеде көрсетілген.

Кесте 3.13 – IRR есебі, %

	Пессим	Оптим		Пессим	Оптим
Жыл	сомасы	сомасы	Жыл	сомасы	сомасы
1	-3513,15	-2295,64	10	-129930	159198,9
2	-7954,07	-5182,75	11	-80183,2	194680,9
3	-40454,2	-31429,5	12	55457,7	230701,7
4	-59567,5	-43845,3	13	-67345	771858,3
5	-103649	-72470,5	14	44589,71	388150,9
6	-150204	-102702	15	173613,9	546569,2
7	-196034	-132468	16	327268,6	723647
8	-277227	185178,9	17	506436,4	919384,2
9	-265907	124049,4		3,76%	25,41%

Инвестициялардың кірістілік индексі (PI) көрсеткіштерін есептеу нәтижелері 3.14-кестеде көрсетілген.

Кесте 3.14 – Жобаның инвестициялық кірістілік индексі (PI), %

Инвестициялар қайтарымының индексі (PI)	3191,57	201600	1,58%
	12285,17	201600	6,09%

Инвестициялық жобаның экономикалық тиімділік көрсеткіштерін болжау нәтижелері 3.15-кестеде келтірілген.

Кесте 3.15 – Инвестициялық жобаны салу және логистикалық интеграцияланған КБО пайдаланудың экономикалық тиімділік көрсеткіштерінің болжамының нәтижелері

Көрсеткіштер	Пессимистік болжам	Оптимистік болжам
Күрделі салымдар, млн тг.	288000,0	288000,0
Орташа жылдық жалпы табыс, млн тг.	3933004,2	4899244,0
Орташа жылдық таза пайда, млн тг.	18142,0	90147,9
Орташа жылдық өндіріс көлемі, мың тн	3200,7	3765,6
Күрделі салымдардың жалпы экономикалық тиімділік коэффициенті, %	6,2	31,0
NPV (таза келтірілген құн), 15% дисконттау мөлшерлемесі бойынша, млн тг.	3191,6	12285
IRR (Ішкі табыстылық нормасы), %	3,76	25,41
PI (Жобаның инвестициядан түскен табыс коэффициенті), %	1,58	6,1
Инвестициялардың дисконтталған өтелу мерзімі (DPP), жыл	15	9

Ескерту: Автор есептеген

Күрделі салымдардың жалпы экономикалық тиімділік коэффициенті пессимистік және оптимистік болжамдардағы сәйкесінше 6,2 және 31,0% құрайды.

Оптимистік сценарий бойынша дисконтталған өтелу мерзімі (DPP) 9 жыл, пессимистік сценарий бойынша 15 жыл болады.

Ішкі табыстылық нормасы жылына 15,0% мөлшерлемен сәйкесінше 3,76 және 25,41% құрайды.

Жоба бойынша инвестиция рентабельділігі 1,5% және 6,1% құрайды.

Инвестициялық рентабельділік коэффициенті PI пессимистік сценарийде 3,76% және оптимистік сценарийде – 25,41% құрайды, бұл әзірленген инвестициялық жобаның тиімді екенін және оны қарауға қабылдауға болатынын білдіреді.

Пессимистік сценарийде кірістің ішкі нормасы 3,76%, оптимистік сценарийде –25,41% құрайды. Бұл әзірленген инвестициялық жобаның тиімді екенін және оны қабылдауға болатынын білдіреді.

Ауыл шаруашылығын тарату орталығын құру және одан әрі жұмыс істеу нәтижесінде ұйымдасқан нарық негізінде ауыл шаруашылығы шикізаты мен азық-түлік өнімдерін бөлудің неғұрлым тиімді жүйесі құрылады, ауыл шаруашылығы шикізаты мен азық-түлік өнімдерін өткізудегі әртүрлі делдалдардың жүйесіз қызметі бірте-бірте оңтайландырылатын болады.

Ауыл шаруашылығы өнімдерін өткізуге арналған логистикалық көтерме-тарату орталықтарын құрудың агроөнеркәсіптік кешен мен сауда саласына мультипликативтік әсері мынадай нәтижелермен көрінеді:

- өнімнің ысырап болуын және тарату жүйесіндегі шығындарды азайту;
- өндірушінің босату бағасы мен бөлшек саудадағы баға арасындағы айырмашылықты қысқарту;
- ірі қалаларда, өнеркәсіптік орталықтарда және елдің жекелеген өңірлерінде азық-түлікпен қамтамасыз ету мен тарату жүйесінің тиімділігін арттыру;
- азық-түлік өнімдерінің ассортиментін кеңейту және сапасын жақсарту;
- бюджетке түсетін салық түсімдерін ұлғайту;
- тұтынушылардың таңдау еркіндігін қамтамасыз ету және тауар өндірушілердің табысын арттыру мүмкіндігі (3.16-кесте).

Кесте 3.16 – Қазақстан Республикасының агроөнеркәсіптік кешені мен сауда жүйесінде логистикалық ауыл шаруашылығын көтерме тарату орталықтарын құрудан мультипликативтік әсер

Көрсеткіш	Бүкіл кезең үшін барлық КБО
Ауыл шаруашылығы өнімін өндіруді ұлғайту, млн тг.	243 500 мың тн
Өндіруші ысыраптарын азайту, мың тн	100 000 мың т
Салық түсімдерінің ағынының артуы, млн тг.	4000 млрд тг. орташа жылдық айналым, оның ішінде ТӨҰЖ - 1400 млрд тг.
Жаңа жұмыс орындарын құру, адам	Сауда саласында 15 мыңнан астам жұмыс орны
Тікелей әсер – салық түсімдері, млн тг.	5000 астам тікелей жұмыс орны және орташа жылдық корпоративтік салық - 980 млрд тг.
Әлеуметтік маңызы бар азық-түлік өнімдерін сатып алу үшін үй шаруашылығының шығындарын азайту	Резиденттер-бөлшек сауда желілерінің үстеме бағасын 5%-ға дейін шектеу

КБО-ын дамыту жүйесін енгізу ауыл шаруашылығы тауарын өндірушілерді экономикалық ынталандыру негізінде өндіріс көлемін ұлғайтуға және өнім сапасын жақсартуға, Қазақстанның азық-түлік нарығын отандық өндіріс есебінен тауарлармен толтыруға және тұтастай алғанда облыстың агроөнеркәсіптік кешеніндегі әлеуметтік-экономикалық жағдайды жақсартуға мүмкіндік береді. Көтерме азық-түлік нарығын құру экономикалық тиімділіктен бөлек, ауылдағы әлеуметтік мәселелерді шешуге септігін тигізеді.

Біріншіден, кәсіпкерлікті дамытудың арқасында ауыл тұрғындарының жұмыспен қамтылуы артып, жұмыссыздық деңгейі төмендейді деп күтілуде.

Аймақтағы агроөнеркәсіптік кешеннің барлық салаларындағы салаларды тиімді дамыту ішкі нарықта сұранысқа ие өнімді шығаруға мүмкіндік береді, бұл жалпы өңірлік өнімнің және тиісінше аймақтағы өмір сүру деңгейінің өсуіне ықпал етеді және ауыл шаруашылығы өндірісін, одан кейін агроөнеркәсіп кешенінің басқа салаларын дамыту есебінен мультипликативтік нәтиже береді (3.16-кесте). Ауыл шаруашылығы логистикалық сала өнімдерінің едәуір бөлігін тұтынады, тамақ және жеңіл өнеркәсіптердің шикізатын негізгі жеткізушісі болып табылады.

3.3 Тиімді тауар өткізуші жүйені дамытуға арналған ұйымдастырушылық-экономикалық механизмді әзірлеу (тарату орталықтары және көтерме-бөлу орталықтары мысалында)

Тауарларды өткізу инфрақұрылымын қалыптастыру және дамыту процесін кезең-кезеңімен жүзеге асырған жөн. Қазақстан аймақтарын дамытудың стратегиясы мен бағдарламасында көтерме сауданы, атап айтқанда, логистикалық инфрақұрылымды дамыту элементтері қарастырылуы тиіс.

Тауарларды өткізу жүйесінің инфрақұрылымын дамытудың мемлекеттік, салалық және аймақтық бағдарламалары мен стратегиялары бірқатар міндеттерді шешуді қамтамасыз етуі тиіс, атап айтқанда:

- аймақтық (аймақаралық) логистикалық орталықтарды құру – қоймалауды, сақтауды (қажетті ылғалдылық және температуралық жағдайларды сақтай отырып) қамтамасыз ету және басқа аймақтар үшін өнімге тапсырыстарды толтыру;

- отандық өнім өндірушілерге басымдық беруге мүмкіндік беретін нормативтік құқықтық базаны әзірлеу - бұл бізге импорттық өндірушілермен табысты бәсекелесуге мүмкіндік береді.

Келесі шаралар аймақтар аумағында бірыңғай ақпараттық кеңістік құруды көздейді. Бұл кеңістік өнім өндірушілерімен – аудан ішінде де, аймақаралық деңгейде де – нормативтік, анықтамалық және жедел деректермен алмасуға мүмкіндік береді.

Біз аймақтарда сауда жүргізетін шаруашылық субъектілері, сондай-ақ осы аудандарда өнім жеткізумен айналысатын (өндірушілерден басқа) субъектілер мен оларға тиесілі нысандар туралы мәліметтерді жинауды ұйымдастырдық.

Жиналған ақпарат сауда нысандарын біркелкі орналастыру мақсатында мәселелі аймақтарды анықтауға мүмкіндік берді. Бұл — заманауи логистикалық инфрақұрылымды қалыптастырудағы алғашқы қадам: жаңа нысандарды салу, ескілерін жаңғырту немесе қолданыстағы нысандарды қайта бейіндеу арқылы сауда саласындағы теңгерімсіздікті жоюға жол ашады.

Зерттеу нәтижесінде Қазақстанның тамақ өнімдерін тарату желісінің логистикалық инфрақұрылымының даму кезеңдері әзірленді, олар 3.17-кестеде көрсетілген.

Кесте 3.17 – Қазақстандағы азық-түлікті тарату желісінің инфрақұрылымының дамуы

	Кезеңдер	Қажетті әрекет	Даму бағыттары
1	Көтерме сауда және тарату ұйымдардың жаңа түрлерін қалыптастыру	Тарату орталықтары; көтерме және бөлшек сауда бірлестіктер; дүкендер – қоймалар; логистикалық орталықтар; көтерме азық-түлік базарлары	Қолданыстағы сауданың аудит объектілері; қолданыстағыларын жаңғырту, жойылғандарын қалпына келтіру; заманауи технологиялар негізінде жаңаларын салу; IT-коммуникация жүйесін және жергілікті және орталық мекемелердің, ресурстармен жабдықтаушы ұйымдардың өзара әрекеттесу алгоритмін құру
2	Логистика қызметтер нарығының дамуы	Көтерме сауда компанияларға экономикалық өсу көрсеткіштерін анықтау; қызмет көрсететін клиенттер санын, көрсетілетін қызметтердің сапасын ескеретін интегралдық көрсеткішке негізделген рейтинг жүйесін енгізу	Тұтыну сұранысының және тауар айналымының серпінін арттыру; аймақтардағы экспорттық-импорттық операциялар көлемінің тұрақты өсуі; транзиттік жүк ағындарын дамыту; азық-түлік өнімдерін өндіретін және өткізетін шетелдік бөлшек сауда желілерін және трансұлттық компанияларды тарту; өткізу нарықтарын кеңейту
3	Сауда кәсіпорындары және өндірушілер, жергілікті өзін-өзі басқару органдар арасындағы өзара әрекеттесуді ұйымдастыру	Бірыңғай деректер қорын құру; тауарларды өндіру және оларды жеткізу жоспарлауын автоматтандыру; қабылданған шешімдердің орындалуын бақылау	Деректерді жинау мен өңдеуді автоматтандыру; бағдарламалық қамтамасыз етуді стандарттау; МЖӘ қатысушыларға ынталандыру жүйесін қалыптастырудың нақты нәтижелеріне сәйкес жоспарлы параметрлерін түзетуді автоматтандыру
4	Қойма инфрақұрылымын дамыту	Көлік және логистика инфрақұрылымының қалыптасуы мен дамуының мәселелеріне сәйкес қазіргі заманғы қоймаларды салу	Қойма аудандарын тексеру; жер учаскелерін бөлумен бірыңғай құрылыс жоспарын әзірлеу; қолданыстағы инфрақұрылымды дамыту бағдарламасы бар қоймалардың құрылыс жоспарын үйлестіру; «А» және «В» класындағы қоймаларды құрылысқа шоғырландыру, қолданыстағы қоймаларды «В» класс деңгейіне

			дейін жаңғырту; жаңа жобаларды қолдайтын кешенді бағдарламаларды құру: инвестор жермен қамтамасыз етуден бастап салық жеңілдіктері мен инвестициялық несиелер алуға дейінгі толық пакетті пайдалануға құқық алу
5	Көкөніс және картоп сақтау қоймаларын дамыту	МЖӨ негізінде өндіріс және тұтыну мекемелерінің жанында қолданыстағы сақтау инфрақұрылымын жаңғырту және жаңасын салу	Жаңа жобаларды қолдайтын кешенді бағдарламаларды құру: инвестор жермен қамтамасыз етуден бастап салық жеңілдіктері мен инвестициялық несиелер алуға дейінгі толық пакетті пайдалануға құқық алу
6	Біріктірілген ақпарат-аналитикалық жүйелерді құру	Аймақтық ауқымда интегралды логистика ақпараттық жүйені құру, әр аумақ үшін мамандандырылған (нақты және оларды жүзеге асыруға жауаптылар көрсетілген) даму жоспарларын қалыптастыру	Жеке құрылысты пайдалануды ынталандыру ережелерін қабылдау; көтерме сауда компаниялардың менеджерлері мен қарапайым қызметкерлерді ақпараттық логистикалық жүйеде жұмыс істеуді қашықтан оқытуды ұйымдастыру; жабдықтарды стандарттау
7	Азық-түлік нарықтарын цифрландыру	Сандық платформаларға қолжетімділікті және бизнес-үдерістерді автоматтандыруды қамтамасыз ету	Тауарларды сату мен таратуда цифрлық технологиялар мен блокчейндерді енгізу, олардың қозғалысын қадағалау мен бақылауды қамтамасыз ету

Ескерту - Автор құрастырған

Аймақтарда заманауи логистикалық орталықтарды дамыту және қалыптастыру алдағы жылдары инфрақұрылымды құру арқылы азық-түлік нарығын дамытудың негізгі бағыттарының біріне айналуы тиіс.

МЖӨ тұғырнамасында ақпараттық технологиялар саласындағы соңғы жетістіктер мен дамыған шет елдердің тәжірибесін ескере отырып, ұйымдастыру-экономикалық шаралар кешенін әзірлеген жөн.

Қазіргі уақытта Қазақстанда көлік инфрақұрылымын дамытуға байланысты көліктік-логистикалық орталықтарды дамыту және КБО салу жобасы іс жүзінде іске қосылды.

Жобаларды іріктеудің негізгі қағидасы – шағын және орта бизнес өкілдерін тартуға қолайлы жағдай жасау, бұл инвестиция тартуға, қосымша жұмыс орындарын ашуға, бюджетке түсетін салмақты азайтуға мүмкіндік береді.

Тауарларды тарату инфрақұрылымын қалыптастыру саласындағы әлемдік және отандық тәжірибені зерделеу мынадай қорытынды жасауға мүмкіндік берді: ұйымдастырудың ең оңтайлы нысаны ретінде мемлекеттік-жекеменшік

әріптестікті құру; сауда кәсіпорындарына әртүрлі жеңілдіктер беру; инфрақұрылым объектілерін дамытуға инвестицияланған жеке капитал үшін қажетті тартымдылықты жасау.

Аймақта бір жағынан жаңғыртуды немесе қалпына келтіруді, жаңаларын жобалауды және салуды қажет ететін объектілердің болуын ескере отырып, екінші жағынан ықтимал тәуекелдерді ескере отырып, МЖӘ пайдалану нұсқалары талданды (Б.1 кесте, Б қосымшасы).

Б.1-кестеде көрсетілген МЖӘ-нің таңдалған нысандарын пайдалану тек отандық кәсіпкерлерден инвестиция тартуға қолайлы жағдай жасайды, сонымен қатар шетелдік инвесторларды да қызықтырады.

Біз Қазақстанның логистикалық инфрақұрылымын дамыту бойынша күш-жігердің негізгі бағыттарын анықтадық:

- төмен пайыздық мөлшерлемен (5-7%-дан аспайтын) мақсатты несиелеу;
- екінші деңгейлі банктерге несиелер бойынша кепілдіктер беру;
- логистикалық объектілердің құрылысына тартылған несиелер бойынша пайыздық мөлшерлемелерді субсидиялау;
- логистикалық инфрақұрылым элементтерін салу үшін жер учаскелерін жеңілдікпен беру;
- салынып жатқан нысанға коммуникацияларды әкелу;
- мемлекет пен бизнестің өзара әрекеттесуінің жаңа нысандары МЖӘ кең ауқымды пайдалану, тәуекелге негізделген тәсілді енгізу.

Жоғарыда аталған шаралардың барлығы логистикалық орталықтарды құрудың инвестициялық тартымдылығын арттырады және аумақты тұрақты өсу жолына түсіреді. Заманауи инфрақұрылымды құруда жинақталған тәжірибе жаңа объектілерді одан әрі жоспарлау кезінде экономикалық (материалдық, қаржылық, уақыттық) пайданы бағалауға мүмкіндік береді.

Тәуелсіз сарапшылардың пікірінше, сауда инфрақұрылымын жедел дамыту жүзеге асырылатын ең тиімді тетіктер ең алдымен ұзақ мерзімді қаржыландырумен байланысты тетіктер болып табылады:

- сауда объектілерін және тауарды тарату инфрақұрылымын салуға несие беру кезінде мүмкіндігінше кейбір жеңілдіктер беру;
- сауда саласына және тауарды бөлу инфрақұрылымын құрайтын ұйымдарға берілетін несиелер бойынша мемлекеттік кепілдіктер;
- мемлекеттік-жекешелік әріптестік, оның шеңберінде мемлекет тауарды тарату объектісі үшін жер телімін бөледі, қажетті және жеткілікті коммуникацияларды салуға қаржы ресурстарын салады.

Өз кезегінде, жоғарыда аталған бағдарламаларды іске асыру кезінде бірқатар сындарлы шаралар қабылдануы тиіс, олар мыналарды қамтиды:

- кәсіпкерлердің жылжымайтын мүлікті іздеуді ұйымдастыру, кәсіпкерлік қызметке құжаттарды дайындау, лицензиялау және салынып жатқан объектінің орналасқан жерін келісу және құрылыс жобаларын тіркеу уақытын қысқарту мақсатында «бір терезе» тетігін қамтамасыз ету;

- ұйымдық құжаттаманы әзірлеуге жұмсалатын шығындардың бір бөлігін мемлекеттік қаржыландыруды қамтамасыз ету, арнайы қор арқылы шағын кәсіпкерлік ұйымдарына кепілдік беру арқылы шағын және орта бизнесті ұйымдастыруды қаржылық қолдау, ұйымдарға лизинг шарты бойынша көлік құралдарын, қоймалық және сауда жабдықтарын, әртүрлі мақсаттағы техникалық құрылғыларды сатып алу мүмкіндігін беру;

- бөлшек және қосалқы үй-жайларды сатып алу және одан әрі пайдалану үшін белгілі бір жеңілдіктер беру мүмкіндігімен сапа, технология және функционалдық жағынан қазіргі заманғы талаптарға сәйкес келетін мүлікті сатып алуда, үй-жайларды жалға беруде қолдау көрсету;

- іскерлік қызметті, атап айтқанда сауда-саттықты ақпараттық қолдаудың тиімді жүйесін кадр нарығында жаңадан бастаған және жұмыс істеп тұрған компаниялар үшін қаржылық сауаттылық саласындағы оқыту іс-шаралары арқылы қамтамасыз ету (конференциялар, БАҚ-қа қатысу, дөңгелек үстелдер).

Мемлекеттік қаржыландыруды қамтитын шаралар, мысалы, инфрақұрылымды құру, оны мемлекет есебінен салу мемлекеттік бюджет үшін ең шығынды болып табылады. Қазіргі экономикалық жағдайларда мемлекеттік қаржыландыру есебінен инфрақұрылым объектілерінің құрылысын қаржыландыруды ұлғайту мүмкін емес. Осыған байланысты мұндай құралдар аймақтық сауданы дамыту стратегиясын іске асырудың негізгі жоспарына енгізілмейді.

Мемлекеттік бюджетке түсетін қаржылық жүктеменің дәрежесі бойынша келесі орында МЖӘ қағидаттары тұр. Қазіргі уақытта бұл шаралар Қазақстанда арнайы экономикалық аймақтарды құру арқылы экономикалық даму үдерісінде белсенді түрде жүргізілуде, онда мемлекет әртүрлі коммуникация нысандарын салады, сонымен қатар инвесторларға салықтық жеңілдіктер береді.

Ол үшін халқы аз және шалғай елді мекендерде бөлшек сауданы дамытуға мемлекеттің қатысу процесін оңтайландыру үшін инвесторлардың бөлшек сауда компанияларына экономикалық қызығушылық дәрежесіне қарай аймақтарды жіктеу қажет.

Оларды үш аумаққа бөлуге болады:

- сауданы дамытуда инвесторлар үшін тартымды – сауда нүктелерінің иелері осы аумақтарда дүкендер ашу арқылы салынған капиталдан дивидендтер ала алады;

- жеткілікті тартымды - компаниялар кейбір артық пайда ала алады, бірақ салынған капиталдың толық қайтарымы болмайды;

- инвестиция тартымсыз – қазіргі нұсқада мемлекеттік жеңілдіктер болмаған жағдайда сауда нүктелерінің иелері шығынсыздық нүктесіне ғана жете алады.

Тауар өткізуші инфрақұрылымның дамуы тұрғысынан неғұрлым ілгері кеткен, тартымды аймақтар халық саны мен тығыздығының жоғары болуына байланысты айтарлықтай табыс табуға мүмкіндік алады.

Қазақстанның бұл аймақтары бөлшек сауда компаниялары үшін экономикалық тұрғыдан тартымды, сондықтан жалпы аймақтық даму

стратегиясында қамтылғандармен қатар бөлшек сауданы дамыту бойынша мемлекеттік қосымша шараларды жүзеге асырған жөн емес.

Тауарларды өткізу инфрақұрылымы дамыған, халықтың жан басына шаққандағы орташа табысы, халықтың орташа саны мен тығыздығы бар сауданы дамыту үшін салыстырмалы түрде тартымды аумақтар осы аумақта алуға болатын ең аз пайданы алу үшін қосымша күш салуға мәжбүр. Бұл пайданы әртүрлі салық жеңілдіктері, көтерме саудада жеңілдіктер, жүк тасымалдау тарифтерін төмендету, сондай-ақ осы аумақтардағы сауда орындарын тендер негізінде беру міндеттемесі арқылы алуға болады.

Мұндай аумақтарды сауда алаңымен қамтамасыз етуге арналған арнайы талаптар қала құрылысы құжаттамасында (аумақтың әлеуметтік-экономикалық даму стратегиясының ерекшеліктерін ескере отырып) тұжырымдалуға тиіс. Нәтижесінде мұнда сипатталған үш тәсілдің ең оңтайлысын жергілікті атқарушы органдар таңдап, даму бағдарламалары мен қала құрылысы іс-шараларын іске асыру бағыттарын айқындайтын болады.

Кәсіпкерлік үшін тартымды емес аумақтар үшін мемлекет тауарларды жеткізуді ұйымдастыруы немесе осы түрдегі аумақтарға тұтыну тауарларын ұйымдастыру және жеткізу үшін сауда компанияларына тікелей өкілеттік беруі керек.

Бұл тәсілдерді жүзеге асыру үшін әр өңірде аймақтардың тиісті түрін сипаттайтын әртүрлі жергілікті объектілерді көрсететін «аймақ төлқұжатын» анықтаған жөн. Халық аз қоныстанған және шалғай аудандардағы бөлшек сауданы дамытуға мемлекеттік ықпал етудің оңтайлы құралын анықтау үшін аймақтарды екі параметр бойынша жіктеу ұсынылады: халықтың тығыздығы және халықтың жан басына шаққандағы табысы (3.18-кесте).

Қазақстанның оңтүстік, батыс және солтүстігінде облыстар мен қалалардың көпшілігінің тығыздығы төмен және табыстары орташа республикалық деңгейден төмен, бұл аймақтарды дамыту бағдарламасы бойынша қаржыландыру кезінде ескерілуі тиіс.

Тауарларды өткізудің тиімді жүйесін дамытуды мемлекеттік қолдау және қаржыландыру бағдарламасын енгізу республикадағы тауар өндірушілер үшін тарату арналарына қатысушылар үшін келесі жеңілдіктерді қамтамасыз ететін толық немесе ішінара мемлекеттік бақылау бар логистикалық ұйымды құруды қамтиды:

- шағын және орта тауар өндірушілердің нарықтық келешектерін ұлғайту және оларға сауда ұйымдарынан қолайлы жағдай жасау;
- жаңа аймақтарға және тарату желілеріне кіру (оның ішінде жеткізу ырғағы мен көлемі, сапаға сәйкестік және таңбалаудың болуы бойынша ірі бөлшек сауда компанияларының талаптарына жақындау);
- шағын өндірушілердің қызметімен байланысты тәуекелді азайту және соның нәтижесінде осы ұйымдар үшін қаржылық жүктеме деңгейін төмендету.

Облыстық көтерме және бөлшек сауда кәсіпорындары үшін:

- жеткізушілерден ауқымды үнемдеу есебінен де, республикалық даму бағдарламасының жеңілдік шарттарына айырбас ретінде де жеңілдікті шарттар алу;
- жеткізу тізбегіндегі делдалдық байланыстарды қысқарту және өндірушілерге тікелей қол жеткізу;
- қоймалар салуды қоса алғанда, бірлік құнын төмендетуге мүмкіндік беретін тиімді тарату жүйесін құру;
- аймақтың даму стратегиясына сәйкес ірі сауда компанияларының беделді имиджімен бәсекеге түсе алатын бірыңғай брендті құру және ілгерілету;
- бір шағын немесе орта кәсіпорын үшін қымбатқа түсетін заманауи ақпараттық технологиялар жүйелерін енгізу;
- шағын және орта сауда компанияларының бизнесімен байланысты тәуекелдерді азайту және тиісінше осы кәсіпорындардың қаржылық ресурстарының құнын төмендету.

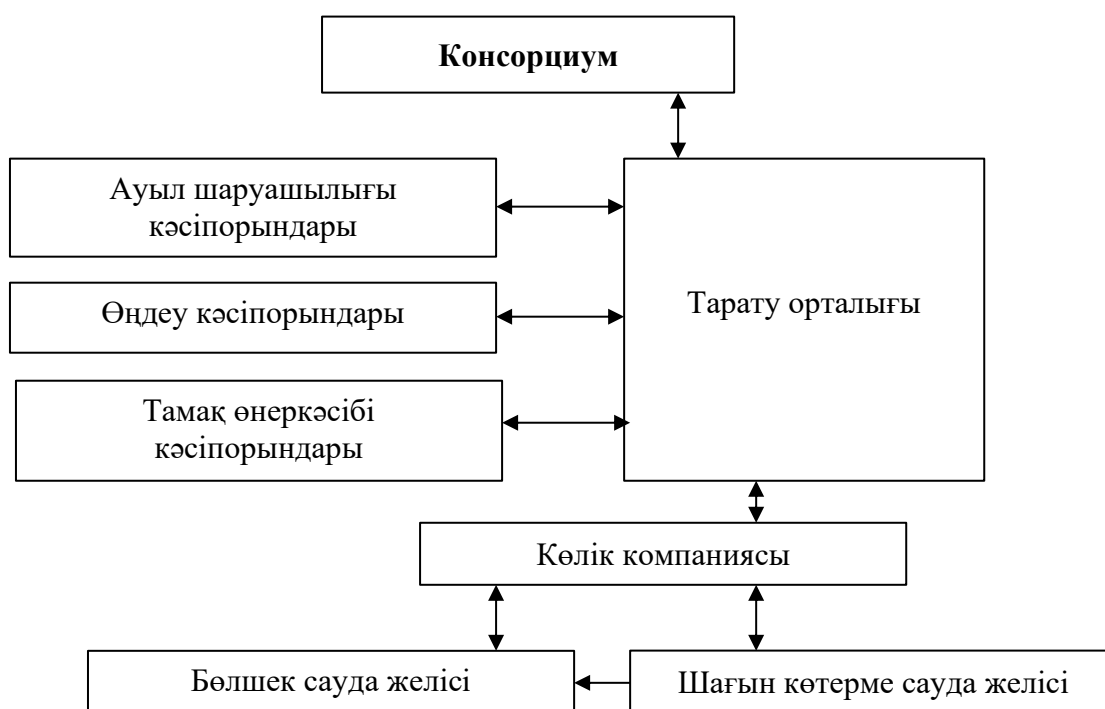
Кесте 3.18 – Қазақстандағы табыс пен халықтың тығыздығы (2023 жылғы деректер негізінде)

Аймақтар	Ақшалай табыс, жан басына шаққандағы жалпы орташа жылдық, тг.	Аудан, ш.км	Тығыздық, адам/ш.км
Қазақстан Республикасы	1161 847	2725000	7,0
Абай	1063 610	185500	4,1
Ақмола	1206494	146219	5,0
Ақтөбе	1128597	300629	3,0
Алматы	980356	223911	9,4
Атырау	961179	118631	5,6
БҚО	1139478	151339	4,4
Жамбыл	850151	144264	8,0
Жетісу	860435	118500	3,5
Қарағанды	1 078 984	427982	3,2
Қостанай	1377103	196001	4,4
Қызылорда	904300	226019	3,7
Маңғыстау	1142800	165642	4,5
Павлодар	1277404	124755	6,0
СҚО	1272226	97993	5,5
Түркістан	795387	117249	17,7
Ұлытау	1376171	188937	3,9
ШҚО	1420564	283226	4,8
Астана қ.	1644988	722	1717,1
Алматы қ.	1512555	682	2969,0
Шымкент қ.	626 766	1170	950,8

Сауданың жұмыс істеу тәжірибесі мемлекеттік органдардың тауарларды жылжыту процесіне қатысуының алуан түрлі нысандарын сипаттайды. Басқалардың ішінде тиімді шешімдердің бірі жергілікті атқарушы органдардың қатысуымен консорциум құру болып табылады.

Басқарудың бұл нысаны аймақтарда логистикалық консорциумның қатысуымен енгізілсе, мұндай бірлестікке жергілікті бақылаушы органдар, жұмыс істеп тұрған көтерме сауда ұйымдары, бөлшек саудада өнімді сататын объектілер, көлік компаниялары, банктер, сақтандыру компаниялары және т.б. кіреді. Логистикалық консорциумның мақсаты – халқы аз аудандарда бөлшек сауда мен шағын бизнесті қолдау және дамыту. Негізгі міндет – осы аймақтың тауарды өткізу жүйесін қалыптастыру. Жұмыс істеу тетігі жеңілдікті даму саясатына жататын қолдау бағдарламасын қалыптастыру, сондай-ақ көтерме және шағын көтерме сауда объектілерін қалыптастыру мен дамытуға қаржылық қатысу арқылы жүзеге асырылады.

3.5-суретте логистикалық консорциум жұмысын ұйымдастыруды ескере отырып, тығыздығы төмен және халық аз қоныстанған аймақтарда өнімді жеткізудің жаңартылған нысаны көрсетілген.



Ескерту - Автор құрастырған

Сурет 3.5 - Қазақстан аймақтары ішінде тауарларды жеткізу нысаны

Консорциум қызметіндегі ұйымдарды ұйымдастырушылық тіркеу белгілі бір компаниялардың тең құрылтайшы ретінде ұйымды құруға тікелей қатысуы арқылы жүзеге асырылуы мүмкін.

Өзара әрекеттестіктің бұл нысаны ынтымақтастық туралы келісімнің жасалуына сәйкес орын алады және келесі жұмыстарды қамтиды: бірлескен

маркетингтік бағдарламалардың негізін жасау; жоғары білікті кадрларды даярлау; бірыңғай ақпараттық талаптарды енгізу және пайдалану; партиялардың бірыңғай стандарттарын әзірлеу және енгізу (мөлшері, қаптамалары); шоғырландырылған тапсырыстарды қалыптастыру; өнімді басқа аймақтық тауар нарықтарына жылжыту (аймақаралық ауқым); жарнамалық қызметті үйлестіру; жүктерді тасымалдау мен сақтауды ұйымдастыру және біріктіру; тауар ағындарын қайта бөлу мен маневрлеуді жүзеге асыру.

Әріптестердің іс-әрекеттерін үйлестіруді жүзеге асыру үшін ақпараттық интеграцияны қамтамасыз ететін бірыңғай ақпараттық орталықтар құрылуы мүмкін.

Дүниежүзілік тәжірибе дистрибьюторлық орталыққа негізделген тауарды тарату логистикалық жүйелері арқылы тауарларды өткізудің артықшылықтарын растайды. Сонымен бірге тұтынушыдан тыс қоймадағы тауар көлемін қысқарту және тауардың үлкен жөнелтілімін жүзеге асыру арқылы көлік шығындары есебінен үнемдеуге қол жеткізіледі.

Аймақтық өткізу орталықты құру кезінде ұйымдастырушылық, экономикалық, техникалық және технологиялық сипаттағы бірқатар негізгі міндеттерді шешу қажет. Олар:

1. сауда орнын техникалық құралдармен қамтамасыз ету;
2. тұтынушыларға қызмет көрсетуде жан-жақтылыққа қол жеткізу;
3. тасымалдаудың қосымша көлемдерін енгізу;
4. логистикалық тарату жүйесі шеңберінде өзара есеп айырысу схемаларын оңтайландыру;
5. көліктік-логистикалық инфрақұрылымдардың жүктемесін оңтайландыру;
6. тораптардағы тоқтап қалу кезеңдерін қысқарту, сондай-ақ неғұрлым жетілдірілген көліктер мен көліктік техниканы пайдалану есебінен жүктерді тасымалдау уақытын қысқарту.

Аймақтық тарату орталығының құрылымында жүйенің бес департаментіне іс жүзінде сәйкес келетін бес негізгі ішкі жүйеге бөлінген тарату орталығын құру ұсынылады: облыстық қызметтер басқармасы, сыртқы коммуникациялар бөлімі, көлік бөлімі, қойма және қорытынды талдау бөлімі.

Ақпараттық ағындарды құру және басқару тарату орталығы жүйесінде сыртқы байланыс бөліміне, аймақтық қызмет көрсету бөлімі қорытынды талдау бөліміне жүктеледі.

Материалдық ағындарға көліктік және қоймалық ішкі жүйелер қызмет көрсетеді.

Орталықтандырылған ұйым инфрақұрылымдық қолдаудың толық кешенін жүзеге асыруға мүмкіндігі бар жұмысқа кіретін немесе тартылған басқарушы компанияға сеніп тапсырылуы мүмкін. Қатысқан ұйымдар жоспарлауды орталықтандыру, өнімді өткізу процесін үйлестіру және реттеу функцияларын қабылдай алады.

Басқарушы компанияны таңдаған кезде ұйымның клиенттерінің қажеттіліктерімен бірге олардың қажеттіліктерін талқылауға дайын

провайдерді тапқан жөн. Негізгі өнімділік параметрлері үшін стандарттарды орнату қажет. Кәсіби жеткізушілер бірнеше сапаны жақсарту бағдарламаларына қолдау көрсете алады және іс жүзінде олардың орындалуын келісім-шартқа қоса алады. Олар артық пайда болған жағдайда пайданы бөлу туралы келісімдер жасауға дайын болуы керек, ал егер олар мәселені шеше алмаса, айыппұл төлеуге дайын болуы керек.

Консорциумды құру кезінде өткізу орталықтың, сондай-ақ аймақтарда орналасқан шағын көтерме сауда бөлімшелерінің жұмысын ұйымдастыру қажет. Cash&carry қағидаты бойынша сауда жасайтын шағын көтерме орталықтардың жұмысын ұйымдастыруға болады.

Бөлшек сауда операторларымен жұмыс істеу кезінде келесі тәсілдерді қолдану ұсынылады.

Басты міндеттердің бірі – мемлекеттік қолдау мен қаржыландырудың әсер ету географиясын, оның ішінде логистикалық консорциумның құрылымдық бірліктерін орналастыру орнын айқындау болып табылады. Кәсіпкерлік қызметті жүргізу үшін неғұрлым тартымды аймақтарда мемлекеттік қаржыландыруға негізделген сауда инфрақұрылымын дамыту бағдарламасын әзірлеу ұсынылады.

Жеткілікті тартымды өңірлер аумағында әрбіреуін тандап алып кету (each & carry) қағидаты бойынша жұмыс істейтін шағын көтерме сауда орталықтарын құру немесе қолданыстағы ұйымдарды қайта бейіндеу ұсынылады. Нәтижесінде логистикалық жүйенің құрылымы логистикалық тізбектің буындарының ұтымды қалыптасуымен және орталықтың өзін тиімді ұйымдастырумен сипатталатын болады.

Аймақтардың географиялық орналасу ерекшеліктеріне сәйкес, тарату орталығын облыс орталықтарында орналастыру орынды, себебі бұл қалаларда көтерме сауданың инфрақұрылымы неғұрлым дамыған.

Азық-түлік өнімдерінің аймақтық көтерме-бөлу орталықтары

Көтерме-бөлу орталығы жобаның бастамашысына байланысты әртүрлі форматта құрылуы мүмкін. Кәсіпорынның құқықтық нысанын таңдау, ең алдымен, КБО құрамына кіретін шаруашылық субъектілерінің ұйымдық-құқықтық нысанына және тауар айналымының қарқындылығына байланысты. Әлбетте, КБО қатысушыларының басым бөлігін шағын шаруашылық нысандары құрайтын аймақтарда ауыл шаруашылығы тұтыну кооперативі негізінде орталықты ұйымдастыру қолайлы шешім болып табылады.

Мұндай кооперативтің қызметі шағын кәсіпкерлік субъектілеріне – кооператив мүшелеріне сату, өңдеу, жеткізу және қызмет көрсетуден тұратын болады. Осылайша құрылған КБО-ның қиындықтары осындай жобаны жүзеге асыру үшін бастамашылардың, бастапқы капиталдың, КБО үшін жер учаскесінің, сондай-ақ жоғары білікті жұмысшыларды тарту мүмкіндігінің болмауы болып табылады. КБО-ты қай жерде ұйымдастыру мәселесін шешу үшін жұмыс істеп тұрған қайта өңдеу кәсіпорындарының немесе шағын цехтардың, қоймалардың аумақтарында көрсетілетін қызметтердің толық

спектрін орналастыру үшін одан әрі кеңейтілетін тұтыну кооперативін құру дұрыс сияқты.

Немесе аумақтық орналасуына қарай кооперативтік КБО жақын маңдағы қоймалардың үй-жайларын жалға алып, сатып алынған өнімді жақын маңдағы тамақ өнеркәсібі кәсіпорындарына өңдеуге бере алады. Әлбетте, мұндай кооперативті құру үшін шағын ауыл шаруашылық кәсіпорындарының қарамағында жоқ жеткілікті қаржылық инвестиция қажет. Қаржылық қолдауды пайдалана отырып, мемлекеттің қатысуы кооперативтік көтерме-бөлу орталығының болуының қажетті шартына айналады. Ол мұндай құрылымдарды субсидиялаудың жекелеген ережелерін нақтылауды талап етеді.

Ауыл шаруашылығы мен қайта өңделген өнімдерді өткізуді кеңейту жұмысы екі бағытта жүргізілуде.

Біріншісі – азық-түліктің үлкен көлемін қалыптастыру және оларды ішкі нарыққа және экспортқа шығару үшін КБО құру.

Екіншісі – ауыл шаруашылығы өнімдерін электронды саудалау жүйесін құру. Цифрлық технологияларды енгізудің мысалы ретінде географиялық шектеулерді еңсеруге, сауда орындарын ұстауға кететін шығындарды азайтуға және т.б. мүмкіндік беретін ауыл шаруашылығы өнімдерінің саудасы үшін электрондық алаң құру болуы мүмкін.

Сонымен қатар, дәнді дақылдар мен оның өңделген өнімдерін экспорттау үшін көліктік қуаттардың тапшылығы мәселесін шешу үшін агроөнеркәсіптік кешеннің логистикалық картасын және терминалдар, қайта тиеу қоймаларын салу, мамандандырылған техника паркін жаңарту бойынша іс-шаралар жоспарын әзірлеу жоспарлануда.

Қолданыстағы бағдарламада КБО салуға жұмсалатын шығындарды субсидиялау бабын қарастыру қажет.

Сұраныс пен ұсыныс үнемі жоғары аймақтарда КБО ұйымдастыруды аймақтың жоғары инвестициялық тартымдылығын ескере отырып, әзірлеуші компаниялар жүзеге асыра алады. Әзірлеушінің міндеті жобаны құру және жүзеге асыру процесін қолдауға, яғни КБО жобалауға, құрылысқа жер сатып алуға, құрылыс жұмыстарын орындауға, инженерлік желілерді жеткізуге, орталықтың жұмысын ұйымдастыруға және оны күтіп ұстауға қатысты мәселелерді шешуге бағытталған. Басты мәселе, әзірлеуші компаниялар арқылы құрылған КБО ұсынылатын қызметтерге бағаны көтермейді, өйткені олардың негізгі міндеті өз бизнесінің кірістілігін және мүліктің құнын арттыру болып табылады, әйтпесе мемлекет ауыл шаруашылығы тауарын өндірушіге КБО арқылы жұмыс жасағаны үшін шығындардың бір бөлігін өтеу қажеттілігіне тап болады.

Дамушы компанияларды тарту инвестиция салуға қолайлы жағдайлар жасалған кезде мүмкін болады. Мұндай жағдайларға мыналар жатады: – жергілікті атқарушы органдар тарапынан КБО үшін жер учаскесін кейіннен сатып алу құқығымен ұзақ мерзімді жалға жеңілдетілген шарттармен беру; мүлік салығы бойынша нөлдік мөлшерлеме (7 жылға дейін);

пайда салығы мөлшерлемесін төмендету (8 жылға дейін); жер салығы бойынша жеңілдіктер; тауар өндірушілерді КБО-да жұмыс істеуге тартуға жәрдемдесу.

Басқа жағдайларда ауыл шаруашылық өнімдерін өткізумен немесе өңдеумен айналысатын ірі компаниялардан КБО құру ұсынылады. КБО ұйымдастырған жағдайда қайта өңдеуші кәсіпорындар мен көтерме таратушы ұйымдар өздерінің бар инфрақұрылымын және жер көлемін пайдаланады. Бұл көтерме сауда орталығын салуды жеңілдетеді, бірақ ауыл шаруашылығы тауарын өндірушілердің ағымдағы бизнес жағдайларын есепке алу қажеттілігіне әкеледі.

КБО-ың міндеттеріне сәйкес, оның атқаратын негізгі жұмыстары қызметтерді бір жерден көрсету қағидатына құрылуы қажет: 1) сатып алу қызметі – ауыл шаруашылығы өнімдерін сатып алу; 2) қойма – қойма ұй-жайларын жалға беру; ауыл шаруашылығы тауарын өндірушілерден алынған өнімді қабылдау, түсіру және тиеу және жауапты сақтау; 3) қайта өңдеу – ауыл шаруашылығы өнімдерін өткізу алдындағы дайындау; ауыл шаруашылығы өнімдерін қайта өңдеу (жартылай фабрикаттар, дайын өнімдер және оларды орау); 4) қызмет көрсету – ауыл шаруашылығы тауарын өндірушілердің қажетті тауарларды сатып алуы; ветеринариялық-санитариялық сараптама қызметін, фитосанитариялық бақылауды қамтамасыз ету; қаржылық және басқа қызметтерді көрсету (несие беру, сақтандыру); автотұрақ қызметтерін көрсету; көлікке техникалық қызмет көрсету; 5) көлік – көлік құжаттарын ресімдеу; жүкті алып жүру; жүк қозғалысын бақылау; көлік жұмысын жоспарлау; 6) маркетинг – ауыл шаруашылығы өнімдерін өткізу (жеткізушілер мен сатып алушылардың базасын қалыптастыру); сауда алаңын жалға беру; маркетингтік ақпаратпен қамтамасыз ету; айналымды басқару; ауыл шаруашылығы өнімдерін өткізу (жеткізушілер мен сатып алушылардың базасын қалыптастыру); 7) әлеуметтік – әлеуметтік асханаларды ұйымдастыру; әлеуметтік мекемелерге дайын рациондар өндіру; қоғамдық тамақтандыруды ұйымдастыру (кафелер, снэк-барлар); қонақ үй қызметтерін көрсету.

Бүгінде ҚР Сауда және интеграция министрлігі қадағалаушы орган болып табылатын мемлекет Қазақстанда ірі КБО салу және оларды ұлттық желіге біріктіру мәселесін қолға алды. Олардың жоспарларына 24 КБО құрылысы кіреді. КБО-ы республикалық желіге қосудың негізгі тұжырымдамасы оларды бірыңғай ақпараттық жүйемен бір басқару құрылымына біріктіру болып табылады. Бұл олардың қызметін бірыңғай стандарттар мен ережелер негізінде жүзеге асыруға, біртұтас ақпараттық кеңістікті пайдалануға мүмкіндік береді және мемлекетке азық-түлік ресурстары мен бағаларды бақылауға, ауыл шаруашылығы өнімдерін мемлекеттік сатып алуды ұйымдастыруға мүмкіндік береді.

КБО салу кезінде облыс басшылығы жер телімдерін бөлуге, инженерлік-көлік инфрақұрылымын орнатуға жағдай жасап, салықтық жеңілдіктер беруі қажет.

Ұйымдастырушылық-құқықтық нысаны мен көлемін таңдауына қарамастан, КБО қызметі шеңберінде инвестициялық кредиттер, ауыл

шаруашылығы тауарын өндірушілерге өнімді қайта өңдеуге арналған қысқа мерзімді несиелер бойынша сыйақы мөлшерлемесін субсидиялау, КБО салу шығындарының бір бөлігін өтеу түрінде мемлекеттік қолдау көрсету мүмкіндігін қамтамасыз ету қажет.

КБО тиімділігі жобаны ұйымдастырушылар арасында қалыптасқан қарым-қатынас үлгісіне байланысты. Кейіннен республикалық желінің құрамына енетін және ауыл шаруашылық өнімдерінің нарығына әсер ететін ірі КБО құру үшін мемлекетпен тығыз байланыста болған дұрыс, өйткені бұл бірлескен жұмыс осындай ауқымды жобаны жүзеге асыруға мүмкіндік береді және оның одан әрі өмір сүруіне жағдай жасайды. КБО тұтыну кооперативі нысанында құрылған кезде оны ұйымдастыруға және қызметіне қатысудың ең көп үлесі кооператив мүшелеріне – кәсіпкерліктің шағын нысандарына тиесілі.

Ауыл шаруашылық тауар өндірушілері мен КБО арасындағы экономикалық қатынастар шарттық қатынастарды жүзеге асыруға негізделген. Осылайша, ауыл шаруашылығы өнімдерін сатып алу кезінде шарттар немесе ақшалай талапты (факторинг) басқаға беру үшін қаржыландыру шарты қолданылады.

Факторинг жағдайында ауыл шаруашылық өнімін өндіруші КБО-қа өнім бергенде, соңғысы авансты төлеу үшін банктен қысқа мерзімді несиелен алады. Өнімдерді сатқаннан кейін КБО өндірушіге аванстық төлемді шегеріп толық төлейді. Өңдеу кәсіпорындарынан ауыл шаруашылық шикізатын жеткізуге ірі КБО тапсырысы алынған жағдайда тауар өндірушілермен қосалқы мердігерлік шарттар жасалуы мүмкін. Көлік кәсіпорындары мен өңдеуші кәсіпорындар ұсынатын КБО қатысушыларымен келісім-шарттар, жүктерді тасымалдау, көліктік экспедиция туралы келісімдер жасалуы мүмкін. КБО өз өнімдерін комиссиялық келісімге сәйкес сатады. Ауыл шаруашылығы тауарын өндірушілер үй-жайлар мен құрал-жабдықтарды жалға алған жағдайда КБО жалға алу шартын немесе мүлікті сенімгерлік басқару шартын жасасуға міндетті.

КБО арқылы сатылатын өнімдердің бағасы қоймадан шығу жағдайларына негізделеді. Бұл КБО-ты ауыл шаруашылығы өнімдерін тұтынушылар үшін тартымды етеді, өйткені жүктерді тасымалдау және тиеу-түсіру жұмыстары орталықтың шығындарына кіреді. Сатып алу бағасы ауыл шаруашылығы тауарын өндіруші белгілеген өнімнің өзіндік құнының деңгейінде және кеңейтілген ұдайы өндірісті болжайтын қалыпты пайда нормасында анықталады.

КБО құру құны функцияларға, мамандандыруға және қызмет ауқымына байланысты өзгереді.

Бірінші кезеңде 2021-2022 жж. жеті КБО құрылды:

- 3 тарату КБО-ы: Астана, Шымкент және Алматы қалаларында;
- 4 сақтау КБО-ы: Павлодар облысы, Мичурин ауылы мен Ақсу қаласында; Алматы облысы, Қапшағай қаласында, Шеңгелдин ауылдық округі; Жамбыл облысы, Шу қаласында.

КБО пайдалануға берілуі ауыл шаруашылығы өнімдерін өткізу мәселесін шешіп қана қоймай, ауылдық жерлерде жұмыс орындарын кеңейтуге мүмкіндік береді.

КБО жұмыс істеуі осындай жобаны іске асыру үшін инвесторлар мен мүдделі тұлғаларды іздеуде аймақтық билік органдарына жәрдемдесу жағдайында импортты алмастыру саясатын жүзеге асырудың уақтылы және қажетті шарты болып табылады.

Үшінші бөлім бойынша тұжырым

Тауар тарату желісінің даму перспективасына болжам жасалып, көтерме тарату орталықтарының (КТО) тиімділігіне баға берілді. Бірыңғай ақпараттық жүйені енгізу арқылы өндірушілермен жұмысты ұйымдастыру негізінде шаруа (фермерлік) қожалықтары мен жеке қосалқы шаруашылықтардың кіріс резервтерін айқындау жолымен КТО жобасының жүзеге асырылуының мақсатқа сай екендігі дәлелденді. 2022 жылдан бастап 2035 жылға дейін өнімді КТО арқылы (және ішінара қайта сатушылар арқылы) өткізу сценарийінде отандық өндірушілердің болжамды кірісі 2 трлн теңгені құрайды, ал өнім тек қайта сатушылар арқылы өткізілген жағдайда бұл көрсеткіш 1,5 трлн теңге деңгейінде болады. Кірістердің орташа жылдық өсім қарқыны 10,8 %-ға артады.

Өндірушілер мен көкөніс өнімдері тұтынушылары арасындағы өзара іс-қимылдың ұсынылған сұлбасының экономикалық тиімділігіне жүргізілген бағалау негізінде оптимистік және пессимистік сценарийлер бойынша мынадай нәтижелер алынды: жобаның өзін-өзі ақтау мерзімі сәйкесінше 9 және 15 жылды құрайды; таза табыстың орташа жылдық деңгейі – 90,1 млрд теңге және 18,1 млн теңге; негізгі капиталға салынған инвестициялардың жалпы экономикалық тиімділік коэффициенті – 31% және 6,2%; ішкі кірістілік нормасы (IRR) – 25,4% және 3,8%.

Ауыл шаруашылығының балғын өнімдерін өндірушілер мен тұтынушылар арасындағы өзара іс-қимылдың ұйымдастырушылық-экономикалық тетігін жетілдірудің негізгі бағыттарына мыналар жатады: өзара іс-қимыл жасайтын субъектілер үшін тиімді жағдайлар қалыптастыру, тауар қозғалысы үдерісінде баға белгілеу механизмін жетілдіру, ауыл шаруашылығы өнім өндірушілеріне, оның ішінде шағын шаруашылықтарға, өнім қозғалысының барлық кезеңінде логистикалық, технологиялық және маркетингтік қызметтер көрсететін көтерме тарату орталықтары базасында өндірушілермен жұмыс істеуге арналған бірыңғай ақпараттық жүйені енгізу.

Ауыл шаруашылығы тарату орталығының құрылуы және оның одан әрі тиімді қызмет етуі нәтижесінде ауыл шаруашылығы шикізаты мен азық-түлікті ұйымдасқан нарық қағидаттарына негізделген неғұрлым тиімді тарату жүйесі қалыптасады, сондай-ақ түрлі делдалдардың жүйесіз қызметі біртіндеп реттелетін болады.

Ауыл шаруашылығы тарату орталықтарын дамыту жүйесін іске асыру ауыл шаруашылығы өнім өндірушілерін экономикалық ынталандыру арқылы өндіріс көлемін арттыруға және өнім сапасын жақсартуға мүмкіндік береді, сондай-ақ Қазақстанның азық-түлік нарығын отандық өндіріс есебінен қамтамасыз етіп, өңір агроөнеркәсіптік кешенінің әлеуметтік-экономикалық жағдайын жақсартуға ықпал етеді.

Жоғарыда аталған мәселелерді шешу мультипликативті (көбейту) әсердің жүзеге асуына ықпал етеді: бұл өндірушілердің өнім бойынша шығындарын азайтуға, мемлекеттік бюджетке түсетін салық түсімдерінің ұлғаюына, жаңа жұмыс орындарының құрылуына және халықтың әлеуметтік маңызы бар азық-түлік өнімдерін сатып алуға жұмсайтын шығындарын қысқартуға мүмкіндік береді.

Осылайша, жүргізілген есептік-аналитикалық мәліметтер Қазақстан Республикасында көтерме азық-түлік нарығы жүйесін қалыптастырудың экономикалық тиімділігі жоғары екенін, сондай-ақ оның әлеуметтік маңыздылығы тұрғысынан да іске асыруға негізделгенін дәлелдейді.

Үшінші бөлімнің әдебиеттері

1 Об утверждении Требований к оптово-распределительным центрам и о внесении изменений в приказ исполняющего обязанности Министра национальной экономики Республики Казахстан от 27 марта 2015 года № 264 "Об утверждении Правил внутренней торговли". Приказ Министра торговли и интеграции Республики Казахстан от 14 октября 2020 года № 222-НҚ. Зарегистрирован в Министерстве юстиции Республики Казахстан 20 октября 2020 года № 21456. – URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/V2000021456> (25.10.2023).

2 Қазақстан Республикасының агроөнеркәсіптік кешенін дамытудың 2021 – 2030 жылдарға арналған тұжырымдамасын бекіту туралы Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2021 жылғы 30 желтоқсандағы № 960 қаулысы. – URL: <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/P2100000960> (15.09.2023).

Қорытынды

Азық-түлік тауарларының көтерме сауда жүйесін дамыту мен реттеудің тиімді тетігі өзінің тауарды бөлу жүйесін қалыптастыруды, жұмыс істеп тұрған көтерме сауда кәсіпорындарын жаңғырту негізінде ауыл шаруашылығы өнімдерін өткізуді ұйымдастырудың мемлекеттік бағдарламасын әзірлеуді және іске асыруды көздейді.

Жұмыс істеп тұрған көтерме сауда кәсіпорындарын жаңғырту өнімді тарату жүйесінің негізгі буыны ретінде халықтың тауарлар мен қызметтерге сұранысы мен қажеттіліктерін қанағаттандыру үшін ең аз шығындармен және өнім сапасын барынша сақтаумен тұтынушыға тауарларды жеткізу үдерісін жеделдету мақсатында заманауи ақпараттық технологиялар мен логистиканың мүмкіндіктерін барынша пайдалануды көздейді.

Азық-түлік нарығын және тауарларының көтерме саудасын талдау азық-түлік тауарларын жеткізу көлемін ұлғайту және шығындарды азайту үшін орасан зор мүмкіндіктердің бар екенін көрсетеді. Ауыл шаруашылығы және азық-түлік тауарларымен қамтамасыз ету міндеттерін іске асырудың шарты тауар ағындарын оңтайландыру, ұйымдастырылмаған делдалдардың санын қысқарту және азық-түлік нарығындағы сыртқы сауда компанияларының қызметін реттеу болып табылады.

Қазақстандағы сауда инфрақұрылымы нарықтық экономика жолдарында мемлекеттің қатысуынсыз қазақстандық жеке және шетелдік компаниялардың қаражаты есебінен құрылды. Бұл ауыл шаруашылығы өнімдерінің айналымы саласында ұйымдаспаған делдалдардың көбеюі, ауыл шаруашылығы өнімдерін осы компаниялардың дистрибьюторлық желілері арқылы өткізу мәселесі сияқты мәселелерге әкелді.

Бұл жағдайдың себебі отандық тауарды тарату жүйесін қолдауға бағытталған мемлекеттік деңгейде тиімді сауда-саттық саясатының және қазақстандық нарықтағы компаниялардың сауда қызметін реттеу механизмінің болмауы, нарық субъектілері арасындағы экономикалық қатынастарды қалыптастырудың нақты стратегиясы мен негізделген бағдарламасының болмауы осындай мәселелерге әкелді.

Көтерме-бөлу орталықтар желісі аясында ауыл шаруашылық өндірушілеріне мемлекеттік қолдаудың жаңа шараларын енгізу бойынша ұсыныстар әзірленді. Бұл ұсыныстар көтерме-бөлу орталықтар желісінің қалыптасып жатқан тетігіне сәйкестендірілген мемлекеттік қолдаудың ықтимал шараларының тізбесін қамтиды.

Ауыл шаруашылық өнімі нарығының қатысушылары мен бөлшек және көтерме сауда субъектілері арасындағы өзара іс-қимылды ұйымдастыру жөніндегі ұсынымдар ауыл шаруашылық өнімін өндіру және өткізу саласындағы нарық қатысушылары арасында шаруашылық байланыстарды қалыптастыруға қатысты ұсыныстарды қамтиды.

Халықты азық-түлікпен қамтамасыз ету мәселесін шешу мақсатында ішкі нарықта отандық азық-түлік өнімдерінің бәсекеге қабілеттілігін арттырудың тиімді тетіктерінің бірі – трансакциялық шығындарды азайтуға бағытталған тиімді тауар өткізуші жүйені қалыптастыру бойынша шараларды әзірлеу және іске асыру болып табылады.

Рационалды тауар өткізу жүйесі – бұл ұйымдастырылған және реттелетін отандық тауар тарату жүйесін қалыптастыруға, өнім ағындарын өндірушіден тұтынушыға дейін жеткізудің тиімді формалары мен бағыттарын таңдауға негізделген жүйе. Мемлекеттің бұл қызмет саласын қолдау және дамытуға бағытталған саясаты отандық өткізу жүйесін жетілдіруге, сондай-ақ шетелдік сауда компанияларының қазақстандық нарықтағы қызметін реттеуге бағытталған.

Азық-түлік тауарларын көтерме және бөлшек саудамен айналысатын кәсіпорындардың қызметін реттеу – бұл республикалық, аймақтық және жергілікті атқарушы органдар арасында функциялар мен міндеттерді заңнамалық деңгейде нақты бөлу мен агроөнеркәсіптік кешен өнімдерін өткізуді дамытудың келешектегі тиісті бағдарламасын қабылдауды көздейді.

Азық-түлік нарығын дамытудың келешегі барлық нарық қатысушыларының тығыз өзара іс-қимылына және бірігуіне, сондай-ақ қолданыстағы көтерме және бөлшек сауда кәсіпорындарын неғұрлым тиімді пайдалануға негізделеді. Бұл тауар өткізу жүйесіндегі шығындарды азайтуға ықпал етуі тиіс.

Сауда саласындағы біріктіру үдерістер сауданы дамытудың жаңа парадигмасының ең маңызды құрамдас бөлігі ретінде қарастырылады.

Сауда саласындағы біріктіру үдерістерді тиімді аумақтық дамуды қамтамасыз ету мақсатында басқару тауар өткізу арналарының біріктіруін қалыптастыруға, тауар ұсынысында импортты алмастыру үдерістерін бастауға және қолдауға, аймақтарда сауда қызметі сапасының артуына, бөлшек бағаның өсуін тежеуге, кейіннен оны төмендетуге мүмкіндік береді.

Қаржылық ресурстардың шектеулігі жағдайында Қазақстан үшін сауда саласын толық мемлекеттік реттеуден жүйелік бизнестің нақты сегменттеріне әсер ету стратегиясына көшу маңызды болып табылады. Мұндай өтпелі кезең үшін ұсыныстар әзірленді.

Қосымшалар

Қосымша А

Кесте А.1 - Кластерлік талдау үшін бастапқы деректер арасындағы корреляция коэффициенті

	<i>chislennost_ nasel</i>	<i>Serno- bye</i>	<i>kartofel</i>	<i>Myaso tn</i>	<i>Moloko tn</i>	<i>myaso+ moloko tn</i>	<i>yaiso_ tys.shtuk</i>	<i>frukty_ yagody tn</i>	<i>Oboshi + Bakcheb tn</i>	<i>invest_ selxoz_ mlntg</i>	<i>Vreal.bypysk_ selxos mlntg</i>	<i>Kol_ proisvod</i>	<i>Vprois_ perevozki_ tys.tonn</i>	<i>Vrozn+ optov_ prod.prod</i>	<i>fact_ Moshnost_ xranen_ bsego.tn</i>
chislennost_nasel	1														
sernobyе	-0,190	1,000													
kartofel	0,026	0,165	1,000												
myaso_tn	-0,024	0,027	0,279	1,000											
moloko_tn	-0,068	0,215	0,471	0,600	1,000										
myaso+moloko_tn	-0,060	0,173	0,453	0,792	0,964	1,000									
yaiso_tys.shtuk	0,117	0,078	0,348	0,114	0,159	0,160	1,000								
frukty_yagody_tn	0,123	0,005	0,225	0,263	0,419	0,407	0,017	1,000							
oboshi+bakcheb_tn	0,092	-0,078	0,213	0,214	0,275	0,281	0,038	0,348	1,000						
invest_selxoz_mlntg	-0,072	0,651	0,347	0,180	0,354	0,330	0,217	0,063	0,042	1,000					
Vreal.bypysk_selxos_mlntg	-0,061	0,561	0,547	0,584	0,790	0,798	0,246	0,428	0,451	0,587	1,000				
Kol_proisvod	0,051	0,090	0,385	0,523	0,594	0,628	0,152	0,574	0,549	0,178	0,656	1,000			
Vprois_perevozki_tys.tonn	-0,049	0,569	0,518	0,389	0,624	0,606	0,156	0,426	0,658	0,552	0,896	0,630	1,000		
Vrozn+optov_prod.prod	0,859	-0,098	-0,048	-0,088	-0,118	-0,120	0,007	-0,005	-0,026	-0,075	-0,132	-0,080	-0,103	1,000	
fact_Moshnost_xranen_bsego.tn	-0,064	0,473	-0,030	-0,033	-0,066	-0,061	0,034	-0,046	-0,132	0,214	0,114	-0,070	0,150	-0,047	1

Қосымша Б

Кесте Б.1 - Қазақстан аймақтарында логистикалық инфрақұрылымды дамытуда мемлекеттік-жекеменшік әріптестікті қолдану

Моделдің атауы және кезеңдері	Қолдану аясы	Негізгі ерекшеліктері
Кері ВООТ (Құру – Меншік – Басқару – Трансфер): - құрылыс - меншік - операция/басқару - берілу	Қолданыстағы логистикалық нысандар инфрақұрылымын жаңғырту. ВООТ-тен маңызды айырмашылық: инфрақұрылым объектісі сенімгерлік басқаруға, сонымен қатар оны сатып алу, тіркеу құқығымен жеке серіктеске басқару меншігі беріледі	Жеке әріптестің қаржы салуы, жобалау, құрылысын салу және нысанды пайдалану, сондай-ақ келісімшартта көрсетілген, жеке инвестицияның өтелу мерзімін ескеретін белгілі бір уақыт аралығында инфрақұрылым нысанын пайдаланғаны үшін ақы алу қарастырылған.
ВВО (Buy - Build – Operate) моделі келесідей кезеңдерден тұрады: -Сатып алу (Buy) – мемлекеттік немесе басқа меншік нысанын жеке серіктестің меншігіне беру; -Құрылыс (Build) – нысанды қайта жаңарту немесе жаңадан салу; -Пайдалану / Басқару (Operate) – жеке серіктестің объектіні басқаруы және пайдалануынан табыс табуы	Логистикалық инфрақұрылымның қолданыстағы нысандарын жаңғырту	Мемлекеттік мүлікті жеке әріптеске инфрақұрылым нысанын қайта жаңарту немесе жаңғырту шарттарымен беру көзделеді, әрі қарай келісімшартта көрсетілген мерзім ішінде пайдалану мүмкіндігі бар. Келісімшарт мерзімі барысында мемлекет тарапынан бақылау жүзеге асырылады. Бұл модельде жеке серіктес активті иеленіп, оны өзі басқарып, белгілі бір кезеңде табыс көреді.
ВЛОТ (Build – Lease – Operate – Transfer): -салу - жалға беру -пайдалану -тапсыру	Логистикалық инфрақұрылымның жаңа нысандарын, сондай-ақ әртүрлі дайындық деңгейіндегі аяқталмаған нысандарды салу	Жеке әріптеске қаржыландыру, жобалау, құрылыс және инфрақұрылым нысанын пайдалану құқығын беру көзделеді, сондай-ақ көрсетілетін қызметтер үшін тұтынушылардан ақы алу мүмкіндігі қарастырылады. Бұл құқық келісімшартта жеке көрсетілген мерзімге беріледі және ол үшін жеке әріптес тиісті төлем жасайды.
DBFM (Design – Build – Finance – Maintain): -жобалау (Design) - құрылыс (Build) -қаржыландыру (Finance) -техникалық қызмет көрсету / қолдау (Maintain)	Аймақтардағы логистикалық инфрақұрылымының тірегі болып табылатын ірі ауқымды нысандарды жаңадан салу немесе бұзылғандарын қалпына келтіру көзделеді	Жаңа инфрақұрылымдық нысанды қаржыландыру, жобалау, салу және пайдалану жеке әріптестің есебінен ұзақ мерзімді жалдау шартымен жүзеге асырылады. Нысанға меншік құқығы мемлекетке тиесілі болады. Келісімде көрсетілген мерзім аяқталғаннан кейін, жеке әріптес бұл нысанды мемлекетке

		тапсырады. Нысанды пайдаланушылардан ақы алу мүмкіндігі қарастырылған, сондай-ақ мемлекет тарапынан қосымша қолдау көрсетілуі мүмкін.
DBO (Design – Build – Operate): - дизайн - құрылыс - операция/басқару	Кең ауқымды логистикалық инфрақұрылым объектілерін қалпына келтіру немесе жаңғырту үшін	Жобалау, құрылыс және инфрақұрылым нысанын пайдалану жеке серіктес арқылы көзделеді. Қаржыландыру мемлекеттік серіктес арқылы жүзеге асырылады, оған меншік құқығы бекітіледі. Жеке серіктестің біріккен жобаны қаржыландыру мүмкіндігі бар.
Тек қана қаржыландыру (Finance Only): - қаржыландыруға қатысу	Логистикалық инфрақұрылым нысандарын салуға шетелдік инвесторларды тарту үшін	Жеке әріптестің тауар өндіруге, сондай-ақ мемлекеттік-жекешелік әріптестік туралы келісімшартта көзделген мерзім ішінде қызметтер көрсетуге құқығы көзделеді.
LTЛ (LongTermLease): -ұзақ мерзімді жалға беру/лизинг	Логистикалық инфрақұрылымның қолданыстағы нысандарын жаңғырту	Мемлекеттік әріптес тарапынан концессионерге бұрын салынған және пайдалануға берілген қолданыстағы нысанды одан әрі дамыту және жаңғырту үшін жалға алу құқығын беру көзделеді. Жеке әріптес инвестицияларды жүзеге асыра отырып, жоба бойынша өзін-өзі ақтау және кірістілік көрсеткіштерін ескереді.
DB (Design – Build): -жобалау -құрылыс	Жаңа логистикалық инфрақұрылым нысандарын, сондай-ақ аяқталмаған объектілерді қаржылық ресурстардың шектеулі жағдайында салу	Жеке әріптес келісімшартта белгіленген сома шегінде инфрақұрылымдық нысандарды жобалау және салуды жүзеге асырады, құрылыс жұмыстары аяқталғаннан кейін объектіні бірден пайдалануға беру көзделген. Жобалау мен құрылысқа жеке әріптес жауапты болса, инфрақұрылымдық нысанды қаржыландыру, басқару және пайдалану үшін мемлекеттік әріптес жауап береді. Нысанның меншік құқығы мемлекеттік әріптесте сақталады, ал жеке әріптеске тіркелген немесе «ағымдағы» сыйақы төленеді. Сыйақы мөлшері инфрақұрылымдық нысанның қызмет көрсету сапасына немесе ұсынылатын қызметтердің сапасына байланысты болады

Сыздықбаева Бақыт Узакбайқызы
экономика ғылымдарының докторы, профессор

**Қазақстанның азық-түлік нарығының тауар
өткізуші жүйесін дамыту: логистикалық көтерме-
бөлу орталықтарының мысалында**

Монография

22.07.2025 жылы қол қойылды
Шартты баспа табағы 10.2 Пішімі 60/84 ^{1/16}
Таралымы 500 дана Тапсырыс 0156
«Булатов А.Ж.» жеке кәсіпкер
010000. Астана қ., Керей Жәнібек хандар к-сі, 22-38
Тел.: 87086950105 e-mail: masterpo08@mail.ru