
**OF THE NATIONAL ACADEMY OF SCIENCES OF THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN
SERIES OF SOCIAL AND HUMAN SCIENCES**

ISSN 2224-5294

Volume 3, Number 313 (2017), 115 – 120

УДК 332.1(339):001.895

G.A. AbdulinaNarxoz University
agul-a@mail.ru**REGIONAL BUSINESS SERVICE
MANAGEMENT FEATURES**

Abstract: This article discusses peculiarities of regional business and management, strengthening the connection between the branches of the business to ensure the efficient movement of goods to consumers. Therefore, the reform has been clearly reflected in commercial activities in the field of trade, because the trade sector modernization is in line with modern international trade and will include the efficient movement of goods.

In this context, the development of commercially to satisfy consumer demand for a product or service related issues to improve the efficiency of its service is always important. In the article peculiarities of the management of commercial activities in the region are given, as well as the problems related to the trading activities in the region are identified.

In general, the development of commercial activity in the regions retail turnover growth, political and economic situation in the country, The relationship between private enterprise and the public sector is in dire need based.

During the study, the number of trading volume of commercial activity in the regions provided "new format" revealed a lack of trading. In addition, the trade agreement for the purchase and sale transactions using electronic means of communication is planned to be carried out through e-commerce.

Key words: zone, commerce, business services, retail, trade, retail trade, wholesale trade

ӨОЖ: 332.1(339):001.895

Г.А. Абдулина

Нархоз университеті, Алматы қ., Қазақстан

**АЙМАҚТАҒЫ КОММЕРЦИЯЛЫҚ
ҚЫЗМЕТТІ БАСҚАРУ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ**

Аннотация. Мақалада Қазақстандағы аймақтық коммерциялық қызмет және оны басқару ерекшеліктері зерделенген. Коммерциялық қызмет салалар арасындағы байланысты нығайта отырып, тұтынушыларға тауарлардың тиімді қозғалысын қамтамасыз етеді. Сондықтан сауда саласындағы реформалар коммерциялық қызметте де айқын көрініс табуға, өйткені сауда саласының жаңғыртылуы заманауи халықаралық сауда талаптарына сәйкестендіру және тиімді тауар қозғалысын қамтуға бағытталады.

Осы тұрғыда коммерциялық қызметтің дамуында өнім, жұмыс немесе қызметке деген тұтынушылық сұранысты қанағаттандырумен байланысты оның қызмет тиімділігін жоғарылату мәселелері әрдайым өзекті. Шолу барысында аймақтағы коммерциялық қызметті басқару ерекшеліктері зерделенген, сондай-ақ, аймақтардағы сауда қызметіне байланысты проблемалар анықталған. Жалпы аймақтардағы коммерциялық қызметтің дамуына бөлшек саудадағы тауар айналымының қарқынды өсуі, елдегі саяси және экономикалық жағдай, халықтың әл-ауқатының жақсаруы қолайлы жағдайлар тудырса, бүгінгі сауда кедергілерін жеке кәсіпкерлік арқылы көруге болады, ал жеке кәсіпкерлік пен қоғамдық сектор арасындағы өзара қатынас аядай қажет екендігі негізделді.

Зерттеу барысында аймақтардағы коммерциялық қызметтің сауда орындарының қамтылу көлемі қарастырылған және сәйкесінше аймақтардағы «жаңа форматтағы» сауда орындарының жетіспеушілігі анықталған. Сонымен қатар, саудадағы келісім - сатып алу және сату үшін электрондық байланыс құралдарын пайдалана отырып мәмілелер жасасу арқылы жүзеге асырылатын электрондық коммерция да қарастырылған.

Түйін сөздер: аймақ, коммерция, коммерциялық қызмет, сауда орындары, сауда көлемі, бөлшек сауда, көтерме сауда.

Бүгінгі таңда халық шаруашылығының әртүрлі салалары арасындағы байланыстың қамтылуы коммерциялық қызметке тиесілі. Коммерциялық қызметтің заманауи механизмі мемлекеттің аймақтардағы сауда нысандарына әсер ететін әдістер мен тәсілдердің біріккен жүйесі ретінде табылады. Сауданың қарқынды дамуы тұрғысында аймақтағы коммерциялық қызметті басқару ерекше өзектілікке ие. Қазақстандағы сауда саласының жаңғыртылуы заманауи халықаралық сауда талаптарына сәйкестендіру және тиімді тауар қозғалысын қамтуға бағытталады.

Мемлекет басшысының 2012 жылғы 14 желтоқсандағы «Қазақстан - 2050» стратегиясы: қалыптасқан мемлекеттің жаңа саяси бағыты» атты Қазақстан халқына Жолдауын іске асыру жөніндегі шаралар туралы» Қазақстан Республикасы Президентінің 2012 жылғы 18 желтоқсандағы № 449 Жарлығына сәйкес Өңірлерді дамытудың 2020 жылға дейінгі бекітілген бағдарламасы 2015 жылдың қаңтар айынан бастап қолданысқа енгізілген болатын.

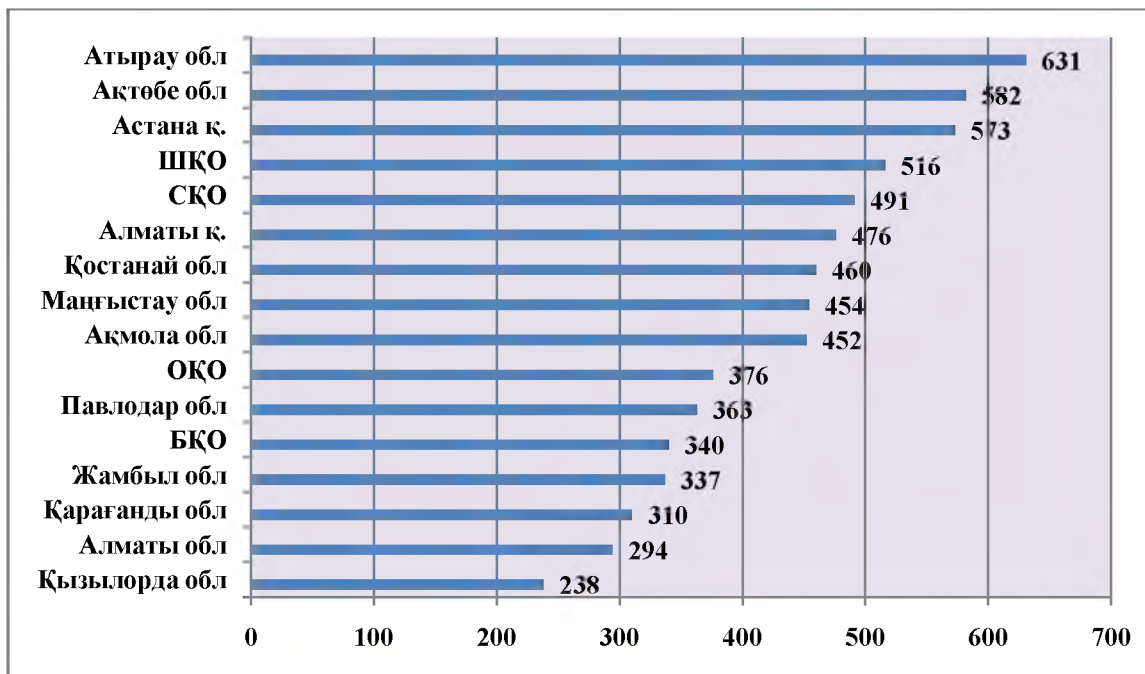
Бағдарламаның мақсаты – елдің ұтымды аумақтық ұйымдастырылуын қалыптастыру, экономикалық өсу орталықтарында халықтың және капиталдың шоғырлануын ынталандыру арқылы өңірлердің әлеуметтік-экономикалық әлеуетін дамыту үшін жағдайлар жасау.

Аталмыш мақсат аясында бағдарламаның келесідегідей міндеттері қойылды:

- 1) әр макроөңір үшін инвестициялық басымдықтарды айқындау;
- 2) елді аумақтық дамытуды жетілдіру;
- 3) инженерлік инфрақұрылымды және тұрғын үй-коммуналдық шаруашылықты жаңғырту;
- 4) халықты ауызсумен және су бұрудың көрсетілген қызметтерімен тиімді және ұтымды қамтамасыз ету.

Аймақтардың дамуында сауда саласы ел экономикасының функционалды секторы ретінде салалар арасындағы байланысты нығайта отырып, тұтынушыларға тауарлардың тиімді қозғалысын қамтамасыз етеді. Сондықтан сауда саласындағы аталмыш реформалар коммерциялық қызметте де айқын көрініс табуда. Осы тұрғыда кәсіпорындардың дамуында өнім, жұмыс немесе қызметке деген тұтынушылық сұранысты қанағаттандырумен байланысты олардың қызмет тиімділігін жоғарылату мәселелері әрдайым өзекті [1].

Коммерциялық қызмет – қандай да бір сауда операциясының соңғы тұтынушының мүддесін ескере отырып, әрбір жақ үшін барынша тиімділікті қамтамасыз ететін әдістер мен тәсілдердің кешені. Бұл орайда коммерциялық қызметтің мақсаты – жоғары деңгейде сауда қызметін ұсына отырып, сатып алушылық сұранысты қанағаттандыру арқылы пайда табу [2].



1-сурет – Қазақстан аймақтарының сауда алаңдарымен қамтылуы

Жалпы «коммерция» ұғымы латын тілінен енген және «сауда» мағынасын береді. Қазіргі таңда «сауда» біріншіден, ақшаның қатысуымен жүзеге асырылатын тауарлық айналым; екіншіден, халық шаруашылығының жеке саласы; үшіншіден, тауарлар мен қызметтерді алып-сату бойынша актілердің жүзеге асырылуына бағытталған қызмет. Бүгінде коммерциялық қызмет ұғымы бірнеше мағынада қолданылады. Кең

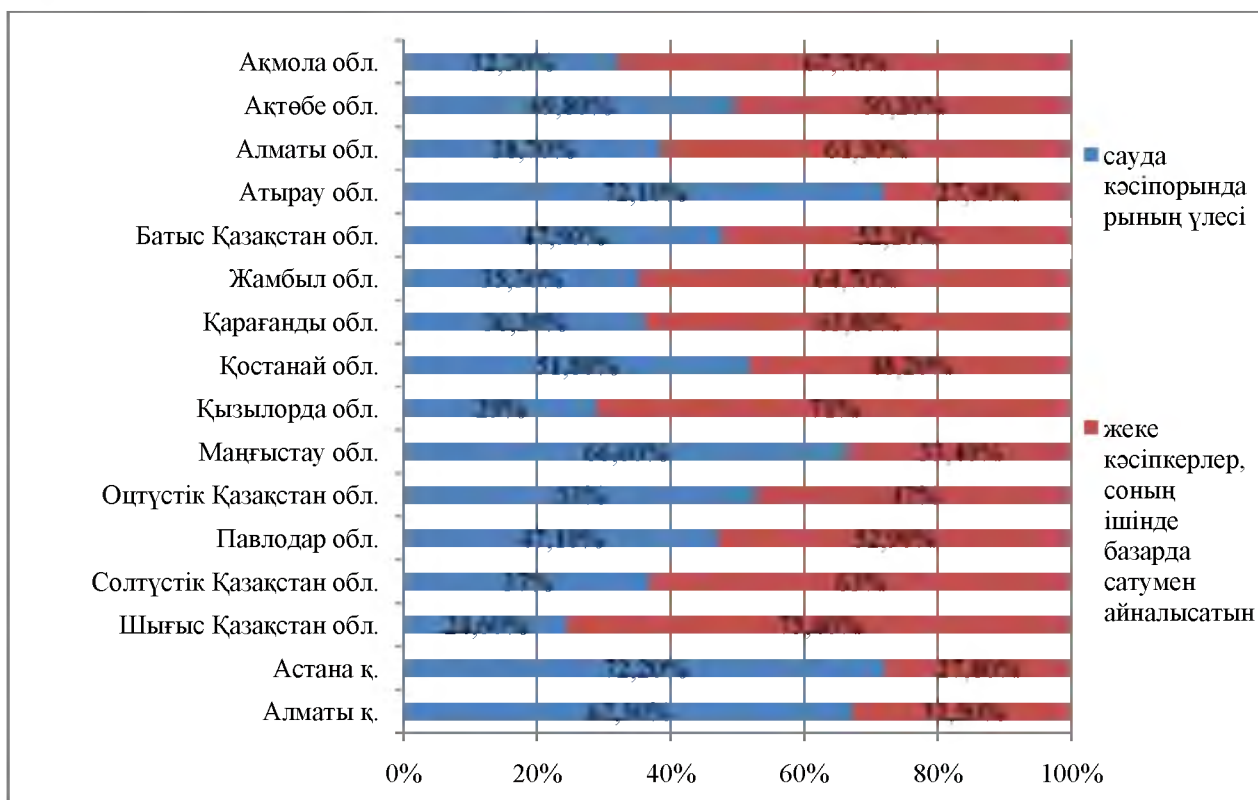
мағынада қарайтын болсақ, коммерциялық қызмет – бұл пайда табуға бағытталған кез келген қызмет. Мұндай анықтама коммерциялық қызмет ұғымын кәсіпкерлік, бизнес ұғымдарына жақындатады. Тар мағынада қарастыратын болсақ, коммерциялық қызмет сауда ұйымдарының қызметімен байланыстырылады. Сайып келгенде екі тұрғыдан да анықтама аталмыш қызмет мәнін ашады [3].

Аймақтардағы коммерциялық қызметтің дамуына бөлшек саудадағы тауар айналымының қарқынды өсуі, елдегі саяси және экономикалық жағдай, халықтың әл-ауқатының жақсаруы қолайлы жағдайлар тудырады. Десек те, бөлшек сауда көлемінің өсімі Қазақстанның барлық аймақтарында байқала бермейді. Статистикалық деректерге сүйенсек, еліміздегі жалпы бөлшек сауда көлемінің 27,3% Алматы қаласына тиесілі болса, қалған әр аймақтардың үлесіне 10% ғана келеді екен. Алматы қаласындағы тауар айналымы әлбетте кәсіпкерлердің бизнесті жүргізуіне қызығушылығын тудыратыны анық [4].

Қазақстанда сауда алаңдарының ең көп саны статистикалық мәліметтерге сүйенсек, Атырау облысына, Ақтөбе облысы, Астана қаласы және Шығыс Қазақстан облыстарына тиесілі екендігін байқауға болады. Сондай-ақ, Солтүстік Қазақстан облысы, Алматы қаласы, Қостанай облысы, Маңғыстау облысы және Ақмола облыстарының да жеткілікті деңгейде сауда алаңдарымен қамтылғандығын ескеруге болады.

Десек те, аймақтардағы коммерциялық қызметті басқарудың келесі ерекшеліктері анықталды: аймақта бәсекелестік жіті дамығандықтан, саладағы кәсіпорындар арасында нарықтық үлестің сақталуы және кеңеюі үнемі сауда саясатымен тікелей баланыста екендігін көрсетті. Сондай ақ, отандық бөлшек сауданың дамуы тежеуші фактор ретінде Қазақстандағы халық саны тығыздығының төмен деңгейін айтуға болады: егер Ресейде бұл көрсеткіш 8,4 адам/шаршы км құраса, елімізде аталмыш көрсеткіш 6,2 адам/шаршы км құрайды.

Бүгінде Қазақстан аймақтарындағы 2015 жылға сауда құрылымы сауда кәсіпорындары мен жеке кәсіпкерлерден, соның ішінде базарда сатумен айналысатындармен сипатталады (2-сурет).



2-сурет – Қазақстан аймақтарындағы 2015 жылға сауда құрылымы

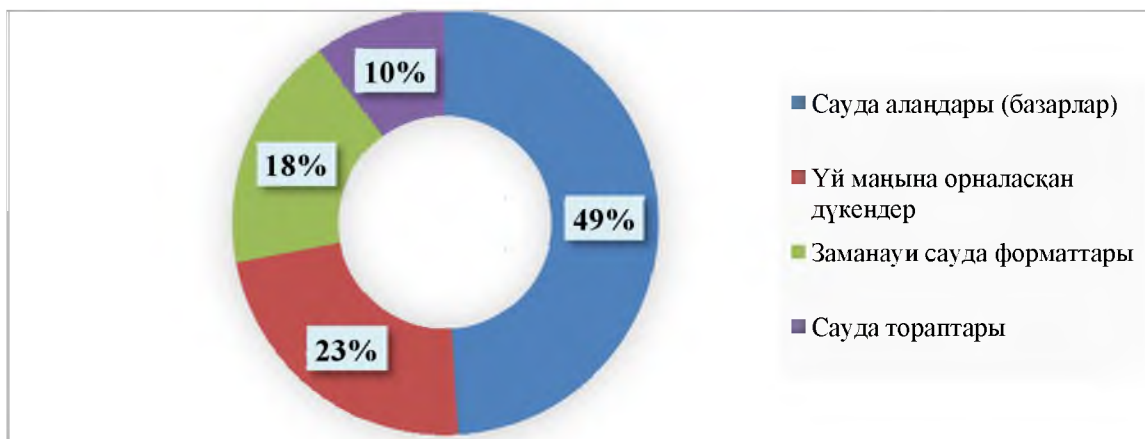
Суреттен байқағанымыздай, 2015 жылы аймақтардағы сауда кәсіпорындарының үлесі орта есеппен құраса, жеке кәсіпкерлер, соның ішінде базардағы сауда алаңдары орта есеппен құрап отыр. Сауда кәсіпорындары бойынша көш бастап тұрған Астана қаласы және Атырау облысы болса, жеке кәсіпкерлер, соның ішінде базарда сатумен айналысатындардың көшіп Шығыс Қазақстан облысы бастап тұр [5].

Бүгінде Қазақстанда сауда орындарының жетіспеушілігі айқын байқалады, нақты айтқанда, бір адамға 0,4 шаршы метрден келеді. Мәселен, АҚШ-та бұл көрсеткіш 31 шаршы метрді құраса, Англияда 10 шаршы метрді құрайды. Әлбетте, сауда орындарының тапшылығы жалдық төлемдердің қымбат бағасын туындатады. Алматыда сауда алаңдарының жал төлемі орташа есеппен 500 доллардан 1600 долларға дейін барады (1 шаршы метр үшін). Осыған байланысты Қазақстандағы сауда алаңдарының тапшылығын жою

үшін 8-10 миллион шаршы метр сауда алаңдарын соғу керек. Заманауи стандарттар бойынша дүкендердің ең басым бөлігі Алматы қаласында орналасқан және 37% құрайды, ал Астанада 6% құрайды.

Аталмыш проблемалар аясында бүгінгі таңда Қазақстанда базарларды жаңғырту жұмыстары қолға алынып отыр және осы орайда мардымды жобалар жүзеге асырылу үстінде.

Сауда – саттықтың жүргізілу орындарының үлесі 3-суретте келтірілген.



3-сурет – Қазақстандағы сауда орындарының үлесі

Сурет мәліметтері бойынша, жалпы Қазақстандағы сауда орындарының 49% сауда алаңдарына, яғни базарларға тиесілі, 23% – үй маңына орналасқан дүкендер, 18% - заманауи сауда форматтары және небәрі 10% – сауда тораптарына тиесілі екендігін көруге болады [6].

Мысалы, Ресейде сауда тораптары көрсеткіштері 35% құраса, Беларусьта 30% құрайды. Демек, бұл Қазақстандағы заманауи сауда форматтарын дамыту қажет екендігін көрсетеді.

Жалпы Қазақстандағы сауда саласының жағдайы жахандану жағдайы мен Дүниежүзілік сауда ұйымына кіру, интеграциялық үрдістер, теңгенің девальвациясымен байланысты екендігін көрсетті. Сондай-ақ, аймақтағы коммерциялық қызметті басқаруда келесідегідей проблемалар анықталды: сауда жүйесінің біртексіз дамуы, заманауи талаптарға сай емес сауда орындарының болуы, нормативтік құқықтық базаның жаңа талаптарға сай келмеуі; өмір сүру деңгейінің біршама төмендеуі.

Аталмыш проблемалар аймақтағы коммерциялық қызметті дамыту бойынша нақты іс-шаралардың әзірлену қажеттілігін туындатады.

Ұзақ мерзімді мақсатқа қол жеткізу процесінде - ішкі аймақтық сауданы дамытуда - көбіне, оңайлыққа түспейтін қысқа мерзімді міндеттерді де шешу қажет. Осы елдердегі жергілікті кәсіпкерлердің дағдылы қызмет тәжірибелерін назарға алу маңызды. Өзінің түпкі мақсаты ретінде ішкі аймақтық сауданы дамыту міндетін мүмкіндігінше сақтай отырып, Бағдарламаны жүзеге асырудың барлық кезеңінде әзірленген амалдар осы дағдыны ескере отырып түзетілуге тиісті. Мұндай амал жобаға қатысушы әрбір елдің сыртқы және ішкі аймақтық саудасының маңызды басымдықтары мен қажеттерін бөле көрсетуге мүмкіндік береді [7].

Бүгінгі сауда кедергілерін жеке кәсіпкерлік арқылы көруге болады, ал жеке кәсіпкерлік пен қоғамдық сектор арасындағы өзара қатынас ауадай қажет.

Оған қоса, ұлттық экспорт және басқа да сауда процесіне қатысы бар салаларға енетін тиімді және оңтайлы сауда саясатын орнату керек. Мұндай процестерде толық және ішінара меншік мәселесі айқындалушы болып табылады. Бұдан өзге, ақша трансакциясының бағасын төмендетуге және көршілердің таныс экономика рыноктарында нарықтық және экспорттық тәжірибе алуға, ең бастысы халықаралық рыноктардың бәсекелік ортасына түсуге ықпал ететін экономикалық стратегияның аумақтық ауқымы туралы ойланған жөн. Мұндай стратегиялар барынша кең сауда бастамаларымен келісілуі тиіс [8].

Бүгінде сауда негізінде Электрондық коммерция, электрондық тауарлар сауда келісім-сатып алу және сату үшін электрондық байланыс құралдарын пайдалана отырып (келісім-шарт) мәмілелер жасасу арқылы жүзеге асырылады.

Электрондық сауда байланысының электрондық құралдарын пайдалана отырып, тауарларды сатуға-сатып алуға арналған электрондық саудаға қатысушылардың келісімінің (шартының) негізінде сауда мәмілелерін жасау жолымен жүзеге асырылады.

Заманауи менеджментті әрі қарай дамытуға, компаниялардың әлеуметтілігін нығайту үшін ұйымдар мен жекелеген жұмысшылардың арасында өзара әрекет ұстанымы ерекше орын алады. Бұл іске бизнес өздерінің өзімшілдігінен жеткілікті назар аудармай отыр. Тіпті бірлескен үлгідегі ұйымдарда, қоғамда бірлескен рух,

бірлескен мәдениет оң құбылыс ретінде қалыптасқан. Жылдам басқару мен капитал мүддесінен қарағанда дұрыс. Бұл жерде талдау басқа кеңістікте - бірлескен ұйымның мүддесі ұжымның барлық мүшелерінің мүдделерімен сәйкестігі қаншалықты екендігіне негізделеді. Әлеуметтік тұрғыда бірлескен басқару бұрыннан орталықтандырылған өктем басшылықпен шектелген топ адамдар ретінде қалыптасқан. Мұндай ескі бірлесу әртүрлі белгілер мен мақсаттарға байланысты, мысалы кәсібилікке т.б. бірлескен ұстаным бойынша бұрында отбасылар, тектер т.б. ұйымдастырылған, қазір бұл бизнес, саяси партиялар, кәсіподақтар т.б. бизнестің бірлескен ұйымдары қазіргі жағдайда монополия арқылы ақпарат жүзеге асады, осылайша ішкі бәсекелестікті басқарып отырады. Бірлескен басқарудың басқа да маңызды ресурстардың тапшылығы мен биліктің иерархиясы осы үкіметтің ажырамас бөлігі болып табылады [9].

Сонымен қатар, заманауи жағдайда «интернет заттарының» дамуы адамның барлық қызмет көрсету саласында тыс қалдырған жоқ. Коммерциялық қызметте «Workabox» бұлтты сервисті автоматтандыру бойынша мамандар бөлшек сауданың қазіргі заманғы талаптарын ескере отырып ұсынуда. Сервис, барлық қажетті құралдар мен тауар-ақша есепке алу, қорларды басқару, бағасы мен түрлерімен, сондай-ақ адалдық бағдарламасы, өткізуді ынталандыру, классикалық және жаңа арналар сату аспектілерін қамтиды, сонымен қатар жаңа сату арналарына QR - және SMS-сату, сондай-ақ интерактивті экрандар жатады. Жаңа заманғы қызмет бойынша есеп беру спекторы әлде қайда кең түрлі. Басқарудағы есеп беру құрылымы мен құралы жағынан, сонымен қатар нақты өзіндік бағыттылығымен ерекшеленеді.

Осылайша, қазіргі уақытта Қазақстанның әртүрлі аймақтарында мемлекеттік ресурстардың жетіспеушілігіне байланысты нақты территорияда әлеуметтік даму деңгейге байланысты мәселесі бар екендігі ешкімге де құпия емес. Сонымен қатар, ірі ұлттық корпорациялардың саны өсуде, аймақтардың әлеуметтік даму деңгейінің жетістікті белгілері болып, олардың өсуі және инвесторлар үшін тұрақты көрсеткіштері болып табылады. Әсіресе, олардың тауарларын және қызметтерін тұтынушылар жергілікті тұрғындар. Сондықтан да бизнес өкілдері аймақтың түйінді мәселелерін шешуде өздерінің қатысуын керек деп санайды. Олардың іс әрекеттері мен үлестері қоғамның әлеуметтік дамуы үшін жауапкершілікті болуға септігін тигізеді. Мұндай әлеуметтік серіктестік тәсілі жалпы тұрақтылыққа жету үшін аймақ саясатының стратегиялық мақсаты болуы мүмкін. Бұл жағдайда компанияның әлеуметтік бағдарламалары бизнес инвестицияның әртүрлілігі болып көріне бастайды. Сондықтан бір жағынан аймақтың әлеуметтік және экономикалық тұрақтылығына, құралдардың көбеюіне және әлеуметтік бағдарламалардың тиімді саясатына қызығушы жақ мемлекет және қоғам бар. Екінші жағынан, табыстардың өсуіне және халықтың сатып алу белсенділігіне, компанияларды құруға байланысты мемлекеттің саясатының тұрақтылығына, қоғамды мойындау, кәсіпорынның өз орнын табуы, корпоративті әлеуметтік жауапкершілік стандарттарын ұстап тұрушы және әлеуметтік инвестицияны іске асыратын қызығушы жақ бизнес бар [10].

Аймақтық басқару құрылған шаруашылық субъектілерінің қарым-қатынасына сәйкес келіп, нарықтың жеке, бірлестік бөліктері талабына сай болып қана қоймай, өзінің қарапайым әрекеттестігімен аймақтық өндірістің экономикалық және әлеуметтік нәтижелілігін жоғарылатудың қажетті өсімін қамтамасыз ететіндей құрылса, сөзсіз коммерциялық қызметте оң серпінге ие болады.

ӘДЕБИЕТ

[1] Өңірлерді дамытудың 2020 жылға дейінгі бағдарламасы. Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2014 жылғы 28 маусымдағы № 728 қаулысы // <http://adilet.zan.kz>.

[2] Осипова Л. В., Синяева И. М. Основы коммерческой деятельности: Учебник. 2 -е изд., перераб. и доп. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2010. — 56 с.

[3] Половцева Ф.П. Коммерческая деятельность: Учебник. - М.:Инфра-М. 2008. – 73 с.

[4] Розничная торговля. Регионы РК. <http://ranking.kz>

[5] ҚР статистика жөніндегі Агенттігі <http://www.stat.kz>

[6] Казинформ халықаралық ақпараттық агенттігі <http://inform.kz/kaz/article/2613533>

[7] Земницкий Г.Е. Розничная торговля: региональный аспект: автореферат на соискание кандидата экономических наук. – СПб., ТЭИ, 2000. 167 с.

[8] Сидоров Д. Розничные сети. Секреты эффективности и типичные ошибки при работе с ними: Вершина, М.: 2007. – 230 с.

[9] Коноплев С.П. Менеджмент продаж: учебное пособие для вузов. – М.: Инфра-М, 2009. – 304 с.

[10] Нурланова Н.К. Региональная парадигма устойчивого развития Казахстана: проблемы теории и практики. – Алматы: Институт экономики КН МОН РК, 2010. – 328 с.

REFERENCES

[1] Onirlerdi damytudyn 2020 zhylyfa deyingi bardarlamasy. 2014 zhyly 28 mausymdary Respublikasy Kazakhstan Ykimetiniń № 728 qaulysy <http://adilet.zan.kz>.

- [2] Osipova L. V., Sinyayeva I. M. Osnovy kommercheskoy deyatel'nosti: Uchebник. 2 -ye izd., pererab. i dop. — М.: YUNITI-DANA, 2010. — 56 s.
- [3] Polovtseva F.P. Kommercheskaya deyatel'nost': Uchebник. - М.:Infra-M. 2008. — 73 s.
- [4] Roznichnaya trgovlya. Regiony RK. <http://ranking.kz>
- [5] K, R statistika zhonindegi Agenttigi <http://www.stat.kz>
- [6] Kazinform khalyk, aralyk, ak parattyk, agenttigi <http://inform.kz/kaz/article/2613533>
- [7] Zemnitskiy G.Ye. Roznichnaya trgovlya: regional'nyy aspekt: avtoreferat na soiskaniye kandidata ekonomicheskikh nauk. — SPB., TEI, 2000. 167 s.
- [8] Sidorov D. Roznichnyye seti. Sekrety effektivnosti i tipichnyye oshibki pri rabote s nimi: Vershina, М.: 2007. — 230 s.
- [9] Konoplev S.P. Menedzhment prodazh: uchebnoye posobiye dlya vuzov. — М.: Infra-M, 2009. — 304 s.
- [10] Nurlanova N.K. Regional'naya paradigma ustoychivogo razvitiya Kazakhstana:problemy teorii i praktiki. — Almaty: Institut ekonomiki KN MON RK, 2010. — 328 s.

Г.А. Абдулина

Университет Нархоз

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ В РЕГИОНЕ

Аннотация. В статье рассматриваются региональная коммерческая деятельность в Казахстане и особенности ее управления. Коммерческая деятельность направлена на обеспечение совершения процессов купли-продажи в целях полного, качественного и своевременного удовлетворения спроса населения и получения прибыли. Обзор торговых площадей розничной торговли в региональном разрезе различных форматов и сравнительный анализ их эффективности свидетельствует о преимуществах развития современных торговых форматов и торговых сетей. Поэтому происходящие реформы в коммерческой деятельности обеспечат эффективное движение товаров. В этой связи модернизация торговых площадей Казахстана направлена на приведение ее в соответствие с современными международными требованиями торговли.

Ключевые слова: регион, коммерция, коммерческая деятельность, торговые площади, объем торговли, розничная торговля, оптовая торговля.