

Алматы Менеджмент Университет



# МЕНЕДЖМЕНТ БИЗНЕС АНАЛИТИКА

Сборник статей  
слушателей программы MBA

ВЫПУСК 2

Алматы, 2015

**НОУ “Алматы Менеджмент Университет”**

# **МЕНЕДЖМЕНТ БИЗНЕС АНАЛИТИКА**

**Сборник научных статей  
слушателей программы MBA**

**Выпуск 2**

**Алматы, 2015**

**УДК 005**  
**ББК 65.290-2**  
**М50**

### **Редакционная коллегия**

*Редактирование, подготовка к сборника к печати:*  
*Шакирова С.М. - к. филос. н., Управление по науке*

*Проверка работ на уникальность текста:*  
*Какенова А.К. – главный специалист офиса программ DBA*

*Работа с авторами:*  
*Акынова Л.К. - старший координатор Департамента программ MBA*  
*Кабулова А.Н. - координатор Департамента программ MBA*  
*Болгов Я.В. - координатор Департамента программ MBA*  
*Анисимова А.Н. - координатор Департамента программ MBA*  
*Кайралапова Д.Б. – старший координатор программ MBA, Представительство Almaty Management University в г. Астана по Центральному и Северному регионам Казахстана*  
*Кабешева Ж.О. - координатор Представительства Almaty Management University в Западно-Казахстанской области, г. Атырау*

Все статьи прошли проверку на уникальность текста в системе Антиплагиат.ру (не ниже 60%).

**Менеджмент. Бизнес. Аналитика.** Сборник научных статей слушателей программы MBA. Выпуск 2 - Алматы: Алматы Менеджмент Университет, 2015. – 332 с.

Настоящий сборник предназначен для студентов, магистрантов, докторантов, представителей бизнеса, руководителей среднего и высшего звена, а также исследователей, интересующихся теорией и практикой современного менеджмента в Республике Казахстан.

**ISBN: 978-601-7021-55-9**

**УДК 005**  
**ББК 65.290-2**  
**М50**

**ISBN: 978-601-7021-55-9**

39	<b>КАСЫМОВА</b> <b>Гульфаруз Кабденовна</b> МВА-О-13-7 г. Алматы	Управление персоналом колледжа в условиях внедрения дуальной системы обучения	Алталиева А.А., к.э.н., доцент	134
40	<b>КИМ</b> <b>Владимир</b> МВА-О-13-6 г. Астана	Основные этапы современной системы оперативного управления производством	Карибджанов Б.Б., к.э.н, доцент	137
41	<b>КИМ</b> <b>Сергей Вячеславович</b> МВА-О-13-2 (В) г. Алматы	Вопросы современного бизнес-планирования	Рустемова А.Р., к.э.н., доцент	141
42	<b>КИСИЛЕВ</b> <b>Дмитрий Александрович</b> МВА-О-13-2 (В) г. Алматы	Некоторые аспекты системы бюджетирования высшего образования Казахстана: факторы влияния и модели управления	Таипов Т.А., к.э.н.	143
43	<b>КИСИМОВА</b> <b>Фатима Зулпухаровна</b> МВА-В-14-1 г. Астана	Повышение эффективности программ развития персонала: обучение и посттренинговый контроль	Алталиева А.А., к.э.н., доцент	146
44	<b>КОЖАБЕКОВ</b> <b>Нурлан Базарбекович</b> МВА-О-13-4 (М) г. Актау	Сущность стратегического менеджмента	Тултабаев С.Ч., к.т.н., доцент	149
45	<b>КОСМАГАНБЕТОВ</b> <b>Елдеш Саханович</b> МВА-МЗ-1-13 г. Актау	Влияние менталитета на внедрение новых технологий	Куренкеева Г.Т., к.э.н. Бижан Б.А., доцент, МВА, МВТ	151
46	<b>КОШАНОВ</b> <b>Талгат Ботабаевич</b> МВА-О-13-3 (М) г. Алматы	Пути повышения эффективности нефтегазодобывающих предприятий в новых условиях хозяйствования	Байсеркеева С.С., к.э.н., доцент	153
47	<b>КОШАНОВ</b> <b>Талгат Ботабаевич</b> МВА- О-13-3 (М) г. Алматы	Оптимизация затрат как инструмент повышения эффективности производственной деятельности нефтяной компании	Байсеркеева С.С., к.э.н., доцент	156
48	<b>КУАНЫШАЛИЕВА</b> <b>Перизат Каламхановна</b> МВА-О-13-2 (В) г. Алматы	Финансовая политика компании ТОО «Aster Auto» (автобизнес)	Байсеркеева С.С., к.э.н., доцент	160
49	<b>КУБЕЕВ</b> <b>Нурлан Калдыбекович</b> МВА-О-13-3 (М) г. Алматы	Анализ рынка микрофинансовых организаций в торговых центрах РК	Тултабаев С.Ч., к.т.н., доцент	162
50	<b>КУЛСАРИЕВ</b> <b>Сабит Колганатович</b> МВА-В-13-6 (М) г. Алматы	Типы стратегических преобразований и их проведение в условиях стагнации экономики на примере предприятия нефтедобывающей промышленности	Никифорова Н.В., д.э.н., профессор	169
51	<b>КУРМАНТАЙУЛЫ</b> <b>Даулет</b> МВА-МЗ-3-13 г. Алматы	Стратегия повышения конкурентоспособности предприятия: основные составляющие и направления стратегических решений	Никифорова Н.В., д.э.н., профессор	172

## **АНАЛИЗ РЫНКА МИКРОФИНАНСОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ В ТОРГОВЫХ ЦЕНТРАХ РК**

В данной статье произведен и описан анализ рынка микрофинансовых (микrokредитных) организаций (далее МФО). Акцент сделан на сегмент предоставления услуг в торговых центрах Республики Казахстан. Анализ выполнен с целью выявления текущего состояния рынка, определения позитивных и негативных моментов в части насыщенности рынка, степени удовлетворения спроса на денежные ресурсы со стороны потребителей / клиентов торговых центров.

В качестве целевого рынка покупки товаров выбраны следующие сегменты товаров массового потребления: одежда, обувь, спортивные товары, товары домашнего потребления, косметика, ювелирные изделия и игрушки.

### **Основы и тенденции рынка микrokредитования в Республике Казахстан**

В общем виде кредитная система в Республике Казахстан представлена в следующем виде:

- первый уровень – коммерческие банки;
- второй уровень – небанковские финансовые учреждения, кредитные товарищества и ломбарды;
- третий уровень – микрофинансовые организации (МФО).

Здесь нужно отметить, что чем ниже уровень организаций, входящих в трехуровневую систему кредитования, тем меньше регулируется их деятельность.

Участниками рынка микrokредитных услуг являются следующие субъекты:

- государство;
- международные организации;
- банки второго уровня;
- микрофинансовые организации;
- неправительственные организации и кредитные товарищества;
- ассоциация микрофинансовых организаций Казахстана.

Микрофинансовые организации получили значительное развитие в развивающихся странах, что объясняется особенностями и спецификой экономик этих государств. С тех пор, как появились первые микрофинансовые организации, была разработана и получила широкое распространение большая коллекция ресурсов, инструментов, руководств, учебных курсов в области микрофинансирования. На основе опыта работы микрофинансовых организаций в различных странах был сделан следующий вывод: несмотря на то, что в целом во всех странах микрофинансирование направлено на экономическое развитие страны и снижение бедности, законодательство, принципы работы и стратегия микрофинансовых организаций должны учитывать особенности каждой страны. Существует множество успешных примеров, которые могут быть отобраны как лучшие для дальнейшего применения их опыта с учетом местных потребностей.

Если проанализировать развитие микрофинансового сектора в Казахстане, то можно сделать следующий вывод. После обретения независимости, Казахстан успешно провел реформы в финансовой сфере, в результате была построена трехуровневая система, хорошо адаптированная к рыночной экономике, созданы законодательные, методические базы с учетом опыта развитых стран, внедрены основные принципы контроля и регулирования Базельского Комитета, одна из первых в СНГ перешла к международным стандартам бухгалтерского учета и отчетности. Таким образом, высокий экономический рост, наличие внутреннего спроса, прогресс в нормативно-правовом регулировании, а также улучшение в банковском кредитовании и системах управления являются хорошим признаком для развития микрофинансирования в Казахстане. Но в тоже самое время, ограниченный объем рынка в Казахстане, низкая плотность населения, неравномерное распределение человеческих ресурсов, особенности внутренней миграции и образа жизни являются препятствием для такого развития. К положительным факторам относятся рост доходов населения, хорошие тенденции роста в промышленности, в сфере торговли и оказания услуг, стабильный рост населения и др. Сложившаяся ситуация создает предпосылки для дальнейшего развития микрофинансирования как неотъемлемой части финансовой системы страны и стратегии по снижению бедности.

Успешно проведенные реформы открыли для казахстанских компаний рынок относительно дешевого внешнего фондирования. В результате чего ставки кредитования значительно упали, и в стране, вслед за «бешеным» ростом экономики, начался бум кредитования. Банки, в погоне за долей на быстрорастущем рынке, начали усиленно наращивать кредитный портфель. В начале 2003 года был принят закон «О микrokредитных организациях», который открыл возможность заработать на растущем кредитном рынке без необходимости получения банковской лицензии. Как уже отмечалось, высокий экономический рост, прогресс в нормативно-правовом регулировании, а также развитие банковского кредитования и улучшение систем управления явились положительными факторами для развития микрофинансирования в Казахстане.

Однако успешные проведенные реформы и вовлеченность финансового рынка Казахстана в мировую

финансовую систему оказали «злую услугу». Так как в стране, особенно быстрыми темпами рос рынок недвижимости и строительства, именно в этом направлении и было выдано больше всего кредитов. Компании и население быстро и легко зарабатывали на растущем рынке, и никто не думал, что рынок может «упасть». В результате наступления мирового финансового кризиса в конце 2007 года, в стране начался резкий спад цен на недвижимость. Заемщики из строительной отрасли начали объявлять дефолт, населению вместо того, чтобы выплачивать кредит, выгоднее было отдать сильно упавшую в цене недвижимость, оформленную в виде залога кредита.

В результате кризиса, финансовые регуляторы по всему миру начали «закручивать гайки», ужесточая нормативные требования, повышая требования к управлению рисками, процессам, политикам, контролю и т.д. Ужесточение требований также коснулось микрокредитных организаций.

В Послании Президента РК Нурсултана Назарбаева народу Казахстана от 28 января 2011 года «Построим будущее вместе» [1], глава государства поручил правительству совместно с финансовыми регуляторами разработать законопроект и провести комплекс мер по совершенствованию деятельности микрокредитных организаций. В целях исполнения пункта 13 Общенационального плана мероприятий по реализации послания «О совершенствовании законодательной базы по вопросам расширения доступа к инструментам микрокредитования и механизма его осуществления» 16 декабря 2012 года вступил в действие Закон РК «О микрофинансовых организациях» от 26 ноября 2012 г. Данным законом введен институт регулирования, контроля и надзора за деятельностью МФО. В частности, в качестве механизма регулирования деятельности МФО предусмотрена обязательная учетная регистрация - включение микрофинансовой организации в реестр Национального Банка РК. Установлены пруденциальные нормативы и иные обязательные к соблюдению нормы и лимиты для МФО. Также установлены требования по предоставлению регуляторной и финансовой отчетности, обязательство осуществлять классификацию выданных кредитов и других активов, выделяя сомнительные и безнадежные требования, создавая против них провизии (резервы), в соответствии с правилами, утвержденными уполномоченным органом, предусмотрено применение мер правоограничительного характера, а также проведение проверок деятельности МФО со стороны Национального Банка РК. Дополнен перечень видов деятельности, разрешенных для микрофинансовых организаций, в частности, право приобретения акций и доли участия в уставном капитале кредитных бюро и другие виды деятельности.

### **Влияние микрофинансирования на социально-экономическое развитие страны**

Микрокредитование является инструментом экономического развития, доказавшим свою эффективность во многих странах мира.

Микрокредитование решает как минимум две задачи. Во-первых, помогает легализации теневого сектора, так как вытесняет с рынка так называемых «ростовщиков» и приучает население работать с легальными деньгами, при этом прививая кредитную культуру. Во-вторых, способствует решению социальных проблем, в том числе проблемы занятости, ведь кредит дает человеку возможность открыть и развить собственное дело.

Микрофинансовые организации используют упрощенный порядок предоставления займов, что в свою очередь открывает доступ к финансовым ресурсам тем слоям населения, которые по различным причинам не могут получить доступ к традиционным финансовым ресурсам (отсутствие залога, кредитной истории, большого пакета документов). Кроме того, в банках применяются процедуры, не доступные зачастую для малообеспеченных граждан, поскольку предполагают наличие определенного уровня финансовой грамотности, которой они не владеют. Участие в микрокредитовании позволяет людям самостоятельно решать собственные проблемы с пониманием того, что они не только могут заниматься бизнесом, но и извлекать прибыль и погашать кредиты. Такое понимание позволяет приобрести уверенность в том, что бедность – преодолима.

Вовлечение теневого налично-денежного капитала населения в легальный финансовый сектор, прежде всего, обеспечивает финансирование определенных социальных задач населения с низким и средним уровнем дохода, рост числа субъектов малого и среднего бизнеса, усиление конкуренции на рынке финансовых услуг. Это в целом способствует повышению благосостояния населения республики, активизации его деловой активности и доверию к финансовому сектору, а также экономическому росту Республики Казахстан. Достижение вышеуказанных целей обеспечивается путем формирования самостоятельного рынка мелкого взаимного кредитования, особенностью которого будет являться доступность и дешевизна предоставляемых им кредитов.

Среди основных показателей положительного воздействия микрофинансирования на уровень жизни населения можно выделить:

- экономическое благосостояние и безопасность населения;
- повышение мобильности заемщиков;
- рост объема и стоимости совершаемых ими покупок и потребляемых услуг;
- вовлечение в различные социально-политические программы и т.п.

### **Анализ рынка и деятельности микрофинансовых организаций**

Согласно данным Агентства по статистике Республики Казахстан на 01.04.2014г. количество зарегистриро-

ванных микрофинансовых организаций составляет 1688, действующих – 753, активных – 462. Алматы является лидером по количеству зарегистрированных микрофинансовых организаций – около 330, на втором месте по этому показателю находится Южно-Казахстанская область, на третьем – Северо-Казахстанская область.

Распределение МФО по регионам не равномерное. В таблице 1 приведены данные по количеству МФО в РК с разбивкой по регионам.

**Таблица 1. Количество микрофинансовых организаций в РК с разбивкой по регионам**

	Зарегистрированные	в том числе		Действующие	в том числе		Активные	в том числе	
		в городской местности	в сельской местности		в городской местности	в сельской местности		в городской местности	в сельской местности
<b>Республика Казахстан</b>	<b>1,688</b>	<b>1,342</b>	<b>346</b>	<b>753</b>	<b>600</b>	<b>153</b>	<b>462</b>	<b>347</b>	<b>115</b>
Акмолинская	52	40	12	27	20	7	24	17	7
Актюбинская	52	36	16	33	22	11	23	16	7
Алматинская	103	71	32	39	21	18	30	17	13
Атырауская	21	21	-	11	11	-	7	7	-
Западно-Казахстанская	37	31	6	16	13	3	15	12	3
Жамбылская	100	74	26	29	17	12	15	7	8
Карагандинская	129	116	13	82	71	11	37	31	6
Костанайская	84	70	14	37	29	8	31	24	7
Кызылординская	82	47	35	54	35	19	39	26	13
Мангистауская	23	21	2	9	8	1	3	3	-
Южно-Казахстанская	287	226	61	111	82	29	67	45	22
Павлодарская	47	43	4	25	22	3	19	16	3
Северо-Казахстанская	146	30	116	37	12	25	30	10	20
Восточно-Казахстанская	66	57	9	36	30	6	31	25	6
г.Астана	152	152	-	62	62	-	39	39	-
г.Алматы	307	307	-	145	145	-	52	52	-
Источник: Агентство по статистике Республики Казахстан									

Согласно данным Комитета по статистике Министерства национальной экономики РК, существующие МФО, находящиеся в крупных и малых городах, обслуживают в основном городское население. В среднем размер процентной ставки по выдаваемым действующими МФО микрокредитам составляет от 36% до 60% годовых (на данный момент максимальная эффективная ставка вознаграждения не должна превышать 56%). В настоящее время не развита сеть МФО в сельской местности, количество действующих МФО на селе составляет 13 предприятий, что составляет 3,7% от общего количества зарегистрированных МФО.

Основным фактором, сдерживающим развитие системы микрокредитования в сельской местности, до настоящего времени было отсутствие концептуального подхода к развитию системы микрокредитования на селе, комплексной поддержки со стороны государства данного сектора для повышения в последующем привлекательности МФО для потенциальных инвесторов.

Объем рынка микрокредитования в 2011, 2012, 2013 годах практически не изменился. По официальным данным Агентства РК по статистике, 64% выданных микрокредитов в Казахстане было направлено именно на предпринимательские цели.

Существует пять основных направлений кредитования МФО:

- Социальная сфера;
- Сфера торговли;
- Производственная сфера;

- Сельское хозяйство;
- Потребительское кредитование.

Анализ показателей деятельности микрофинансовых организаций дает основание сделать выводы по следующим показателям:

- **Размер.** За некоторым исключением, МФО в Казахстане являются некрупными; зачастую они имеют только один офис или филиал и работают только в одной области. Численность кредитных специалистов подтверждает относительно небольшой размер МФО. Как отмечалось ранее, охват населения ограниченный, однако размер кредитного портфеля не всегда связан с количеством клиентов из-за наличия разных видов заемщиков. Поэтому микрофинансовые организации, охватывающие большое количество клиентов, не всегда имеют наибольшие кредитные портфели. Казахские микрофинансовые организации гораздо меньше средних международных организаций, как по кредитному портфелю, так и по количеству обслуживаемых клиентов.

- **Клиенты.** Существует два типа заемщиков юридических лиц: небольшие торговцы и микро-предприниматели, с одной стороны; и малые и средние предприятия, с другой стороны.

- **Кредитные продукты.** Казахские микрофинансовые организации предлагают не только услуги микрокредитования, но разработали и другие виды продуктов, такие как солидарные групповые кредиты, индивидуальные кредиты, сельскохозяйственные кредиты и жилищные кредиты. Для получения некоторых из них необходимо залоговое обеспечение.

- **Самокупаемость.** Практически все микрофинансовые организации самокупаемые или близки к этому, что подтверждается относительно хорошими финансовыми показателями.

- **Источники финансирования.** Сложно нарисовать полную картину по источникам финансирования МФО, однако похоже, что лишь немногие из микрофинансовых организаций получили первоначальный капитал от государства. С другой стороны, это указывает на активное участие частного сектора. Микрофинансовые организации, получившие гранты от доноров, в целом имеют более хорошие показатели деятельности.

Слабым звеном в развитии финансового сектора республики в целом, и микрофинансовых организаций в частности, является неразвитость фондового рынка Казахстана, от функционирования которого зависит возможность привлечения как заемного, так и акционерного капитала, финансовых ресурсов единого пенсионного фонда, страховых организаций и других участников фондового рынка. Дальнейшие меры государства по развитию отечественного фондового рынка откроют потенциальные возможности привлечения финансовых ресурсов микрофинансовыми организациями. Полноценное использование потенциала фондового рынка приведет к перераспределению свободных ресурсов в реальный сектор экономики.

### **Анализ рынка микрофинансовых организаций в торговых центрах РК**

Тенденции рынка торговых центров и перспективы

В качестве временного ориентира для получения тенденции рынка можно выделить 10 лет.

Десять лет назад наблюдался острый дефицит торговых площадей. Население в основном одевалось, обувалось и закупалось на «блошиных» рынках (в простонародье барахолка), так как было недорого, да и ассортимент там шире был.

Поэтому государством была принята программа по развитию торговли и модернизации торговых рынков. Ведь нехватка площадей является основной причиной высоких цен на аренду, а это, в свою очередь, приводит к издержкам в бизнесе и завышенным ценам на товары в магазинах и торговых центрах.

Прослеживая рынок торговых центров, начиная с 2006 года (год открытия ТЦ «Мега» в Алматы), можно заметить, что количество торговых площадей стремительно увеличивалось. В одной только Алматы в 2014 году были введены в эксплуатацию два крупнейших торговых центра: Dostyk Plaza и Mega-Park. На протяжении последних пяти лет отрасль торговли демонстрирует стабильный рост в размере 13-15%.

Благодаря росту количества качественных торговых центров, все больше известных международных сетевых ритейлеров проявляют интерес к нашему рынку, и это, в свою очередь, подстегивает к снижению и выравниванию цен с ценами в Европе. Если сравнивать качество и цену одежды с ценами на барахолке, то здесь уже прослеживается преимущество торговых центров, благодаря тому, что разница уже не так ощутима (а в некоторых случаях даже ниже), а качество намного лучше. Более того, уровень обслуживания и комфорта не идет ни в какое сравнение. Поэтому, выбор покупателей все чаще склоняется в пользу торговых центров. Они отвоевывают клиентов у барахолки, предлагая адекватные цены, комфортные условия и различные форматы развлечений. Также, в целях привлечения покупателей, магазины все чаще проводят распродажи со значительными скидками. И у населения потихоньку прививается культура к цивилизованной торговле.

Покупательская способность населения РК специалистами оценивается в 150–500 долларов. Считается, что когда показатель достигает отметки 500 – наблюдается всплеск в потреблении, это демонстрируют Алматы и Астана.

Если посмотреть на Индекс развития глобальной торговли (Global Retail Development Index), то окажется, что с каждым годом наша республика становится все привлекательнее для развития розничной торговли. Сейчас Казахстан на 10-м месте (11-е в 2013 и 19-е в 2012 годах) в мире среди 30 стран с развивающейся эко-



номикой, в которых выгодно развивать розничную торговлю – таков вывод американской консалтинговой компании А.Т.Кearney [4]. Распределение мест основано на таких критериях, как привлекательность рынка, страновой риск, насыщение рынка и временной фактор. Судя по результатам исследования, страновой риск у нас порядочный, но зато рынок – ненасыщенный. Согласно отчету А.Т.Кearney, частное потребление в РК стремительно растет, так как бизнес-среда Казахстана улучшается благодаря огромным природным ресурсам страны, созданию Таможенного союза с Россией и Беларусью, росту инвестиций в развитие торговой недвижимости. Правда, тут же отмечается, что страна, попавшая в десятку самых привлекательных для развития розничной торговли государств, имеет небольшое население и широкую дифференциацию доходов. И это делает достаточно сильным местный рынок предметов роскоши, в то время как сегменты с низким доходом имеют ограниченный потенциал. Также со вступлением Казахстана во Всемирную Торговую Организацию, можно ожидать снижения цен и рост рынка.

Для целей дальнейшего анализа рынка торговых центров, давайте рассмотрим рынок бытовой техники, так как он прошел этап перехода со стихийных на цивилизованные рынки. Так, население уже давно привыкло к покупкам в магазинах бытовой техники. Одним из факторов, способствующих переходу населения из блошиных рынков к магазинам по продаже бытовой техники, явилась доступность товаров с связи с развитием потребительского кредитования. Практически во всех магазинах по продаже бытовой техники присутствуют финансовые организации, которые предлагают оформить кредит на покупку техники, что называется, не отходя от кассы. Причем, большинство кредитов выдаются в рассрочку без процентов, что является несомненным драйвером для решения клиента в покупке товара сегодня, не откладывая покупку на завтра.

Таким образом, экстраполируя тенденции рынка бытовой техники на рынок одежды, можно сделать вывод, что, увеличивая количество торговых центров, снижая таким образом цены и делая доступным микрокредиты для покупки одежды, можно еще больше увеличить спрос, тем самым увеличивая рынок торговых центров.

С другой стороны, напрашивается вопрос, если выгода очевидна, и тем более рынок свободный, почему же банки не заходят в магазины по продаже одежды, игрушек и т.п. Это, на мой взгляд, связано с тем, что, как правило средняя сумма покупки в магазинах одежды в разы меньше средней суммы покупки бытовой техники. Банки такими клиентами заниматься попросту не желают, считая вложения в малые активы рискованными или невыгодными. Исключением, по результатам наблюдений, является сеть магазинов «Планета Красоты». Данная сеть магазинов сотрудничает с Нурбанком.

Поэтому, можно допустить, что конкуренция на данном рынке отсутствует, либо она очень слабая (косвенным конкурентным продуктом являются кредитные карты), и отсюда делаем вывод, что емкость рынка микрокредитования покупки товаров является очень большой.

### **Анализ и факторы спроса**

Учитывая тенденции рынка, изложенные выше, можно утверждать, что существует отложенный спрос на товары массового потребления, предлагаемые в торговых центрах.

В отличие от банков, в которых применяются процедуры, недоступные зачастую для малообеспеченных граждан, поскольку предполагают наличие определенного уровня финансовой грамотности, которой они не владеют, микрофинансовые организации обеспечивают микрокредитами лиц, не имеющих возможность занимать крупные суммы, которые выдаются обычно в официальных кредитных организациях.

Для анализа спроса на микрофинансовые услуги, можно взять подход, основанный на уровне жизни.

Хотя данный подход не рассчитан на то, чтобы предоставить точные цифры, он нацелен на оценку потенциального спроса на микрофинансовые услуги. Потенциальный спрос позволяет судить о возможностях и перспективах развития рынка.

Ниже приведена динамика уровня бедности населения РК. Как видно из графика уровень бедности населения показывает стабильное снижение, что дает основание полагать о стабильном росте платежеспособности.

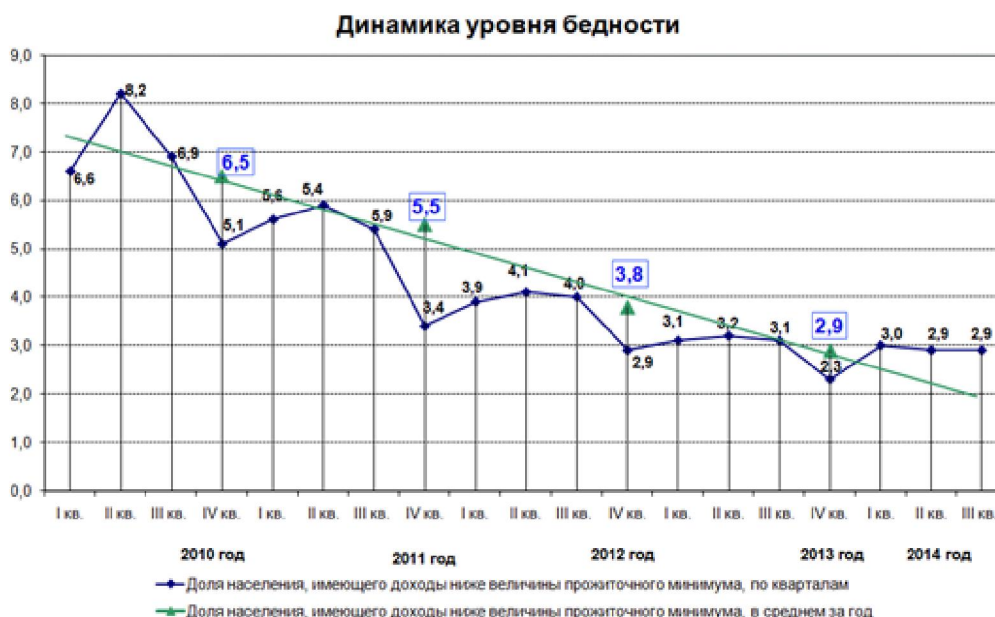
С другой стороны, исследование, проведенное Азиатским банком развития, показало, что безработные в Казахстане вовлечены в различные виды неофициальной деятельности, такие как работа на личном приусадебном участке и небольшая торговая деятельность. Заработки безработных состоят из доходов от приусадебных участков, мелкой торговли, временной работы, продажи личного имущества, аренды и др., что также дает основание полагать о потенциальном спросе на микрокредиты со стороны данной категории населения.

Для более точного анализа спроса нашего целевого рынка товаров массового потребления, конечно, необходимо учитывать такие факторы, как доходы домашних хозяйств, структура их потребления, количество и удельный вес потребителей, которые закупаются в торговых центрах и на рынках и т.д. В связи с невозможностью охвата указанных показателей в данной статье приведен упрощенный анализ, который выявляет объем розничного рынка косметических изделий, одежды, обуви, спортивных товаров и ювелирных украшений.

Для целей анализа были взяты следующие данные с сайта Комитета по статистике Министерства национальной экономики РК:

- Динамика розничной торговли по месяцам в 2013г.;
- Распределение кредитов, выданных микрокредитными организациями физическим лицам, по це-

**Таблица 1. Количество микрофинансовых организаций в РК с разбивкой по регионам**



Источник: Агентство по статистике Республики Казахстан

лям кредитования;

- Розничная торговля по размерности предприятий и секторам торговли за 2013 год;
- Доходы населения, использованные на потребление;
- Общий объем розничной торговли;
- Объем розничной торговли по отдельным товарным группам.

Попробуем рассчитать объем рынка непродовольственных товаров, основываясь на данных 2013 года Агентства по статистике РК (данные за 2014 пока отсутствуют).

Доля продовольственных товаров в общем объеме розничной торговли в 2013 году составила 29%, непродовольственных товаров – 71%.

В 2013 году общий объем розничной торговли в РК составил ~5 474 млрд. тенге. Соответственно, доля непродовольственных товаров в денежном выражении составила 3 864 млрд. тенге.

Основываясь на данных Комитета по статистике МНЭ РК по объему розничной торговли по отдельным товарным группам за 2013 г., можно из непродовольственных товаров рассчитать относительный объем розничной торговли по следующим целевым товарным группам:

- косметические изделия;
- одежда;
- обувь;
- спортивные товары;
- ювелирные изделия.

Объем вышеуказанных групп товаров в общем объеме непродовольственных товаров в 2013 году составил ~809 млрд. тенге, что составляет 21% от общего объема непродовольственных товаров.

Так как целевым рынком являются средние и крупные торговые центры, доля которых в 2013 году составила 32,4%, можно рассчитать объем рассматриваемого рынка, который составит 262 млрд. тенге (32,4% от 809 млрд. тенге). На основе этой суммы можно понять примерный потенциал рынка посредством прогнозирования относительного роста в случае доступности микрокредитов населению.

### **Анализ и факторы рыночного предложения**

Так как пока на рынке Казахстана практически отсутствует конкурентное рыночное предложение, было проведено исследование рынка соседних с нами по экономическому союзу стран. 1 января 2015 года вступил в силу договор об ЕАЭС, который «стирает» границы и барьеры в экономической деятельности. В связи с этим возникает необходимость анализа аналогичного рынка стран по ЕАЭС, так как им стало довольно просто выйти на наш рынок и занять пока свободную нишу.

Исследовав рынки РФ и Беларуси, довольно легко можно выявить микрофинансовую организацию «Рево Технологии», которая работает в торговых центрах и предоставляет микрозаймы на покупку товаров. На дан-

ный момент, согласно информации на официальном сайте компании, количество партнеров составляет 13. Также согласно правилам предоставления займов, содержащейся на официальном сайте, срок рассмотрения заявки не может превышать 2 часов. Заключение займа осуществляется электронным способом с помощью планшета. Так как Гражданский Кодекс РФ и закон «Об электронной подписи» позволяют подписывать документ с помощью простой электронной подписи (посредством кодов, паролей и иных средств), согласие на обработку персональных данных и получение/предоставление сведений в кредитное бюро и договор займа подписываются без необходимости распечатки на бумажном носителе. Применение этих инновационных технологий значительно упрощает процедуру оформления и выдачи микрокредита.

Возвращаясь к сравнению банковских кредитов и кредитных карт с микрокредитами микрофинансовых организаций, на официальном сайте компании «Рево Технологии» говорится: «Потребительские кредиты предоставляются банками, как правило, на большие суммы, и подразумевают длительные процедуры. Банки не умеют работать в магазинах, с которыми работаем мы – одежды, обуви, спортивных товаров... Вот почему мы здесь. Наша рассрочка намного проще банковского кредита, у нас нет скрытых комиссий, и мы действительно хотим помочь. Покупки по кредитной карте, если Вы не выплачиваете все полностью в течение месяца, обходятся намного дороже нашей рассрочки. Как правило, Вы даже не знаете сколько переплачиваете каждый раз, а ведь удорожание покупки по кредитной карте может запросто составить 50% и более. У нас же переплата невелика, известна заранее и не растет».

Компания начала работу в 2013 году, и судя по данным с официального сайта, бизнес у компании идет не плохо, более того у них есть планы выхода на рынки соседних стран, а с учетом единого экономического пространства, это будет гораздо проще сделать в Казахстане и Беларуси.

Если проанализировать поведение наших потребителей, их менталитет, любовь к популярным и люксовым брендам, то можно сделать вывод, что наши потребители будут готовы приобрести одежду, обувь, косметику, либо ювелирное украшение в кредит сегодня, не откладывая покупку на завтра.

Учитывая все вышесказанное, делаем вывод, что рынок предоставления микрокредитов на покупку потребительских товаров в торговых центрах очень емкий и привлекательный, с точки зрения доходности.

#### **Анализ доходности**

Данная статья не претендует на полноту анализа доходности. В статье приведены лишь факторы, влияющие на величину цены (стоимости микрокредита).

Среди внешних факторов, влияющих на величину цены (доходности) относится регулирование Национальным Банком РК предельного значения годовой эффективной ставки вознаграждения по кредитам, которая на сегодняшний день составляет 56%, следовательно, даже при отсутствии конкуренции, компания будет ограничена в повышении рентабельности.

Существует еще одно ограничение Национального Банка по выдаче кредитов: общая сумма ежемесячного погашения по кредитам не должна превышать 50% дохода клиента, следовательно, компания также будет ограничена при выдаче кр

#### **Источники:**

1. «Построим будущее вместе!» Послание Президента Республики Казахстан Н. Назар-баева народу Казахстана. 28 января 2011 г.
2. Розничная и оптовая торговля в Республике Казахстан 2009-2013. Комитет по Статистике Министерства Национальной Экономики РК.
3. Уровень жизни населения в Казахстане 2009-2013. Статистический сборник. Комитет по Статистике Министерства Национальной Экономики РК.
4. Global Retail Development Index. A.T.Kearney