

## АГРОАЗЫҚ-ТҮЛІК ӨНІМДЕРІН ӨТКІЗУ ЖҮЙЕСІ: МАРКЕТИНГТІК ТӘСІЛ

## AGRI-FOOD MARKETING SYSTEM: MARKETING APPROACH

СИСТЕМА СБЫТА АГРОПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ:  
МАРКЕТИНГОВЫЙ ПОДХОД**Ж.С. РАИМБЕКОВ\***

э.ғ.д., профессор

**Б.У. СЫЗДЫКБАЕВА**

э.ғ.д., профессор

**Л.К. ДОЛТЕС**

экономика магистрі

Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Астана, Қазақстан

\*автордың электрондық поштасы: zh\_raimbekov@mail.ru

**ZH. RAIMBEKOV\***

Dr.E.Sc., Professor

**B. SYZDYKBAYEVA**

Dr.E.Sc., Professor

**L. DOLTES**

Master of Economics

L.N. Gumilyov Eurasian National University, Astana, Kazakhstan

\*corresponding author e-mail: zh\_raimbekov@mail.ru

**Ж.С. РАИМБЕКОВ\***

д.э.н., профессор

**Б.У. СЫЗДЫКБАЕВА**

д.э.н., профессор

**Л.К. ДОЛТЕС**

магистр экономики

<sup>1</sup>Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева, Астана, Казахстан

\*электронная почта автора: zh\_raimbekov@mail.ru

Аңдатпа. Мақаланың мақсаты аграрлық өнімді өткізу жүйесінің тетігін жетілдіру және жылжыту арналарын қалыптастыру мәселелері бойынша ұсынымдар әзірлеу болып табылады. Әдістері – аналитикалық, жалпылау, салыстырмалы талдау, экономикалық-статистикалық, сараптамалық сауалнама. Нәтижелері – ұлттық тауар өткізу желісін (ТӨЖ) құрудың проблемалары мен перспективалары қаралды. ТӨЖ дамуына әсер ететін факторлар талданған. Мақсаты аграрлық өнімді өткізу жүйесінің тетігін жетілдіру және жылжыту арналарын қалыптастыру мәселелері бойынша ұсынымдар әзірлеу болып табылады. Авторлар азық-түлік нарығының қолданыстағы инфрақұрылымын тиімді пайдалану және жаңғырту негізінде азық-түлік өнімдерінің ұйымдастырылған және реттелетін көтерме саудасын құру; агроөнеркәсіптік кешеннің логистикалық жүйесін жетілдіру; елеулі экономикалық, әлеуметтік және экологиялық пайда алуға мүмкіндік беретін цифрлық технологияларды қолдану; өндірістік тауарлардың тауар өткізгіш тізбектерінің барлық элементтерінің-өндірістен тұтынуға дейінгі тұрақтылығын арттыру қажеттігін айтады. Қортындылар – белсенді үздіксіз тауар жылжыту құрылысқа ғана емес, инфрақұрылымды жаңғыртуға да инвестицияларды ұлғайту есебінен жүзеге асырылатыны көрсетілген; өндірістік-өткізу процесін кешенді мемлекеттік қолдау, әртүрлі және нәтижелі бөлу жүйелерін, делдалдар санын қысқарту және аумақтық нарықтарды дамыту арқылы жеткізудің ең қысқа жолдарын қалыптастыру негізінде оның сегменттерінің өзара іс-қимылының тиімділігін арттыру; жоспарлау және жүйеаралық және өңіраралық байланыстар негізінде ТӨЖ реттеу; тиімді инновациялық шешімдерді ескере отырып құрылған икемді тауар өткізу жүйесін құру негізінде оның қатысушыларының мүдделерін есепке алу. Авторлық тәсіл өндіруші мен

тұтынушы үшін ауыл шаруашылығы өнімдерін маркетингтік құрылымдар арқылы жылжытудың орындылығы болып табылады, осыған байланысты институционалдық және нарықтық басқарудың бірқатар іс-шараларын өткізу ұсынылған.

**Abstract.** *The purpose* of the article is to develop recommendations on improving the mechanism of marketing system and formation of channels for promoting agricultural products. *Methods* – analytical, generalization, comparative analysis, economic and statistical, expert survey. *Results* – the problems and prospects of creating a national commodity distribution network (CDN) are considered. The factors influencing the development of CDN are analyzed. The authors state the need to create an organized and regulated wholesale trade in food products based on the effective use and modernization of the existing infrastructure of food market; improving the logistics system of agro-industrial complex; application of digital technologies, which will provide significant economic, social and environmental benefits; increasing the sustainability of all elements of commodity distribution chains of industrial goods – from production to consumption. *Conclusions* – it is shown that active continuous commodity circulation is carried out by increasing investments not only in construction, but also in modernization of infrastructure; comprehensive state support for production and marketing process, increasing the efficiency of interaction between its segments based on formation of more diverse and efficient distribution systems, the shortest supply routes by reducing the number of intermediaries and developing territorial markets; planning and regulation of CDN based on intersystem and interregional links; taking into account the interests of its participants based on creation of a flexible commodity distribution system, built taking into account effective innovative solutions. The author's approach lies in the expediency for the producer and consumer of moving agricultural products through marketing structures, in connection with this, it is proposed to carry out a number of institutional and market management measures.

Аннотация. *Целью* статьи является разработка рекомендаций по вопросам совершенствования механизма системы сбыта и формирования каналов продвижения аграрной продукции. *Методы* – аналитический, обобщения, сравнительного анализа, экономико-статистический, экспертного опроса. *Результаты* – рассмотрены проблемы и перспективы создания национальной товаропроводящей сети (ТПС). Проанализированы факторы, влияющие на развитие ТПС. Авторы констатируют необходимость создания организованной и регулируемой оптовой торговли продуктами питания на основе эффективного использования и модернизации существующей инфраструктуры продовольственного рынка; совершенствования логистической системы агропромышленного комплекса; применения цифровых технологий, что позволит получить существенные экономические, социальные и экологические выгоды; повышения устойчивости всех элементов товаропроводящих цепочек производственных товаров – от производства до потребления. *Выводы* – показано, что активное непрерывное товародвижение осуществляется за счет увеличения инвестиций не только в строительство, но и модернизацию инфраструктуры; комплексной государственной поддержки производственно-сбытового процесса, роста эффективности взаимодействия его сегментов на основе формирования более разнообразных и результативных систем распределения, кратчайших путей поставок посредством сокращения числа посредников и развития территориальных рынков; планирования и регулирования ТПС на основе межсистемных и межрегиональных связей; учета интересов ее участников на основе создания гибкой товаропроводящей системы, построенной с учетом эффективных инновационных решений. Авторский подход заключается в целесообразности для производителя и потребителя перемещения сельхозпродукции через маркетинговые структуры, в связи с этим предлагается проведение ряда мероприятий институционального и рыночного управления.

**Түйінді сөздер:** агроаық-түлік нарығы, өнімді өткізу, тауар өткізу желісі, азық-түліктің көтерме және бөлшек саудасы, жеткізушілер, тұтынушылар, көлік және логистикалық инфрақұрылым, цифрлық технологиялар, мемлекеттік қолдау.

**Key words:** agri-food market, product sales, commodity distribution network, wholesale and retail trade in food, suppliers, consumers, transport and logistics infrastructure, digital technologies, government support.

**Ключевые слова:** агропродовольственный рынок, сбыт продукции, товаропроводящая сеть, оптовая и розничная торговля продовольствием, поставщики, потребители, транспортная и логистическая инфраструктура, цифровые технологии, государственная поддержка.

**Кіріспе.** Қазіргі жағдайда отандық өндірушілерге азық-түлік өндірісін үлкен көлемде және тиісті сапада дамыту жеткіліксіз, бірақ бұл өнімді ішкі және сыртқы нарықтарда өткізу де маңызды. Әлемдік тәжірибе көрсетіп отырғандай, ауыл шаруашылығы, қайта өңдеу және тамақ өнеркәсібі өнімдерін өткізуді ұйымдастырудың тиімділігін арттыру тауар өткізу желісін (ТӨЖ) дамыту арқылы мүмкін болады [1].

Азық-түлік өнімдері мен оның инфрақұрылымының тиімді ТӨЖ құру өндірушіден тұтынушыға дейін өнімді жеткізу тізбегін оңтайландыруға, тауар шығындарын азайтуға және көп форматты сауда-тарату инфрақұрылымын, отандық тауар өндірушілер үшін қолайлы жағдайлар жасау көзделген ел халқының барлық топтары үшін тауарлардың қолжетімділігін арттыруға мүмкіндік береді [2].

Азық-түлік өнімдерін тарату инфрақұрылымын өткізу және дамыту мәселелері көптеген шетелдік еңбектерде баяндалған [3]. Ауыл шаруашылық өнімдерін сату жүйесін құру [4], логистикадағы тарату құрылымы туралы шешімдерді анықтайтын факторлар және пандемияның азық-түлік нарығына әсері [5] еңбектерде сөз етілген. Азық-түлік өнімдерін және өнімді жеткізу тізбегін жоспарлау, болжау және тарату бойынша әдістемелік және практикалық ұсыныстар қалыпты жағдайда да, пандемия жағдайында да [6] еңбектерде келтірілген.

Әдебиеттерді зерттеу нәтижелері бойынша аграрлық азық-түлік өнімдерінің ТӨЖ жұмысының тиімділігі көптеген факторлардың әсерінен болады деген қорытынды жасауға болады, олардың ішіндегі ең маңыздысы тауар қозғалысын ұйымдастыру деңгейі және оның инфрақұрылымы, олардың жұмыс істеу тетіктері, азық-түлік өнімдерін өткізу жүйесі мен ТӨЖ барлық қатысушыларының өзара іс-қимыл тетіктері болып табылады.

**Зерттеу материалдары мен әдістері.** Бастапқы ақпаратты жинау үшін сауалнама әдісі қолданылды. Сауалнама мен сұхбат жүргізудің негізгі компоненттері келесі субъектілердің өкілдері болды: тауар өндірушілер (фермерлер, ауыл шаруашылығы кәсіпорындарының өкілдері); сақтау және бөлу жөніндегі кәсіпорындар, көлік ұйымдары, қоймалар, көкөніс қоймалары және т.б.

АӨК және сауда өнімдерін қайта өңдеу және буып-түю жөніндегі кәсіпорындар; сауда және базарлар – бөлшек және көтерме сауда кәсіпорындары; тұтынушылар (халық; мемлекеттік мекемелер; қоғамдық ұйымдар және т.б.). Мәселелердің ішіне

қазіргі жағдайды, проблемаларды, перспективалар мен даму жолдарын бағалау кірді. Екінші көздердегі статистикалық деректерге, ең алдымен, ҚР Ұлттық статистика бюросының деректеріне талдау жүргізілді.

Қазақстанның азық-түлік саласының стратегиялық дамуы орта және ұзақ мерзімді мақсатты болжамдардың кең спектрін қамтиды. Болжаудың кең таралған әдістеріне: сараптамалық болжау, технологиялық болжау, нормативтік болжау, сценарий әдісі жатады. Болжау әдістерін қолданған кезде сандық ақпаратқа артықшылық беріледі. Сандық ақпараттың артықшылығы бар, ол дәл математикалық әдістер мен модельдерді қолдануға және жағдайдың даму тенденцияларын белгілі бір дәлдікпен, сенімді аралықтарды, есептеу кезінде мүмкін болатын қателіктерді және т.б. көрсете отырып анықтауға мүмкіндік береді.

**Нәтижелер және оларды талқылау.** Зерттеу барысында ТӨЖ жай-күйі мен проблемалары анықталды.

1. Ауыл шаруашылығы және АӨК инфрақұрылымының материалдық-техникалық базасының (МТБ) төмен жүктелуі және жарақтандырылуы, қамтамасыз етілуі. Қайталама ақпаратты зерделеу көрсеткендей, азық-түлік өнімдерін өндіретін барлық кәсіпорындар шикізаттың жетіспеушілігінен, сұраныстың болмауынан немесе шикізатты жеткізудің біркелкі еместігінен, кәсіпорындардың шикізат көздерінен орналасу қашықтығынан жүктелмеген күйінде қалып отыр [7]. Мысалы, 2020 жылы ет өңдеу кәсіпорындарының орташа жүктемесі – 55%, қайта өңдеу үлесі 14,5% құрады. Ірі сүт өндірушілердің жүктемесі – 67%, астық қабылдау пункттері – 30%, көкөніс қоймалары – 65%.

ҚР Ауыл шаруашылығы министрлігінің деректері бойынша МТБ жабдықталу үлесі біркелкі емес. Ауыл шаруашылық кәсіпорындарының жабдықталу деңгейі жоғары – шамамен 11%. Жабдықталу деңгейі орташа және төмен шаруа қожалықтарының үлесі – 57,4% және 55,0%; жеке қосалқы шаруашылықтардың үлесі – тиісінше 34,5% және 32,1%.

Ауыл шаруашылығы тауарын өндірушілердің сауалнамасы: өнімді өңдеу және сақтау үшін меншікті МТБ жоқ – 30%; МТБ 54%-ға тозған – 70%; нормативі асып кеткен және күрделі жөндеуді талап ететін МТБ пайдаланады – шамамен 10%; тоңазытқыш жабдығы жоқ – 87,5%.

Өнімді сатуға байланысты мәселелер. Бүгінгі таңда өсімдік шаруашылығының өсірілген өнімін сату мәселесі ең өзекті болып табылады. Негізгі мәселе – ауыл шаруа-

шылық тауар өндірушілерінің көпшілігінде олар өсірген өнімнің нарықта қанша үлесін сатуға болатындығы туралы түсінік жоқ. Қазіргі жағдайда бағаны сатып алушы белгілейді, ал ауыл шаруашылық тауар өндірушісі көбінесе жағдайға әсер ете алмайды. Талдау нәтижелері азық-түліктің көптеген түрлері үшін ТӨЖ элементтері ретінде жабдықтау және тарату республикалық деңгейде де, өңірлік деңгейде де ұйымдастырылмайтынын және жоспарланбайтынын көрсетеді.

Нәтижесінде тапшылық немесе артық өндіріс жиі кездеседі, өңірлерге жеткізілім көлемі тым көп. Әрбір өңір кәсіпкерлердің бастамасына дербес сүйенеді. Нәтижесінде көптеген әлеуметтік маңызы бар арзан тауарлар төмен рентабельділікке байланысты тапшы болып қалуы мүмкін; өңірлердегі көптеген азық-түлік өнімдерінің балансында (болуы, қорлары және т.б.) нақты айқындық жоқ, тауарларды өзара жеткізуде өңіраралық байланыс схемалары реттелмеген. Негізгі азық-түлік тауарларына теңгерім республикалық деңгейде бір жылға ғана жасалады [8].

Ауыл шаруашылығы тауарын өндірушілер өсірілген өнімді даладан сатуға тырысады, өйткені олардың үлкен көлемді сақтауға және қызметтерге (жалақы, қызметтер және басқалар) тезірек есеп айырысуға мүмкіндігі жоқ.

Сауда желісінде ұзақ мерзімді кезеңге арналған өнімдердің үлкен партияларын сақтау мүмкіндігі жоқ. Фермерлердің ауыл шаруашылық өнімдерін үлкен көлемде ұстау және сақтау мүмкіндігінің болмауы және сауда желілеріне қызығушылықтың болмауы, екінші жағынан, фермерлерге де, сауда желілеріне де белгісіздік пен тәуекелге әкеледі.

Қазіргі уақытта ауыл шаруашылығы өндірушілері үшін бірқатар қиындықтар бар, атап айтқанда: өңірлердегі өсімдік шаруашылығы нарығының жеткіліксіз құрылымдалуы, ұйымдастырылуы өңірдің ауыл шаруашылығы өндірушілері өсірген өнімді сатуға жауапты болатын кейбір ірі біртұтас құрылымның болмауынан көрінеді. Мұндай құрылымды құру ауыл шаруашылығы өндірушілерін сатуға байланысты проблемадан босатып, өндірісті дамытумен ғана айналысуға мүмкіндік береді. Мұндай құрылым әр аймақта тиісті өкілеттіктері мен мамандары бар ірі көтерме-тарату орталықтары (КТО) бола алады.

2. Атап айтқанда, қоймаларды реконструкциялауға және салуға, ауыл шаруашылығы кәсіпорындары мен фермер қожа-

лықтарында қайта өңдеу өндірістерін дамытуға байланысты өзекті қымбат жобаларға жеңілдікпен кредит беру қажеттілігі.

Сарапшылар бұл құрылымды қалыптастыру өңірлердегі ауыл шаруашылығын дамытудың қазіргі кезеңіндегі маңызды міндет деп санайды.

Қазақстанда қалыптасқан жағдайдан шығу үшін сақтау, тарату және сауда үшін КТО құрыла бастады [қараңыз 1]. КТО жұмысының шетелдік тәжірибесін зерттей отырып, біз келесі қорытындыға келдік. КТО-ның кемшілігі мынадай себептер бойынша ол Қазақстандағы ұлттық тауар өткізу желісін (ТӨЖ) толығымен алмастыра алмайтындығында: өнім өндірушілерінің төмен қамтылуы – КТО нақты бір өнім немесе туыстық өнім тобы үшін құрылған өндірістік-өткізу тізбегіне қызмет көрсетеді.

Шағын ұжымдық шаруашылықтар мен фермерлердің КТО-ға қатысуға және өзара әрекеттесуге мүмкіндігі жоқ деген қауіп бар; КТО шағын ауыл шаруашылығы өндірушілері мен КТО арасындағы келіспеушіліктер мен кедергілерге байланысты тауар өткізуші желілердегі барлық тауар ағындарын үйлестіруді, реттеуді және оңтайландыруды толық қамтамасыз ете алмайды.

Өндіріспен байланысты емес КТО көптеген бұзушылықтарға әкелуі және қауіпсіздік стандарттарына сәйкес келмейтін сапасыз өнімдерге жол беруі мүмкін; республикалық тауар өткізу желісіне қатысушылар арасындағы КТО-дағы материалдық ағындарды басқару итеру (шығару) қағидаты бойынша жүзеге асырылады, ол көптеген факторларды, көптеген қорлардың болуын, сұраныс өзгерген кезде басқарудағы қайта құрудың күрделілігін ескерумен байланысты елеулі кемшіліктерге ие.

3. Жеткізушілер мен тұтынушылардың өзара іс-қимылын жақсарту мәселелерінде сауалнамаға қатысқан сарапшылар өндірістік-өткізу бірлестіктерін құру туралы ұсынысты атап өтті; жабдықтау-өткізу кооперативтері желісін дамыту; шаруашылықтардың шағын нысандарын мемлекеттік қолдау; баға белгілеуді бақылау; жергілікті өндірушілерге өнімді сауда желілері мен дүкендерге жылжытуға көмектесу.

Атап айтқанда, облыстық ауыл шаруашылығы басқармалары өкілдерінің пікірінше, әртүрлі ауыл шаруашылығы өнімдерін өндірушілермен жұмыс істейтін сауда желілерін көтермелеу; өңірлік өндірушілердің өнімдерін қалаға, ірі дүкендерге жылжыту қажеттігі көрсетілген.

Кооперативтер мен ауыл шаруашылығы өнімдерін қайта өңдеуші кәсіпорындар-

дың өкілдері сатып алу қызметінің тиімділігін арттыру және өткізуді оңтайландыру үшін мынадай шараларды ұсынды: баға белгілеуді мемлекеттік реттеу; өңірлік ауыл шаруашылығы өндірушілері өнімдерінің ірі дүкендерге қолжетімділігі; жергілікті өндірушілердің өнім өндірісін ұлғайту үшін жағдайлар жасау; өндірілетін өнімнің сапасын жақсарту жөнінде шаралар қабылдау; өндірушілер мен сатушылар үшін бюджеттерден субсидиялар және т.б. [9].

Барлық респонденттердің жауаптарын қорытындылай келе, қазіргі уақытта ауыл шаруашылығы өнімдерін сату үш негізгі бағыт бойынша көтерме буын арқылы жүзеге асырылатынын анықтадық:

- сатылатын өнімге меншік құқығымен көтерме сауданың мамандандырылған сатып алу-өткізу кәсіпорындары.

Оларға ауыл шаруашылығы тауарын өндірушілерден, сервистік-дайындау орталықтарының ауыл шаруашылығы кооперативтерінен, дайындаушы ұйымдардан және (немесе) қайта өңдеу кәсіпорындарынан өнім сатып алуды жүзеге асыратын көтерме-тарату кәсіпорындары (КТК) жатады; иесі (консигнант) өнімді КТК қоймасына беретін консигнация шартын жасасу. Бұл ретте өнім оны өткізу сәтіне дейін консигнанттың меншігі болып қалады.

ҚР көтерме азық-түлік нарығындағы ауыл шаруашылығы өнімі, шикізаты мен азық-түлік көлемінің едәуір бөлігі бүгінде осы нұсқа бойынша немесе сатып алынатын және өткізілетін өнімге меншік құқығымен көтерме сауданың мамандандырылған сатып алу-өткізу кәсіпорындары арқылы сатылады. Мұндай құрылымдарға көтерме сатып алу-сату базалары, тоңазытқыштар, қоймалар, элеваторлар және басқалар жатады. Осы құрылымдар арқылы қазіргі уақытта ҚР-да ауыл шаруашылығы өнімі, шикізат және азық-түлік көлемінің 30-дан 40%-на дейін сатылады.

Көтерме сауданы ұйымдастыру үшін тауарлардың негізгі жеткізушілері өндіруші ұйымдар, көтерме және көтерме-делдалдық ұйымдар болып табылады – олардан сатып алынған тауарлардың жалпы көлемінің 90%-нан астамы сатып алынады.

Тауарлардың негізгі сатып алушылары – өндіруші ұйымдар, көтерме және көтерме-делдалдық ұйымдар – олар тауарлардың үштен екісін сатады. Тексерілген көтерме сауда ұйымдары басшыларының бағалауы бойынша сатылатын өнімнің негізгі түрлері орта есеппен 2 рет қайта сатылады.

Бұл опцияның негізгі кемшіліктеріне жеткілікті бәсекелестіктің болмауы, көтерме

сауданы монополиялау және сатылатын өнімнің бағасын көтеру мүмкіндігі жатады. Осыған байланысты, бұл опция сақтау, сақтау және тиеу-түсіру жұмыстарына байланысты жоғары шығындармен сипатталады;

- өз қызметінде сатылатын өнімге меншік құқығын пайдаланбайтын көтерме-делдалдық құрылымдар. Оларға әртүрлі делдалдар (сату агенттері, брокерлер және т.б.) кіреді.

Бүгінгі таңда азық-түлік тауарларының едәуір үлкен көлемі көтерме және делдалдық құрылымдар арқылы сатылады, олар сатушы-кәсіпорынның (агенттердің) атынан да, тапсырмасы бойынша да, көтерме және бөлшек сауда кәсіпорындарының (брокерлердің) тапсырмасы бойынша да жұмыс істейді. Қазіргі уақытта мұндай құрылымдар арқылы азық-түлік тауарларының шамамен 20-30% сатылады.

Бұл жағдайда көтерме азық-түлік нарығында экономикалық қатынастарды қалыптастырудағы негізгі кемшіліктердің бірі – бәсекелестіктің жеткіліксіздігіне және сұраныс пен ұсыныс туралы нарықтық ақпараттың болмауына байланысты ауыл шаруашылығы өнімі, шикізат және азық-түлік айналымы саласындағы жоғары шығындар;

- өнімнің көтерме айналымын ұйымдастыруда нарық қатысушыларына қызмет көрсететін көтерме сауда ұйымдастырушылары арқылы өнімді сату. Бұл мамандандырылған және әмбебап нарықтар мен көтерме сауда кәсіпорындары. Бұл құрылымдарға көтерме азық-түлік базарлары, тарату орталықтары, КТО, тауар биржалары, жәрмеңкелер, аукциондар, сауда үйлері және т.б. Осы құрылымдар сататын өнімнің үлесі Қазақстанның көтерме азық-түлік нарығында сатылатын жалпы көлемінің 30-50%-ын құрайды, ал нарықтық экономикасы бар елдерде осы нұсқа бойынша азық-түліктің шамамен 80-95%-ы сатылады.

Пандемиядан туындаған азық-түлік тізбегіндегі жаппай іркілістер өнімді таратудың тұрақты жүйелерін құру қажет екенін көрсетеді. Әсіресе ұзақ және кешенді тауар өткізгіш тізбектерге, ең алдымен тез бұзылатын дақылдарды, сондай-ақ ерекше сұранысқа ие дақылдарды жеткізу тізбектеріне үлкен зиян келтірілді [10].

Қазіргі жағдайда жеткізу тізбегінің ұзындығын азайту арқылы азық-түлік жүйелерінің тұрақтылығын арттыруға көмектесетін жергілікті және аймақтық нарықтарды дамытуға қызығушылық артып келеді.

Азық-түлік тауарлары ағындарының қозғалысын үйлестірудің және оңтайландырудың болмауы, тауар қозғалысының

барлық кезеңдеріндегі логистикалық шығындарды есепке алудың жеткіліксіздігі, көлік шығындарын азайту мақсатында бір тасымалдау процесінде бірнеше жеткізушілердің жеткізілімдерін шоғырландырудың болмауы, ағындарды басқарудың ақпараттық жүйесі делдалдардың үлкен санына әкеледі.

Өндіруші мен сауда желісі арасындағы азық-түлік тауарларына сауда үстемесі шамамен 50% құрайды. Сондай-ақ азық-түлік

тауарлары бағасының құбылмалылығы сақталады. Мысалы, жеміс-көкөніс өнімдерінің баға индексі жыл ішінде 300%-ға дейін өзгеруі мүмкін;

• сауда мәселелері. Логистикалық тізбектегі әлсіз буын – сауда. Жалпы сауда құрылымында 2020 жылы көтерме сауда 67,8%, бөлшек сауда 32,2% құрады. Көтерме сауда көлемінің шамамен 72,8%-ы шағын көтерме кәсіпорындарға тиесілі (2019 жылы – 79,2%) (кесте).

Кесте - ҚР кәсіпорнының мөлшері бойынша сауда үлесі, %-бен (2017-2022 жж.)

Кәсіпорын көлемі	Бөлшек сауда						Көтерме сауда					
	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Шағын	69,8	69,1	68,1	64,6	63,2	61,9	79,3	78	79,2	72,8	73,1	73,5
Орта	11,4	9,1	9,6	11,5	10,8	11,0	17,6	18,3	16,9	23,2	22,8	22,6
Ірі	18,8	21,8	22,3	23,9	26,0	27,1	3,1	3,7	3,9	4,0	4,1	3,9

Ескерту: автормен [11] әдебиет негізінде құрастырылған

Сауда құрылымында шағын кәсіпорындар жетекші орынға ие. Алайда, соңғы 5 жылдағы (2016-2020жж.) талдау бөлшек саудадағы шағын кәсіпорындардың үлесі 70,2%-дан 64,6%-ға дейін, көтерме саудада – 80,2%-дан 72,8%-ға дейін төмендегенін, ал керісінше, көтерме саудадағы орта және ірі кәсіпорындардың үлесі тиісінше 16,8%-дан 23,2%-ға дейін және көтерме саудада 3,0-ден 4,0%-ға дейін артқанын көрсетті.

Сауда құрылымындағы шағын бизнес үлесінің төмендеу тенденциясы оларды орта және ірі сауда кәсіпорындары немесе сауда желілері ығыстырғанын көрсетеді. Яғни, Қазақстанда дәстүрлі сауда біртіндеп ығыстырылып, оның орнына әлемнің дамыған елдеріндегідей сауда желілері келеді.

Өңірлердің шектеулі санында өндірістің басым шоғырлануы ауыл шаруашылығы үшін ғана емес, жалпы агроөнеркәсіптік сала мен сауда үшін де қаралады.

Алматы қаласында 38,2% көтерме және 29,2% бөлшек сауда шоғырланған, Астана қаласында тиісінше – 15,7% және 11,6%. Көтерме саудадағы үлестің 10%-ға жуығы Қарағанды және Атырау облыстарында, бөлшек сауданың 9,2%-ы Шығыс Қазақстан облысында. Миллион тұрғыны бар үш қаладағы көтерме сауда көлемі Қазақстанның басқа өңірлерімен салыстырғанда 3,2 есе жоғары.

Ұлттық статистика бюросының деректері бойынша, 2021 жылы Қазақстанда 761 көтерме-бөлшек сауда базары жұмыс істеді, онда 184,5 мың сауда орны орналастырылды. Әмбебап нарықтар басым (66%), азық-түлік нарықтарының үлесі 3,7%-дан,

ауыл шаруашылығы кооперативтерінің үлесі 1,1%-дан аспайды [қараңыз 11]. Елдегі көтерме нарықтардың 60%-нан астамы жаңартылмаған нарықтар. Негізгі проблема нарықтарды жаңғыртуға талап етілетін кредиттік қаражаттың тапшылығы мен қымбаттығы болып табылады.

Біз жүргізген сауалнама шағын кәсіпорындардың 65,5%-ы өз өнімдерін жергілікті маңызы бар және облыстық деңгейдегі нарыққа жеткізуді жүзеге асыратынын көрсетті. Республикалық деңгейдегі нарыққа негізінен логистиканы ұйымдастыру үшін жеткілікті өндірістік және қаржылық ресурстары бар ірі кәсіпорындардың өнімдері жеткізіледі (шамамен 7%). Сақтау және қайта өңдеу инфрақұрылымының болмауына байланысты респонденттердің 37,5%-дан астамы негізгі өнім жинаудан немесе союдан кейін бірден сатылатынын атап өтті. Респонденттердің 69,2%-дан астамында өнімді сақтайтын жеке қоймалар бар, ал кәсіпорындардың 15,4%-ы қоймаларды шарт негізінде жалға алады.

Көтерме сауда азық-түлік нарығы инфрақұрылымының маңызды элементі бола отырып, тиімсіз дамуда. Көтерме сауда кәсіпорындарының саны жыл сайын артып келе жатқанына қарамастан, олармен қамтамасыз ету деңгейі әлі де өте төмен, өйткені сандық өсу негізінен шағын көтерме және делдалдық құрылымдардың өсуіне байланысты. Бүгінде Қазақстанда көтерме сауда кәсіпорындарымен қамтамасыз ету АҚШ, Жапония және Еуроодақ елдеріне қарағанда бірнеше есе төмен;

• тауар өндірушілер мен бөлшек сауда арасында делдалдардың болуымен проблемалар. Тауар өндірушілер мен азық-түлік тауарларының бөлшек саудасы арасында делдалдардың көп саны байқалады, бұл соңғы тауардың бағасын арттырады.

Қазақстандық ауыл шаруашылығы өндірушілерінің ұсақ тауарлы өндіріс болып табылуының нәтижесінде ауыл шаруашылығы өнімдерін жеткізудің тиімді процесін жолға қою өнімнің жеткілікті саны мен қажетті сапасын өндіру мүмкіндігінің болмауына байланысты мүмкін емес.

Ауыл шаруашылығының шағын кәсіпорындары мен жеке қосалқы шаруашылықтарының бытыраңқылығы олардың жинау, өңдеу, тасымалдау, сақтау мәселелерінде кооперациясының болмауына байланысты өнімді өткізу нарығына жеткізу мүмкіндігі жоқ. Сондықтан ол негізінен делдалдарға сатылады, сақтау инфрақұрылымының болмауына байланысты өнімнің бір бөлігі нашарлайды.

Қазіргі уақытта Қазақстанның агроазық-түлік нарығындағы делдалдық құрылымдардың және оның жекелеген азық-түлік сегменттерінің маңызы айтарлықтай өзгеріп отырады, бірақ ұлғаю үрдісіне ие. Жаңа сауда нысандары құрылуда: сауда кешендері мен үйлер, бөлшек сауда бірлестіктері, сауда дүкендерінің желісі, ірі агрохолдингер мен корпорацияларды құра отырып, сауда саласы қайта өңдеумен бірігеді.

Қазіргі уақытта агроазық-түлік өнімдерін сатудың дәстүрлі нарықтық арналары азық-түлік тізбегінің әртүрлі деңгейлері арасындағы тауар қозғалысында салыстырмалы түрде үлкен үлес салмағын алуды жалғастыруда;

• көлік және логистикалық инфрақұрылым. АӨК өнімдері мен тамақ өнеркәсібін тиімді өткізуді тежейтін факторлардың бірі – логистиканың нашар дамуы және логистикалық қызмет көрсетудің төмен сапасы, жолдардың, әсіресе ауылдық жерлерде сапасының төмендігі.

Сауалнама көрсеткендей, көлік кәсіпорындарының 70%-нан астамы жол сапасының нашарлығына байланысты жылдам жеткізуді (әсіресе тез бұзылатын өнім) қамтамасыз ете алмайды; бақылау мен сараптамаға байланысты кедергілер: рұқсат құжаттарын алу, логистикалық қызметтердің жоғары құны және т.б.

Ауылдық жерлерде сапалы жолдардың жоқтығын респонденттердің 75,0%-ы атап өтті, бұл азық-түлікті тасымалдауды қиындатады және баяулатады, қалдықтардың

пайда болуына және олардың бүлінуіне әкеледі.

Фермерлердің 64%-ы сапалы қоймалар мен азық-түлік сақтау жабдықтарының, әсіресе тез бұзылатын заттардың жоқтығын көрсетті; фермерлердің 78%-ы азық-түлік пен тамақ қалдықтарының қауіпсіздігі мәселелеріне назар аударды;

• өнімді өткізу жүйесін цифрландыру. Цифрландыру – бұл инновациялық технологияларды дамыту және енгізу ғана емес, сонымен қатар бизнес-процестерді түбегейлі өзгерту, жеткізілім тізбегінің контрагенттерімен өзара іс-қимылдың жаңа деңгейіне көшу, бизнестің жұмыс істеуінің түбегейлі жаңа жүйесін құру [12].

Азық-түлік пен саудадағы өндірістік-өткізу тізбектерінде бизнес-процестерді және цифрлық технологияларды (маркетплейстер, смарт-келісімшарттар, блокчейн технологиясы, цифрлық платформалар және т.б.) цифрландыруды қолданудың негізгі артықшылықтары шығындарды азайту, тауар қозғалысын бақылаудың ашықтығын арттыру, сауда мен өнеркәсіптің тиімділігін арттыру болып табылады.

Тұтыну тауарларының онлайн саудасымен салыстырғанда, ауыл шаруашылығында электрондық сауда платформаларын пайдалану әлі бастапқы сатысында. Қазір фермерлерді үй шаруашылықтарымен немесе мейрамханалармен байланыстыратын немесе көптеген шағын фермерлердің өнімдерін біріктіру және оны тиімдірек қайта сату үшін жаңа көтерме және делдалдық механизмдерді пайдалануға мүмкіндік беретін әртүрлі электрондық сауда платформалары бар [13].

Ауыл шаруашылығы мен электрондық саудада цифрландыруды одан әрі дамытуға интернет байланысының қолжетімсіздігі не әлсіз дамуы, сондай-ақ жергілікті жерлерде білімді тарату жүйелерінің және цифрлық құралдарды меңгерген мамандардың болмауы кедергі келтіреді [14].

Проблемаларды шешу үшін сауда және инфрақұрылымдық объектілермен, маркетингтік кәсіпорындармен ауыл шаруашылығы өнімдерін өндірушілердің өздерінің электрондық интеграцияланған алаңдарын құруды ынталандыру қажет. Цифрлық құралдарды меңгеруді оқыту және цифрлық сауаттылықты арттыру бойынша білімді тарату және мамандар даярлау жүйесін құру [15];

• азық-түлік ортасы және тұтынушылардың қажеттіліктері. Респонденттердің барлығы дерлік тұтынушыларға зиян келтірмейтін сапалы азық-түлік өнімдерін өн-

діру және сату қажеттілігін қолдады. Респонденттердің 67%-дан астамы пайдалы тамақ санатына жататын азық-түлік өндірісін ынталандыру үшін сапалы ауыл шаруашылығы өнімдерін өндірумен айналысатын кәсіпорындардың шығындарын субсидиялау қажет екенін атап өтті.

Бірқатар респонденттер (48%) салауатты тамақтану өндірісін қолдау үшін бағаны көтеру және химиялық қоспалар мен стимуляторлары бар өнімдерді өндірушілер мен жеткізушілерге қосымша салықтар енгізу түріндегі шектеу шараларын іске асыру қажет деп айтылды. Осылайша, респонденттердің 56,1%-ы зиянды тағамға қосымша салық енгізуді қолдады [16].

Бүгінгі таңда Қазақстанда төлемге қабілетті сұраныстың азайып бара жатқанын айтуға болады. Сондықтан бөлшек сауда сұраныс құрылымындағы өзгерістерге бәсекелесіп, бейімделе отырып, нарықтық әдістермен кедей сатып алушының назарын аудару және қалауын қанағаттандыру үшін күресуі керек. Өнім құны мәселесі бірінші орынға шығады. Тиісінше, тұтынушы ең төменгі құны бар ұсыныстарға ауысады. Бүгінгі таңда мұндай мүмкіндікті ірі сауда кәсіпорындары ұсына алады, олар өздерінің құрылымында жеке қоймалары, көлік құралдары бар, тауарларды бөлудің өзіндік желісін құра алады, осылайша түпкілікті сату бағасын едәуір төмендетеді.

Өңірлік бөліністе өнімді өткізу жүйесін, Республикалық тауар өткізу желісі инфрақұрылымының сандық және сапалық параметрлерін талдау АӨК, сауда, көлік және логистика өнімдері мен инфрақұрылымын өткізудің негізгі проблемаларын анықтады:

– көптеген делдалдардың қатысуымен ұзақ тарату арналары, сақтау, тасымалдау, тарату және сауда үшін сапалы инфрақұрылымның болмауы түпкілікті өнімнің бәсекеге қабілеттілігінің төмендеуіне және қоршаған ортаға үлкен шығындар мен әсерге әкеледі;

– негізгі проблемалар – инфрақұрылымның тозуы мен тапшылығы, орналасатын біркелкі еместігі және дамудың стихиялылығы, үйлестірудің болмауы және тауар қозғалысына қатысушылардың интеграциялануының төмен деңгейі;

– нарықтың әлсіз құрылымдалуы: азық-түлік мәмілелерін шоғырландыратын және қызмет көрсететін көтерме компаниялардың жетіспеушілігі; мамандандырылған ұлттық логистикалық операторлардың жетіспеушілігі; нарыққа қатысушылар арасында болжамды қатынастардың болмауы;

– қалыптаспаған мемлекеттік саясат: баға белгілеу жүйесінің болмауы, бағаны реттеудің бейресми әрекеттерін пайдалану; ішкі азық-түлік көмегін қоса алғанда, азық-түлікке мемлекеттік тапсырыс тұжырымдалмаған; азық-түлік үшін өнеркәсіптік тауарлармен бірдей сатып алу тетіктерін пайдалану.

Осы және басқа да аталған проблемалар «сұр делдалдары» бар ұзақ және мөлдір емес тауар өткізгіш желілерге әкеледі, олар тауарды жоғары сапалы және қолжетімді бағамен түпкілікті тұтынушыға жеткізуге мүмкіндік бермейді.

Тауар таратуды ұйымдастыру саласында жинақталған проблемаларды шешу үшін мынадай бірінші кезектегі іс-шараларды жүзеге асыру қажет:

■ азық-түлік нарығының қолданыстағы инфрақұрылымын тиімді пайдалану және жаңғырту негізінде азық-түлік өнімдерінің көтерме саудасының ұйымдастырылған және реттелетін арналарын қалыптастыру;

■ АӨК өнімдерін өткізу мен сауданың логистикалық жүйесін құру қажетті құқықтық, ұйымдастырушылық, экономикалық, инфрақұрылымды және экономикалық қызмет нарығына қатысушыларға ауыл шаруашылығы өнімдері мен азық-түлікті тарату процесінде қажетті қызметтерді алуға мүмкіндік беретін өзге де жағдайларды жасауды және тұрақты дамытуды талап етеді.

Мемлекет үшін негізгі пайда ауыл шаруашылығы өнімдерінің бағасын тұрақтандыру; ауыл шаруашылығы өнімдерінің ағындарын есепке алу мен болжаудың бірыңғай ақпараттық жүйесін құру; ауыл шаруашылығы өнімдерін өңіраралық тиімді қайта бөлу; отандық импорттық ауыл шаруашылығы өнімдерін алмастыру; ауыл шаруашылығы өндірушілерін мемлекеттік қолдау шараларының тиімділігін арттыру; азық-түлік өнімдерін сақтау мен өңдеудің ұлттық технологияларын құру, салық аударымдарының өсуі; ауылдық жерлердің тұрақты дамуы болып табылады;

■ агроазық-түлік нарықтарында цифрлық технологияларды қолдану айтарлықтай экономикалық, әлеуметтік және экологиялық пайда әкелуі мүмкін.

ТӨЖ цифрландыру (өндіріс, логистика, сауда және жеткізу тізбегін басқару) АӨК шаруашылық жүргізу және сауда субъектілерінің жұмыс істеу тиімділігін арттырудың және бәсекеге қабілеттілігін қамтамасыз етудің перспективалық бағыты ретінде әрекет етеді. Нарықтағы артықшылықты арттыру үшін компаниялар компанияның бүкіл бизнес-процесін белсенді цифрландыруды жүргізіп, тауар қозғалысының қатысушыла-



рымен интеграциялануы керек. Шетелдік тәжірибеге сүйене отырып, бұған мемлекеттік қолдау, бизнесті салықтық әлсірету арқылы қол жеткізуге болады;

■ тарату жүйесін талдау COVID-19 пандемиясы келесі ұсыныстардың қажеттілігін көрсетеді:

а) өндірістен бастап тұтынуға дейінгі барлық кезеңдерде азық-түлік тізбегінің барлық аспектілерінде тұрақтылықты арттыру.

Мысалы, Үкімет ауыл шаруашылығына мемлекеттік қолдауды (инвестиция, субсидия) тек таза экологиялық өнім өндіретін шаруашылықтар ғана жасауы керек. Бұл ретте, «жасыл технологияның» тиісті стандарттары бойынша өсірілген өнімдерге мүмкіндігінше салықты азайту қажет.

Өнімнің жоғары стандарттарын сақтамайтын өндірушілер пайдаға салынатын салықты көбейтуі керек. Бұл өнімнің сапасы мен қауіпсіздігін автоматтандырылған бақылаудың жаңа тетігін қалыптастыруды және осы өндірушілердің деректерін салық органына аударуды талап етеді;

ә) азық-түлік саясаты, оның ішінде өндірістік-сату жүйесі жүйеаралық байланыстарды ескере отырып құрылуы керек, мысалы, азық-түлік, экологиялық және экономикалық жүйелер арқылы жеке көп бағытты мақсаттарға қол жеткізудің орнына олардан оң синергетикалық әсер алу үшін.

Іс жүзінде Үкіметте жекелеген ауыл шаруашылығы тауар өндірушілеріне қатысты түрлі субсидиялар мен жеңілдікті несие-леу түрінде мемлекеттік қолдау көрсетіледі.

Біздің ойымызша, мүмкіндігінше мемлекеттік қолдауды өндірістік-өткізу тізбегінің барлық кезеңдерінде кешенді түрде жасау қажет. Іс жүзінде бұл ауыл шаруашылық тауар өндірушілерінен, қайта өңдеушілерден, сақтау және тарату, сауда субъектілерінен бастап тұрақты және ұзақ мерзімді өндірістік-сату тізбектері бар ұйымдарды экономикалық ынталандыруды білдіреді. Өткізу нарығы мен мемлекеттік қолдау үшін өндірістік-өткізу тізбектері арасындағы бәсекелестік өнім бағасын төмендетуге және өнім сапасын арттыруға мүмкіндік береді;

б) әртүрлі тәсілдерге негізделген және өңірлердің ерекшеліктері мен елдегі жағдайды (эпидемиологиялық жағдай) ескере отырып әзірленген икемді азық-түлік саясаты мен икемді тауар өткізу жүйесі қажет.

Осы мәселелерді шешу үшін келесі нақты әрекеттер ұсынылады:

– өңірлік, ұлттық және жергілікті деңгейлерде аумақтық нарықтардың инфрақұрылымын дамытуға қаражат салу;

– ресми азық-түлік бөлшек сауда кәсіпорындары шағын өндірушілер мен ауыл жәрмеңкелері мен көше сатушылары сияқты табысы төмен тұтынушылар арасындағы байланыс нүктелері болып табылатын бейресми нарықтарға негізсіз артықшылық беретін саясатты жан-жақты қайта қарау;

– ұлттық, өңірлік және жаһандық өндірістік-өткізу тізбектеріне қатысу үшін ауыл шаруашылығы өндірушілерінің шағын және орта агроазық-түлік кәсіпорындарының мүмкіндіктерін кеңейту мақсатында неғұрлым қатаң реттеу нормаларын, оның ішінде бәсекелестік саласындағы саясатты қабылдау туралы мәселені қарау.

**Қорытынды.** Осылайша, агроазық-түлік өнімдерін өткізу жүйесін талдау негізінде мынадай қорытындылар жасалды.

1. Тауарларды тарату арналарын оңтайлы жүктеуге, шығындарды азайтуға, делдалдар санын азайтуға, қызмет көрсету сапасы мен өнімнің қауіпсіздігін арттыруға көмектесетін тауар өткізу желісіне одан әрі интеграциялай отырып, өндірістік-өткізу тізбегі мен өркениетті сауданы қалыптастыру және дамыту қажет.

2. Барлық қатысушылардың келісілген және үйлестірілген өзара іс-қимылы және өндірістік-өткізу тізбегінің жалпы мақсаты сапалы және қауіпсіз өнім шығаруға қызығушылық таныту.

3. Азық-түлік тауар өткізгіш тізбектердің үздіксіз жұмыс істеуін үйлестіру және қамтамасыз ету және негізгі азық-түлік тауарларын жеткізу.

4. Өндірістен бастап тұтынуға дейінгі барлық кезеңдерде (инфрақұрылым, қойма үй-жайлары, қаржы ресурстары, салықтарды төмендету, «Жасыл дәліздер») тауар өткізгіш азық-түлік тізбектерінің тұрақтылығын арттыру.

5. Пандемия жағдайында әртүрлі және өміршең тарату жүйелерін қалыптастыру, оның ішінде қысқа тауар өткізгіш тізбектер (жеткізу тізбегінің ұзындығын азайту арқылы) және аумақтық нарықтарды дамыту (дамушы елдерде олар азық-түліктің негізгі бөлігін сатады).

6. Жергілікті нарықтардың жұмысын қолдай алатын шағын және орта бизнес үшін арнайы әзірленген инновациялық бизнес-процестерді және цифрлық электрондық сауда платформаларын пайдалану жеткізу тізбегінің бұзылуына тезірек жауап береді.

Қаржыландыру көзі. Бұл зерттеуді Қазақстан Республикасы ғылым және жоғары білім Министрлігінің ғылым Комитеті қаржыландырды (грант № AP08856331).

## Әдебиеттер тізімі

- [1] Государственная программа развития торговли Республики Казахстан на 2021-2025 годы [Электронный ресурс].-2021.-URL: <https://www.trade-help.com/torgovie-tehnologii/gpkz.html> (дата обращения: 30.06.2021).
- [2] Аварский, Н.Д. Теория и методология инфраструктуры товародвижения на агропродовольственном рынке / Н.Д. Аварский, Н.А. Пролыгина // АПК: экономика, управление.- 2015.-№ 10. - С.73-79.
- [3] Нуралиев, С.У. Торгово-экономическая политика и проблемы импортозамещения на продовольственном рынке / С.У. Нуралиев // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий.- 2018.- № 1.- С. 2-5.
- [4] Полунина, Н.Ю. Выявление перспективных направлений развития инфраструктуры агропродовольственного рынка / Н.Ю.Полунина, Е.А.Попова // Российское предпринимательство.-2018.-№ 4.- С. 1035-1048.
- [5] Ильина, З.М. Формирование эффективной системы сбыта сельскохозяйственной продукции /З.М. Ильина.- Минск: Институт системных исследований в АПК НАН Беларуси, 2013. – 185 с.
- [6] Alexander, T.C. Factors determining distribution structure decisions in logistics: a literature review and research agenda/ T.C Alexander // Transport Reviews. -2018. - N.39 (1). - P.243-260.
- [7] Ivanov, D. Predicting the impacts of epidemic outbreaks on global supply chains: A simulation-based analysis on the coronavirus outbreak (COVID-19/SARS-CoV-2) case/ D. Ivanov // Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review.-2020.-Vol.136.- P. 1-14.
- [8] Day-Farnsworth, L. Satiating the Demand: Planning for Alternative Models of Regional Food Distribution / L.Day-Farnsworth, L.A. Morales // Journal of Agriculture, Food Systems, and Community Development. - 2011. – N.2 (1). - P. 227-247.
- [9] Киреенко, Н.В. Система сбыта продукции сельского хозяйства и перерабатывающих отраслей: зарубежный опыт // Проблемы экономики. Минск: Институт системных исследований в АПК НАН Беларуси.- 2011. - № 2 (13). - С. 116-129.
- [10] Hobbs, J.E. Food supply chains during the COVID-19 pandemic/ J.E. Hobbs// Canadian Journal of Agricultural economics. - 2020. - Vol.68. - N.2. - P.171-176.
- [11] Статистика внутренней торговли Республики Казахстан [Электронный ресурс].- 2020.- URL:<https://www.stat.gov.kz/official/industry/17/statistic/7> (дата обращения: 19.09.2021).
- [12] Бордунов, И.В. Цифровизация в управлении цепями поставок /И.В. Бордунов // Экономика: вчера, сегодня, завтра. - 2020.- Т.10.- № 6А. - С. 177-184.

- [13] Binkley, J.K. Nutrition and Food Choice: Home vs. Restaurants / J.K. Binkley // *Journal of Consumer Affairs*. -2019. - Vol.53. - N.3. - P.1146–1166.
- [14] Balkibayeva, A. Development of digital technologies for agribusiness / A.Balkibayeva // *Journal of Economic Research & Business Administration*. - 2021.-Vol.135.–N.1.–P.103-114
- [15] Сыздыкбаева Н.Б. Пути достижения устойчивости системы продовольственного обеспечения / Н.Б. Сыздыкбаева // *Проблемы агрорынка*. - 2021.-№4. - С.208-218.
- [16] Акимбекова, Г.У. Современное состояние и потенциал развития сферы хранения и переработки плодовоовощной продукции в Республике Казахстан / Г.У. Акимбекова, А.С. Сапаров, Б. Баймуханов, У.Р. Каскабаев // *Проблемы агрорынка*.-2018.-№4.-С.125-132.

## References

- [1] Gosudarstvennaja programma razvitiia trgovli Respubliki Kazahstan na 2021-2025 gody [State program for the development of trade of the Republic of Kazakhstan for 2021-2025] (2020). Available at: <https://trade-help.com/torgovie-tehnologii/gpkz.html> (date of access: 30.06.2021) [in Russian].
- [2] Avarskij, N.D., Prolygina, N.A. (2015). Teorija i metodologija infrastruktury tovarodvizhenija na agroprodukov'stvennom rynke [Theory and Methodology of Infrastructure of Goods Movement in the Agro-Food Market] *APK: Jekonomika, upravlenie - A/K: Economics, management*, 10, 73-79 [in Russian].
- [3] Nuraliev, S.U. (2018). Torgovo-jekonomiceskaja politika i problemy importozameshhenija na produkov'stvennom rynke [Trade and economic policy and problems of import substitution in the food market] *Jekonomika sel'skohoz'jajstvennyh i pererabatyvajushchih predpriyatij - Economics of agricultural and processing enterprises*, 1, 2-5 [in Russian].
- [4] Polunina, N.Ju., Popova, E.A. (2018). Vyjavlenie perspektivnyh napravlenij razvitiia infrastruktury agroprodukov'stvennogo rynka [Identification of promising areas for the development of the infrastructure of the agri-food market]. *Rossijskoe predprinimatel'stvo – Russian entrepreneurship*, 4, 1035-1048 [in Russian].
- [5] Il'ina, Z.M. (2013). *Formirovanie jefektivnoj sistemy sbyta sel'skohoz'jajstvennoj produkcii* [Formation of an effective marketing system for agricultural products]. Mn: Institut sistemnyh issledovanij v APK NAN Belarusi, 185 [in Russian].
- [6] Alexander, T.C. Onstein, Lóránt A. Tavasszy & Dick A. van Damme (2018). Factors determining distribution structure decisions in logistics: a literature review and research agenda. *Transport Reviews*. 39 (1). 243-260.
- [7] Ivanov, D. (2020). Predicting the impacts of epidemic outbreaks on global supply chains: A simulation-based analysis on the coronavirus

outbreak (COVID-19/SARS-CoV-2) case. *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, 136, 1-14.

[8] Day-Farnsworth, L. & Morales, A. (2011). Satiating the Demand: Planning for Alternative Models of Regional Food Distribution. *Journal of Agriculture, Food Systems, and Community Development*, 2 (1), 227–247.

[9] Kireenko, N.V. (2011). Sistema sbyta produktsii sel'skogo hozjajstva i pererabatyvashchih otraslej: zarubezhnyj opyt // Sb. nauch. tr. "Problemy jekonomiki" [Sales system for agricultural products and processing industries: foreign experience]. *Mn.: Institut sistemnyh isledovanij v APK NAN Belarusi, Problems of the economy - Minsk: Institute for System Research in the Agroindustrial Complex of the National Academy of Sciences of Belarus*, 2 (13), 116-129 [in Russian].

[10] Hobbs, J.E. (2020). Food supply chains during the COVID-19 pandemic. *Canadian journal of Agricultural economics*, 68(2). 171-176.

[11] Internal trade statistics of the Republic of Kazakhstan (2020). Available at: <https://stat.gov.kz/official/industry/17/statistic/7> (date of access: 19.09.2021).

[12] Bordunov, I.V. (2020). Cifrovizacija v upravlenii cepjami postavok [Digitalization in supply chain management]. *Jekonomika: vchera, segodnja, zavtra - Economics: yesterday, today, tomorrow*, 10 (6A), 177-184 [in Russian].

[13] Binkley, J.K. (2019). Nutrition and Food Choice: Home vs. Restaurants. *Journal of Consumer Affairs*. 53(3). 1146–1166.

[14] Balkibayeva, A. et al. (2021). Development of digital technologies for agribusiness. *Journal of Economic Research & Business Administration*, 135(1), 103-114.

[15] Syzdykbaeva, N.B. (2021). Puti dostizhenija ustojchivosti sistemy prodovol'stvennogo obespechenija [Ways to achieve food security sustainability]. *Problemy agrorynka - Problems of AgriMarket*, 4, 208-218 [in Russian].

[16] Akimbekova, G.U. (2018). Sovremennoe sostojanie i potencial razvitiya sfery hranenija i pererabotki plodoovoshhnoj produkcii v Respublike Kazakhstan [Current state and development potential of the storage and processing of fruits and vegetables in the Republic of Kazakhstan]. *Problemy agrorynka - Problems of AgriMarket*, 4, 125-132 [in Russian].

#### Авторлар туралы ақпарат:

**Раимбеков Жанарыс Сабирович** – негізгі автор; экономика ғылымдарының докторы, профессор; «Экономика және кәсіпкерлік» кафедрасының профессоры; Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті; F19a1t8 Сәтпаев көш., 2, Астана қ., Қазақстан; e-mail: [zh\\_raimbekov@mail.ru](mailto:zh_raimbekov@mail.ru); <https://orcid.org/0000-0002-4292-6966>

**Сыздықбаева Бақыт Узакбаевна**; экономика ғылымдарының докторы, профессор; «Туризм» кафедрасының профессоры; Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті; F19a1t8 Сәтпаев көш., 2, Астана қ., Қазақстан; e-mail: [bakyt\\_syzdykbaeva@mail.ru](mailto:bakyt_syzdykbaeva@mail.ru); <https://orcid.org/0000-0001-9463-4933>

**Долтес Любовь Константиновна**; экономика магистрі; Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті; F19a1t8 Сәтпаев көш., 2, Астана қ., 2; e-mail: [lyubov.doltes@mail.ru](mailto:lyubov.doltes@mail.ru); <https://orcid.org/0000-0001-7091-0841>

#### Information about authors:

**Raimbekov Zhanarys** – The main author; Doctor of Economic Sciences, Professor; Professor of the Department of Economics and Entrepreneurship; L.N. Gumilyov Eurasian National University; F19A1T8 Satpaev str., 2, Astana, Kazakhstan; e-mail: [zh\\_raimbekov@mail.ru](mailto:zh_raimbekov@mail.ru); <https://orcid.org/0000-0002-4292-6966>

**Syzdykbaeva Bakyt**, Doctor of Economic Sciences, Professor; Professor of the Department of Tourism; L.N. Gumilyov Eurasian National University; F19A1T8 Satpaev str., 2, Astana, Kazakhstan; e-mail: [bakyt\\_syzdykbaeva@mail.ru](mailto:bakyt_syzdykbaeva@mail.ru); <https://orcid.org/0000-0001-9463-4933>

**Doltes Lyubov**, Master of Economics; L.N. Gumilyov Eurasian National University; F19A1T8 Satpaev str., 2, Astana, Kazakhstan; e-mail: [lyubov.doltes@mail.ru](mailto:lyubov.doltes@mail.ru); <https://orcid.org/0000-0001-7091-0841>

#### Информация об авторах:

**Раимбеков Жанарыс Сабирович** – основной автор; доктор экономических наук, профессор; профессор кафедры «Экономика и предпринимательство»; Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева; F19A1T8 ул. Сатпаева, 2, г.Астана, Казахстан; e-mail: [zh\\_raimbekov@mail.ru](mailto:zh_raimbekov@mail.ru); <https://orcid.org/0000-0002-4292-6966>

**Сыздықбаева Бақыт Узакбаевна**; доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры «Туризм»; Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева; F19A1T8 ул. Сатпаева, 2, г.Астана, Казахстан; e-mail: [bakyt\\_syzdykbaeva@mail.ru](mailto:bakyt_syzdykbaeva@mail.ru); <https://orcid.org/0000-0001-9463-4933>

**Долтес Любовь Константиновна**; магистр экономики; Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева; F19A1T8 ул. Сатпаева, 2, г.Астана, Казахстан; e-mail: [lyubov.doltes@mail.ru](mailto:lyubov.doltes@mail.ru); <https://orcid.org/0000-0001-7091-0841>