



Об утверждении Плана развития акционерного общества "Национальная компания "Казахское информационное агентство" на 2005-2007 годы

Постановление Правительства Республики Казахстан от 21 сентября 2005 года N 932

В соответствии с постановлением Правительства Республики Казахстан от 14 июня 2002 года N 647 "Об утверждении Правил разработки среднесрочных планов социально-экономического развития Республики Казахстан" Правительство Республики Казахстан **ПОСТАНОВЛЯЕТ:**

1. Утвердить прилагаемый План развития акционерного общества "Национальная компания "Казахское информационное агентство" на 2005-2007 годы.

2. Контроль за исполнением настоящего постановления возложить на Заместителя Премьер-Министра Республики Казахстан - Министра индустрии и торговли Республики Казахстан Мынбаева С. М.

3. Настоящее постановление вводится в действие со дня подписания.

П р е м ь е р - М и н и с т р

Республики Казахстан

У т в е р ж д е н
постановлением Правительства
Республики Казахстан
от 21 сентября 2005 года N 932

План развития акционерного общества "Национальная компания "Казахское информационное агентство" на 2005-2007 годы

Оглавление

Раздел 1. Доклад о состоянии и перспективах развития национальной компании

- | | | | | |
|-----------------|--|--------------|------------------|---------------|
| 1 . | В в е д е н и е | | | |
| 2. | Анализ | рынка | (сферы | деятельности) |
| 3. | Анализ производственно-финансовой деятельности за 2002-2004 годы | | | |
| <i>Параграф</i> | <i>1</i> | <i>Итоги</i> | <i>2002-2003</i> | <i>годов</i> |
| <i>Параграф</i> | <i>2</i> | <i>Итоги</i> | <i>2004</i> | <i>года</i> |
| 4. | Мероприятия, проводимые Компанией, в том числе: в соответствии со Стратегией | | | |

индустриально-инновационного развития Республики Казахстан на 2003-2015 годы,
государственными и отраслевыми программами

5. План развития на 2005-2007 годы

Параграф 1 Цели и задачи (стратегические и на 2005 год)

Параграф 2 Выбор путей достижения поставленных задач

Параграф 3 Мероприятия, планируемые Компанией по реализации стратегии
и н д у с т р и а л ь н о -
инновационного развития Республики Казахстан на 2003-2015 годы,
государственных и отраслевых программ

Параграф 4 Динамика развития производства продукции (работ, услуг)

Параграф 5 Ценовая и тарифная политика

Параграф 6 Развитие социальной сферы

Параграф 7 Кадровая политика

Параграф 8 Финансовые результаты и отношения с бюджетом

Раздел 2. Инвестиционный план развития национальной компании

1. Инвестиционная политика и ее обоснование
2. Инвестиционная программа

Раздел 3. Прогноз важнейших показателей развития

Раздел 1. Доклад о состоянии и перспективах развития национальной компании

1. Введение

План развития акционерного общества "Национальная компания "Казахское информационное агентство" (далее - Компания) разработан во исполнение постановления Правительства Республики Казахстан от 14 июня 2002 года N 647 "Об утверждении Правил разработки среднесрочных планов социально-экономического развития Республики Казахстан".

Компания создана постановлением Правительства Республики Казахстан от 8 ноября 2002 года N 1186 "О реорганизации Республиканского казенного предприятия "Казахское информационное агентство (далее - КазААГ) Министерства культуры, информации и общественного согласия Республики Казахстан" как открытое акционерное общество со стопроцентным участием государства в уставном капитале. Миссией Компанией в соответствии с Уставом, утвержденным приказом Комитета

государственного имущества и приватизации Министерства финансов Республики Казахстан от 20 декабря 2002 года N 250, являются формирование национального информационного агентства, осуществляющего информационное сопровождение внешней и внутренней политики страны, а формирование и поддержка положительного имиджа Казахстана на мировом информационном пространстве.

Деятельность Компании продолжает и развивает направление работы ранее существовавшего КазААГ (бывший КазТАГ), осуществлявшего свою деятельность на рынке информационных услуг более 80 лет и являвшегося единственным государственным информационным агентством республики.

Компания, будучи правопреемником КазААГ, сохранила основной профиль своей деятельности. Компания имеет самую разветвленную сеть корреспондентских пунктов по всей республике, что позволяет предоставлять оперативную и объективную информацию о событиях, происходящих в общественно-политической, экономической и культурной жизни Казахстана. Также имеются зарубежные корпункты в Нью-Йорке, Брюсселе, Москве, Пекине, Ташкенте, Бишкеке.

В целях приведения учредительных документов в соответствие с требованиями Закона Республики Казахстан от 13 мая 2003 года "Об акционерных обществах", 28 июля 2004 года Компания осуществила перерегистрацию в Департаменте юстиции по г . Астана в связи с изменением наименования из открытого акционерного общества в акционерное общество .

Размер Уставного капитала Компании составляет 45950000 (сорок пять миллионов девятьсот пятьдесят тысяч) тенге.

Уставный капитал разделен на 45950 (сорок пять тысяч девятьсот пятьдесят) экземпляров простых именных акций, номинальной стоимостью 1000 (одна тысяча) тенге каждая акция .

Компания - единое юридическое лицо с централизованным управлением, имеющее в своем составе структурное подразделение (бюро в городе Алматы).

Дочерних компаний в структуре организации не имеется.

Управление Компанией осуществляют:

орган управления - Совет директоров (утвержден постановлением Правительства Республики Казахстан от 25 сентября 2002 года N 1051);
исполнительный орган - президент.

Существующая модель корпоративного управления Компании предполагает рациональное распределение функциональных обязанностей и обеспечение взаимодействия всех структурных подразделений с учетом специфики деятельности Компании .

Существующая модель организационной структуры Компании определена, с учетом специфики основной деятельности Компании. Основным продуктом деятельности Компании являются информационные услуги. Формирование и реализация

информационного продукта зависят от рационального функционального распределения и согласованности каждого звена производственной цепи.

Первоначальным этапом производственного процесса является сбор материала, составляющий базовую основу выпускаемых информационных продуктов. Качество и объем материала напрямую зависит от уровня и территориального охвата корреспондентской сети, а также от квалификации и профессионализма действующих корреспондентов. Расширение сферы деятельности Компании в мировом информационном пространстве требует наличия разветвленной зарубежной корреспондентской сети.

Второй этап включает обработку и сортировку представленного материала, формирование его в продукт, готовый к реализации. Указанная работа осуществляется главными редакциями, а также тематическими новостными службами, являющимися вторым блоком организационной структуры.

На третьем этапе осуществляются реализация и продвижение готовой продукции на информационном рынке. Процесс реализации продукции также включает в себя проведение маркетинговых исследований рынка информационных услуг для его сегментации и ориентирования деятельности Компании на наиболее ключевые направления, характеризующиеся высоким потребительским спросом, определением целевых групп потребителей информационной продукции, основных требований, предъявляемых пользователями к выпускаемой продукции.

На данном этапе задействован третий блок организационной структуры Компании. Кроме того, в задачи третьего блока входит техническое и организационное обеспечение работы всех структур, задействованных в производственном процессе.

Организационная структура Компании (См. бумажный вариант)

Вышеуказанная схема организации работы Компании показывает прямую и обратную зависимость функционирования каждого звена.

Формирование отлаженной работы каждого структурного подразделения является одной из важных составляющих.

Главная функция корпоративного управления состоит в обеспечении работы Компании в интересах акционера и общества в целом.

Финансовая деятельность Компании обусловлена постепенным переходом в течение 2005-2007 годов к устойчивой рыночной деятельности.

Опережающими темпами будут расти доходы от новых услуг, отражая обоснованность ставки менеджмента Компании на диверсификацию продуктовой информационной линии.

Выработка стратегии развития Компании обеспечит эффективное распределение и

использование всех ресурсов: материальных, финансовых, трудовых, передовых технологий и на этой основе - устойчивое положение на рынке в конкурентной среде.

2. Анализ рынка (сферы деятельности)

По официальным сведениям на 1 февраля 2005 года в республике действует 2116 средств массовой информации, из них 490 государственных и 1626 негосударственных. В отраслевом разрезе распределение СМИ обстоит следующим образом: 1327 газет, 591 журнал, 147 телекомпаний и телерадиокомпаний, 40 радиостанций и 11 информационных агентств.

На рынке присутствует несколько крупных информационных агентств - прямых конкурентов Компании. В их числе: "Интерфакс-Казахстан", "ИТАР-ТАСС", "Рейтер" с широко разветвленной международной корреспондентской сетью. Существует ряд более мелких информационных агентств - "Kazakhstan Today", "Кода" и другие. Уровень конкуренции на информационном рынке можно оценить как высокий.

При этом необходимо отметить, что конкуренты работают примерно на аналогичные сегменты рынка (СМИ, государственные органы, крупные компании) и используют гибкую тарифную политику (реализация продукции осуществляется по цене в зависимости от бюджета организации).

На сегодня из общего числа подписчиков Компании 35,2 % составляют СМИ, 17,6 % - государственные органы и организации, 43,5 % - предприятия и 3,5 % - ВУЗы. При этом по результатам предварительных исследований по оценке рынка удельный вес компании на рынке информационных услуг составляет 15-20 %.

Малая доля участия на информационном рынке во многом объясняется тем, что Компания лишь в течение 2002-2003 годов стала активным участником международного информационного рынка, в связи с чем идет процесс наработки постоянной клиентской базы, расширения зоны распространения продукции Компании. В этом плане ведется работа по поиску новых клиентов Компании; индивидуальная работа с постоянными клиентами (система льготных периодов, персональный подход). В отношении средств массовой информации, издающихся на государственном языке, будет продолжена практика предоставления 50 %-ой скидки в рамках программы поддержки средств массовой информации, издающих или вещающих на государственном языке. В отношении прочих участников рынка, включая госорганы, будет развиваться практика предоставления информации на платной основе.

Основными клиентами Компании являются и в перспективе останутся крупные представители СМИ - 40-70 %, такие как "АО "Агентство "Хабар", АО "РТРК "Казахстан", медиа-холдинг "Рахат-ТВ", ОАО "Республиканская газета "Казахстанская правда", ОАО "Республиканская газета "Егемен Казахстан", "ИД "Алма Медиа" и многие другие.

Вторыми в ряде основных подписчиков стоят государственные органы управления (центральные и местные) - 30-50 %.

Немаловажными клиентами являются крупные предприятия, а также высшие учебные заведения и библиотеки - 20-30 %.

Как было отмечено выше, Компания уделяет огромное внимание республиканским СМИ, полностью издающимся или вещающим на государственном языке, а также региональным С М И .

На взаимовыгодной основе Компания сотрудничает с рядом аналогичных информационных агентств и СМИ других стран. В их числе: ИТАР-ТАСС, ИА "МТИ-Венгрия", ИА КНР "Xinhua", ИА "УкрИнформ", Киргизское информационное агентство "Кабар", ИА Республики Беларусь "Белта", ИА "Ташкент", ИА Молдавии, АзерТАГ и другие.

3. Анализ производственно-финансовой деятельности за 2002-2004 годы

Параграф 1. Итоги 2002-2003 годов

По результатам производственно-финансовой деятельности Компании за период 2002-2003 годов сложилась следующая динамика доходов (таблица 1):

Таблица 1

Структура доходов за 2002-2003 годы

(тыс. тенге)

Показатели	Ед. изм.	2002 год отчет	2003 год отчет	2003 год в % к 2002 году
Доходы всего, в т.ч:	тыс. тенге	22 015	100907	458
Доход от основной деятельности (информационные услуги)	тыс. тенге	19 831	99 683	503
в % от доходов, всего:	%	90,1	98,8	
Прочие доходы	тыс. тенге	2 184	1 224	56
в % от доходов, всего:	%	9,9	1,2	

Из данных таблицы 1 видно, что в 2002-2003 годах основным видом деятельности Компании, составляющим в удельном выражении более 90 %, являлось предоставление информационных услуг.

Следует отметить и тот немаловажный факт, что Компания в 2002-2003 годах выигрывала конкурсы по государственным закупкам на предоставление информационных услуг. Так, в 2002 году сумма государственного заказа составляла 18 млн. тенге, в 2003 году - 74,9 млн. тенге, что говорит о темпах роста как производственной, так и финансовой мощи Компании. Дополнительно на развитие и

оснащение Компании в 2003 году было выделено 75,1 млн. тенге, что нашло отражение в пополнении ее основных фондов.

По сравнению с показателями 2002 года, в 2003 году наблюдается увеличение доходов до 100 907 тыс. тенге, то есть на 78 892 тыс. тенге, или на 358 %, в том числе по основному виду деятельности - на 79 852 тыс. тенге, или на 403 %.

Данный рост обусловлен, в первую очередь, увеличением объемов производства, ростом числа потребителей, что, соответственно, сказалось и на повышении расходной части бюджета Компании.

За период с 2002 по 2003 годы расходы Компании выросли в абсолютном значении на 78 946 тыс. тенге, или на 332 %. При этом темп роста доходов в 2003 году по сравнению с 2002 годом на 7,8 % превышает темп роста расходов.

Таблица 2

Расходы за 2002-2003 годы

(тыс. тенге)

2002 год отчет	2003 год отчет	2003 год в % к 2002 году
23799	102745	432

Активизация роста производства информационной продукции, предпринятые меры по увеличению количества подписчиков, повышение качества предлагаемой продукции, дальнейшее укрупнение корреспондентской сети позволили Компании добиться определенных результатов.

При сравнении показателей производства 2002 и 2003 годов можно отметить увеличение доли зарубежной редакции в общем объеме произведенной продукции (рис. 1). Данный факт свидетельствует о том, что Компания уделяет особое внимание выпуску новостей на английском языке, что играет немаловажную роль в стремлении Компании интегрироваться в международное геоинформационное пространство.

Рис. 1 Диаграммы объема произведенной продукции (новостей) в месяц в 2002-2003 годах в разрезе по редакциям (См. бумажный вариант)

При детальном рассмотрении роста производственной мощности Компании в 2003 году по сравнению с 2002 годом, количество выпускаемой новостной продукции в абсолютном значении возросло на 15204 новостей ежегодно, или на 83,4 % (рис 2).

Рис. 2 Темпы роста информационной мощности* (См. бумажный вариант)

(объем ежемесячно выпускаемых новостей при среднем объеме новости в 1900 печатных знаков)

*Примечание: при расчете информационной мощности не учитывалось производство фотоматериалов.

Показатели информационной мощности Компании за 2002 год:

- в среднем в день 4,21 газетных полос формата А2 - 78 новостей (в 1 900 знаков)
- в среднем в месяц 82,28 полосы - 1520 новостей
- в год 988 полос - 18240 новостей

Показатели информационной мощности Компании за 2003 год:

- в среднем в день 7,5 газетных полос формата А2 - 139 новостей (в 1900 знаков)
- в среднем в месяц 150,9 полосы - 2787 новостей
- в год 1811 полосы - 33444 новости.

Однако при значительном темпе роста производственных мощностей Компания за анализируемый период пока не вышла на определенный уровень рентабельности, то есть показатели, характеризующие ее платежеспособность, финансовую устойчивость и потенциальную возможность возвращать заемные средства, в динамике не достигли еще уровня, при котором Компания являлась бы гарантом эффективной реализации экономических интересов всех участников финансовых отношений.

В нижеприведенной таблице можно проследить положительную тенденцию по укреплению финансового состояния Компании. Так, в 2003 году по сравнению с 2002 годом объем денежных средств возрос в 4,4 раза, что в свою очередь оказало влияние на показатель абсолютной ликвидности Компании, увеличение которого взаимосвязано с размером денежных средств и суммой краткосрочных обязательств. При этом необходимо отметить, что соотношение текущих активов с текущими обязательствами охватывает только небольшую долю возможных денежных поступлений, поэтому анализ ликвидности баланса Компании является приближенным.

Таблица 3

Показатели ликвидности

Коэффициенты	2002 год	2003 год
текущей ликвидности	0,37	2,59
срочной ликвидности	0,19	0,26
абсолютной ликвидности	0,029	0,050

Все же следует отметить, что за почти два года существования Компании удалось добиться определенных финансовых результатов: усилена материально-техническая база за счет обновления и приобретения основных средств, увеличен объем выпускаемой продукции, улучшен ассортимент предлагаемой продукции, расширена корреспондентская сеть в регионах и за рубежом.

Таблица 4

Основные средства
(тыс. тенге)

	2002 год	2003 год
доля ОС в активах	0,76	0,81
доля активных ОС (транспорт, оборудование)	0,59	0,67
коэффициент износа ОС	0,453	0,075

За анализируемый период произошло суммарное увеличение основных средств, более чем в 13 раз, возросла также доля активных основных средств Компании, соответственно, в связи с обновлением основных фондов уменьшился коэффициент износа основных средств. В 2003 году Компания значительно обновила свои активы: была закуплена современная компьютерная техника, фотооборудование, другие основные средства. Устаревшее оборудование, мебель были заменены на более современные и эргономичные. Все это положительно сказывается как на производстве продукции, так и на ее качестве.

Рис. 3 Диаграмма изменения основных средств в 2002 - 2003 годах

(См. бумажный вариант)

При определенном позитивном росте по многим характеристикам, надо отметить, что без поддержки государства на начальном этапе развития Компании (в 2003 году на развитие и оснащение было выделено 75,1 млн. тенге), было бы трудно достигнуть тех результатов, которые характеризуют ее как одно из крупных конкурентоспособных информационных агентств, постепенно увеличивающее свою мощь.

В 2002-2003 годах в качестве налоговых отчислений были произведены следующие выплаты.

Таблица 5

Налоговые отчисления за 2002-2003 годы

(тыс. тенге)

Виды отчислений в бюджет	2002 год	2003 год
Социальный налог	1755	9292
Индивидуальный подоходный налог	696	5082
Налог на имущество	13	126
Плата за загрязнение окр. среды	14	8
Налог на транспортные средства	5	5
НДС	2040	1140

Всего	4523	15653
-------	------	-------

Среди сильных сторон в деятельности Компании следует отметить динамично развивающуюся корреспондентскую сеть, человеческий капитал Компании (кадровый персонал), а также статус Компании как национального информационного агентства.

Компания является одним из прямых источников официальной информации, которой пользуются многие средства массовой информации, так как оперативность и достоверность - важнейшие критерии в работе Компании.

Нельзя не отметить то, что вся информация, предоставляемая широкому кругу читателей, предлагается на казахском, русском и английском языках. Также существует версия перевода новостей с казахского языка на латиницу по методу академика А б д у а л и Х а й д а р о в а .

Естественно, существует ряд вопросов, которым следует уделить пристальное внимание в работе Компании, принимая во внимание ее статус и специфику освещения сугубо официальной жизни страны, что, несомненно, сказывается и на рейтинге Компании. Также нельзя не отметить, что повышению имиджа, как среди государственных структур, так и в сфере крупного и малого бизнеса (деловых кругах) уделяется недостаточно внимания. Исправление этой ситуации напрямую будет зависеть от вложений в проведение мощных рекламных кампаний. По данному вопросу необходимо прорабатывать и внедрять современные разработки, что постепенно планируется осуществить в течение 2005-2007 годов.

При этом необходимо отметить все расширяющийся ассортимент продукции. Так, в 2003 году были выпущены новые виды продуктов, такие как: информационный пакет - "Утренний вестник", календарь "Даты, события, имена".

Параграф 2. Итоги 2004 года

При формировании финансовых показателей 2004 года учтена сумма государственного заказа в размере 101,9 млн. тенге (согласно договору о государственных закупках N 38 от 20 февраля 2004 года, заключенного с Министерством информации Республики Казахстан).

По результатам производственно-финансовой деятельности за 2004 год общий доход составит 131,7 млн. тенге, что по сравнению с 2003 годом больше на 30,5 %, или на 30,8 млн. тенге.

Расходы составили 129,7 млн. тенге, в том числе общие и административные расходы - 50,2 млн. тенге.

По итогам 2004 года получен чистый доход в размере 1 973 тыс. тенге, но с учетом убытка прошлых лет (-8 643 тыс. тенге), данный показатель составил (-6 670 тыс. тенге).

Учитывая данный фактор, Компанией выплата дивидендов по 2004 году не

п р о и з в о д и л а с ь .

В целом по результатам 2004 года в Компании наблюдается положительная тенденция роста, как по производственным, так и по финансовым показателям. Так, в среднем за 2004 год, в месяц выпускалось 277,6 печатных полос формата А2, что по сравнению с 2003 годом (151 печатная полоса) больше на 83 %, или в 1,83 раза.

Данный факт свидетельствует о стабилизации производственного процесса, наращивании объемов производства, что предполагает увеличение доходов Компании, расширение круга основных потребителей.

С целью увеличения количества подписчиков и повышения рейтинга Компании были внесены изменения на сайте. С начала декабря 2004 года полностью изменен дизайн сайта, расположение баннеров, шрифт, облегчен доступ фотоархива для клиентов, введены новые рубрики.

На протяжении 2004 года были усилены действующие позиции Компании, а также определены перспективные информационные рынки. В этом плане за первый квартал 2004 года была проделана работа по повышению рейтинга Компании, в среднем он варьируется в пределах 40-50 мест среди 500 информационных агентств на территории стран СНГ и России. Учитывая мониторинг посещаемости сайта, в 2004 году ежедневно на сайт Компании заходило в среднем 1500-2000 посетителей. По данному показателю Компания значительно опережает своих основных конкурентов.

В целом за 2004 год на платной основе получали информацию 116 подписчиков, бесплатно - 20 подписчиков, на основе обмена информацией - 4 подписчика. Прделана немаловажная работа по выявлению сильных и слабых сторон в процессе реализации продукции, что позволит в будущем ориентироваться на наиболее предпочтительные и важные сегменты рынка для Компании.

Также предполагается дальнейшее расширение клиентской базы за счет проведения числа качественных рекламных кампаний, а также внедрение новых пилотных проектов, проведение дополнительных маркетинговых разработок. В рамках расширения производственной деятельности Компании предусматривается выпуск новых видов продуктов, отвечающие новым требованиям информационного рынка.

4. Мероприятия, проводимые Компанией, в том числе в соответствии со Стратегией индустриально-инновационного развития Республики Казахстан на 2003-2015 годы, государственными и отраслевыми программами

Мероприятия, проводимые Компанией в соответствии со Стратегией "Казахстан-2030", Стратегией индустриально-инновационного развития Республики Казахстан на 2003-2015 годы, государственными и отраслевыми программами, заключаются, прежде всего, в информационном обеспечении всех практических реализаций целей и задач

вышеуказанных

программ.

Так, для освещения индустриально-инновационной политики Казахстана, на сайте Компании в начале 2004 года был размещен баннер "Индустриально-инновационная политика", где находит отражение освещение всех тем и вопросов, касающихся истории, текущего состояния и перспектив стратегии индустриально-инновационного развития Республики Казахстан.

Сегодня сфера стратегических задач Компании значительно расширилась. Опыт ведения крупномасштабных медиа-проектов и других креативных разработок разного уровня объективно подталкивает к решению задач, в полной мере отвечающих общественным интересам и перспективным целям "Стратегии-2030".

В сферу перспективных задач Компании входят такие проекты:

1. Всесторонняя информационная подготовка и превентивное освещение профессиональной тематики, консолидация и интеграция информационного и организационного потенциала Компании для всестороннего, эффективного и полномасштабного освещения предстоящего II Съезда мировых и традиционных религий в городе Астане.

2. Создание мощной информационной медиа-структуры в лице Международного информационного пресс-центра с обслуживающим аппаратом и обеспеченными информационными потоками, призванного удовлетворять возрастающий спрос мирового и регионального сообщества в исчерпывающей и всеобъемлющей информации обо всех видах деятельности нашего государства.

Необходимо отметить, что Компания выступила инициатором и активным сторонником разработки концепции по вопросу трансформации казахстанского общества в полноценное информационное пространство, обеспечивающее казахстанцам эффективную и оптимальную интеграцию в передовое мировое сообщество. При этом, несмотря на то, что развитые страны сегодня уделяют пристальное внимание проблемам концептуализации и построения информационного общества как конечной цели постиндустриального развития, на территории СНГ этой жизненно важной теме уделяется недостаточное внимание.

5. План развития на 2005-2007 годы

Параграф 1. Цели и задачи (стратегические и на 2005 год)

Деятельность Компании должна отвечать мировым стандартам ведения информационной и пропагандистской работы и являться одним из показателей развития Казахстана как демократического общества.

В условиях бурно развивающейся национальной экономики, Компании в своем развитии необходимо акцентировать внимание на необходимость активного участия в

формировании регионального геоинформационного пространства Казахстана и Центральной Азии. Это подразумевает усиление коммуникативных и операторских возможностей Компании в сфере получения, обработки, систематизации и рассылки новостных потоков за счет укрепления своей технической и профессиональной базы.

Благоприятные макроэкономические факторы, характеризующиеся подъемом экономики, оживлением деловой активности, формируют повышенный спрос на информационные услуги и предполагают динамичное развитие рынка информационных услуг в прогнозируемом периоде.

Все более серьезным фактором становится повышение геополитической активности Казахстана на мировой и региональной арене. Активное участие Казахстана в миротворческой и интеграционной деятельности заставляет искать более эффективные и адекватные ситуации формы и механизмы обмена информацией. Кроме того, не следует упускать из виду и повышенное внимание мировой общественности к такому важному геостратегическому району Евразии как Центральная Азия и Прикаспий, составной и очень важной частью которого является Республика Казахстан.

В этом отношении все более насущной задачей, стоящей в рамках повышения и поддержания положительного имиджа государства и казахстанского общества, является становление мощного, разветвленного и оперативного информационного агентства, имеющего не только национальный, но и региональный (центрально-азиатский или каспийский) масштаб.

Стратегической целью Компании на период 2005-2007 годов является формирование информационно-аналитического агентства с сильной корреспондентской сетью, обеспечивающей информационные потребности Республики Казахстан и стран Центральной Азии и Прикаспия, работающего с применением высоких информационных технологий в области получения, передачи и обработки информации.

Задачами Компании на предстоящий период являются:

1. Формирование и реализация бизнес-ориентированной стратегии развития;
2. Повышение конкурентоспособности информационной продукции;
3. Совершенствование информационной и технической инфраструктуры;
4. Улучшение качества информационных материалов;
5. Обеспечение оперативного и полномасштабного сервиса по предоставлению новостной информации резидентам Казахстана и зарубежным потребителям;
6. Расширение корреспондентской сети, а также создание условий для улучшения деятельности корреспондентских пунктов внутри республики и за рубежом;
7. Улучшение финансово-экономических показателей деятельности компании путем финансового оздоровления деятельности Компании.

Параграф 2. Выбор путей достижения поставленных задач

Достижение поставленных задач предполагается осуществить путем реализации следующего комплекса мероприятий:

1. Совершенствование системы оплаты труда специалистов Компании, с учетом современных требований, предъявляемым к информационным агентствам и производимым информационным материалам.

2. Разработка информационно-аналитического пакета услуг для корпоративных клиентов - комплекса информационных продуктов по обзору, навигации, обработке, анализу и хранению информации, включающего специализированное программное обеспечение, электронную рассылку на CD-носителях, а также периодическое информационно-аналитическое издание.

3. Разработка WAP-версии информационных продуктов для распространения в сетях мобильной связи. Простота и распространенность данной технологии позволят каждому обладателю сотового телефона просмотреть наиболее важные новости. Учитывая расширяющийся рынок сотовых телефонов, имеющих выход в Интернет, предполагается существенно увеличить количество пользователей - индивидуальных клиентов.

4. Создание программного модуля электронной коммерции для оплаты за информационные материалы посредством Интернета и с использованием пластиковых карточек на веб-сайте Компании.

5. Развитие аналитического направления деятельности Компании путем создания соответствующего структурного подразделения, а также специализация информационных направлений в наиболее актуальных сферах общественно-политической жизни.

6. Автоматизация учета в сфере финансов, производственного и бухгалтерского учета, управления кадрами, анализа качества и прогнозирования уровня продаж, оценки выпуска информационных материалов путем внедрения единой системы управления предприятием - интегрированной платформы бизнес-решений и управления организацией.

7. Улучшение материально-технического оснащения корреспондентских пунктов, являющихся одними из основных источников информации в регионах республики и за рубежом. Предполагается оснастить корреспондентские пункты современным компьютерным, фото- и коммуникационным оборудованием, а также обеспечить удаленный доступ к сети Интернет, что позволит в значительной степени повысить мобильность и оперативность региональных корреспондентов.

8. Расширение технологических возможностей оперативной и первичной доставки информации до пользователя, не допуская предельного использования

производственных мощностей, сопряженного с риском перезагруженности локальных и магистральных сетей. В этой связи необходимо улучшить, увеличить пропускную способность Интернет-каналов Компании и совершенствовать локальную структуру передачи данных.

9. Проведение процедуры санации Компании путем оптимизации расходов, сокращения издержек производства, реструктуризации кредиторской и дебиторской задолженностей.

10. Повышение квалификации работников посредством организации обмена опытом со странами ближнего и дальнего зарубежья.

11. Проведение маркетинговых исследований по изучению основных потребительских настроений, рыночных приоритетов, ценовых стратегий, а также возможных путей развития бизнес-стратегии Компании.

12. Получение дополнительных доходов от расширения зоны обслуживания в сфере оказания специализированных информационных услуг для неосновных заказчиков.

13. Обеспечение современного уровня менеджмента, привлечение консультантов, взаимодействие с партнерскими организациями.

14. Реализация инвестиционных проектов, обеспечение роста стоимости Компании.

Параграф 3. Мероприятия, планируемые Компанией по реализации Стратегии индустриально-инновационного развития Республики Казахстан на 2003-2015 годы, государственных и отраслевых программ

Диверсификация деятельности Компании подразумевает принятие оперативной программы по информационному обеспечению и содействию практической реализации основных целей и задач Стратегии индустриально-инновационного развития Казахстана на 2003-2015 годы.

По информационному обеспечению и содействию практической реализации основных целей и задач Стратегии индустриально-инновационного развития Казахстана на 2003-2015 годы, Компания стремится использовать прогрессивные технологии, которые будут применяться на информационном рынке, например, таких, как онлайн-технологии.

Как известно, самым удобным и технологичным способом доступа к информационным ресурсам, является Интернет, дающий новостным агентствам более эффективные механизмы сбора, хранения, обработки и публикации информации, информационных продуктов. Онлайн-характер Интернета позволяет избавиться от недостатков традиционных способов публикации. Онлайн-технологии не исключают традиционные способы публикации новостных и аналитических продуктов,

а способны их органично дополнить.

Освоение онлайн-технологий поможет добиться определенных качественных и количественных результатов, таких как:

- возможность индивидуальной работы с читателями;
- обратная связь с читателями, интерактивность - опросы и анкетирование;
- возможность расширения предлагаемых информационных продуктов и услуг (новостные и поисковые сервисы);
- увеличение количества читателей;
- удобство доступа к информации.

В рамках информационного обеспечения и сопровождения стратегии индустриально-инновационного развития со стороны Компании будут приняты меры по дальнейшему совершенствованию и оптимизации проекта "Стратегия индустриально-инновационного развития", разработанного и внедренного в текущем году на официальном сайте Компании - www.inform.kz. Это касается создания расширенной базы данных, из которой можно получить полное и исчерпывающее представление обо всех аспектах, касающихся истории, текущего состояния и перспектив реализации Стратегии индустриально-инновационного развития Казахстана.

Параграф 4. Динамика развития производства продукции (работ, услуг)

План развития на 2005-2007 годы, разработанный согласно типовым планам развития национальных компаний (по формам 1-6), предполагает, прежде всего, сохранение существующих позиций на рынке информационных услуг, оказываемых информационными агентствами, а также создание предпосылок роста Компании, особенно в области коммерциализации ее деятельности.

Вместе с тем увеличение дохода в 2005 году предполагается преимущественно путем увеличения объемов государственного заказа на проведение государственной информационной политики. Это связано со стратегической ролью Национальной компании в информационном сопровождении внешней и внутренней политики страны, а также в формировании и укреплении позитивного имиджа Казахстана в мировом информационном пространстве.

Расширение группы клиентов, качества и количества предлагаемых продуктов, за счет внедрения новой концепции маркетинга, кардинального изменения структуры текущих затрат, технического перевооружения основных фондов и улучшения качества информационных материалов предусматривается осуществить в будущие периоды.

При этом в 2005 году получение коммерческого дохода от основного вида

деятельности планируется за счет реализации следующих видов информационных п р о д у к т о в :

1. " У т р е н н и й в е с т н и к " .
2. Календарь событий "Даты, события, имена" (ежемесячный).
3. Календарь событий "Даты, события, имена" (годовой).
4. Новостная лента "Казинформ".
5. " О ф и ц и а л ь н ы й в е с т н и к " .
6. " К а з а х с т а н - Б и з н е с " .
7. Календарь анонсов "Казинформ - Анонс".
8. Лента фотонОВОСТЕЙ "Казинформ - Фото".

В 2006 году наряду с действующими информационными продуктами будут предложены принципиально новые виды продуктов, обладающие значительно более широкими функциональными возможностями работы с информационным материалом. При этом, учитывая предпринимаемые меры по совершенствованию качества информационных материалов, развитию аналитического направления деятельности, предполагается увеличение количества подписчиков ориентировочно на 30 %. Таким образом, планируется увеличить объем доходов от основной деятельности со 129,5 млн . тенге в 2004 году до 227 млн. тенге в 2006 году.

К числу ключевых задач развития относится снижение себестоимости продукции, в обобщенном виде отражающей все стороны хозяйственной деятельности организации, и х д о с т и ж е н и я и н е д о с т а т к и .

Как уже отмечено, одним из основных видов деятельности Компании является выпуск новостных информационных лент, а информационный продукт довольно специфичен по своей структуре. Одними из основных составляющих структуру себестоимости продукта, производимого Компанией, являются:

- расходы на заработную плату и отчисления в фонды социального страхования пенсионного обеспечения сотрудникам производственного персонала;
- расходы на связь, Интернет;
- командировочные расходы;
- канцелярские и полиграфические расходы;
- расходы по аренде помещений и автотранспорта.

При этом в отличие от сферы материального производства в структуре себестоимости информационных услуг отсутствуют расходы на сырье, материалы и прочие производственные расходы. Безусловно, основной составляющей себестоимости являются расходы на заработную плату производственного персонала.

В целом в течение анализируемого периода состав общепроизводственных расходов не будет изменяться относительно общих затрат на производство продукции. При этом можно отметить стабильную динамику роста себестоимости продукции, основанную на приоритетном увеличении фонда оплаты труда. Так, в 2005 году расходы на

производство продукции составят в общей сумме 114055 тыс. тенге, в 2006 году - 130396 тыс. тенге, в 2007 году - 178464 тыс. тенге, соответственно. Также это объясняется тем, что в 2007 году намечена реализация инвестиционного проекта по материально-техническому оснащению корреспондентских пунктов, увеличивающего расходы на амортизацию основных средств и, соответственно, обуславливающего рост расходов по себестоимости продукции.

Относительно роста расходов периода в 2005 году по сравнению с 2004 годом следует отметить, что данное увеличение связано с общим ростом Компании, и, соответственно, с увеличением производственных мощностей, расширением ассортимента продукции, диверсификацией производства.

При этом необходимо отметить, что по статье "Командировочные расходы" увеличение планируется на 32 %, данное отклонение характеризуется дальнейшим расширением зарубежной и региональной корреспондентской сети, расширением зоны распространения продукции Компании, что повлечет за собой увеличение расходов на командировки. При этом Компания из года в год становится активным участником международных мероприятий, принимает активное участие во многих крупных съездах и форумах, является организатором и участником специализированных выставок, экспедиций, что способствует повышению имиджа Компании, позитивно влияет на конкурентоспособность производимой продукции. В целом Компания пока еще находится на стадии дальнейшего развития, и она будет стремиться к одной из основных своих целей - стать мощной информационной медиа-структурой международного уровня.

Также увеличение затрат на командировочные расходы объясняется изменением норм возмещения суточных расходов по командировочным поездкам за пределы страны, которые были учтены при составлении плановых показателей, согласно постановлению Правительства Республики Казахстан от 11 февраля 2003 года N 148 "О мерах по упорядочению расходования валютных средств на заграничные командировки за счет республиканского и местных бюджетов".

Увеличение по статье "Представительские расходы" предполагается на 65 %, при этом стоит учитывать повышение размера месячного расчетного показателя, применяемого при расчете плановых данных. Во-вторых, в процессе активного сотрудничества со многими международными организациями, будут соответственно повышаться расходы на прием официальных лиц.

Увеличение расходов по статье "Банковские услуги" в большей части связано с прогнозируемым увеличением оборотов денежных средств по сравнению с 2004 годом, что повлечет за собой увеличение оборотных средств роста с учетом роста затрат на банковские услуги. При этом возможны изменения тарифов, предоставляемых банками

По статье "Консультационные, аудиторские и информационные услуги" увеличение

можно объяснить тем, что в 2004 году не предусматривались консультационные расходы. Вместе с тем планируется повышение стоимости аудиторских услуг. Дополнительно были внесены расходы на подключение дополнительных пользователей к юридической базе регистрационного Центра правовой информации Министерства юстиции Республики Казахстан.

По статье "Расходы по аренде" увеличение связано с плановым увеличением арендуемой площади. В 2005 году планируется передислокация Компании в здание, подходящее для размещения всех сотрудников в соответствии с нормами площадей для размещения аппарата государственных органов, утвержденные постановлением Правительства Республики Казахстан от 3 октября 1996 года N 1217 "О служебных телефонах и нормах площадей для размещения аппарата государственных органов". Также необходимо учесть рост тарифов по аренде помещений.

Увеличение расходов по статье "Проведение праздничных, культурно-массовых и спортивных мероприятий" связано как с увеличением численности работников Компании, так и с планируемыми расходами на проведение спортивных оздоровительных мероприятий в рамках стратегии "Казахстан-2030". Человеческий ресурс - ключевой фактор в работе Компании, поэтому пропаганда здорового образа жизни, проведение спортивных мероприятий, разнообразных турниров, соответственно, повлияет на увеличение расходов по данной статье.

Также в 2005 году планируется празднование знаменательной даты - 85-летия Компании (как преемницы КазТАГа). При этом связанное с этим увеличение расходов на проведение праздничных мероприятий представляется вполне обоснованным и правомерным, если учитывать, что в силу различных причин 75-летие и 80-летие Компании не отмечалось.

Анализ динамики роста производства информационной продукции Компании позволяет отметить, что увеличение количества подписчиков, повышение качества предлагаемой продукции, дальнейшее укрупнение корреспондентской сети позволило Компании добиться позитивных результатов. Так, в среднем объем выпускаемой продукции за первое полугодие 2004 года по сравнению с аналогичным периодом 2003 года увеличился в 1,7 раз.

Оптимизация продуктовой линейки позволила Компании прекратить выпуск нерентабельных лент и существенно повысить общие поступления за счет качественного улучшения информационных продуктов, пользующихся повышенным спросом. Так, Компания ежедневно выпускает информационные ленты объемом, в переводе на печатную продукцию, 15,7 информационных полос формата А2, что в 4 раза превышает объем изданий ведущих республиканских газет.

В целях быстрого поиска необходимой информации и для удобства пользования информацией, Компанией были созданы тематические рубрики новостей, отражающие основные направления приоритетов внутренней политики государства, такие как: "

Выборы", "Выступления Президента Республики Казахстан", а также "Индустриально-инновационная политика Казахстана", "Год аула", "Культурное наследие", "Интеграция", "Год России в Казахстане".

Значительно расширилась продуктовая линейка Компании на казахском, русском, английском языках, а также, как отмечалось выше, предложена новая версия перевода новостей с казахского языка на латиницу по методу академика Абдуали Хайдарова. Необходимо отметить, что Компания является первым информационным агентством, использовавшим на практике данный метод.

Все это позволило не только увеличить доходную часть бюджета Компании, но и укрепить свои позиции среди конкурентов. В 2004 году была продолжена работа по увеличению числа потенциальных потребителей информационной продукции, разработке и внедрению новых информационно-новостных лент, изучению новых сегментов информационного рынка.

Существующее организационно-техническое и финансовое положение Компании требует в ближайшие годы государственного регулирования и финансовой поддержки. Планом развития предусмотрены расходы в 2005-2007 годах на создание нескольких корреспондентских пунктов за рубежом, приобретение мебели, компьютерной техники и других основных средств.

В связи с осуществляемыми инвестиционными и текущими затратами по реструктуризации Компании в 2005-2007 годах сохранится низкая рентабельность с динамикой постепенного ее увеличения.

В процессе работы Компании отсутствуют факторы, оказывающие отрицательное влияние на окружающую среду. При этом в форме налоговых отчислений - платы за загрязнение окружающей среды Компания ежегодно производит отчисления в бюджет вследствие эксплуатации транспортных средств.

Осуществление функциональных обязанностей большинства сотрудников Компании непосредственно связано с ежедневным контактом с компьютерным оборудованием и оргтехникой, которые являются источником ряда неблагоприятных физических факторов воздействия на здоровье пользователей. К числу таких факторов можно отнести электромагнитное и электростатическое излучения, акустический шум, изменения ионного состава воздуха и параметров микроклимата в помещении и другие.

В целях предотвращения возникновения вышеуказанных неблагоприятных последствий для здоровья работников Компании проводится планомерная работа, в соответствии со сметой расходов на соответствующий период, по замене устаревшей компьютерной техники на современную с малым уровнем излучения, улучшению других условий труда.

Параграф 5. Ценовая и тарифная политика

Ценовая политика - это один из важных элементов общей стратегии Компании. При определении стоимости информационных услуг применяется дифференцированный подход, учитывающий помимо издержек производства и платежеспособности потенциальных потребителей, набор таких дополнительных услуг как льготный период и скидки, а также объем выпуска продукции, регион распространения.

Ведущим фактором в формировании ценовой политики является влияние конкурентных цен. Большинство информационных агентств практикуют довольно гибкую ценовую политику. Суть заключается в дифференцированном подходе к финансовым возможностям каждого конкретно взятого потенциального получателя информации. Исходя из этого, цены и тарифы могут колебаться в значительном диапазоне.

С целью максимизации притока денежных средств в будущем планируется разрабатывать разнообразные модели договоров с гибкими условиями формы оплаты и гибким ценообразованием.

Принимая во внимание вышеуказанный фактор, Компанией планируется пересмотр ценовой политики в сторону дальнейшего снижения в соответствии с выбранным направлением, что позволит существенно повысить конкурентоспособность Компании. Также необходимо учитывать то, что Компания находится на начальном этапе своего становления, в связи с чем в ближайшей перспективе главной целью будет позиционирование информационных продуктов Компании на рынке масс-медиа. В дальнейшем изменение ценовых показателей на информационную продукцию Компании будет прямо пропорционально зависеть от изменения внутренней структуры продукции, ее качества, эксклюзивности. Также планируется создание мощной организованной системы подписки.

Тарифная и ценовая политики, безусловно, зависят от общей стратегии развития Компании в целом, но на данном этапе Компания не придерживается жесткого тарифного плана, это связано, как и с самой спецификой продукта, так и с другими факторами.

В период с 2005 по 2007 годы Компанией планируется проведение маркетинговых исследований в области изучения рынков сбыта, условий и процессов реализации информационных продуктов.

Параграф 6. Развитие социальной сферы

В целях развития социальной сферы Компанией реализуется программа возрождения профсоюзного комитета. Так, в декабре 2003 года создан профсоюзный комитет, в задачи которого входят представление, защита трудовых и

социально-экономических интересов своих членов, охрана и улучшение условий труда. В процессе реализации планируемых задач намечается оздоровительная программа для сотрудников Компании.

Параграф 7. Кадровая политика

Кадровая политика Компании направлена на обеспечение высокого профессионального уровня сотрудников. Кроме того, в рамках кадровой политики осуществляется прием студентов старших курсов журналистских факультетов для прохождения учебно-ознакомительной практики. За период практики студенты, показавшие наиболее высокие профессиональные знания, получают возможность последующего трудоустройства в Компании.

В настоящее время коллектив Компании представляет собой сочетание знаний и опыта профессионалов, с энергией и новыми творческими идеями молодого поколения, что способствует развитию производственного потенциала и стремлению к достижению существующих международных параметров и стандартов, предъявляемых к информационным агентствам, работающим на мировом информационном пространстве.

В Компании реализуется программа обучения и повышения квалификации персонала. В рамках указанной программы проводятся стажировки областных корреспондентов в центральном офисе (Астана), а также обмен опытом с информационными агентствами ближнего зарубежья, в том числе одним из крупнейших российских информационных агентств "РИА Новости". Обеспечивается проведение сотрудниками Компании специализированных обучающих семинаров и тренингов.

Параграф 8. Финансовые результаты и отношения с бюджетом

Результаты производственно-финансовой деятельности в первую очередь находят отражение в экономических показателях, являющихся основными индикаторами эффективности функционирования организации.

В течение 2005-2007 годов планируется увеличение в несколько раз объемов производимой продукции, ассортимента продукции, расширение рынков сбыта как в зоне ближнего, так и дальнего зарубежья и как следствие - наличие продукции, поставляемой на экспорт.

В виде корпоративного подоходного налога за период с 2005 по 2007 годы планируется выплатить 7,2 млн. тенге.

Таблица 6

Объем налоговых отчислений за 2005-2007 годы

(тыс. тенге)

Вид налоговых отчислений	2005 год	2006 год	2007 год
налог на добавленную стоимость	17507	19640	29162
социальный налог	18674	20966	20117
налог на транспортные средства	61	65	71
налог на имущество	497	483	582
плата за загрязнение окружающей среды	20	23	26
индивидуальный подоходный налог	7797	8663	12168
налоговых выплат, всего:	44556	49840	62126

По данным таблицы 6 за период с 2005 по 2007 годы объем всех выплат в бюджет по налогам должен составить 157 млн. тенге, что характеризует Компанию как одного из крупных налогоплательщиков.

Компания также планирует участие в конкурсе по государственным закупкам услуг на проведение информационной политики через средства массовой информации. В настоящее время идет процесс активного сотрудничества со многими информационными агентствами, ведется работа с регионами. Это в определенной мере доказывает, что Компания стремится к всестороннему охвату информационного пространства в стране, что повлечет за собой достижение одной из главных ее целей - стать одним из крупнейших операторов информационных потоков в Казахстане.

Как известно, вложения в основные средства и долгосрочные инвестиции разносторонне и многопланово влияют на финансовые результаты деятельности Компании: увеличение расходной и в дальнейшем - увеличение доходной частей бюджета Компании (в основном за счет временного фактора), обновление материально-технической базы и других критериев деятельности организации.

Увеличение ассортимента продукции свидетельствует о диверсификации производства, а значит, обуславливает получение дополнительной прибыли. При этом прогноз 2005-2007 годов предусматривает постепенный выход Компании на безубыточный уровень и получение определенных стабильных результатов.

Рис. 4 Планируемый объем доходов и расходов в 2005-2007 годы (См. бумажный вариант)

В 2005 году планируется получить доход от основной деятельности на уровне 201696 тыс. тенге, в 2006 году 227826 тыс. тенге, 2007 году - 289130 тыс. тенге, расходы составят - 201207 тыс. тенге, 217202 тыс. тенге и 283391 тыс. тенге, соответственно (диаграмма 4). Основным источником доходов Компании в указанный период будет производство информационных продуктов. Проанализировав динамику доходной и расходной частей, можно отметить неравномерность в росте чистого дохода. Так, в 2005 году он должен составить 488 тыс. тенге, в 2006 году - 10625 тыс. тенге и в 2007 году - 5739 тыс. тенге. Данное соотношение объясняется как разной

материально-техническому оснащению зарубежных корреспондентских пунктов. В рамках данного проекта предполагается открытие корреспондентских пунктов компании более чем в 10 странах дальнего и ближнего зарубежья.

Таблица 7

Перечень инвестиционных проектов

тыс. тенге

Наименование проекта	2005 год	2006 год	2007 год	Источник финансирования
Материально-техническое оснащение вновь созданных корреспондентских пунктов за рубежом	-	10000	25000	Собственные средства

Основными задачами данного проекта являются расширение собственной базы источников информации, укрепление позиций компании на международной арене, повышение конкурентоспособности информационной продукции.

Эффективность деятельности корреспондентских пунктов требует, прежде всего, повышения мобильности и оперативности, а также улучшения качества информационных материалов. При этом основными факторами улучшения работы являются техническая оснащенность корреспондентов, доступ к современным системам связи.

Для решения данных проблем предполагается осуществить закуп необходимого компьютерного, коммуникационного и прочего технического оборудования. Также предусматривается решить проблему оснащения офисной мебелью корреспондентских пунктов и обеспечить скоростной доступ к сети Интернет. Ориентировочные расходы на реализацию данного проекта составляют 35 000 тыс. тенге. Срок реализации проекта 2006 - 2007 годы.

Источником финансирования инвестиционного проекта являются собственные средства компании.

Вся деятельность Компании в предстоящем периоде будет направлена на обеспечение конкурентоспособности национального информационного агентства, информационной поддержки внешней и внутренней политики Казахстана, его положительного имиджа.

Компания видит своей целью создание мощного национального информационного агентства, функционирующего и развивающегося на основе передовых информационных технологий, обеспечивающего предоставление широкого спектра информационных услуг в интересах общества и государства.

Раздел 3. Прогноз важнейших показателей развития

3.1. Прогноз важнейших показателей развития на 2005-2007 годы по АО "НК "КАЗИНФОРМ"

ф о р м а 1

ТЫС.ТЕНГЕ

№ п/п	Показатели	Един. измер.	2003г.	2004 г.	2004 г. в % к 2003 г.
отчет	оценка				
А	Б	1	2	3	4
1.	Объем произ- веденной про- дукции (работ, услуг) - всего:	тыс. тенге	100907	131724	131
1.1	в том числе по видам	"	0	0	0
	информационные услуги		99683	129524	130
	аренда имущества		0	0	0
	прочие		1224	2200	180
2.	Экспорт всего:	"	0	0	0
2.1	в т.ч. в страны СНГ	"	0	0	0
2.2	дальнее зарубежье	"	0	0	0
2.3	по видам продукции	"	0	0	0
3.	Импорт всего:		0	0	0
3.1	в т.ч. страны СНГ	"	0	0	0
3.2	дальнее зарубежье	"	0	0	0
3.3	по видам продукции:	"	0	0	0
4.	Инвестиции** в основной капитал за счет всех источников финансирования - всего:	тыс. тенге	75100	0	0
4.1	за счет заемных средств	"	0	0	0
4.1.1	в т.ч. средств государственного бюджета	"	75100	0	0
4.2	за счет собст- венных средств	"	0	0	0
5.	Доходы, всего	"	100907	131724	131
6.	Расходы, всего	"	101745	129751	126
7.	Доход от основной деятельности	"	99683	119524	130

8.	Себестоимость реализованной готовой продукции (товаров, работ, услуг):	"	70569	79526	113
9.	Валовый доход	"	29114	49998	172
10.	Расходы периода, всего	"	32176	50225	156
10.1	общие и административные расходы	"	32176	46143	143
10.2	расходы по реализации гот. продукции (товаров, работ, услуг)	"	0	4082	0
10.3	расходы в виде вознаграждения	"	0	0	0
11.	Налогооблагаемый доход	"	-3062	-227	7
12.	Корпоративный подоходный налог	"		-68	7
13.	Чистый доход (убыток)	"	-1838	-159	9
14.	Дивиденды, всего	"	0	0	0
14.1	в т. ч. на государственный пакет акций	тыс. тенге	0	0	0
15.	Нормативы отчислений от прибыли*	%	0	0	0
16.	Рентабельность деятельности	"	0	-0,12	0
17.	Расходы на амортизацию нематер. активов и основных средств	тыс. тенге	3431	10550	307
18.	Численность работников компании, всего	чел.	85	102	120
18.1	Численность сотрудников центрального аппарата	"	17	17	100
19	Фонд заработной платы	тыс. тенге	32789	53547	163
20	Среднемесячная заработная плата работников, в целом по компании	тенге	32146	43748	136

20.1	В том числе работников центрального аппарата	тенге	90892	86353	95
21	Тарифы (цены) на единицу продукции (работ, услуг)	тенге за единицу	0	0	0
21.1	изменение тарифов (цен) к предыдущему периоду	%	0	0	0
22	Кредиторская задолженность	тыс. тенге	17959	12068	67
23	Дебиторская задолженность	"	42728	69509	163

(продолжение таблицы)

№ п/п	2005 г.	2006 г.	2007 г.	2007 г. в % к 2003 г.	2007 г. % к 2004 г.
	прогноз	прогноз	прогноз		
А	5	6	7	8	9
1.	201696	227826	289130	287	219
1.1	0	0	0		0
	201696	227826	289130	290	223
	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0
2.	0	0	0	0	0
2.1	0	0	0	0	0
2.2	0	0	0	0	0
2.3	0	0	0	0	0
3.	0	0	0	0	0
3.1	0	0	0	0	0
3.2	0	0	0	0	0
3.3	0	0	0	0	0
4.	0	10000	25000	33	0
4.1			0	0	0
4.1.1	0	0	0	0	0
4.2	0	10000	25000	0	0
5.	201696	227826	289130	287	219
6.	201207	217202	283391	276	218
7.	201696	227826	289130	290	223
8.	114055	130396	178464	253	224
9.	87640	97430	110666	380	221
10.	86943	82252	102468	318	204

10.1	78185	76811	96537	300	209
10.2	7585	5441	5931	0	145
10.3	1173	0	0	0	0
11.	698	15178	8199	-268	-3619
12.	209	4553	2460	-268	-3612
13.	488	10625	5739	-312	-3612
14.	0	2125	1722	0	0
14.1	0	2125	1722	0	0
15.	0	0	0	0	0
16.	0,24	4,89	2,03	0	-1657
17.	9980	11480	15005	437	142
18.	154	155	155	182	152
18.1	38	38	38	224	224
19	122972	136631	191916	585	358
20	66543	73458	103181	321	236
20.1	57186	61316	76926	85	89
21	0	0	0	0	0
21.1	0	0	0	0	0
22	13234	7616	5388	30	45
23	61500	61500	2400	6	3

* - д л я Р Г П

** - объем капитальных вложений

3.2. Прогноз доходов и расходов на 2005 год по АО "НК "КАЗИНФОРМ"

ф о р м а 2

тыс. тенге

№ п/п	Наименование показателей	2003 г. отчет	2004 г. оценка	2005 г. (прогноз)	
А	Б	1	2	3	4
1	1 квартал				
	полугодие				
1	Доход от основной деятельности	99683	129524	50424	100848
2	Себестоимость реализованной готовой продукции (товаров, работ, услуг)	70569	79526	28514	57028
3	Валовой доход (стр.1-стр.2)	29114	49998	21910	43820
4	Расходы периода, в том числе	32176	50225	21627	43798

4.1.	общие и административные расходы	32176	46143	19546	39092
4.2.	расходы по реализ. гот. прод. (тов., работ, услуг)	0	4082	1896	3793
4.3.	расходы в виде вознаграждения	0	0	184	914
5	Доход (убыток) от основной деятельности (стр.3-стр.4)	-3062	-227	174	349
6	Доход (убыток) от неосновной деятельности	1224	2200	0	0
7	Доход (убыток) от обычной деятельности до налогообложения (стр.5 +(-) стр.6)	-1838	1973	174	349
8	Корпоративный подоходный налог	0	0	0	0
9	Доход (убыток) от обычной деятельности после налогообложения (стр.7 - стр.8)	-1838	1973	122	244
10	Доходы (убытки) от чрезвычайных ситуаций и прекращенных операций	0	0	0	0
11	Чистый доход (убыток) (стр. 9 +(-) стр. 10)	-1838	1973	122	244

(продолжение таблицы)

N п/п	2005 г. (прогноз)	2004 г.		2005 г.	
		в 2003 г.	% к	в 2004 г.	% к
9	год				
А	5	6		7	8
1	151272	201496		130	156
2	85541	114055		113	143
3	65730	87640		172	175

4	65500	86943	156	173
4.1.	58638	78185	143	169
4.2.	5689	7585	0	186
4.3.	1173	1173	0	0
5	523	698	7	-307
6	0	0	0	0
7	523	698	-107	35
8	0	209	0	0
9	366	488	-107	25
10	0	0	0	0
11	366	488	-107	25

**3.3. Прогноз движения денег в 2005 году
по АО "НК "КАЗИНФОРМ"**

ф о р м а 3

тыс. тенге

N п/п	Наименование показателей	2003 г. отчет	2004 г. оценка	2005 г. (прогноз)
	1 квартал			
A	Б	1	2	3
I.	Движение денег от операционной деятельности	0	0	0
I.1	Поступление денег:	273832	141375	57988
1.1	доход от реализации услуг	98679	128171	42613
1.2	авансы полученные	0	0	0
1.3	вознаграждения	252	0	0
1.4	дивиденды	0	0	0
1.5	роялти	0	0	0
1.6	прочие поступления	174901	13204	15375
I.2.	Выбытие денег:	273139	159398	56025
2.1	по счетам поставщиков и подрядчиков	64944	57707	12224
2.2	авансы выданные	0	34104	0
2.3	по заработной плате	38494	44278	30743
2.4	в фонды социального страхования	13399»		5023

	вания и пенсионного обеспечения		8113	
2.5	по налогам	6422	3157	4573
2.6	выплата вознаграждений	0	0	184
2.7	прочие выплаты	149880	12039	3169
I.3.	Увеличение (+)/ уменьшение(-) денег в результате операционной деятельности	693	-18023	1962
II.	Движение денег от инвестиционной деятельности	0	0	0
II.1.	Поступление денег:	0	0	0
1.1	доход от выбытия нематериальных активов	0	0	0
1.2	доход от выбытия основных средств	0	0	0
1.3	доход от выбытия других долгосрочных активов	0	0	0
1.4	доход от выбытия финансовых инвестиций	0	0	0
1.5	доход от получения займов, предоставленных другим юридическим лицам	0	0	0
1.6	прочие поступления	0	0	0
II.2.	выбытие денег:	0	23516	625
2.1	приобретение нематериальных активов	0	0	0
2.2	приобретение основных средств	0	23516	625
2.3	приобретение других долгосрочных активов	0	0	0

2.4	приобретение финансовых инвестиций	0	0	0
2.5	предоставление займов другим юридическим лицам	0	0	0
2.6	прочие выплаты	0	0	0 0
П.3.	Увеличение (+)/ уменьшение (-) денег в результате инвестиционной деятельности	0	-23516	-625
Ш.	Движение денежных средств от финансовой деятельности	0	0	
Ш.1.	Поступление денег:	0	41674	20 000
1.1	от выпуска акций и других ценных бумаг	0	41674	0
1.2	получение банковских займов	0	0	20000
1.3	прочие поступления	0	0	0
Ш.2.	Выбытие денег	0	0	5000
2.1	погашение банковских займов	0	0	5000
2.2	приобретение собственных акций	0	0	0
2.3	выплата дивидендов	0	0	0
2.4	прочие выплаты	0	0	0
Ш.3.	Увеличение (+)/ уменьшение (-) денег в результате финансовой деятельности	0	41674	15000
	И Т О Г О : Увеличение (+) / уменьшение (-) денег	693	135	16337
	Д е н ь г и н а начало периода	201	894	1023
	Деньги на конец периода	894	1023	17360

(продолжение таблицы)

		2004 г.	2005 г.
		в % к	

N п/п	2005 г. (прогноз)	2003 г.	в % к 2004г.		
	1 полугодие	9 месяцев	год		
A	4	5	6	7	8
I	0	0	0	0	0
I.1	115975	173963	231950	52	164
1.1	85225	127838	170450	130	133
1.2	0	0	0	0	0
1.3	0	0	0	0	0
1.4	0	0	0	0	0
1.5	0	0	0	0	0
1.6	30750	46125	61500	8	466
I.2.	112051	168076	224101	58	141
2.1	24447	36671	48895	89	85
2.2	0	0	0	0	0
2.3	61486	92229	122972	115	278
2.4	10046	15069	20093	61	248
2.5	9147	13720	18294	49	579
2.6	914	1173	1173	0	0
2.7	6337	9506	12675	8	105
I.3.	3924	5886	7849»	-2601	-44
II.	0	0	0	0	0
II.1.	0	0	0	0	0
1.1	0	0	0	0	0
1.2	0	0	0	0	0
1.3	0	0	0	0	0
1.4	0	0	0	0	0
1.5	0	0	0	0	0
1.6	0	0	0	0	0
II.2.	1250	1875	2500	0	11
2.1	0	0	0	0	0
2.2	1250	1875	2500	0	11
2.3	0	0	0	0	0
2.4	0	0	0	0	0
2.5	0	0	0	0	0
2.6	0	0	0	0	0
II.3.	-1250	-1875	-2500	0	11
III.	0	0	0	0	0
III.1.	20000	20000	20000	0	48
1.1	0	0	0	0	0
1.2	20000	20000	20000	0	0

1.3	0	0	0	0	0
III.2.	10000	15000	20000	0	0
2.1	10000	15000	20000	0	0
2.2	0	0	0	0	0
2.3	0	0	0	0	0
2.4	0	0	0	0	0
III.3.	10000	5000	0	0	0
	12674	9011	5344	19	3962
	1023	1023	1023	445	114
	13697	10034	6372	114	623

3.4. Прогноз расходов периода на 2005 год по АО "НК "КАЗИНФОРМ"

ф о р м а 4

тыс.тенге

№ п/п	Наименование показателей	2003 г. отчет	2004 г. оценка	2005 г. (прогноз)	
1	1	1	2	3	4
квартал	полугодие				
А	Б	1	2	3	4
	Всего	32176	49736	22722	46243
1	Общие и административные расходы, всего	32176	44735	21221	40196
1.1	Материалы	1200«	1915	564	1128
1.2	Оплата труда работников	14204	19890	5556	13128
1.3	Отчисления от оплаты труда /соц.налог/	2825	2338	880	2383
1.4	Амортизация основных средств и нематериальных активов	696	3900«	672	1344
1.5	Обслуживание и ремонт основных средств и немат.активов	510	414	117	225
1.6	Коммунальные расходы	120	130	13	26
1.7	Командировочные расходы, всего	1100	2723	758	1719
1.7.1	в пределах установленных норм	1100	2723	758	1719
1.7.2	сверх нормы	0	0	0	0

1.8	Представительские расходы	320	1775	178	466
1.9	Расходы на повышение квалификации работников	0	101	0	0
1.10	Расходы на содержание Совета директоров	0	0	0	0
1.11	Расходы по налогам	2100	721	4506	9072
1.12	Канцтовары, полиграф. расх, расх. матер.	650	550	131	261
1.13	Услуги связи	1100	4082	676	1352
1.14	Расходы на охрану	0	0	0	0
1.15	Консультац. (аудиторские) и информац. услуги, подписка	4132	1920	5184	5369
1.16	Банковские услуги	360	826	210	419
1.17	Расходы на страхование	0	39	46	46
1.18	Судебные издержки	0	0	0	0
1.19	Штрафы, пени и неустойки за наруш. условий договора	0	0	0	0
1.20	Штрафы и пени за сокрытие (занижение) дохода	0	0	0	0
1.21	Убытки от хищений, сверхнормативные потери, порча, недостача ТМЗ	0	0	0	0
1.22	Расходы по аренде	1500	2915	1425	2850
1.23	Расходы на социальную сферу	0	0	0	0
1.24	Расходы по созданию резервов по сомнит. требованиям	0	0	0	0
	На проведение праздничных,				

1.25	культурно-массовых и спортивных мероприятий	950	498	292	380
1.26	Благотворительная помощь	0	0	0	0
1.27	Прочие расходы	409		13	27
2	Расходы по реализации готовой продукции (товаров, работ, услуг), всего	0	5001	1317	5133
2.1	Материалы	0	0	0	0
2.2	Оплата труда работников	0	0	0	0
2.3	Отчисления от оплаты труда	0	0	0	0
2.4	Амортизация основных средств и нематериальных активов	0	0	0	0
2.5	Ремонт и обслуживание основных средств и нематериальных активов	0	0	0	0
2.6	Коммунальные расходы	0	0	0	0
2.7	Командировочные расходы, всего	0	0	0	0
2.7.1	в пределах установленных норм	0	0	0	0
2.7.2	сверх норм	0	0	0	0
2.8	Расколы по погрузке, транспортировке и хранению	0	0	0	0
2.9	Расходы на рекламу и маркетинг	0	5001	1317	5133
2.10	Расходы по аренде	0	0	0	0
2.11	Расходы на социальную сферу	0	0	0	0

2.12	Прочие расходы	0	0	0	0
3	Расходы в виде вознаграждения, всего	0	0	184	914
3.1	Расходы по вознагражд. (процентам) по займам банков	0	0	184	914
3.2	Расходы по вознагражд. (процентам) по займам поставщ.	0	0	0	0
3.3	Расходы по вознаграждению (процентам) по аренде	0	0	0	0
3.4	Прочие расходы	0	0	0	0

(продолжение таблицы)

N п/п	2005 г. (прогноз)		2004 г. в % к 2003 г.	2005 г. в % к 2004 г.
	9 месяцев	год		
A	5	6	7	8
	66445	86943	155	175
1	58912	78185	139	175
1.1	1693	2257	160	118
1.2	20701	28273	140	142
1.3	3886	5389	83	231
1.4	2017	2689	560	69
1.5	342	449	81	109
1.6	40	53	108	41
1.7	2665	3889	248	143
1.7.1	2665	3889	248	143
1.7.2	0	0	0	0
1.8	566	786	555	44
1.9	0	0	0	0
1.10	0	0	0	0
1.11	13578	18084	34	2508
1.12	392	522	85	95
1.13	2028	2704	371	66
1.14	0	0	0	0
1.15	5619	5803	46	302
1.16	629	838	229	101

1.17	46	46	0	117
1.18	0	0	0	0
1.19	0	0	0	0
1.20	0	0	0	0
1.21	0	0	0	0
1.22	4275	5700	194	196
1.23	0	0	0	0
1.24	0	0	0	0
1.25	398	649	52	130
1.26	0	0	0	0
1.27	40	54	0	0
2	6359	7585	0	152
2.1	0	0	0	0
2.2	0	0	0	0
2.3	0	0	0	0
2.4	0	0	0	0
2.5	0	0	0	0
2.6	0	0	0	0
2.7	0	0	0	0
2.7.1	0	0	0	0
2.7.2	0	0	0	0
2.8	0	0	0	0
2.9	6359	7585	0	152
2.10	0	0	0	0
2.11	0	0	0	0
2.12	0	0	0	0
3	1173	1173	0	0
3.1	1173	1173	0	0
3.2	0	0	0	0
3.3	0	0	0	0
3.4	0	0	0	0

**5. Перечень инвестиционных проектов
АО "НК "КАЗИНФОРМ", планируемых к реализации
в 2005-2007 годах**

ф о р м а 5

тыс. тенге

№ п/п	Наименование проекта	Период реализации	Общая стоимость тыс.тенге	Источники финанси- рования
	Материально- техническое оснащение вновь созданных кор-			<i>з а е м н ы е средства</i>

1	респондентских пунктов за рубежом	2006-2007	35000	собственные средства
ВСЕГО:			35000	

(продолжение таблицы)

N п/п	финансирование по годам:	освоено на 01.01.2005г.				остаток на 01.01.2008г.
		2005 год (прогноз)	2006 год (прогноз)	2007 год (прогноз)	на	
1		0	0	0	0	0
		0		10000	25000	0
		0	0	10000	25000	0

6. Прогнозный баланс на 2005-2007 годы по АО "НК "КАЗИНФОРМ"

ф о р м а б

тыс.тенге

(на конец период»)

N п/п	Показатели	2003 отчет	2004 оценка	2005 прогноз	2006 прогноз	2007 прогноз
	АКТИВЫ, всего	88692	126448	128102	143109	136279
1	Долгосрочные активы, всего	42151	55105	57976	68374	105000
1.1.	Нематериальные активы	796	796	796	796	796
1.2.	Амортизации нематериальных активов	66	199	101	101	101
1.3.	Балансовая (остаточная) стоимость нематериальных активов	730	597	496	394	293
1.4.	Основные средства	44786	64859	67359	79359	119611
1.5.	Износ основных средств	3365	10351	9879	11379	14904
1.6.	Балансовая (остаточная) стоимость основных средств	41421	54508	57480	67980	104707
1.7.	Инвестиции	0	0	0		
1.8.	Долгосрочная дебиторская задолженность	0	0	0	0	0
2	Текущие активы, всего	46541	71343	70126	74735	31279

2.1.	Товарно-материальные запасы	2921	811	2254	5741	6943
2.2.	Краткосрочная дебиторская задолженность	42729	69509	61500	61500	2400
2.3.	Краткосрочные финансовые инвестиции	0	0	0	0	0
2.4.	Деньги	891	1023	6372	7494	21936
		0	0	0	0	0
ОБЯЗАТЕЛЬСТВА И СОБСТВЕННЫЙ КАПИТАЛ, всего		88692	126448	128102	143109	136279
3	Собственный капитал, всего	70733	114380	114868	135493	130891
3.1.	Уставный капитал	4276	4276	45950	45950	45950
3.2.	Неоплаченный капитал (-)					
3.3.	Изъятый капитал (-)					
3.4.	Дополнительный оплаченный капитал	75100	116774	75100	75100	75100
3.5.	Дополнительный неоплаченный капитал	0	0	0	0	0
3.6.	Резервный капитал	0	0	0	0	0
3.7.	Нераспределенный доход (непокрытый убыток)	-8643	-6670	-6182	14443	9841
4	Долгосрочные обязательства, всего	0	0	0	0	0
4.1.	Долгосрочные займы, в том числе:	0		0	0	0
	займы банков					
	займы от внебанковских учреждений					
	прочие			0	0	0
4.2.	Отсроченный корпоративный	0	0	0	0	0

	подходный налог					
5	Текущие обязательства, всего	17959	12068	13234	7616	5388
5.1.	Краткосрочные займы и овердрафт	0	0	0	0	0
5.2.	Текущая часть долгосрочных займов	0	0	0	0	0
5.3.	Краткосрочная кредиторская задолженность	14395	7233	6166	2500	1690
5.4.	Расчеты с бюджетом	1192	1895	1290	1725	1850
5.5.	Кредиторская задолженность дочерним (зависимым) организациям и совместно контролируемым юридическим лицам	0		0	0	0
5.6.	Прочая кредиторская задолженность и начисления	2372	2940	5778	3391	1848