

Р.Сабирова*, э.ғ.к., профессор¹

М.Дингазиева, э.ғ.м., аға оқытушы¹

Г.Андабаева, э.ғ.к., қауымд. профессор²

Ж.Ерниязова, э.ғ.к., аға оқытушы³

*Х.Досмұхамедов атындағы Атырау университеті,
Атырау қ., Қазақстан¹*

*Әл-Фараби атындағы Қазақ Ұлттық университеті,
Алматы, Қазақстан²*

*Қорқыт Ата атындағы Қызылорда университеті,
Қызылорда қ., Қазақстан³*

* – негізгі автор (хат-хабарларға арналған автор)

e-mail: r.sabirova@asu.edu.kz

АТЫРАУ ОБЛЫСЫНДАҒЫ ЭКОЛОГИЯЛЫҚ ТАЗА КӨКӨНІС ӨНІМІН МАРКЕТИНГТІК ЗЕРТТЕУ

Азық-түлік қауіпсіздік мемлекеттің экономикалық және аграрлық саясатының басты мақсаты болып табылады. Ұлттық азық-түлік қауіпсіздікке ұмтылу үздіксіз үрдіс болып табылады. Оған жетуде аграрлық саясаттың даму басымдықтары мен оны жүзеге асырудың тетіктері жиі өзгереді.

Бұл мақаланың басты мақсаты азық-түлік қауіпсіздікті қамтамасыз етудегі құрғақ егіншілік аймағындағы экологиялық таза көкөніс өндірісін талдау және оны тұтынуға маркетингтік зерттеу жүргізу. Осы мақсатқа жетуде келесідей міндеттер орындалды: азық-түлік қауіпсіздігі үшін көкөніс шаруашылығының рөлі қарастырылды, Атырау облысының ауыл шаруашылығы құрылымдарында көкөніс өнімдерін өндіру мен өткізудің тиімділігі анықталды, жаңа піскен көкөністерді сатып алушылардың сұранысына маркетингтік зерттеу жүргізілді.

Зерттеудің әдісі ретінде жергілікті тұрғындардан сұрау жүргізілді, маркетингтік талдау жасалды, көкөніс өндіру және оны тұтыну бойынша отандық және шетелдік ғылыми еңбектерге шолу жасалды.

Зерттеудің ғылыми жаңалығы экологиялық жағынан таза көкөніс өнімдерін өндірудің тиімділік мәселелерін қарастырудан, көкөніс өндірісін талдау және органикалық көкөніс өнімдеріне өсіп келе жатқан сұранысты қанағаттандыру факторлары мен шарттарын анықтау мақсатында жергілікті тұрғындардың органикалық таза өнімді тұтынуы жөнінде маркетингтік зерттеуден көрінеді.

Зерттеудің ақпараттық базасын экологиялық таза көкөніс өнімдерін тұтынатын жергілікті тұрғындармен жүргізген сұрау нәтижесі, жарияланған ғылыми еңбектер бойынша зерттеулерден алынған деректер құрады.

Кілт сөздер: көкөністер, көкөніс шаруашылығы, азық -түлік қауіпсіздік, маркетингтік зерттеу, экологиялық таза өнім, ауыл шаруашылығы, Атырау облысы

Ключевые слова: овощи, овощеводство, продовольственная безопасность, маркетинговое исследование, экологически чистая овощная продукция, сельское хозяйство, Атырауская область

Keywords: vegetables, vegetable growing, food security, marketing research, environmentally friendly vegetable products, agricultural industry, Atyrau region

Кіріспе. Көкөністердің негізгі түрлері бойынша азық-түлік қауіпсіздігін қамтамасыз ету Қазақстан ішкі нарықтың қажеттіліктерін толығымен жабады. Мәселен, 2022 жылы 551 мың тонна қырыққабат, 4,1 млн тонна картоп, 621 мың тонна сәбіз және 1,1 млн тонна пияз өндірілді. Алайда, өндіріс көлемінің едәуір жоғары болуына қарамастан, қыс-көктем кезінде сақтау қуаттылығының жетіспеушілігінен нарықтағы отандық көкөністер ұсынысының төмендеуі байқалады. Осы мәселені шешуде 2025 жылға дейін Көкөніс сақтау қоймаларын салу және жаңғырту жөніндегі кешенді жоспар бекітіліп, жүзеге асырылуда. Аталған жоспар аясында 2021-2022 жылдары 200 мың тонна сақтау көлемімен 37 жоба іске қосылды. 2023 жыл аяғына дейін 111 мың тонна өнім сақтауға болатын 29 жобаны іске қосу жоспарлануда.

Азық-түлік қауіпсіздігін қамтамасыз ету және азық-түлік иннервациясын жақсарту Қазақстанның жаһандануы мен әлемдік экономикаға кірігуі жағдайында аса өзекті болып отыр. Әлемдік азық-түлік нарығындағы жағдай шығарылатын азық-түлікке агроөнеркәсіптік талаптардың артуымен сипатталады. Елдің азық-түлік қауіпсіздігін қамтамасыз ететін төрт буын бар: өндірістің тұрақты дамуы, тамақ өнімдерінің физикалық және экономикалық қол жетімділігі, олардың сапасы мен

қауіпсіздігі, дұрыс тамақтану тәсілін қалыптастыру. Осы тұрғыдан қарастырылып отырған мақаланың тақырыбы өзекті.

Зерттеудің ғылыми жаңалығы экологиялық жағынан таза көкөніс өнімдерін өндірудің тиімділік мәселелерін қарастырудан, көкөніс өндірісін талдау және органикалық көкөніс өнімдеріне өсіп келе жатқан сұранысты қанағаттандыру факторлары мен шарттарын анықтау мақсатында жергілікті тұрғындардың органикалық таза өнімді тұтынуы жөнінде маркетингтік зерттеуден көрінеді.

Бұл мақаланың басты мақсаты азық-түлік қауіпсіздікті қамтамасыз етудегі құрғақ егіншілік аймақ ретіндегі Атырау облысын зерттей келе, өңірдегі экологиялық таза көкөністерге деген сұранысты маркетингтік зерттеу және талдау жасау.

Осы мақсатқа жетуде келесідей міндеттер анықталды:

- азық-түлік қауіпсіздігі үшін көкөніс шаруашылығының рөлін қарастыру;
- Атырау облысының ауыл шаруашылығы құрылымдарында көкөніс өнімдерін өндіру мен өткізудің тиімділігін анықтау;
- Жаңа піскен көкөністер мен жемістерді сатып алушылардың сұранысына маркетингтік зерттеу жүргізу.

Статистикалық-экономикалық әдіс Атырау облысы мен оның аудандары тұрғындарын көкөністермен қамтамасыз ететін көкөніс шаруашылығының жағдайы мен даму тенденцияларын зерттеуде қолданылды. Азық - түлік қауіпсіздігін қамтамасыз ету мақсатында көкөніс шаруашылығын дамытуды негіздеу үшін есептеу–конструктивті әдіс қолданылды. Экологиялық таза көкөніс өнімдеріне тұрғындардың сұранысын ғылыми зерттеу барысында Атырау облысының тұрғындарына сұрау жүргізілді. Сұрауға Атырау қаласының (Атырау өңірінің) айына кемінде бір рет көкөніс сатып алатын, жасы 15-тен 80 жасқа дейінгі ер және әйел адамдар қатысты, олардың саны 200 адам болды. Ақпаратты жинау әдісі – жеке «көшелік» сұрау-сұхбаттасу. Сұрау 2023 жылдың шілде айында жүргізілді. Бұл мақалада Х.Досмұхамедов атындағы Атырау университетінің гранттық қаржыландыру шеңберінде жүргізілген «Атырау облысы мысалында экологиялық таза көкөністер нарығын маркетингтік зерттеу және талдау» тақырыбындағы ғылыми жоба зерттеулер нәтижесі келтірілген. Бұған дейін маркетингтік тұрғыдан облыстағы тұтынушылардың экологиялық таза көкөністерге деген сұранысы зерттелінбеген.

Әдебиеттік шолу. Көкөністердің негізгі түрлері бойынша азық-түлік қауіпсіздігін қамтамасыз ету бойынша, экологиялық таза көкөніс өндіру, органикалық таза өнімдерді өндіру бойынша шетелдік және отандық ғылыми еңбектер жарияланған[1-4].

Көкөніс өнімдерін өндіру және тұтыну кезіндегі азық-түлік қауіпсіздігі мәселесін шешу Солопов А.В. еңбегінде қарастырылған. Көкөніс өнімдерін өндіруді ұлғайтуға көкөніс шаруашылығын мемлекеттік қолдауды жақсарту және оның мөлшерін ұлғайту, мамандандырылған шаруашылықтарда шоғырлану, саланы қарқындалу ықпал ететіндігі баяндалған[5]. Көкөніс шаруашылығының дамуын тежейтін бірқатар факторлардың бар екендігі анықталған[6-8].

Азық-түлік қауіпсіздігі үшін жемістер мен көкөністерді өсіру, егін жинаудан кейінгі жоғалуын азайту Шри-Ланка елінің мысалында қарастырылған зерттеуде көкөніс өнімін ғылыми өңдеу, сорттау, сақтау және тасымалдаудың маңызы жоғары екендігі дәлелденген[9].

Қазақстанда көкөніс шаруашылығын дамытуда көпқабатты жылыжай ресурстарды тиімді пайдалануға, өнімділікті арттыруға және азық-түлік қауіпсіздігін жақсартуға мүмкіндік беретін тәсіл ретінде Қазақстандық әріптестеріміздің ғылыми мақаласында қарастырылған. Бұнда солтүстік және батыс өңірлерінде жергілікті халықты жаңа көкөніспен қамтуда үш тежегіш факторлардың бар екендігін атап айтылған: біріншіден, еліміздің солтүстік және батыс өңірлерінде көкөніспен қамтамасыз ету үшін жылыжайлар кешенін салу табиғи-климаттық жағдайларға байланысты тиімсіз, себебі қатаң климаттық жағдайда жылыту шығындарының және жоғары технологиялық өнеркәсіптік жылыжайлардың қымбат болуы; екіншіден, жылыжайлардың әлемдік технологиялармен әлі де дұрыс қамтылмағандығы, үшіншіден, Қазақстанда жылыжай өндірісі импортқа тәуелді болуынан оның дамуына тікелей әсер ететіндігі қарастырылған[10].

Жалпы, құрғақ егіншіліктегі органикалық көкөністерді маркетингтік зерттеулер мен талдауға қатысты мәселелер әлемдік деңгейде аз зерттелген. Негізінен, органикалық тағамдарды тұтынушыларды зерттеу саласындағы батыстық зерттеулер (Hughner R. S., McDonagh P., Prothero A., Shultz II C.J., Stanton J., Magnier A., Schoormans J. P. L., Gracia A., de Magistris T., Nayga Jr R. M., Aschemann-Witzel J., Zielke S.) құрғақ егіншіліктің нақты жағдайларын тереңдетіп қарастырмай, тек органикалық өнімдерді өндіру мен сатудың жалпы проблемаларына назар аударады. Дегенмен,

органикалық өнімдер нарығында қолданылатын және органикалық көкөністер өндірісін талдауда қолданылуы мүмкін жеке зерттеулер мен тәжірибелер де бар. Біздің пікірімізше, бұл сала әлі де назар аудару және зерттеуді қажет етеді.

Ресейлік ғылыми еңбектерде (Исаева Е.В., Вишневский В.П., Гончарова А.О., Оленев Н.Н., Борисова Т.В., Якупова Г.З., Борисова Е.В., Киселева Е.Н., Моисеева А.Г.) және отандық ғылыми әдебиеттерде (Абдигазинова Г.К., Сисенова Н.Р., Ким Ж.А., Оразалина Е.А., Смагулова С.С., Жапарова А.А., Мусин Р.М., Жетписбаева Г.Р., Курманбекова С.К.) органикалық тағамдарды маркетингтік зерттеулер мен талдау жағы аз қарастырылған. Бұл еңбектерде негізінен органикалық тағамның жалпы мәселелеріне шолу жасалған немесе өнімді өндірудің нақты аспектілеріне талдау жасалған, ал нарықтық зерттеу аспектілері қалыс қалған.

Әлемдік және отандық деңгейде құрғақ егіншіліктегі органикалық көкөністердің маркетингтік стратегияларына қосымша маркетингтік зерттеулер мен талдау жүргізу қажеттілігі туындайды. Бұл қазіргі білімдегі олқылықтарды толтырады және құрғақ егіншілік жағдайында органикалық көкөністерді сәтті өндіру және сату тетіктерін меңгеруді қамтамасыз етеді.

Негізгі бөлім. Жыл сайын көкөніс өніміне Атырау облысында сұраныстың едәуір өсуіне қарамастан республика бойынша көкөніс өнімінің жалпы жинау көлеміндегі өңірдің алатын үлесі шамамен 2%. Нәтижесінде өспелі сұранысты қанағаттандыру үшін облыс көкөністі оңтүстік өңірлерден де, шетелден де импорттайды. Осының салдарынан көлік және басқа шығындар жоғарылайды, ол өз кезегінде әкелінген көкөніс өнімінің өзіндік құнының және бағасының өсуіне әкеледі. Сондықтан Атырау облысында аз шығынмен көкөніс өндіруді көбейту қажеттілігі туындайды.

Көкөніс шаруашылығы жыл бойы Атырау облысы тұрғындарының көкөніс өнімдеріне деген сұранысын қамтамасыз ететін және қанағаттандыратын ауыл шаруашылығының маңызды саласы болып табылады. Талданған үш жыл ішінде көкөніс өсіру саласының даму үрдісі байқалады.

Халықтың көкөністермен қамтамасыз етілуін арттыру мәселесін саланы қарқындету, ғылыми қамтамасыз етуді жақсарту негізінде шешуге болады. Көкөніс дақылдарын өндіру мен сатудың жеткіліксіз өсу қарқынына әсер ететін негізгі фактор – импорт есебінен көкөністермен қамтамасыз етуге бағдарлану және соған үміт арту.

Кесте 1

Атырау облысының ауыл шаруашылығы құрылымдарында көкөніс өнімдерін өндіру мен өткізудің 2020-2022 жылдардағы тиімділігі*

Көрсеткіштер	2020 жыл	2021 жыл	2022 жыл	Абсолюттік өзгеріс 2022ж - 2020ж карағанда, + -	Салыстырмалы өзгеріс 2022 ж 2020 ж. салыстырғанда, %
Өткізілген өнім, центнер	157 530	95 564	99 523,0	-58007,0	63,2
Өткізілген өнім құны, мың теңге	1 716 502	1 313 257	1 076 740	-639762,0	62,7
Өткізілген өнімнің өзіндік құны, мың теңге	1 595 661	1 069 748	979 231	-616430,0	61,4
Жалпы пайда, мың теңге	120 841	243 509	97 509	-23332,0	80,7
Пайдалылық деңгейі (залал), %	7,6	22,8	10,0	2,4	131,6
Өткізілген өнімнің 1 центнер құны, теңге	10 896	13 742	10 819	-77,0	99,3
Өткізілген өнімнің 1 центнер өзіндік құны, теңге	10 129	11 194	9 839	-290,0	97,1

*Дереккөз: ҚР Стратегиялық жоспарлау және реформалар агенттігінің Ұлттық статистика Бюросы ресми сайты мәліметтері негізінде құрастырылған [11].

Атырау облысында көкөніс өнімдерін өсіретін ауыл шаруашылығы құрылымдары бойынша 2020-2022 жылдары көптеген көрсеткіштердің төмендеуі байқалды деп айтуға болады (1-кесте). Сатылған көкөніс өнімдерінің табиғи түрде қысқаруы 63,8% болды, бұл 58007 центнерді құрайды. Яғни, 2022 жылы көкөніс өнімдері 2020 жылмен салыстырғанда 36,8% - ға немесе 58007 центнерге аз сатылды. Тиісінше, сатылған көкөніс өнімдерінің құны ақшалай түрде төмендеп, 62,7% құрады, бұл 639 762 мың теңгеге тең. Демек, 2022 жылы көкөніс дақылдары ақшалай түрде 37,3%- ға немесе 2020 жылмен салыстырғанда 639 762 мың теңгеге аз сатылды. Көкөністерді сатудың табиғи көлемінің қысқаруы себебінен өткізілген көкөніс өнімдерінің өзіндік құнының 61,4%-ға немесе 616 430 мың теңгеге төмендеуі байқалады. Бір жағынан, бұл жақсы көрсеткіш, бірақ әзірге бұл тек табиғи мөлшердің төмендеуімен түсіндіріледі. Осылайша, сатылған көкөніс өнімдерінің өзіндік құнын төмендету мөлшері 38,6% құрады.

Енді жалпы пайданың өзгеруін қарастырсақ, бұл көрсеткіш бойынша 80,7% - ға дейін төмендеу байқалады, бұл 23 332 мың теңгеге тең. Яғни, 2022 жылы жалпы пайда 2020 жылмен салыстырғанда 19,3%-ға қысқарды. Бірақ талданған үш жылдық кезеңде пайдалылық деңгейінің көрсеткіші бойынша 131,6% - ға дейін өсуге оң өзгеріс байқалады немесе абсолютті өлшемде пайдалылық деңгейінің көрсеткіші 2,4%-ға өсті. Абсолютті өлшемдегі пайдалылық деңгейінің 31,6%-ға артуының себебі жалпы пайданың 19,3%-ға қысқаруына қатысты көкөніс өнімдерінің өзіндік құнының 38,6%-ға төмендеуінің озық қарқыны есебінен орын алады. Өнімді ұтымды өндіру мен өткізудің тағы бір нақты көрсеткіші сатылған өнімнің 1 центнерінің құны болып табылады. Бұл көрсеткіш 1 центнерге есептегенде 77 теңгеге төмендеді, бұл салыстырмалы түрде 99,3%-ға дейін төмендеді. Яғни, сатылған көкөніс өнімдерінің құны 1 центнерге 0,7%-ға қысқарды. Бұл жағдай өнімді өндіру мен сатуға кететін шығындардың арзандауына және көкөніс нарығындағы бәсекелестіктің артуына байланысты қолайлы болып саналады. Сондай-ақ, сатылған өнімнің 1 центнер өзіндік құнының көрсеткішін талдау көкөніс өнімдерін өндіру мен сатуға жұмсалатын шығыстардың 97,1%-ға дейін төмендеуін көрсетеді, бұл 290 теңгені құрады. Демек, сатылған өнімнің өзіндік құнының 1 центнерге қысқаруы салыстырмалы түрде 2,9% құрады.

Осылайша, 2022 жылы 2020 жылмен салыстырғанда көкөніс өнімдерін өндіру және өткізу тиімділігінің өсуіне ауыл шаруашылығы құрылымдарында көкөніс дақылдарын өндіру мен сатуға жұмсалатын шығындардың ауыл шаруашылығы құрылымдарының пайдасының төмендеуімен салыстырғанда озыңқы төмендеуі әсер етті. Атырау облысы бойынша көкөніс өнімдерін өндіру және өткізу саласындағы жеке кәсіпкерлер мен шаруа (фермер) қожалықтары тұтастай алғанда тиімді жұмыс атқарған деп қорытынды жасауға болады, бұл көкөніс өнімдерін өндіру және сату серпіні регрессияға ұшырағанымен, пайдалылық деңгейінің өсуімен дәлелденді.

Органикалық өнімдерге сұраныс жыл сайын артып келеді. Қазіргі әлемде көптеген адамдар дұрыс тамақтануға және қоршаған ортаға қамқорлық жасауға ұмтылады. Органикалық азық-түлікке деген сұраныстың артуы ауылшаруашылық тауар өндірушілері үшін жаңа ойын ережелерін талап етеді. Алайда, біздің елімізде коммерциялық органикалық көкөніс шаруашылығы әлі де қалыптасу кезеңінде, ал мұндай шаруашылықтардың статистикалық есебі іс жүзінде жүргізілмейді. "Жасыл" өнімдердің танымалдылығын елемуге болмайды. Халықаралық органикалық ауыл шаруашылығы Федерациясының (IFOAM) мәліметтері бойынша, әлемде органикалық жемістер мен көкөністер үшін артық төлеуге дайын сатып алушылар саны артып келеді. Statistics MRC зерттеу компаниясы 2027 жылға қарай органикалық көкөністердің жаһандық нарығы 62,6 миллиард долларға жетеді деп болжайды. Қазақстан әзірге әлемдік трендтерден артта қалып отыр. Азаматтардың көпшілігі үй учаскелері мен саяжайларда өз тұтынуы үшін органикалық көкөністер өсіреді. Алайда, Ұлттық статистика бюросы мұндай үй шаруашылығында көкөніс өсірудің нақты көлемін анықтамайды. "Экологиялық" дақылдардың сапасын орталықтандырылған бақылау да жолға қойылмаған.

Органикалық көкөніс өсірудің болашағы фермерлердің азық-түлік дүкендерінің, базарлар мен жәрмеңкелердің танымалдылығының артуымен расталады. Тұтынушылар экологиялық қағидаларды ұстанатын шағын жергілікті шаруашылықтарға сенеді. Болашақта фермерлер көкөністерді өсірудің органикалық технологияларына көшуі керек.

Атырау облысында көрсетілген кезеңде органикалық көкөністерге сұранысты маркетингтік зерттеу органикалық ауыл шаруашылығын дамыту, тұтынушылардың пайдалы және экологиялық таза тағамға деген қажеттіліктерін қанағаттандыру, сондай-ақ органикалық көкөністер нарығының өсуі мен дамуын ынталандыру жөніндегі стратегияларды әзірлеу үшін маңызды негіз болып табылады.

Төмендегі 2-кестеде халықтың көкөністерді тұтынуының экономикалық-талдамалық есептеулерін және Атырау облысында соңғы 5 жылда, яғни 2019-2023 жылдары жан басына шаққанда орташа алғанда көкөністерді тұтынудың ғылыми негізделген нормаларына қаншалықты сәйкес келетіндігін талдау жасалды. 2-кестеден көргендей, көкөніс өнімдерінің бекітілген ғылыми негізделген физиологиялық нормалары Атырау облысының жан басына шаққанда орта есеппен 138 кг құрайды.

Кесте 2

2019-2023 жылдары Атырау облысында жан басына шаққандағы көкөністерді тұтынуды талдау*

№	Көрсеткіштер	2019 ж.	2020 ж.	2021 ж.	2022 ж.	2023 ж.
1	Көкөністерді тұтыну, кг	86,6	86,4	80,6	77,6	78,5
2	Көкөністерді тұтынудың ғылыми негізделген физиологиялық нормалары, кг	138	138	138	138	138
3	Халықтың көкөністерді тұтынуының көкөніс өнімдерін тұтынудың ғылыми негізделген физиологиялық нормаларына сәйкестігі, %	62,7	62,6	58,4	56,2	57

Атырау облысының тұрғындарының көкөністерді тұтынуы 2019 жылдан бастап 2023 жылға дейін 5 жыл ішінде 9% - ға төмендейді, бұл жан басына шаққанда 8,1 кг құрайды деп айтуға болады.

Жүргізілген зерттеулер халықтың көкөністерді тұтынуы ғылыми негізделген тұтыну нормаларына сәйкес келмейтінін, яғни 56,2-62,7% құрайтынын және 2023 жылы тұтынудың сәйкестік пайызы 5% - ға төмендегенін көрсетеді.

Зерттеу барысында сұранысқа әсер ететін факторларды ескеру маңызды:

- Халық арасында салауатты өмір салтына, дұрыс тамақтануға, оның ішінде органикалық тағамдарды тұтынуға деген қызығушылықтың артуы байқалды, өйткені олар пайдалы әрі қауіпсіз болып саналады.

- Өсіп келе жатқан экологиялық хабардарлық қоршаған ортаны қорғау мен тұрақты ауыл шаруашылығының маңыздылығы органикалық көкөністерге сұраныстың артуына ықпал етті.

- Органикалық өнімдердің артықшылықтары мен олардың артықшылықтары туралы бұқаралық ақпарат құралдарында кеңінен жариялау сұраныстың артуына әсер етті.

Сондай-ақ, маркетингтік зерттеу барысында сұраныстың аймақтық ерекшеліктерін ескеру қажет, яғни Атырау облысының әртүрлі аудандарында органикалық көкөністерге сұраныс халықтың табыс деңгейіне, органикалық өнімдердің қолжетімділігіне және осындай тағамның пайдасы туралы хабардар болу деңгейіне байланысты өзгеруі мүмкін.

Зерттеу органикалық өнімдердің жетіспеушілігі сияқты кейбір мәселелердің бар екенін көрсетті. Сертификатталған органикалық фермалар мен өндірушілердің шектеулі санына байланысты аймақтағы органикалық көкөністерге сұраныс ұсыныстан асып кетуі мүмкін. Органикалық көкөністердің жоғары құны да проблемаға жатады. Жасыратыны жоқ, органикалық өнімдер әдеттегіден гөрі қымбатырақ, бұл кейбір бюджеттік тұтынушылар үшін кедергі болуы мүмкін.

Жаңа піскен көкөністерді сатып алушылардың үлесін анықтауда сұрау жүргізіліп, оның нәтижесіне маркетингтік тұрғыдан талдау жасалды. 15 пен 80 жас аралығындағы тұрғындардың 24% - ы, яғни 48 адам жаңа піскен көкөністерді айына кемінде 1 рет сатып алады. Сұрауға қатысқан респонденттердің жартысынан көбі, яғни 60% немесе 120 адам жаңа піскен көкөністерді аптасына бір реттен жиі сатып алады. Тұрғындардың 16% немесе зерттеу бойынша 32 адам күн сайын сатып алады (1-сурет). Сауалнамаға қатысқан респонденттердің ішінен көкөністерді тұтынбайтын адамдар болған жоқ.



Сурет 1. Жаңа піскен көкөністер мен жемістерді сатып алушылардың үлесі, %*

*-сұрау нәтижесі бойынша құрастырылған

Атырау тұрғындарының органикалық көкөніс өнімдерінің ерекшеліктері туралы хабардар болуы респонденттердің 86% - ы (172 адам) органикалық көкөністер туралы, экологиялық таза және оның ерекшеліктері туралы біледі, ал сұралғандардың 15% - ы (28 адам) органикалық көкөністердің ерекшеліктері туралы білмейді(2-сурет):



Сурет 2. Атырау тұрғындарының органикалық көкөніс өнімдерінің ерекшеліктері туралы хабардар болуы, оны 20-30% жоғары бағамен сатып алуға дайын болу, %*

*-сұрау нәтижесі бойынша құрастырылған

Сауалнама респонденттердің 80%-ы, яғни 160 адам химиялық тыңайтқыштарсыз өсірілген органикалық көкөністерді жоғары бағамен сатып алуға дайын екенін, ал сауалнамаға қатысқандардың 20% - ы немесе 40 адам органикалық көкөністерді жоғары бағамен сатып алғысы келмейтінін айтты (2-сурет). Маркетингтік зерттеу көрсеткендей, сұхбат жүргізілген респонденттердің барлығы (100%) дәстүрлі (тыңайтқышпен) көкөністерден айыру үшін органикалық (тыңайтқышсыз) көкөніс өнімдеріне сәйкестік сертификатын енгізу қажеттілігін айтты.

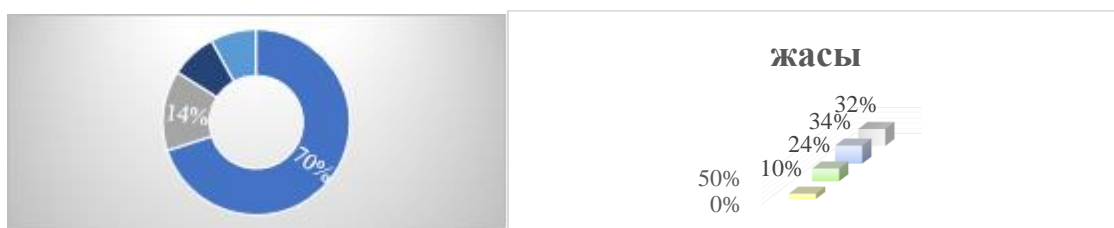
Сәйкестік сертификатынсыз жалған экомаркетингі қолданатын адал емес сатушыларға қатысты заңнамалық шараларды енгізу туралы тұтынушылардың көзқарасы қарастырылды. Сауалнама көрсеткендей, бұл респонденттердің 100%, яғни 200 адам сәйкестік сертификатынсыз жалған экомаркетингі қолданатын адал емес сатушыларға қатысты заңнамалық шараларды енгізуді қолдайды. Мұндай қолдау клиенттерге шынымен органикалық көкөністерді сатып алуға сенімді болу үшін қажет.

Зерттеу көрсеткендей, сауалнамаға қатысқандардың жартысынан көбі, яғни 54%-ы көкөніс бақшасында өсірілген көкөністерге сенеді, 30%-үй жылыжайларында өсірілген көкөністерге сенім білдірді және респонденттердің тек 16% органикалық көкөністерді өсіру шарттары мен орындары

олар үшін маңызды емес екенін көрсетті. Осылайша, тұрғындардың 80% - дан астамы үйде өсірілген органикалық көкөністерге сенеді. Демек, органикалық көкөністердің агроөнеркәсіптік өндірісінде химиялық тыңайтқыштар қолданылмайды деген халықтың сенімін арттыру қажет.

Сауалнама көрсеткендей, сауалнамаға қатысқандардың 86% - ы органикалық өнімнің нақты қасиеттері бойынша түсіндірме жұмысты қажет етеді. Респонденттердің 14% органикалық көкөніс өнімдерінің қасиеттері туралы жеткілікті білімге ие.

Сауалнамаға қатысқандардың 70% - ы органикалық көкөністердің сапасын жоғары деңгейде ұстау қажеттілігі туралы жауап берді, 14% - органикалық көкөністердің түпнұсқалығы туралы халықты үнемі хабардар ету керек деп санайды, 8% - сапа сертификатын көрсету немесе көрнекті орынға іліп қою маңызды деген пікір білдірді және 8%- айрықша таңбалауды енгізу қажет екенін көрсетті(3-сурет).

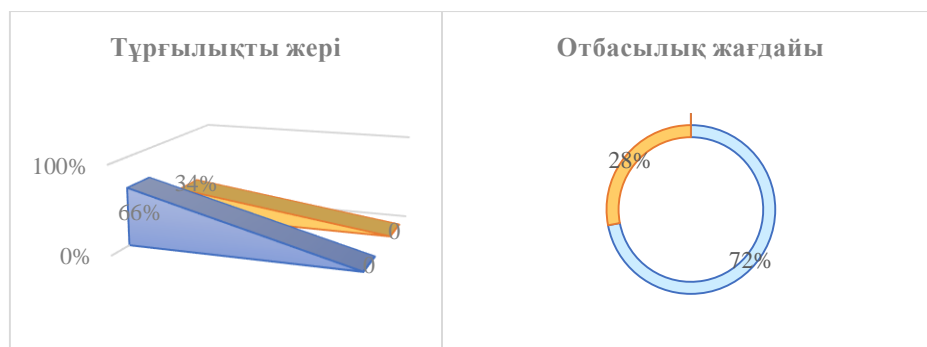


Сурет 3. Көкөніс өнімдерінің өзіндік ерекшелігіне халықтың сенімін арттыруда ұсынған және жасы бойынша респонденттер үлесі, %*

*-сұрау нәтижесі бойынша құрастырылған

Сауалнамаға қатысқандардың 60% - ы, органикалық көкөністерді базарлардан сатып алуға болады деп санайды, 16% - органикалық көкөністерді мамандандырылған дүкендерден сатып алуға болады деп жауап берді, 10% органикалық көкөністерді супермаркеттерде де еркін сатылуы керек деген пікірін білдірді. 14% органикалық көкөніс өнімдерін тек фирмалық дүкендерден сатып алуға болатындығын көрсетті.

Респонденттердің 66% - қала тұрғындары, ал 34% - ы ауылда тұрады. Талдау көрсеткендей, қала тұрғындары органикалық көкөністерді сатып алуға көбірек бейім, ал көптеген ауыл тұрғындары мұндай көкөністерді сатып алуға онша бейім емес, өйткені олардың органикалық көкөністері бар жеке бақшалары бар, сауалнамаға қатысқандардың 72% - ының отбасылық жағдайы бар, ал 28% бойдақ немесе тұрмысқа шықпаған (4-сурет).



Сурет 4. Сұрауға қатысқан қала және ауыл тұрғындарының үлесі, отбасылық жағдайы бойынша үлесі, %*

*-сұрау нәтижесі бойынша құрастырылған

Біздің маркетингтік зерттеуімізге 200 адам қатысты, олардың 66% - әйелдер, ал 34% ер адамдар болды. Маркетингтік зерттеуге 15 пен 80 жас аралығындағы респонденттер қатысты. Олардың 34% - 36-45 жас аралығындағы тұрғындар, 32% - 46-80 жас санатындағы, 26-35 жас аралығындағы- 24% және зерттеуге қатысушылардың 10% - 15-25 жас санатында болды.

Талдаудан көріп отырғанымыздай, респонденттердің көпшілігі экологиялық таза көкөністерді бағалайтын және олардың денсаулығы мен отбасының денсаулығына қамқорлық жасайтын орта жастағы және егде жастағы әйелдер.

Талдау көрсеткендей, бойдақ респонденттермен салыстырғанда отбасылық адамдар үлкен көлемде және жиі органикалық көкөністерді сатып алады.

Қорытынды. Ауыл шаруашылығы құрылымдары бойынша көкөністі өндіру мен өткізуді экономикалық бағалау мен талдау нәтижесінде келесідей қорытынды жасауға болады: ауыл шаруашылығы кәсіпорындарының қызметі және пайдалылық, тиімділік секілді экономикалық көрсеткіштер Атырау облысының жеке кәсіпкерлері мен шаруа (фермер) қожалықтарына қарағанда ауыл шаруашылығы кәсіпорындары қызметінің ұтымды тәсілі мен экономикалық тиімділігін көрсетеді.

Өңірдің азық-түлік қауіпсіздігін қамтамасыз ету мақсатында көкөніс шаруашылығын дамытуда келесідей шаралар жүзеге асырылу керек:

- жоғары рентабельді көкөніс, бақша дақылдарының алқаптарын ұлғайтуды көздейтін өсімдік шаруашылығында әртарапандыруды жүргізу;

- агроөнеркәсіптік кешенді дамытуға бағытталған негізгі капиталға инвестициялар тарту;

- картопты, көкөністер мен жемістерді сақтау бойынша инвестициялық жобаларды іске асыру;

- АӨК-де мемлекеттік қолдау шараларын жетілдіру;

- Атырау өңірі бойынша АӨК өнімін өндіру мен тұтынудың нақты және болжамды теңгерімінің мониторингі;

- ауыл шаруашылығы тауар өндірушілерін кепілдендірілген арзандатылған жанар-жағар маймен қамтамасыз ету;

- инновациялық тәсілдерді (ғылыми-зерттеу және инновациялық қызметті бағдарламалық - нысаналы, гранттық және базалық қаржыландыру) қолдана отырып, агробизнесінің қажеттіліктеріне бағдарлана отырып, АӨК-н ғылыми қамтамасыз ету.

Зерттеу деректерінен біз сұхбатқа қатысқан респонденттердің үлкен пайызы импортқа қарағанда отандық өнімдерді көбірек сатып алғысы келетінін көреміз. Отандық азық-түлік өнімдерінің артықшылығы - олардың экологиялық тазалығы мен дәміне байланысты, сондықтан респонденттер отандық көкөніс өндірушісіне көбірек сенім артып, қолдау көрсететіндерін мойындады. Дегенмен кейбір тұтынушылар органикалық көкөніс туралы біле бермейді, осыған байланысты түсіндіру жұмыстары жүргізіліп, насихаттау қажеттілігі туындайды.

Зерттеу нәтижелері отандық жылыжай шаруашылықтарын дамыту қажеттілігіне әкеледі. Экологиялық таза көкөніс өнімдерін өндіруді қамтамасыз ететін және халықты жыл бойы қамтамасыз ету мәселесін шешетін жаңа технологияларды енгізу қажет.

Респонденттердің көпшілігі органикалық көкөніс өнімдерінің сапа деңгейін үнемі жоғары деңгейде ұстап тұру керек деп санайды, органикалық көкөністердің шынайылығы туралы, химиялық заттарсыз өсірілген көкөніс өнімдері ретінде үнемі хабардар ету қажет деген пікір білдірді, сапа сертификатын танысу үшін үнемі көрнекті жерде ұстау керектігін айтып, органикалық көкөніс өнімдеріне деген сенімділікті нығайтуды және айрықша таңбалауды енгізудің маңыздылығы мен қажеттілігін қолдады.

Бұл жағдай тұтынушылардың әкелінген көкөніс өнімдеріне немесе химиялық заттармен өсірілген өнімдерге толық сенбейтіндігімен және органикалық, экологиялық таза көкөністерге жақсы қарайтындығымен түсіндіріледі.

Тұтастай алғанда, қоғамда салауатты өмір салтына, экологиялық қауіпсіздікке және азық-түлік сапасына назар аударудың артуына байланысты органикалық көкөністерге сұраныстың артуы байқалады.

Осылайша, құрғақ ауылшаруашылық аудандарындағы органикалық көкөністер нарығы заманауи технологиялар мен маркетингтік стратегияларды қолдану, сондай-ақ мемлекет пен индустрияның қолдауы жағдайында өсу мен дамудың айтарлықтай әлеуетіне ие деп қорытынды жасауға болады. Сонымен қатар, біз маркетингтік зерттеу нәтижелері бойынша төмендегідей шараларды ұсынамыз:

- органикалық егіншілікті дамыту, ол үшін жергілікті фермерлерді органикалық ауыл шаруашылығы әдістеріне үйрету және қаржыландыру мен техникалық көмек түрінде қолдау көрсету арқылы құрғақ жерлерде органикалық егіншілікті дамыту бағдарламалары мен бастамаларын жандандыру қажет;

- тұтынушыларға органикалық көкөністердің артықшылықтары мен оларды алу жолдары туралы білім беру мен ақпараттандыруға бағытталған маркетингтік науқандарды бастау қажет, бұл осындай тауарларға сұраныстың артуына ықпал етеді.

- бөлшек саудагерлермен ынтымақтастық, бұл үшін құрғақшылық аудандарда органикалық көкөністердің қолжетімділігін кеңейту үшін бөлшек сауда желілерімен ынтымақтастықты жандандыру маңызды, бұл тұтынушылардың сұранысын қанағаттандыруға және сату көлемін арттыруға мүмкіндік береді;

- нарықты маркетингтік зерттеу, органикалық көкөністерге сұраныс пен ұсыныстың өзгеруін бақылау үшін зерттеулер жүргізуді қамтиды, бұл нарықтағы өзгерістерге тез икемделуге және маркетинг пен өндіріс стратегияларын бейімдеуге мүмкіндік береді.

- әзірленген экологиялық маркетинг стратегиясы тұтынушылардың мақсатты аудиториясына барынша қол жеткізу үшін заманауи цифрлық құралдарды пайдалана отырып, экологиялық маркетингке бейім органикалық көкөністерді тиімді жылжытуға көмектеседі.

Осы тұжырымдар мен ұсыныстарды ескере отырып, құрғақшылық ауылшаруашылық аудандарындағы фермалар органикалық көкөністерді өндіру мен сатуды тиімді дамыта алады, қазіргі тұтынушылардың қажеттіліктері мен қалауларын қанағаттандырады және аймақтық ауыл шаруашылығының тұрақты дамуына ықпал етеді.

Әдебиеттер

1. Cole M.B., Augustin M.A., Robertson M.J., Manners J.M. The science of food security//Nature Journal. – 2018. – №14. – P.1-8. doi:10.1038/s41538-018-0021-9

2. Petkovic K. et al. The food loss bank – A concept that could transform the food supply chain//Food Aust. – 2017. – № 69. – P. 42-44.

3. Компанец М., Подарь Е. Производство экологически чистой продукции как приоритетные направления развития рынка продовольствия//ММНПК «Проблемы и вызовы экономики региона в условиях глобализации». – 2022. – Комрат. – С. 51-60.

4. Herrero M. et al. Farming and the geography of nutrient production for human use: a transdisciplinary analysis// Lancet Planet Health. –2017. –№ 1. – P. 33-42.

5. Solopov V.A. Food Safety in the Sphere of Production and Consumption of Vegetable Products // International Journal of Engineering & Technology. – 2018. – № 7(4). – P. 523 - 527. DOI: 10.14419/ijet.v7i4.38.24615

6. Parajuli R., Thoma G., Matlock M.D. Environmental sustainability of fruit and vegetable production supply chains in the face of climate change: A review // Science of the Total Environment. – 2019. – №.650(2). – P.2863-2879.

7. Zuma M., Arthur G., Coopoosamy R., Naidoo K. Incorporating cropping systems with ecofriendly strategies and solutions to mitigate the effects of climate change on crop production // Journal of Agriculture and Food Research. – 2023. –№14. – P.1-8.

8. Солдатенко А.В., Пивоваров В.Ф., Разин А.Ф., Шатилов М.В., Разин О.А., Россинская О.В., Башкиров О.В. Проблемы производства конкурентоспособной овощной продукции // Овощные культуры России. – 2019. – №1(45). – С. 3-6.

9. Rajapaksha L., Gunathilake DMCC., Pathirana SM., et al. Reducing post harvest losses in fruits and vegetables for ensuring food security – Case of Sri Lanka // MOJ Food Process Technols. – 2021. – №9(1). – pp.7-16. DOI:10.15406/mojfpt.2021.09.00255

10. Сайымова М., Бабажанова Ж., Жамбылова Г. Цифрлық технология аясындағы көпқабатты жылыжай азық-түлік қауіпсіздігін шешудің тәсілі ретінде // Мемлекеттік аудит. – 2023. - №2 (59). – ББ.71-81 DOI: <https://doi.org/10.55871/2072-9847-2023-59-2-71-81>].

11. ҚР Стратегиялық жоспарлау және реформалар агенттігінің Ұлттық статистика Бюросының ресми сайты <https://www.gov.kz> [Электронды ресурсы]. - URL: <https://www.gov.kz/-memleket/entities/stat?lang=kk>

References

1. Cole M.B., Augustin M.A., Robertson M.J., Manners J.M. The science of food security//Nature Journal. – 2018. – №14. – P.1-8. doi:10.1038/s41538-018-0021-9

2. Petkovic K. et al. The food loss bank – A concept that could transform the food supply chain//Food Aust. – 2017. – №69. – P. 42-44.

3. Компанец М., Подар' Е. Proizvodstvo jekologicheskij chistoj produkcii kak prioritetye napravlenie razvitija rynka prodovol'stvija [Production of environmentally friendly products as priority directions

of food market development]//MMNPK «Problemy i vyzovy jekonomiki regiona v uslovijah globalizacii». – 2022. – Komrat. – S.51-60 [in Russian].

4. Herraro M. et al. Farming and the geography of nutrient production for human use: a transdisciplinary analysis// Lancet Planet Health. –2017. –№ 1. – P. 33-42.

5. Solopov V.A. Food Safety in the Sphere of Production and Consumption of Vegetable Products // International Journal of Engineering &Technology. – 2018. – № 7(4). – P. 523-527. DOI:10.14419/ijet.v7i4.38.24615

6. Parajuli R., Thoma G., Matlock M.D. Environmental sustainability of fruit and vegetable production supply chains in the face of climate change: A review // Science of the Total Environment. – 2019. – №.650(2). – P. 2863-2879.

7. Zuma M., Arthur G., Coopoosamy R., Naidoo K. Incorporating cropping systems with ecofriendly strategies and solutions to mitigate the effects of climate change on crop production // Journal of Agriculture and Food Research. – 2023. –№14. – P.1-8.

8. Soldatenko A.V., Pivovarov V.F., Razin A.F., Shatilov M.V., Razin O.A., Rossinskaja O.V., Bashkirov O.V. Problemy proizvodstva konkurentosposobnoj ovoshhnoj produkcii [Problems of production of competitive vegetable products]//Ovoshhnye kul'tury Rossii. – 2019. –№1(45). – S. 3-6. [in Russian].

9. Rajapaksha L., Gunathilake DMCC., Pathirana SM., et al. Reducing post harvest losses in fruits and vegetables for ensuring food security – Case of Sri Lanka // MOJ Food Process Technols. – 2021. – №9(1). – pp.7-16. DOI:10.15406/mojfpt.2021.09.00255

10. Saiymova M., Babajanova J., Jambylova G. Sifrlıy tehnologia aiasyndağy köpqabatty jylyjai azyqtılık qaupsızıdığın şeşudıñ täsılı retinde [Multi-storey greenhouse in the framework of digital technology as a way to solve food security]//Memleketтік audit. - 2023. - №2(59). B. 71-81 DOI: <https://doi.org/10.55871/2072-9847-2023-59-2-71-81>. [in Kazakh].

11. QR Strategialyq josparlau jäne reformalar agenttıgınıñ Ülttyq statistika Bürosynyñ resmi saıty <https://www.gov.kz> [Official website of the Bureau of national statistics of the agency for Strategic Planning and reforms of the Republic of Kazakhstan] [Elektrondy resurs]. - URL: <https://www.gov.kz/memleket/entities/stat?lang=kk> [in Kazakh].

Сабирава Р. К., Дингазиева М. Д., Андабаева Г., Ерниязова Ж.

МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКИ ЧИСТОЙ ОВОЩНОЙ ПРОДУКЦИИ В АТЫРАУСКОЙ ОБЛАСТИ

Аннотация

Продовольственная безопасность является главной целью экономической и аграрной политики государства. Стремление к национальной продовольственной безопасности является постоянной тенденцией. В ее достижении часто меняются приоритеты развития аграрной политики и механизмы ее реализации.

Основная цель этой статьи-проанализировать экологически чистое производство овощей в зоне засушливого земледелия для обеспечения продовольственной безопасности и провести маркетинговое исследование его потребления. В достижении этой цели были выполнены следующие задачи: рассмотрена роль овощеводства для продовольственной безопасности, определена эффективность производства и реализации овощной продукции в сельскохозяйственных структурах Атырауской области, проведено маркетинговое исследование спроса потребителей свежих овощей.

Метод исследования состоит в проведении опроса местного населения, маркетинговом анализе, обзоре отечественных и зарубежных научных трудов по производству и потреблению овощей.

Научная новизна исследования проявляется в рассмотрении вопросов эффективности производства экологически чистой овощной продукции, маркетинговом исследовании потребления органической чистой овощной продукции местными жителями с целью анализа производства овощей и выявления факторов и условий удовлетворения растущего спроса на органическую овощную продукцию.

Информационную базу исследования составили результаты опроса местных жителей, потребляющих экологически чистые овощные продукты, данные исследований по опубликованным научным работам и статистические данные.

Sabirova R. , Dingaziyeva M., Andabayeva G., Yerniyazova Zh.

**MARKETING RESEARCH OF ENVIRONMENTALLY FRIENDLY
VEGETABLE PRODUCTS IN ATYRAU REGION**

Annotation

Food security is the main goal of the State's economic and agrarian policy. The pursuit of national food security is a constant trend. In achieving it, priorities for the development of agrarian policy and mechanisms for its implementation often change.

The main purpose of this article is to analyze the environmentally friendly production of vegetables in the arid farming zone to ensure food security and conduct a marketing study of its consumption. In order to achieve this goal, the following tasks were performed: the role of vegetable growing for food security was considered, the efficiency of production and sale of vegetable products in agricultural structures of Atyrau region was determined, a marketing study of consumer demand for fresh vegetables was conducted.

The research method consists in conducting a survey of the local population, marketing analysis, and a review of domestic and foreign scientific works on the production and consumption of vegetables.

The scientific novelty of the research is manifested in the consideration of the issues of the efficiency of the production of environmentally friendly vegetable products, marketing research of the consumption of organic pure vegetable products by local residents in order to analyze the production of vegetables and identify factors and conditions to meet the growing demand for organic vegetable products.

The information base of the study consisted of the results of a survey of local residents who consume organic vegetable products, research data on published scientific papers and statistical data.

