

«НАРХОЗ» университетінің PhD докторанты

Key words: livestock production, dairy industry, milk and dairy products market, dynamics of development, production, livestock population, dairy productivity, marketing research, survey, respondent.

Агроөнеркәсіп өндірісінің құрамында сүтті мал шаруашылығы ерекше орын алады. Сүт саласы азық-түліктің маңызды түрімен халықтың қажеттілігін қанағаттандыруға бағытталған. Бүгінде сүт және сүт өнімдері нарығы азық-түлік нарығының маңызды секторы болып табылады. Қазақстанда қуаттылығы тәулігіне 5 тоннадан 50 тоннаға дейін сүт өндіретін шамамен 250 шағын зауыттар іске қосылған. Қазіргі уақытта отандық нарықта сүт және сүт өнімдері нарығының тұрақты өсу тенденциясы байқалады. 2005-2015 жж. аралығында сүт өндірісінің жағдайы құбылмалы болды. Қарастырылған жылдар аралығында Қазақстан Республикасының сүт өндірісінің көлемі 2010 ж. 5 381,2 мың т құрап, жоғары нәтижені көрсетті. 2011-2012 жж. сүт өндірісі төмен-деген, оның көлемдері сәйкесінше 5 232,5 мың т және 4 851,6 мың т құрады. Ал 2013 ж. сүт өндірісінің қайта жоғарылағанын айтуға болады. Сүт өндірісі көлемінің сиыр басының санына және сүттің өнімділігіне байланысты екені белгілі.

2015 ж. Алматы облысындағы сиыр басының саны 431,5 мың басқа жетті, оны 2010 ж. салыстырғанда 34,5 мың бас жоғары екендігін көрсетеді. Сонымен қатар, сиыр сүті өнімділігінің де жоғарылағаны байқалады, бір сауын сиырға келетін орташа сүт сауымы

2015 ж. 2807 кг құрады, оны 2010 ж. салыстырғанда 156 кг жоғары екендігін көрсетеді.

Қазақстандағы мал шаруашылығы саласы өнімділігінің төмен болуының негізгі себептері: асыл тұқымды мал басы үлесінің төмендігі, сапалы азықтың тапшылығы, мал ұстау жағдайының нормаларға сай келмеуі болып отыр. Мал шаруашылығы саласында малдардың тұқым қуалау әлеуеті және осыған байланысты өнімділіктің төмендігі, малды күтуде заманауи технологияларды қолданудың мардымсыздығы, өнім сапасын және өнімділігін қамтамасыз ететін басқа да технологияларды қолдану мен азықтандырудың жеткіліксіздігі байқалады [1].

Қазақстан Республикасы Ұлттық эко-номика министрлігінің Статистика комитетінің мәліметтері бойынша сүт өндіруде Шығыс Қазақстан, Оңтүстік Қазақстан және Алматы облыстары көш бастап келеді.

Алматы облысында сүт ауыл шаруашылығы кәсіпорындарында, шаруа немесе фермер қожалықтарында және жұртшылық шаруашылықтарында өндіріледі. 2011-2015 жж. аралығында Алматы облысының шаруа қожалықтарының санаттары бойынша сүт өндірісі 1-кестеде көрсетілген.

Кесте 1 – 2011-2015 жж. аралығында Алматы облысының шаруа қожалықтарының санаттары бойынша сүт өндірісі, мың т

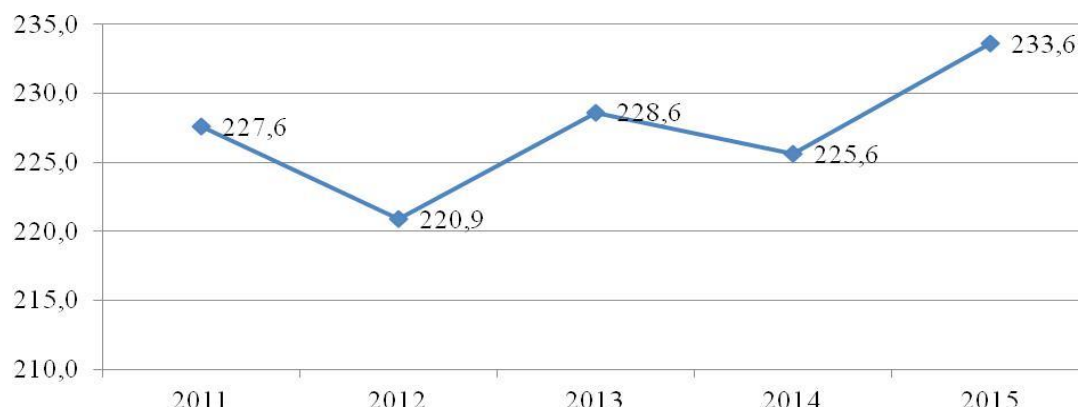
Жылдар	Барлық шаруашылық санаттары		Соның ішінде					
			Ауыл шаруашылығы кәсіпорындары		Шаруа немесе фермер қожалықтары		Жұртшылық шаруашылықтары	
	мың тонна	%	мың тонна	%	мың тонна	%	мың тонна	%
2011	670,2	100	26,3	3,9	56,8	8,5	587,1	87,6
2012	672,2	100	24,9	3,7	59,5	8,9	587,8	87,4
2013	674,6	100	23,9	3,5	62,7	9,3	588,0	87,2
2014	672,1	100	27,3	4,1	64,9	9,6	579,9	86,3
2015	684,2	100	32,0	4,7	71,3	10,4	580,9	84,9
Ескерту – [2] мәлімет негізінде автор құрастырған								

1-кестеден көріп отырғанымыздай, 2015ж. Алматы облысында сүттің басым бөлігі жұртшылық шаруашылықтарында өндіріледі, ол барлық өндірістің 84,9%-н құрайды. Ал қалған бөлігі шаруа немесе фермер қожалықтары мен ауыл шаруашылығы кәсіп-орындарына тиесілі.

Сүт өнімдерінің түрлеріне келесілер кіреді: өңделген сұйық сүт және кілегей, қатты түрдегі сүт, сары май, ірімшік пен сүзбе, сүт өнімдерінің басқа да түрлері. 2015 ж. сүт өнімдері құрамының басым бөлігін өңделген

сұйық сүт, кілегей (63,7%) және сүт өнімдерінің басқа да түрлері (29,3%) құрады, ал қалған сүт өнімдерінің үлесі 7%-дан аспайды [3].

Сүт және сүт өнімдері адамның тамақтануындағы міндетті және маңызды өнім болып табылады, сондықтан оны тұтыну тікелей халықтың денсаулығына әсер етеді. Сүт және сүт өнімдерін тұтыну жылдан-жылға артып келеді. 2011-2015жж. аралығында сүт және сүт өнімдерін тұтыну деңгейінің өзгеруі 1-суретте көрсетілген.



Сурет 1 – 2011-2015 жж. аралығында сүт және сүт өнімдерін тұтыну деңгейі, кг [4]

1 -суреттен көріп отырғанымыздай, сүт және сүт өнімдерін жан басына шаққандағы тұтыну деңгейі 2015 ж. 233,6 кг құрады, 2010 ж. салыстырғанда 6 кг жоғары. Бірақ бұл сүт және сүт өнімдерін тұтынудың физиолог-иялық нормасынан төмен деңгей.

Жоғарыдағыларды талдай келе, Қазақстанның сүт саласы – *агроөнеркәсіп кешінің* реттелетін салаларының бірі. Сүт және сүт өнімдері нарығы табысты дамып, бәсекеге түсу үшін тұтынушылардың таңдауын және көзқарасын білу қажет. Сондықтан, сүт және сүт өнімдері нарығына маркетингтік зерттеулер жүргізуді талап етеді.

Маркетингтік зерттеулер – маркетингтік мәселені анықтау мен шешудегі тиімділікті жоғарылатуға бағытталған ақпаратты сәйкестендіру, жинау, талдау мен таратудағы жүйелі және объективті үрдіс. Маркетингтік зерттеулердің мақсаты маркетингтік шешімді қабылдау және анықталмаған деңгейін төмендету үшін ақпараттық-аналитикалық базаны құру болып табылады [5].

Сүт және сүт өнімдері нарығына маркетингтік зерттеулер жүргізудің мақсаты – сатып алушыларға сүт және сүт өнімдерін таңдауға әсер ететін факторлар мен өндірушілер үшін тәжірибелік ұсыныстар жасау.

Маркетингтік зерттеу сауалнама жүргізу негізінде жүзеге асырылды. Сауалнама жүргізу барысында респонденттер белгілі бір сұрақтарға жауап берді. Оған 200 адам қатысты, оның ішінде 80% әйел адамдар және 20% ер адамдар. Үй шаруасымен айналысатын көбінесе әйел адамдар болғандықтан, зерттеу барысында олардың басым бөлігін қамтуға тырыстық.

Сатып алушылардың сүт және сүт өнімдерін қаншалықты жиі тұтынатындығын

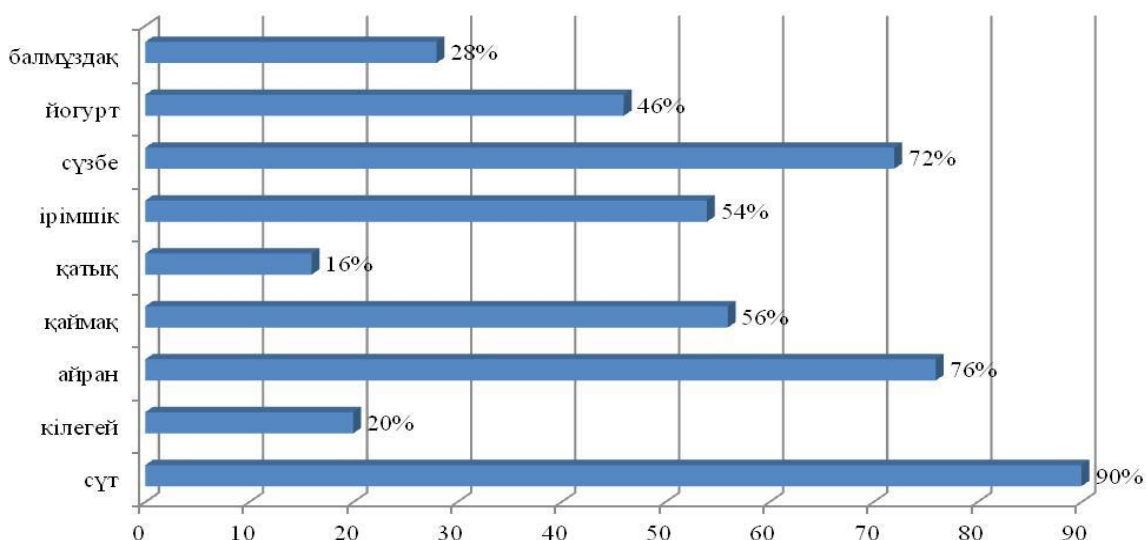
анықтауда «Сіз сүт және сүт өнімдерін қаншалықты жиі тұтынасыз?» деген сұрақ бойынша респонденттердің сүтті 72% күнделікті, 8% аптасына бір рет, 18% аптасына 2-4 рет, 2% айына бір рет, ал сүт өнімдерін 48% күнделікті, 14% аптасына бір рет, 36% аптасына 2-4 рет, 2% айына 2-3 рет тұтынатындары белгілі болды.

Сүттің нысаны бойынша респонденттердің 46% пастерленген сүтті, 24% үй сүтін, 22% стерильденген сүтті, 6% қоюлатылған сүтті және 2% құрғақ сүтті сатып алатындығы анықталды. Маркетингтік зерттеулер нәтижесінде тұтынушылардың сүт және сүт өнімдерінің ассортиментіне сұранысы анықталды (2-сурет).

2-суреттен көріп отырғанымыздай, респонденттер сатып алатын пайыздық арақатынасын салыстыра отырып, ұсынылған сүт және сүт өнімдерінің ішінде ең жоғары сұраныстың сүтке түсетіні айқындалды. Алматы қаласы және Алматы облысының тұрғындарының 90% сүтті сатып алатын болып шықты.

Сатып алушылардың сауда белгісіне көзқарасын білу мақсатында қойылған «Қандай кәсіпорынның сүт және сүт өнімдерін сатып алар едіңіз?» деген сұраққа респонденттердің 34% «Фуд Мастер Компаниясы» АҚ, 26% «Адал» АӨК АҚ, 14% «Данон Беркут» ЖШС, 10% Амиран, 8% «Агропродукт Азия» ЖШС, 4% JLC және *Вимм-Билль-Данн маркаларының сүт және сүт өнімдерін тұтына-тындарын жеткізді.*

Сауалнамада ең басты сұрақтардың бірі, яғни сүт және сүт өнімдерін таңдауда әсер ететін факторларды анықтау үшін қойылған сұрақ бойынша келесідей нәтижелер алынды (3-сурет).



Ескерту – Сауалнама нәтижелері бойынша автормен жасалған

Сурет 2 – «Сіз сүт және сүт өнімдерінің қандай түрін сатып аласыз?» деген сұрақтың нәтижесі



Ескерту – Сауалнама нәтижелері бойынша автормен жасалған

Сурет 3 – «Сүт және сүт өнімдерін таңдауға әсер ететін факторлар?» сұрағының нәтижесі

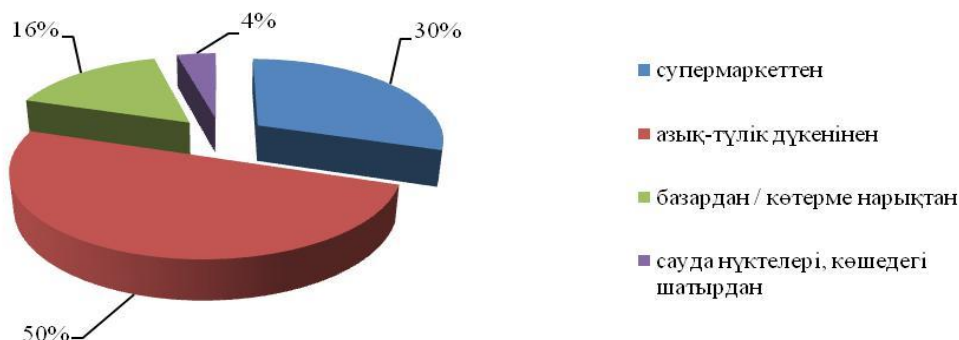
3-суреттен көріп отырғанымыздай, респонденттердің 80% өнімнің сапасына, 62% қоспалардың табиғилығына, 38% дәміне, 28% сақтау мерзіміне, 26% құнына, 24% дайындау мерзіміне, 20% өндірушінің, марканың танымалдылығына, 10% пайдалы қоспалардың болуына мән береді екен. Сауалнамадағы «Сүт және сүт өнімдерін қайдан сатып аласыз?» деген сұрақтың нәтижесі бойынша респонденттердің сүт және сүт өнімдерін сатып алу орындары 4-суретте көрсетілген.

Халықтың тамақ өнімдерін тұтынуына әсер ететін негізгі факторлардың бірі – тұтынушылардың табысы. Сауалнамадағы «Отбасының бір айдағы табысы» деген сұрақ бой-

ынша респонденттердің табыс деңгейі 50 мыңға дейін 2%, 51-100 мың аралығында 32%, 101-150 мың аралығында 22% және 150 мыңнан жоғары 44% болған. Яғни, респонденттердің табыс деңгейінің әртүрлігін байқауға болады.

Сүт және сүт өнімдері нарығына маркетингтік зерттеулер жүргізудің нәтижесінде сүтке деген сұраныс және өндірістің маусымдылығы өзгеріссіз, тұрақты түрде сақталады. Сүт сауымы көктем айларының соңында көбейеді және күз айларында азаяды, ал сүтті тұтыну күз және қыс мезгілінде көтеріледі. Жазғы және қысқы сүт сауымы теңестірілген жағдайда ғана сүт саласының өндірістік әле-

уеті мен инвестициялық тар-тымдылығы ар-
тып, тұрақты дами алады [6].



Ескерту – Сауалнама нәтижелері бойынша автормен жасалған

Сурет 4 – «Сүт және сүт өнімдерін қайдан сатып аласыз?» сұрағының нәтижесі

Сүт және сүт өнімдері нарығына жүргізілген маркетингтік зерттеулер бойынша аталған нарықты дамыту үшін келесідей қорытындылар жасалды:

- сүт және сүт өнімдерін сатып алуға өнімнің сапасы және қоспалардың табиғи-лығының факторлары әсер етеді;
- сауалнамаға қатысқандардың 72% сүтті және 48% сүт өнімдерін күнделікті тұтынады;
- сатып алушылар үшін өнімдер ассортиментінің кеңдігі маңызды;
- сүт өнімдерін сатып алуда сүт, айран, сүзбе мен қаймақ өнімдері жоғары сұранысқа ие;
- тұтынушылар жергілікті өндірушілердің өнімдерін пайдаланады.

Маркетингтік зерттеулер негізінде алынған мәліметтерге сүйене отырып, сүт және сүт өнімдерін өндіруші кәсіпорындарға келесідей ұсыныстар жасалды:

- сүт және сүт өнімдері нарығында ассортиментін кеңейту арқылы бәсекеге қабілетті болу;
- өндірілетін өнім сапасын арттыру;
- сүт және сүт өнімдерін сату көлемін арттыру;
- сату көлемін арттыру үшін көрмелерге қатысу және жәрмеңкелер өткізу, дегуста-циялар жүргізу және жеке меншік бөлшек сауда желісін қалыптастыру.

Сонымен, сүт және сүт өнімдері нарығы күрделі экономикалық жүйе болғандықтан, аталған нарықта бәсекеге қабілеттілігін арттыру мақсатында сүт және сүт өнімдерінің сапасын жоғарылатуға үлкен назар аудару керек.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі

1 Рустембаев Б.Е., Казкенова А.С., Айнаканова Б.А. Қазақстандағы сүт өндірісі және қайта өңдеу // Проблемы агросырынка. – 2016. – N1.- С. 95-101.

2 Сельское, лесное и рыбное хозяйство в Республике Казахстан за 2011-2015 годы: Статистический сборник (на казахском и русском языках). – Астана, 2016. – 195 с.

3 Промышленность Казахстана и его регионов за 2011-2015 годы: Статистический сборник (на казахском и русском языках). – Астана, 2016. – 145 с.

4 Казахстан в 2015 году: Статистический ежегодник (на казахском и русском языках). – Астана, 2016. – 508 с.

5 Дюсембекова Ж.М. Маркетингтік зерттеулер: Оқулық. // Қазақ тіліне аударған Г.Қ. Байжақсынова. – Алматы, 2013. – 438 с.

6 Амирбаев С. Проблемы и пути развития рынка молока и молочных продуктов в Казахстане // Проблемы агросырынка. – 2012.- N2. – С. 98-104

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі

1 Rustembayev B.E., Kazkenova A.S., Ajnakanova B.A. Қазақстандағы сүт өндірісі және қайта өңдеу // Problemy agrosyrynyka. – 2016. – N1.- С. 95-101.

2 Sel'skoe, lesnoe i rybnoe hozjajstvo v Respublike Kazahstan za 2011-2015 gody: Statisticheskij sbornik (na kazahskom i russkom jazykah). – Astana, 2016. – 195 с.

3 Promyshlennost' Kazahstana i ego regionov za 2011-2015 gody: Statisticheskij sbornik (na kazahskom i russkom jazykah). – Astana, 2016. – 145 s.

4 Kazahstan v 2015 godu: Statisticheskij ezhegodnik (na kazahskom i russkom jazykah). – Astana, 2016. – 508 s.

5 Djusembekova Zh.M. Marketingtik zertteuler: Oqulyk. // Қазақ тіліне аударған Г.Қ. Байжақсынова. – Алматы, 2013. – 438 с.

6 Amirbaev S. Problemy i puti razvitiya ryinka moloka i molochnyh produktov v

