

ӘОЖ 338.432

Ә.З. Тұралин, Ж.Ә. Тұралина

«Көкше» академиясы, Қазақстан, Көкшетау қ.

E-mail: amirzan@mail.ru

Солтүстік Қазақстандағы тоңазытылған жеміс-көкөніс өнімдері нарығының даму келешегі

Аталмыш мақалада жеміс-жидек өнімін өндіру мен тұтынуды статистикалық талдау негізінде авторлар зерттеліп отырған кезеңде әрі шикі, әрі тоңазытылған өнімге импорттық тәуелділік деңгейінің өсуі туралы түйін жасады. Петропавл және Көкшетау қалаларының тұрғындарына жүргізілген социологиялық сауалнама мен маркетингтік зерттеулер Солтүстік Қазақстан нарығындағы тоңазытылған жеміс-жидек өнімінің шамамен 99% шетелдік фирмалармен өндірілгенін анықтады. Ресейлік өндірушілер ішінен «4 сезона» сауда маркасымен «Айсбит» компаниясы, «Краски лета» сауда маркасымен «Рус Фуд Менеджмент», «Лесное чудо» сауда маркасымен «Озерская лесопромышленная компаниясы», «Зеленая грядка» сауда маркасымен «Русский холод» компаниялары барынша танымал. Еуропалық, ең алдымен польшалық, өндірушілердің сауда маркалары әзірше ресейлік өндірушілердің алдын орауда. Сату бойынша көшбасшы «Хортекс» компаниясы болып табылады. Сондай-ақ солтүстік қазақстандық супермаркеттердің сөрелерінде «Вауег» сауда маркасымен «Oerlemans Foods» компаниясының өнімін жолықтыруға болады. Басқа елдердің өнімдері ішінен солтүстік қазақстандық нарықта франциялық «Bonduelle» компаниясы келтірілген.

Түйін сөздер: тоңазытылған жеміс-көкөніс өнімдері, солтүстік қазақстандық нарық, маркетингтік зерттеу, социологиялық сауалнама, импортқа тәуелділік.

А.З. Туралин, Ж.А. Туралина

Перспективы развития рынка замороженной плодоовощной продукции в Северном Казахстане

В данной статье авторами на основе статистического анализа производства и потребления плодоовощной продукции сделан вывод о росте уровня импортозависимости и свежей и замороженной продукции за исследуемый период. Проведенные маркетинговые исследования и социологический опрос жителей г. Петропавловска и г. Кокшетау выявил, что почти 99% замороженной плодоовощной продукции на рынке Северного Казахстана произведено импортными фирмами. Среди российских производителей наиболее заметными являются компания «Айсбит» с торговой маркой «4 сезона», «Рус Фуд Менеджмент» с торговой маркой «Краски лета», «Озерская лесопромышленная компания» с торговой маркой «Лесное чудо», «Русский холод» с торговой маркой «Зеленая грядка». Торговые марки европейских, прежде всего, польских производителей, по объемам производства пока обгоняют российских производителей. Лидером по продажам является компания «Хортекс». Также на прилавках североказахстанских супермаркетов можно встретить продукцию компании «Oerlemans Foods» с торговой маркой «Вауег». Среди продукции других стран на североказахстанском рынке представлена продукция французской компании «Bonduelle».

Ключевые слова: замороженная плодоовощная продукция, североказахстанский рынок, маркетинговое исследование, социологический опрос, импортозависимость.

A.Z. Turalin, Zh.A. Turalina

Market prospects of frozen horticultural in Northern Kazakhstan

In this article the authors based on statistical analysis of the production and consumption of fruits and vegetables products, they made a conclusion about increase of the level of import dependence of fresh and frozen products during the studied period. Conducted market researches and survey of inhabitants of Petropavlovsk, Kokshetau revealed that almost 99% of frozen fruits and vegetables products at the market of Northern Kazakhstan are produced by foreign companies. Among the russian manufacturers of the most popular company are «Aysbit» trademarked «4 sezona», «Rus Food Management» with the trademark «Krasni leta», «Ozerskaya lesopromyshlennaya kompaniya» with the trademark «Lesnoe chudo», «Ruski kholod» with trade mark «Zelenaya gryadka». European trademarks, primarily

Polish producers in terms production until overtaken Russian manufacturers. Leader is «Khorteks» sales company. Also on the shelves of supermarkets, North Kazakhstan can find products company «Oerlemans Foods» trademarked «Bauer». Among the products of other countries on the North Kazakhstan market the is exposed product of French «Bonduelle» company.

Key words: frozen fruit and vegetable products, on the North Kazakhstan market, marketing research, sociological survey, import dependence.

Адамзаттың тамақ өнімдерімен қамтамасыз етілуі барлық уақытта оның өмір сүруінің басты шарты ғана емес, сондай-ақ ұлттық экономика - мен тұтастай әлемдік қауымдастықтың әлеуметтік және экономикалық тұрақтылығының барынша маңызды факторы болды. Ауыл шаруашылығы – тамақ өнімдерін өндіруші негізгі сала әрі оның дамуына кез-келген елдің азық-түліктік және экономикалық қауіпсіздігі де тәуелді.

Қазақстан экономикасы үшін ауыл шаруашылығының өте зор маңызы бар. Онда республиканың еңбекке қабілетті халқының едәуір бөлігі шұғылдануда. Аталмыш сала халықты азық-түлікпен, ал жеңіл және тамақ өнеркәсіпті – шикізатпен қамтамасыз ете отырып, ұлттық экономиканың жалпы өнімінің 21%-дан астамын береді.

Әлемдік стандарттар бойынша Қазақстан жер ресурстарына өте бай: біздің елде 272,5 млн. га. жер алаңы бар, оның 222,5 млн. га. ауыл шаруашылық алқабы [1].

Қазақстан Республикасы ауыл шаруашылығының жалпы өнімі өсу тенденциясын көрсетуде: 2008 жылдан 2012 жыл аралығындағы кезең ішінде 1404,5 млрд. теңгеден 1999,1 млрд.

теңгеге дейін – 1,5 еседей өсті (1-сурет), ал ұқсату өнімінің көлемі 623,5 млрд. теңгеден 865,6 млрд. теңгеге дейін 1,5 есеге дейін өсті (1-сурет).

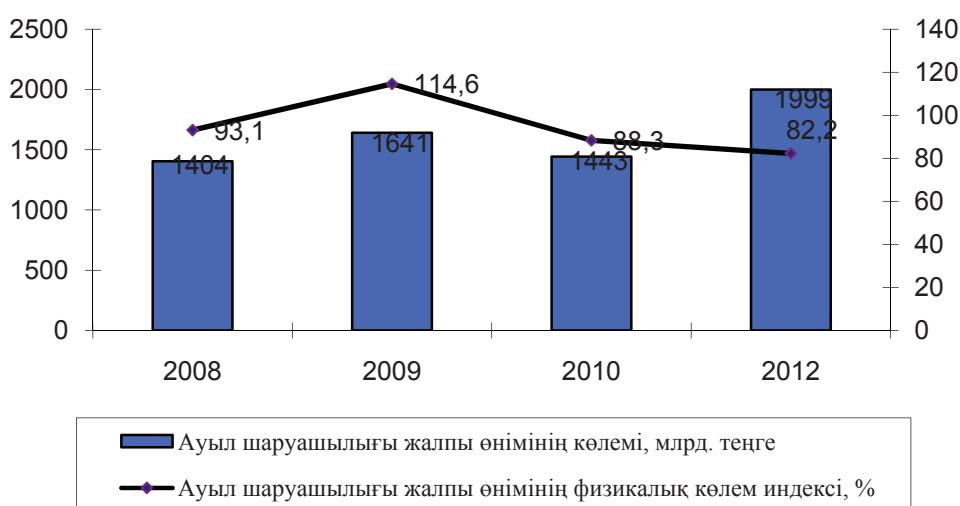
Соңғы бес жыл ішіндегі ауыл шаруашылығы дамуының негізгі көрсеткіштері 1-кестеде келтірілген.

1-кестеден зерттеліп отырған кезеңде ауыл халқы санының динамикасы өспелі трендке ие, ал ауыл халқының үлесі шамамен 46%-ды құрай отырып, жоғары еңбек әлеуеті туралы куәландыратынын көреміз.

5 жыл ішінде ұқсатудың шешуші өнімдерін өндірудің орташа жылдық жалпы көлемі шамамен 728,4 млрд. теңгені құрады (2-кесте).

Алайда тұтастай ауыл шаруашылығында орнықты өсу тенденциясы байқалса да біздің елімізде АӨК ұқсату өнімдерінің көптеген түрлері бойынша импортқа күрделі тәуелділік байқалуда. Мәселен, өсімдік шаруашылығы өнімдерінің импортқа тәуелділік деңгейі өте жоғары (кесте 3).

Аталмыш фактінің негізгі себебі, біздің ойымызша біріншіден, ауыл шаруашылық шикізатын бастапқы ұқсату секторы дамуының



Қайнар көз: Қазақстан Республикасы Статистика агенттігі

1-сурет – Ауыл шаруашылығы жалпы өнімінің өндіріс көлемі

жеткіліксіз деңгейі, екіншіден, олардың көлемі ауыл шаруашылық өнімдерінің қазіргі нарық талаптарын қанағаттандырмайтын осы заманғы көкөніс қоймаларының төмен сапасы болып табылады.

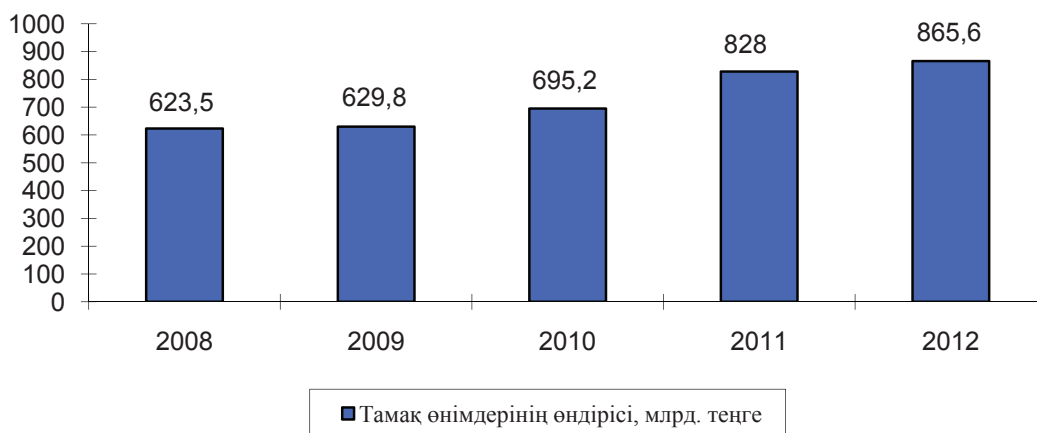
3-кестеде келтірілген статистикалық деректерге сай, астық және оны ұқсату өнімдерінен басқа, өсімдік шаруашылығы өнімдерінің барлық дерлік түрлері бойынша Қазақстанның импортқа тәуелділік деңгейі өте жоғары. Әрі бұл тәуелділік жыл өткен сайын артуда. Мәселен, 2008 жылы көкөністер, бақша дақылдары және оларды ұқсату өнімдерінің импорт/экспорт балансы 0,4 құраса, 2012 жылы бұл көрсеткіш 4,8 құрады, яғни 12 есе өсті. Ал жемістер, жүзім және оларды ұқсату өнімдері бойынша импорт есепті кезең ішінде 204,0 мың тоннадан 740,6 мың тоннаға дейін, яғни 3,6 есеге, өссе, 2012 жылғы экспорт тек 52,9 мың тоннаны құрады, яғни импортталған өнім көлемінен 14 есе аз [2].

Сарапшылардың пікірі бойынша, егер белгілікті өнім түрінің импорты ішкі өндіріс көлемінің 20 пайызын құраса, онда осы өндірістің стагнациясы туралы сөз қозғауға болады. Егер бұл сан 60 пайызға жетсе, онда өндіріс өшеді. Демек, осыдан отандық аграрлық сектор азық-түлік тәуелсіздігінен айрылудың азақ алдында тұр деген түйін жасауға болады.

Осындай жағдай бізде тоңазытылған жеміс-жидек нарығында да орын алған. Соңғы уақытта тоңазытылған көкөністер, жемістер, саңырауқұлақтар және жидектер нарығы ауыл шаруашылық өнімдерінің әлемдік нарығындағы

ірі әрі өсіп келе жатқан сегменттердің бірі болып табылады. Тоңазытылған өнімдер сегменті Ресейдің азық-түлік нарығының құрылымында 16-17% алады, бұл болса дамыған елдермен салыстырғанда онша көп емес, мысалы, АҚШ-та осы көрсеткіш 71% құрайды, ал Қазақстанда болса бұл көрсеткіш одан да аз – шамамен 5-7%. Бүгінгі таңда тоңазытылған жеміс-жидек өнімдерін тұтыну біздің елімізде жан басына шаққанда жылына 0,5 кг, Ресейде 1 кг-ға жуық, дамыған елдерде 4-6 кг құрайды [3].

Тоңазытылған көкөністер, жемістер, саңырауқұлақтар және жидектердің солтүстік қазақстандық нарығында отандық та, шетелдік те өндірушілер бар. Жүргізілген маркетингтік зерттеу нәтижелері нарық шамамен 99%-ға шетелдік шикізаттан немесе қандай да дәрежеде шетелдік жабдықтарда шығарылған өнімдерден тұратынын көрсетті. Ресейлік өндірушілер ішінен «4 сезона» сауда маркасымен «Айсбит» компаниясы барынша танымал. Компания өз маркасын шығарып қана қоймай, бөлшек сауда желілері үшін тоңазытылған көкөністерді де буып-түйеді. Сондай-ақ, «Краски лета» сауда маркасымен «Рус Фуд Менеджмент» холдингтік компаниясы да ірі өндіруші болып табылады. Ол көкөніс қоспаларын, саңырауқұлақтардың әр алуан түрлерін, сондай-ақ құлпынай, таңқурай, қаражидек, қара бұлдірген секілді жидек түрлерін өткізеді. Ол шие және алқоры секілді жемістерді тоңазытуды да шет қалдырмаған. Орман жидектері мен саңырауқұлақтарын дайындау және өндірумен «Лесное чудо» сау-



Қайнар көз: Қазақстан Республикасы Статистика агенттігі

2-сурет – Ауылшаруашылық өнімдерін ұқсату салаларының өндіріс көлемі

да маркасымен «Озерская лесопромышленная компаниясы», «Зеленая грядка» сауда маркасымен «Русский холод» компаниялары шұғылданады. Еуропалық, ең алдымен польшалық, өндірушілердің сауда маркалары әзірше ресейлік өндірушілердің алдын орауда. Сату бойынша көшбасшы «Хортекс» компаниясы болып табылады. Сондай-ақ солтүстік қазақстандық супермаркеттердің сөрелерінде «Бауег» сауда маркасымен «Oerlemans Foods» компаниясының өнімін жолықтыруға болады. Басқа елдердің өнімдері ішінен солтүстік қазақстандық нарықта отандық тұтынушыларға консервіленген көкөністер бойынша танымал франциялық «Bonduelle» компаниясы келтірілген.

Қазіргі уақытта бөлшек саудада өлшеп сатылатын тоңазытылған көкөністер, жемістер, саңырауқұлақтар және жидектер саудасы өсуде. Олар көбіне жеміс-жидектерді қою үшін орын бар ірі бөлшек сауда желілерінде келтірілген. Өлшеп сатылатын жеміс-жидек саудасы олардың жалпы сату көлемінің 5-10%-н құрайды. Өлшеп сатылатын тоңазытылған жеміс-жидектен ең көп үлес салмақты түсті қырыққабатпен көкөніс қоспалары және бұршақты дақылдар, соның

ішінде бұршаққынды үрме бұршақ (стручковая фасоль), алады.

Тоңазытылған жартылай фабрикаттар нарығының дамуы тұтынушылық сұраныстың өсуіне негізделген. Ол өз кезегінде бірнеше себептерге байланысты:

- біріншіден, жартылай фабрикаттарды сатып алуға себептейтін өмір салтының жеделдеуі;
- екіншіден, осы заманғы тоңазыту әдістері жеміс-жидектердегі дәрумендердің көп бөлігін сақтауға мүмкіндік беретінін және осы өнім түрі «маусым емес кезде» супермаркеттің сөрелеріндегі жас жеміс-жидекке қарағанда ағзаны көбірек дәрумендіруге қабілетті екендігін түсінетін тұтынушылардың өсіп отырған сауаттылығы;
- үшіншіден, тоңазытылған жеміс-жидек өнімдерін өндіру технологиясы дамуда әрі жетілдірілуде, осыған орай ұзақ мерзім ішінде дәрумендерді барынша көп сақтау мүмкіндігінің артуы;
- ақырында, төртіншіден, дұрыс тамақтану тенденциясының өсуі және жыл мезгіліне қарамастан тағамға алуан түрлі жас жеміс-жидекті пайдалану мүмкіндігінің орын алуы [4].

1-кесте – Қазақстан Республикасы ауыл шаруашылығы дамуының көрсеткіштері

| Көрсеткіш | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 |
|--|--------|--------|--------|--------|--------|
| Ауыл халқының саны, мың адам | 7319,5 | 7383,6 | 7466,7 | 7546,0 | 7632,3 |
| Жалпы халық санындағы ауыл халқының үлесі, % | 45,8 | 45,6 | 45,4 | 45,3 | 45,1 |
| ЖІӨ-дегі ауыл шаруашылығының үлесі, % | 6,4 | 6,3 | 4,4 | 5,1 | 4,3 |
| Ауыл шаруашылығының жалпы өнімі, млрд. теңге | 1404,5 | 1641,4 | 1442,6 | 2286,0 | 1999,0 |

Қайнар көз: Қазақстан Республикасы Статистика агенттігі

2-кесте – Ұқсату өнімдерінің өндірісі, млрд. теңге

| Көрсеткіш | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 |
|---|-------|-------|-------|-------|-------|
| Азық-түлік өнімдерінің өндіру | 623,5 | 629,8 | 695,2 | 828,0 | 865,6 |
| Етті ұқсату мен консервілеу және ет өнімдерін өндіру | 59,7 | 69,7 | 77,6 | 102,8 | 120,1 |
| Балықты, шаян тұқымдастар мен моллюскілерді ұқсату және консервілеу | 6,9 | 7,3 | 8,1 | 9,6 | 8,4 |
| Жемістер мен көкөністерді ұқсату және консервілеу | 60,8 | 69,6 | 68,3 | 87,6 | 79,8 |
| Өсімдік және жануарлар майын өндіру | 60,4 | 42,9 | 85,6 | 72,3 | 83,1 |
| Сүт өнімдерін өндіру | 101,5 | 103,5 | 117,3 | 132,8 | 137,9 |
| Үн үгу өнеркәсібінің өнімдерін, крахмалдар мен крахмал өнімдерін өндіру | 133,2 | 127,9 | 119,6 | 168,2 | 179,5 |
| Нан-тоқаш және үн өнімдерін өндіру | 110,7 | 115,3 | 120,1 | 133,6 | 140,4 |
| Өзге де тамақ өнімдерін өндіру | 82,5 | 86,2 | 90,9 | 109,0 | 102,3 |
| Жануарларға арналған дайын жемді өндіру | 7,6 | 7,4 | 7,8 | 12,1 | 14,1 |

Қайнар көз: Қазақстан Республикасы Статистика агенттігі

Дұрыс тамақтану жөніндегі көптеген отандық және шетелдік мамандар ұзақ сақтау мен тасымалдауға душар болған жас жеміс-жидекке қарағанда тоңазытылған жемістер мен көкөністер пайдалырақ деп есептейді [5].

«Көкше» академиясы Экономикалық зерттеулердің ғылыми институтының қызметкерлерімен жүргізілген зерттеу нәтижелері бойынша жылдам тоңазытылған көкөністер, жеміс-жидектер мен саңырауқұлақтарды сұрау

жүргізілген көкшетаулықтардың 29% және петропавлдықтардың 43% сатып алады. Сонымен бірге осы топтың 90%-н әйелдер құрайды, ал олардың көпшілігінің жасы – 20-35 аралығында (3-сурет).

Тоңазытылған көкөністер, жемістер, жидектер мен саңырауқұлақтарды тұтынушылар – пайдалы әрі тез дайындалатын тамақ өнімдеріне қажеттілігі бар орташа айлық табысы 100,0 мың теңгеден асатын Петропавл және Көкшетау қалаларының тұрғындары. Негізгі түрткі етуші

3-кесте – 2008-2012 жылдарда Қазақстандағы өсімдік шаруашылығы өнімдерінің импорт/экспорт балансы

мың тонна

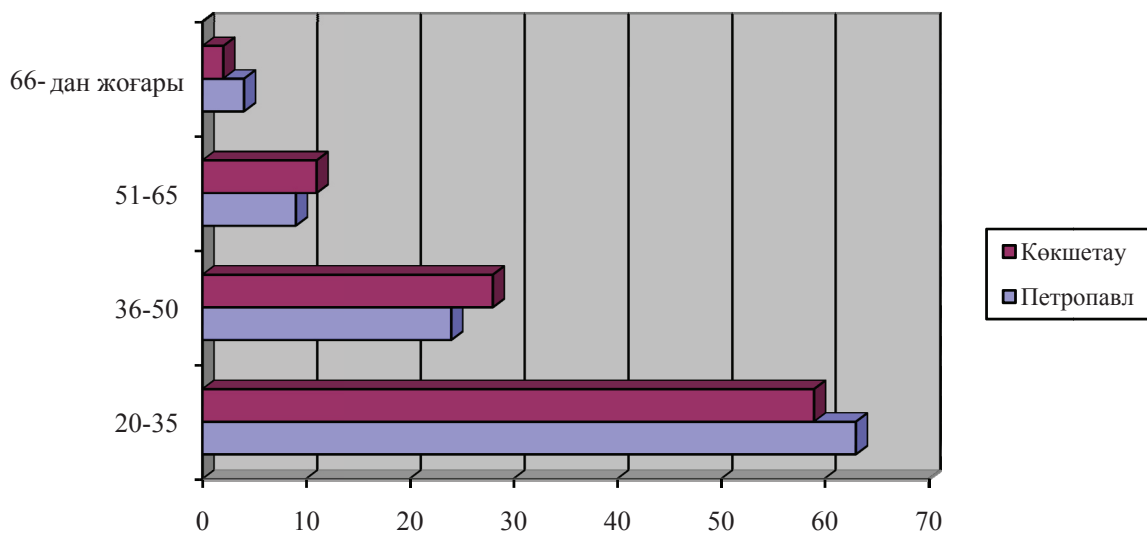
| Астық | | | | | |
|---|---------|---------|---------|---------|---------|
| | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 |
| Өндіріс | 15578,2 | 20830,5 | 12185,2 | 26960,5 | 12864,0 |
| Импорт | 119,9 | 174,8 | 51,1 | 104,1 | 92,4 |
| Өндірістік тұтыну | 6538,4 | 6022,2 | 6787,8 | 5655,1 | 5695,7 |
| Экспорт | 5654,7 | 3581,3 | 5552,8 | 3500,8 | 7584,1 |
| Астықты ұқсату өнімдері | | | | | |
| | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 |
| Өндіріс | 3516,8 | 3840,8 | 4297,1 | 4171,9 | 4396,4 |
| Импорт | 27,1 | 37,0 | 36,1 | 58,4 | 52,9 |
| Өндірістік тұтыну | 355,5 | 361,8 | 367,3 | 376,5 | 375,9 |
| Экспорт | 1805,9 | 2251,0 | 2345,6 | 1924,2 | 2236,9 |
| Картоп және оны ұқсату өнімдері | | | | | |
| | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 |
| Өндіріс | 2354,4 | 2755,6 | 2554,5 | 3076,1 | 3126,4 |
| Импорт | 64,9 | 110,2 | 133,7 | 192,1 | 94,6 |
| Өндірістік тұтыну | 573,9 | 619,7 | 638,0 | 786,4 | 783,2 |
| Экспорт | 0,8 | 0,4 | 1,2 | 1,4 | 5,1 |
| Қант қызылшасы | | | | | |
| | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 |
| Өндіріс | 130,2 | 181,3 | 152,0 | 200,4 | 151,6 |
| Импорт | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | - |
| Өндірістік тұтыну | 3,9 | 5,4 | 4,6 | 6,0 | 4,5 |
| Экспорт | - | 2,8 | - | - | - |
| Көкөністер, бақша дақылдары және оларды ұқсату өнімдері | | | | | |
| | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 |
| Өндіріс | 3149,6 | 3309,6 | 3695,1 | 4125,7 | 4711,4 |
| Импорт | 126,3 | 105,8 | 122,8 | 350,9 | 317,5 |
| Өндірістік тұтыну | 96,5 | 92,2 | 97,2 | 146,6 | 133,9 |
| Экспорт | 282,3 | 265,5 | 253,7 | 27,7 | 65,7 |
| Жемістер, жүзім және оларды ұқсату өнімдері | | | | | |
| | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 |
| Өндіріс | 176,0 | 234,3 | 222,1 | 235,0 | 278,3 |
| Импорт | 204,0 | 338,3 | 651,4 | 731,1 | 740,6 |
| Жеке тұтыну | 320,6 | 511,9 | 724,6 | 798,3 | 912,2 |
| Экспорт | 12,4 | 15,8 | 33,1 | 36,1 | 52,9 |
| Өсімдік майы және майы бар өнімдер | | | | | |
| | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 |
| Өндіріс | 188,9 | 203,5 | 222,9 | 235,0 | 292,6 |
| Импорт | 159,0 | 144,0 | 153,0 | 199,3 | 135,4 |
| Жеке тұтыну | 367,2 | 327,4 | 346,2 | 353,4 | 375,9 |
| Экспорт | 13,3 | 31,7 | 42,4 | 28,5 | 44,0 |

Қайнар көз: Қазақстан Республикасы Статистика агенттігі

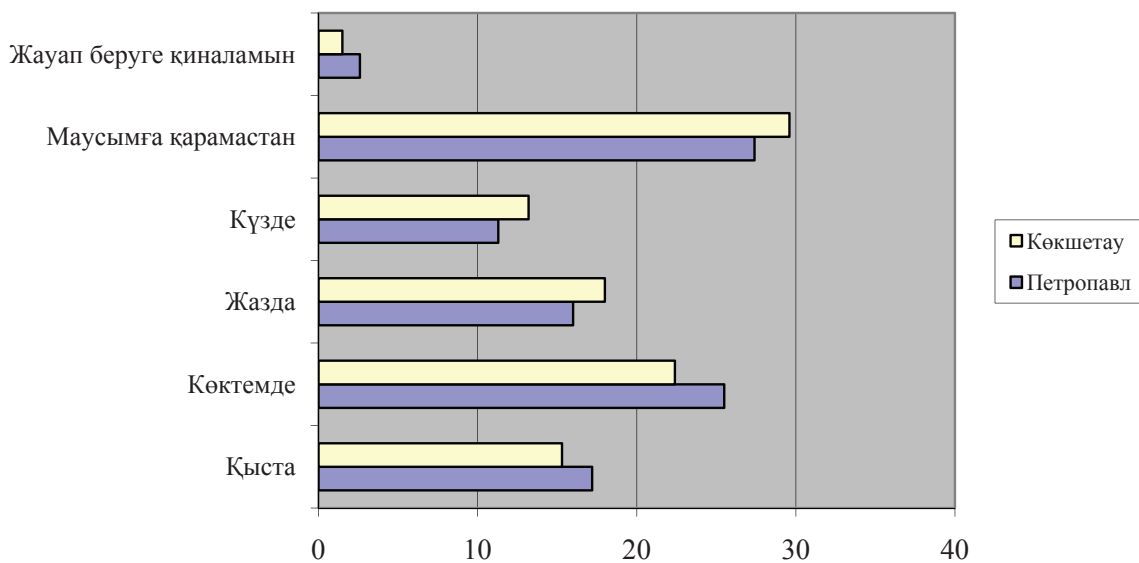
себеп салауатты өмір салтын жүргізуге және көп уақытын тамақ дайындауға жұмсамауға ұмтылу болып табылады. Осы адамдар тобы біртіндеп артып отырғандықтан, тоңазытылған өнімдерді тұтынушылар да барған сайын көп болуда.

Тоңазытылған өнімдерге деген сұраныс маусымдық ауытқуларға күшті душар. Мәселен, сөрелерде жас көкөністердің жетіспеушілігі және қымбаттығы байқалатын қыс және көктемнің алғашқы айларында сауда шарықтау шегіне жетеді. Жазда тұтынушылық сұраныс едәуір төмендейді. Бұл жас жеміс-жидектің жаңа

өнімін жинаумен байланысты. Қазаннан бастап сұраныс қайта өсе бастайды. Тоңазытылған көкөністер, жеміс-жидектер мен саңырау-құлақтардың солтүстік қазақстандық нарығына жүргізілген зерттеу нәтижелеріне сай, Көкшетау және Петропавл қалаларында аталмыш өнім түрін сатып алушылар ішінен төрттен біріне жуығы маусымға қарамастан оларды жыл бойы тұтынады (4-сурет). Одан басқа, жаз айларында сату көлемінің құлдырау тереңдігінің әрдайым азаюы байқалады. Бұл болса тоңазытылған көкөністер мен жемістерді тұтынушылар үлесі



3-сурет – Тоңазытылған көкөністер, жеміс-жидектер мен саңырауқұлақтарды тұтынушы Петропавл және Көкшетау қалалары тұрғындарының жас құрылымы

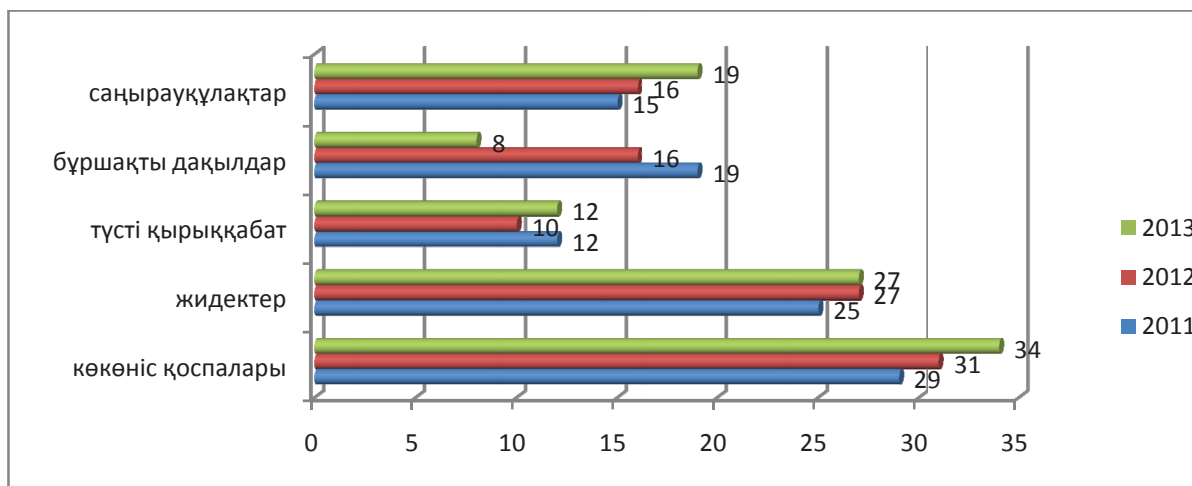


4-сурет – Тоңазытылған жеміс-жидектерді тұтыну маусымдылығы, тұтынушылар санына %-бен

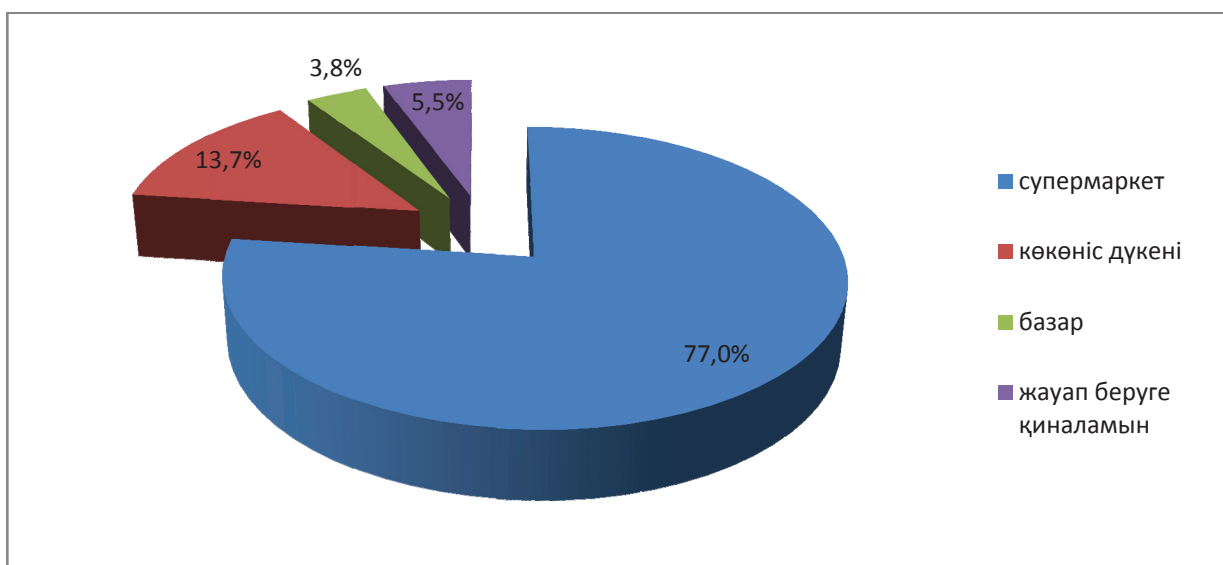
тек шырқау шекті тұтыну маусымында ғана емес, сондай-ақ құлдырау кезеңінде де артуда, ал тоңазытылған жеміс-көкөніс өнімдерін жыл бойы сатып алушылар саны артуда екендігін куәландырады.

Тоңазытылған көкөністер мен жемістер нарығында компаниялармен ұсынылатын өнімдер ассортиментінде көкөніс қоспалары (гавайялық, қытайлық, мексикалық, америкалық, жазғы, көктемгі, сорпаларға арналған және т.б.), түсті және брюссель қырыққабаты, брокколи, жасыл бұршақ, үрмебұршақ, шпинат, сәбіз, жүгері, спаржа, шампиньон, фри картобы, құлпынай, шие, мүкжидек, таңқурай, кара қарақат, қаражидек және алқоры бар. Тоңазытылған жидектерді

тұтыну қазіргі сәтте жеміс-көкөністер санаымен салыстырғанда аз екендігін атап өту қажет. Бұл үй шаруашылықтарының көпшілігі жидектерді үй жағдайында тоңазытып, әрі бұл өнім тоңазыту мен сақтау кезінде көп шығынды талап етпейтіндігімен түсіндіріледі. Тоңазытылған көкөністер, жеміс-жидектер мен саңырауқұлақтар нарығында барынша танымалы көкөніс қоспалары болып табылады: социологиялық сауалнама нәтижелері бойынша солтүстік қазақстандықтардың шамамен 30% осыларға басымдық береді (5-сурет). Түсті қырыққабатты тұтынушылардың 10-12%, бұршақты дақылдарды – 8-19% және саңырауқұлақтарды 14-19% сатып алады.



5-сурет – Түрлері бойынша тоңазытылған өнімдердің танымалдығы, %



6-сурет – Тоңазытылған жеміс-жидектерді сатып алу орны бойынша тұтынушылардың қалаулары, сұрау салғандар саны %-бен

Жүргізілген зерттеулер нәтижелері сатып алушылар үшін таңдаудың басты факторлары дәмі және «тоңазыту» сапасы болып табылатынын көрсетеді. Сатып алушылар үшін не марканың танымалдығы, не өндіріс көлемі маңызды көрсеткіштер болып табылмайды. Сапа астарында қоспадағы қатынастың сақталуы, орамдағы мұздың мөлшері, орамда желінбейтін элементтердің (мысалы, бұтақ, жапырақ, шөптердің) болмауы ұғылады. Сондықтан да таңдау кезінде сатып алушылардың көпшілігі аталмыш өнімдерді сатып алудағы бұрынғы оң тәжірибесін басшылыққа алады.

Қазақстанның солтүстік қалаларында жүргізілген социологиялық сауалнаманың нәтижелері бойынша тоңазытылған жеміс-жидектерді сатып алудың негізгі орны супермаркет (77,0%) болып табылады (6-сурет). Аталмыш факт ірі сауда орындарында азық-түлікті сатып алуды қалайтын нысаналы аудитория кірістерінің салыстырмалы түрде жоғары деңгейімен түсіндіріледі.

Социологиялық сауалнама нәтижелері бойынша Петропавл және Көкшетау қалаларында тұратын респонденттердің 5,5% тоңазытылған жеміс-жидектерді сатып алу орны бойынша қалаулары жоқ. Бұл, біздің ойымызша, өнімдердің шағын ассортиментімен және тоңазытылған жеміс-көкөніс өнімдерін кез-келген дүкенде сатып алу мүмкіндігімен түсіндіріледі.

Жақын келешекке аталмыш нарықтың даму болжамына келер болсақ, отандық компаниялар

өсіңкі дамып отырған тоңазытылған көкөністер, жемістер, жидектер мен саңырауқұлақтар нарығына назар аударып, шетелдік өндірушілермен бәсекеге түсетін болар деп үміттенеміз. Бүгінгі таңда тоңазытылған жеміс-көкөніс өнімдерін бірде-бір ірі қазақстандық, соның ішінде солтүстік қазақстандық, өндіруші жоқ. Ал бұған мүмкіндіктер өте зор: еңбек пен қаржы ресурстары және, ең бастысы, құнарлы жердің орасан зор көлемі.

Жоғарыда баяндалғанды сомдай отырып, келесі түйіндерге келеміз:

- жас әрі тоңазытылған түрдегі барлық жеміс-көкөніс өнімдеріне өте жоғары импортқа тәуелділік байқалады, бұл болса еліміздің азық-түлік қауіпсіздігіне қатер төндіруші фактор болып табылады;

- тоңазытылған көкөністер, жемістер, жидектер мен саңырауқұлақтар нарығы – тоңазытылған өнімдер нарығының бүгінгі таңда барынша белсенді дамып отырған сегменттерінің бірі;

- тоңазытылған жеміс-көкөніс өнімдерінің солтүстік қазақстандық нарығы 99%-ға шетелдік өндірушілермен келтірілген, олардың көпшілігі ресейлік өндірушілер болып табылады;

- тоңазытылған жеміс-көкөніс өнімдерінің ішінен танымалдығы бойынша көкөніс қоспалары алда;

- халық кірісінің артуы – нарықтың өсуін, сондай-ақ тұтынушылардың барынша сапалы өнімдерге көшуін ынталандыратын шешуші фактор.

Әдебиеттер

- 1 <http://kuzr.gov.kz> – Қазақстан Республикасы Өңірлік даму министрлігі Жер ресурстарын басқару комитетінің ресми сайты.
- 2 Қазақстан Республикасындағы ауыл, орман және балық шаруашылығы 2008-2012. Статистикалық жинақ. – Астана, 2013.
- 3 Обзор российского рынка замороженных овощей и ягод. // <http://www.marketcenter.ru/content/doc-0-10328.html>
- 4 Горячий рынок замороженных овощей. // http://idpr.ru/projects/2211/2213_atext_b64992
- 5 Ягоды и фрукты круглый год: стоит ли покупать замороженные продукты // Неделя СК № 6 от 7 февраля 2014 г. – С. 15.

References

- 1 <http://kuzr.gov.kz> – Kazakhstan Respublikasy Onirlik damu ministriligi Zher resurstaryn baskaru komitetinin resmi saity.
- 2 Kazakhstan Respublikasyndagy auyl, orman zhane balyk sharuashylygy 2008-2012. Statistikalik zhinak. – Astana, 2013.
- 3 Obzor rossiyskogo rynka zamorozhennykh ovoshchei i yagod. // <http://www.marketcenter.ru/content/doc-0-10328.html>
- 4 Goryachiy ryok zamorozhennykh ovoshchei. // http://idpr.ru/projects/2211/2213_atext_b64992
- 5 Yagody i frukty kruglyy god: stoit li pokupat zamorozhennyye produkty // Nedelya SK № 6 ot 7 fevralya 2014 g., S. 15.