

Сейфуллин оқулары – 18(2): «XXI ғасыр ғылымы – трансформация дәуірі» халықаралық ғылыми - практикалық конференция материалдары = Материалы международной научно-практической конференции «Сейфуллинские чтения – 18(2): «Наука XXI века - эпоха трансформации» - 2022-Т.І, Ч.IV. – С.87-91

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ПО ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ОРГАНИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ

Шапенова К.К., магистр, старший преподаватель
Казахский агротехнический университет им. С. Сейфуллина, г. Астана

В последние два десятилетия на казахстанском рынке широкое распространение получило понятие «экологически чистый продукт». Помимо этого, производители, декларируют свою продукцию как «экологическая», «экологически безопасная». На сегодняшний момент рынку предлагается еще не менее 10 вариантов названий данной категории продукции: природная, экологичная, экологически чистая, фермерская, натуральная, био-логическая, органическая, органичная и т.д.

Следует отметить, что на международном уровне (ООН, в странах ЕС) термины «биологический» и «экологический» используются для описания системы органического производства. Соответственно, такие понятия как «экологический продукт», «органический продукт», «биологический продукт» и их различные варианты сокращения и сочетания (например, «био/эко/органик-продукт») используются как синонимы, означающие сертифицированный органический продукт [1].

Данное исследование проводилось в рамках исследовательского проекта, была разработана анкета к.э.н., доцентом Карабасовым Р.А., проведён опрос и осуществлена обработка анкет по потребителям Акмолинской (г.Кокшетау) и Карагандинской (г.Караганда) областей.

Целью исследования является определение условий, необходимых для развития экономики органического сельского хозяйства, сохранения экологии и укрепления здоровья населения Республики Казахстан.

Анкета включает общие вопросы, вопросы по оценке качества сельскохозяйственной органической продукции. Анкетирование проводилось путем распространения анкет в среде Google Формы — онлайн-сервис для создания форм обратной связи, онлайн-тестирований и опросов, а также среди потребителей городов Караганда, Кокшетау, на местах продаж органической продукции.

В анкетировании приняли участие 318 человек из них 118 респондентов через GoogleФорму, 121 по г.Караганда и 79 по г.Кокшетау.

Обработка анкет показала, что наибольшее количество участников анкетирования представлено в возрасте от 30 до 40 лет (39,9% опрошенных) и людьми моложе 30 лет (31,4 % опрошенных).

Общее число респондентов составило 318 человек, в том числе, 64,8 % женщин и 35,2 % мужчин.

Анализ ответов респондентов на следующий вопрос анкеты:

«Знакомы ли вы с органической сельскохозяйственной продукцией и преимуществами для своего здоровья от его потребления?» наглядно представлен на рисунке 1.

Большая часть опрошенных (72,0 %) знакомы с органической сельскохозяйственной продукцией и преимуществами для своего здоровья от его потребления. 33 участника анкетирования не знакомы с органической сельскохозяйственной продукцией.

3. Знакомы ли вы с органической сельскохозяйственной продукцией и преимуществами для своего здоровья от его потребления?

118 ответов

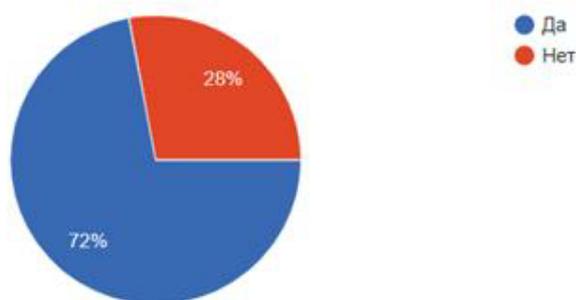


Рисунок 1 - Характеристика респондентов

«Назовите источники информации из которых вы узнаете об органической сельскохозяйственной продукции?» наглядно представлен на рисунке 2.

4. Назовите источники информации из которых вы узнаете об органической сельскохозяйственной продукции:

118 ответов

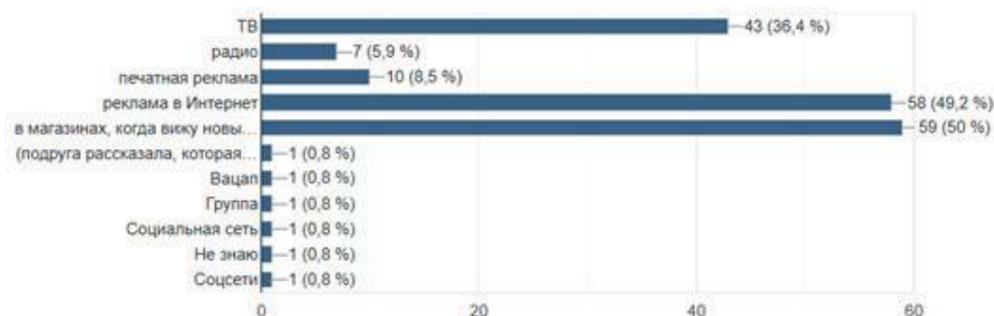


Рисунок 2 - Характеристика респондентов

Большая часть опрошенных узнают об органической сельскохозяйственной продукции когда видят новый незнакомый продукт в магазинах (50%), а также источником информации для респондентов является реклама в Интернете (49,2%). В данном вопросе респондентам дана возможность выбрать несколько вариантов ответов.

«Органическую продукцию, каких производителей вы приобретали?»

наглядно представлен на рисунке 3.

5. Органическую продукцию, каких производителей вы приобретали?

118 ответов

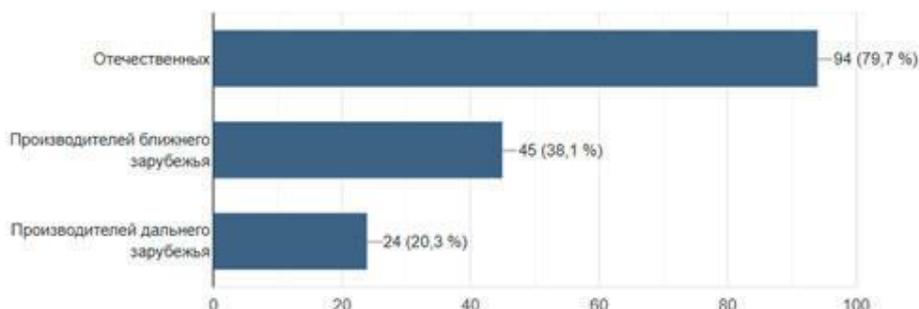


Рисунок 3 - Характеристика респондентов

По ответам респондентов большая часть потребителей приобретают продукцию отечественных производителей (79,7%). По мнению респондентов на отечественном рынке товаров где есть знак БИО, ЭКО считается органической продукцией.

6. Какие продукты, имеющие статус органической, Вы приобретаете чаще всего? (отметьте не более 3х вариантов):

118 ответов

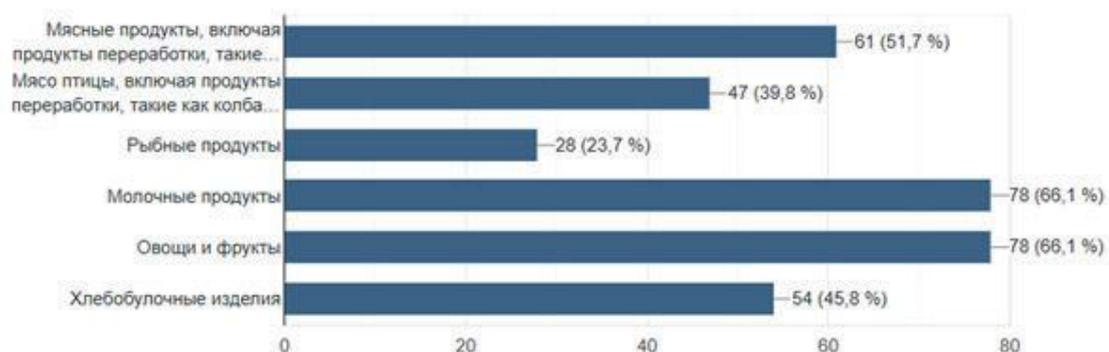


Рисунок 4 - Характеристика респондентов по органической продукции

Как видно на рисунке чаще всего потребители приобретают молочные (66,1%), мясные (51,7%) продукты и хлебобулочные изделия (45,8%).

«Ваш доход составляет» наглядно представлен на рисунке 5.

7. Ваш доход составляет:

118 ответов

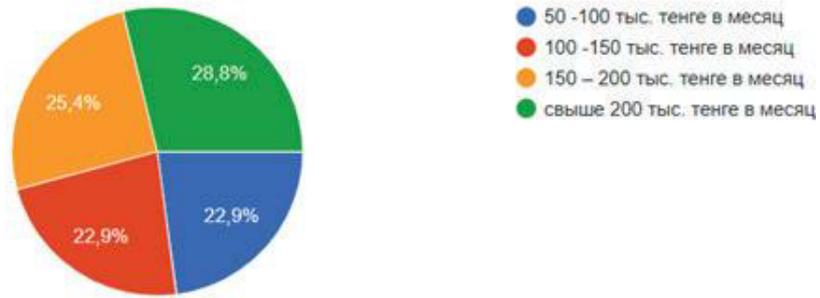


Рисунок 5 - Характеристика респондентов по доходам

«Какую сумму от своего дохода Вы готовы потратить для приобретения органической сельскохозяйственной продукции?» наглядно представлен на рисунке 6.

8. Какую сумму от своего дохода Вы готовы потратить для приобретения органической сельскохозяйственной продукции?

118 ответов

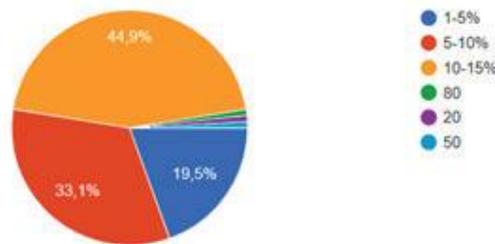


Рисунок 6 - Характеристика респондентов по расходам Предварительные результаты опроса показывают, что 44,9% потребителей готовы потратить на органические продукты 10-15% от своего дохода.

«Проранжируйте ответы в зависимости от степени важности для Вас при выборе органической сельхозпродукции. Какие характеристики займут 1, 2, 3, 4, 5, 6 место?» наглядно представлен на рисунке 7.

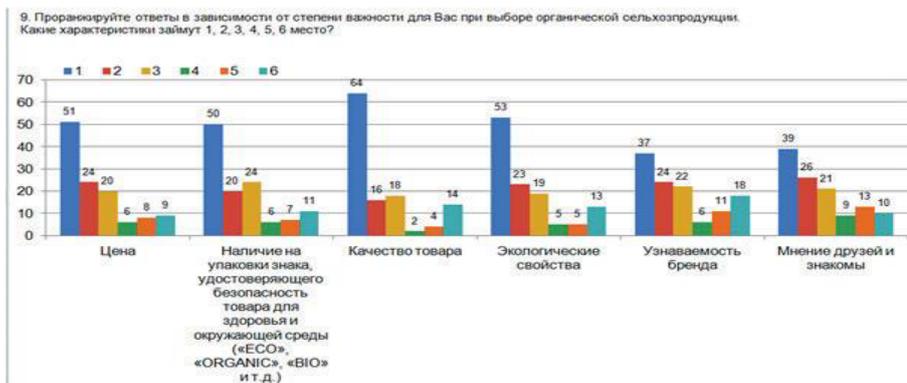


Рисунок 7

Как видно на рисунке 7, большая часть респондентов (64) смотрят на качество товара, на экологические свойства (53), а также на цену продуктов (51).

«Выделите причины, по которым Вам нравится органическая сельхозпродукция?» наглядно представлен на рисунке 8.

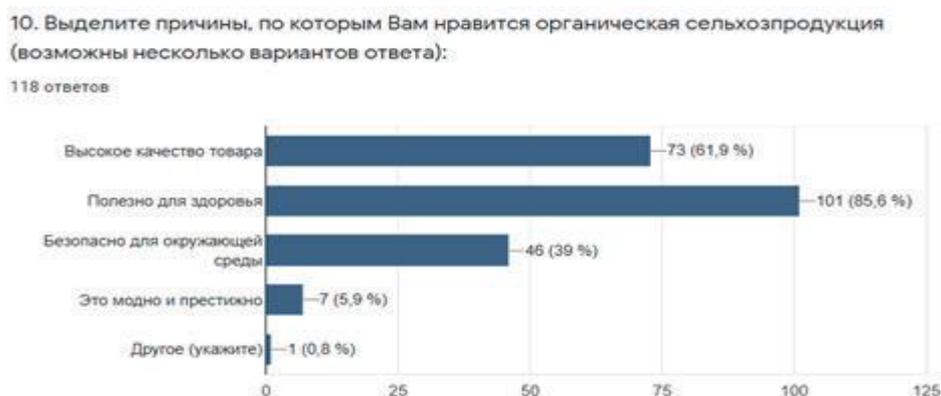


Рисунок 8 - Характеристика респондентов

Как видно на диаграмме, большая часть респондентов покупают органическую сельскохозяйственную продукцию, потому что полезно для здоровья (85,6%), а также оценивают высокое качество товаров (61,9%) .

По результатам опроса на сегодняшний день в Казахстане всё более популярной становится тема органической продукции, в связи с чем увеличивается и количество покупателей, заинтересованных в покупке экопродукции.

А также, у населения существует устойчивый запрос на приобретение органической продукции: около 44,9% процентов опрошенных согласны потратить от своего дохода на органику 10-15 процентов. Видно, что покупатель стал более разборчивым: читает этикетки, изучает состав продукции и место производства, то есть запрос на экологичные и качественные сельскохозяйственные товары есть. С точки зрения маркетинга, рекомендуют исследователи производителям органики, важно учитывать, что часть опрошенных считает органической продукцией прежде всего тот товар, который не наносит вред окружающей среде и здоровью, а основными причинами, по которым респонденты готовы приобретать органическую продукцию, являются забота о детях и укрепление здоровья.

Список использованной литературы

1 Григорук В.В., Климов Е.В. Развитие органического сельского хозяйства в мире и Казахстане [Текст] / Под общей редакцией доктора сельскохозяйственных наук, профессора Хафиза Муминджанова, ФАО, 2016. -77 с.