

resurs]. - 2018.- URL: <http://www.halykfinance> (data obrashhenija: 25.04.2018).

6 A.K. Dzhusibalieva, M.D. Sajymova, L.T. Bekbosynova. Rynok truda v agrarnom sektore Kazahstana // Problemy agrorynka.-2017.-№1.- S.50-58.

7 Sovremennoe sostojanie rynka truda v Kazahstane: broshjura / pod red. Z.K. Shaukenovoj. – Astana: Kazahstanskij institut strategicheskikh issledovanij pri Prezidente Respubliki Kazahstan, 2017. – 100 s.

8 S.G. Ermolaeva. Rynok truda: uchebnoe posobie. - Ekaterinburg: Ural'skij universiteta, 2015. - 108 s.

9 A.K. Dzhusibalieva i dr. Mehanizmy gosudarstvennoj podderzhki agrarnogo sektora v Kazahstane // Jekonomika i statistika.- 2017.- №1.- S. 67-77.

10 I.A. Minakov. Jekonomika sel'skogo hozjajstva: uchebnik.- M.: Infra-M, 2014. - 352 s.

УДК 338.43:631.1

FTAMP 65.33.29

АЛМАТЫ ОБЛЫСЫНЫҢ НАН ЖӘНЕ НАН-ТОҚАШ ӨНІМДЕРІ НАРЫҒЫ

РЫНОК ХЛЕБА И ХЛЕБОБУЛОЧНЫХ ИЗДЕЛИЙ В АЛМАТИНСКОЙ ОБЛАСТИ

BREAD AND BAKERY PRODUCTS MARKET IN ALMATY REGION

Ж.С. МҰХАМЕТЖАНОВА

PhD докторанты

Нархоз университеті

Ж.С. МУХАМЕТЖАНОВА

докторант PhD

университет Нархоз

ZH.S. MUKHAMETZHANOVA

PhD student

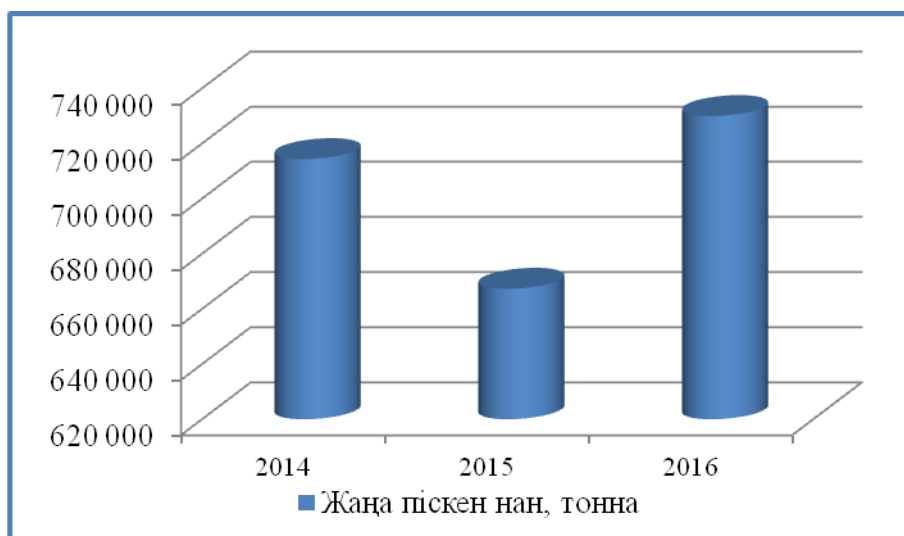
Narхоз university

Аңдатпа. Қазақстан Республикасында нан және нан-тоқаш өнімдері нарығының даму ерекшеліктері қарастырылып, мәселелері талданады. Нан және нан-тоқаш өнімдері стратегиялық маңызы бар тауарларға жатады, ал тұтынушылар үшін басты қажеттіліктің және бастапқы сұраныс өнімдері болып табылады, сондықтан осы саланың жұмысын талдау өте өзекті болып табылады. Мақалада 2014-2016 жылдарға арналған Қазақстан Республикасында нан өнімдері өндірісінің көлемінің динамикасы келтірілген. Осы сегментте экономикалық талдау жүргізілді, Алматы және Алматы облыстарында нан және нан-тоқаш өнімдері нарығында басым және негізгі ойыншылары анықталды. 2010-2017 жылдарға арналған «Алматынан» ЖШС нан-тоқаш комбинатының қызмет көрсеткіштеріне талдау жасалды, кәсіпорын кірістеріне елеулі әсер ететін факторлардың корреляциялық-регрессиялық талдауы жүргізілді. Көпфакторлық регрессиялық модель құрылды және регрессиялық статистиканың нәтижелерін экономикалық түсіндіру анықталды, келесі кезеңдерде қызмет болжанады, нан мен нан өнімдерінің сапасына әсер ететін факторлар анықталады. Нан өнімдерінің шығу үлесін арттыру нан пісіру өнеркәсібін дамытуға, халықты сау тағаммен тамақтануды қамтамасыз етуге, елдің инновациялық дамуын жеделдетуге ықпал етеді.

Аннотация. Рассмотрены особенности развития рынка хлеба и хлебобулочных продуктов в Республике Казахстан, проанализированы проблемы. Хлеб и хлебобулочные изделия относятся к товарам стратегической значимости, а для потребителей являются продуктами первой необходимости и первостепенного спроса, поэтому анализ функционирования данной

нан-тоқаш өнімдерінің нарығында жалпы өсу қарқыны байқалады. Алайда 2015 жылы нарықта жаңа піскен нан 2014 жылмен салыстырғанда 7%-ға кеміген және

667322 мың тоннадан астамды құрады, ал 2016 жылы 729964 мың тоннаны құрап 9%-ға артқан (1-сурет).



1-сурет – 2014-2016 жж. Қазақстандағы жаңа піскен нан динамикасы

2016 жылы Қазақстан Республикасы бойынша 729 964 мың тонна жаңа піскен нан тұтынылса, Алматы қаласында 6 436 мың тоннаны көрсеткен. Алматы (53 059 мың тонна), Қарағанды (24 206 мың тонна), Ақтөбе (19 468 мың тонна) – жаңа піскен нан өндіруден озат өңірлер және алдыңғы жылмен салыстырғанда артқаны байқалады [4].

Қазақстанда 1 адамға шаққанда орта шамамен күніне 250 г, кейбір өңірлерде 300 г, ал Алматы қаласында 150-200 г дейін нан тұтынады. Жалпы елімізде 1 адамға шаққанда нан және нан өнімдерін тұтыну төмендеп бара жатыр. Оған аймақтарда бөлшек сауданың әлсіз дамуы, кейбір аймақтарда жалақының төмен болуы немесе табысы бірқалыпты болмауы себеп болуы мүмкін. Ірі қалаларда өзінің жеке кіші-наубайханалары бар бөлшек сауда дүкендері дами бастаған және олар төмен баға саясатын ұстанады. Ірі қалаларда заманауи супермаркеттер нан және нан-тоқаш өнімдерінің әр түрлі түрлерін ұсынады. Ауылдық жерлерде немесе кіші қалаларда ондай таңдау жоқ деуге болады.

Мақалада зерттеудің заманауи талдау әдістері, оның ішінде экономика-математикалық, алынған нәтижелерді жинақтау және қорытындылау, болжау, салыстыру әдістері қолданылды.

Зерттеу жүргізудің мақсаты – экономикалық есептеулердің, экономикалық жүйенің даму барысын сипаттайтын

нәтижелі факторға әсер етуші себептерді анықтау және келешегіне болжам жасау.

Нәтижелер және оларды талқылау. «Нан және нан-тоқаш өнімдері нарығындағы» негізгі бәсекелестер – өндіруші бірнеше зауыттары немесе еншілес кәсіпорындары бар ірі компаниялар. Сонымен қатар өз өнімдерін нарыққа шығаратын кіші және орта кәсіпорындар бар, олар көбінесе жекелеген аймақтарды ғана қамтамасыз ете алады және республикамыздың барлық территориясын қамтамасыз етуге қабілетсіз. Нарықта көпшілік компаниялар бірінші сұрыпты бидай ұнынан пісірілген қарабидай наны және жоғары сұрыпты бидай ұнынан жасалған нан және нан-тоқаш өнімдерін ұсынады. Сонымен қатар сауда желілерінде, дүкендерде әр түрлі баламалы нан-тоқаш өнімдерін, сондай-ақ бірнеше бидай ұнынан жасалған және органикалық нан-тоқаш өнімдерін байқауға болады. Нан және нан-тоқаш өнімдері арнайы нан пісіру кәсіпорындары немесе наубайханаларда пісіріледі. Бүгінде еліміздің нан-тоқаш өнімдері нарығы дәстүрлі емес нан түрлерін өндіру есебінен дамуда, яғни халық ашытқысыз нан өнімдерін көбірек тұтынуда. Бірақ көпшілік тұрғындар үшін нан арзан, «әлеуметтік» азық-түлікке жатады [5, 83 б.].

Қаламызда нан өнімдерінің негізгі сұрыптарын өндіретін нан зауыттары көпшілік тұрғындарды арзан нан өнімдерімен қамтамасыз ету стратегиясын

ұстанады. ҚР Статистика комитетінің мәліметтеріне сүйенсек Алматы облысы және Алматы қаласының нан және нан-тоқаш өнімдері нарығында 60-тан астам нан-тоқаш өнімдерін өндіруші ірі кәсіпорындар мен кіші наубайханалар бар. Нан және нан-тоқаш өнімдерін өндірушілердің ішінде жетекшісі «Ақсай» нан-тоқаш комбинаты ЖШС-гі ірі нан пісіру кәсіпорындарының бірі болып табылады, әсіресе бидай ұнынан пісірілген «Алматылық» қалыпты наны үлкен сұранысқа ие. Алматы облысы және Алматы қаласының нан және нан-тоқаш өнімдерін өндірушілер нарығында «Ақсай Нан» маркалы» өнімнің 35% «Ақсай» нан-тоқаш комбинаты ЖШС ірі кәсіпорнына тиесілі, ал қалған 65% басқа өндірушілерге, яғни «Алматы нан» нан-тоқаш комбинаты ЖШС, ЖШС «Брот Мастер», ЖШС «Трапеза», ЖШС «Алмалы Нан» және т.б. тиесілі.

Нан-тоқаш өнімдерін өндіруші комбинат Алматынан (тарихи атауы: 5-ші нан зауыты) 1970 жылдан үзіліссіз нан-тоқаш өнімдерін өндіріп келеді. 5-ші нан зауыты сол кезден ең күшті қазіргі заман жабдықтарына ие болды. Осы зауытта автоматтандырылған еуропалық сызықтың орнатылуы Қазақстан үшін бірегей ерекшелік болды. 5-ші нан зауытының жалпақ қалың нанының дәмі алматылықтар үшін бала кезден таныс. 2000 жылы алғаш рет нан комбинатында жалпақ қалың нан шығару үшін Еуропалық автоматтандырылған өнеркәсіптік сызықтар орнатылды. 2007-2009 жылдары 4 өндірістік қуаты бар нан зауыттары және тоқаш-кондитерлік комбинаты Алматына, яғни 5-ші нан зауытына біріктірілді. Ал 2015 жылы зауытты еуропалық технология бойынша ауқымды жаңарту аяқталды. Ескірген құрылғылар мен жабдықтар толығымен еуропалық өнеркәсіпке ауыстырылды және демонтаж жасалды. Жұмсалған инвестиция көлемі 10 млн доллардан асты. Бүгінде Алматына қаламыздағы – қазіргі заманауи

жабдықтармен жарақтандырылған нан комбинаты болып табылады. Ауқымды жаңартудан кейін нан зауыты өзінің өнім түрлерін біршама кеңейтті. Қазір дәстүрлі нан өнімдерінен басқа қарабидай-бидай нанының бірнеше түрлерін және басқа да жаңа өнімдер шығара бастады. Қазіргі заманғы гигиена талаптарына сай Алматынан өнімдері арнайы қаптамаларда шығарыла бастады, бұл тек тазалық үшін ғана емес өнімнің сақталуына да жақсы әсерін тигізеді. Алматынан өндірістің барлық кезеңдерінде жоғары сапаны қатаң қадағалайды.

Алматынан Қазақстанның түрлі бөлігін біріктіретін ауқымды компаниялар тобына кіреді. Алматынан компаниялар тобына Петропавл нан-тоқаш комбинаты кіреді. Бұл зауыт та еліміздегі нан-тоқаш өнімдерін өндіруші ірі кәсіпорынға жатады және Солтүстік-Қазақстан облысындағы негізгі нан өнімін өндіруші болып табылады. ЖШС «Алматынан» нан-тоқаш комбинаты сияқты Петропавл нан-тоқаш комбинаты да 100% заманауи еуропалық жабдықтармен (Германия, Швеция, Чехия, Франция) жаңартылды.

Ары қарай ЖШС «Алматы Нан» кәсіпорнының 2010-2017 жылдар аралығындағы мәліметтерін пайдалана отырып корреляциялық-регрессиялық талдау жүргізейік. Алынған көрсеткіштер негізінде факторлардың арасындағы байланыс тығыздығын анықтау әдетте корреляциялық талдау арқылы жүргізіледі. Енді осы байланысты корреляциялық талдау жүргізу арқылы негіздейік (1-кесте).

1-кестеден нәтижелі фактор өнімді сатудан түскен табыс пен өнім көлемі, мың тонна (0,95); нанның орташа бағасы, теңге (0,95) арасында өте тығыз және тура байланыс бар екенін және x_1 мен x_2 факторларының арасында мультиколлинеарлы байланыс бар болғанымен нәтижелі фактормен байланыстарынан аз екенін көреміз [6, 115 б.].

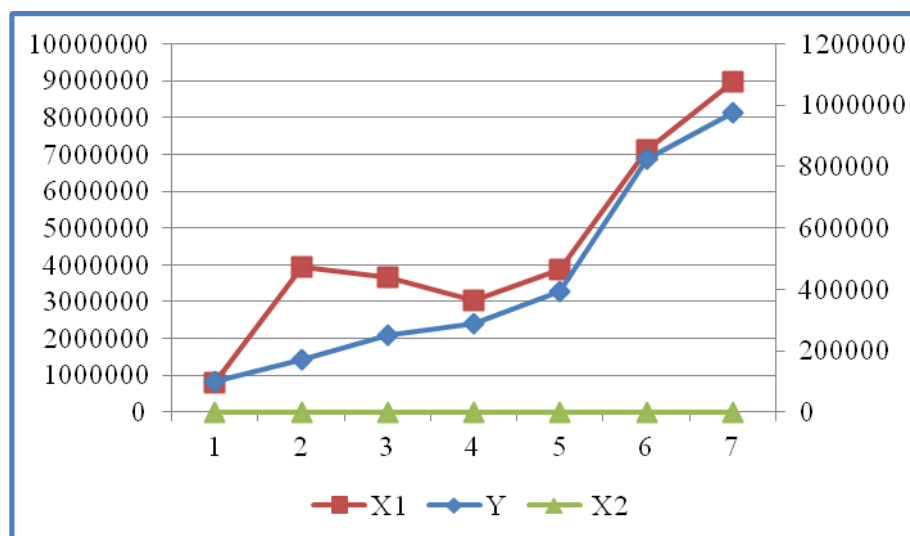
1-кесте – Корреляция коэффициенттерінің матрицасы

	Y	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7
Y	1							
X1	0,95	1						
X2	0,95	0,86	1					
X3	0,99	0,94	0,96	1				
X4	0,94	0,91	0,87	0,94	1			
X5	0,96	0,93	0,92	0,97	0,99	1		
X6	0,93	0,89	0,93	0,93	0,82	0,88	1	
X7	0,62	0,66	0,53	0,62	0,63	0,65	0,76	1

Слово молодым ученым

2-суреттен ЖШС «Алматы Нан» компаниясының өнімді сатудан түскен табысы мен өнім көлемінің соңғы жылдары

артқанын, ал нанның орташа бағасының бірқалыпты артқаны байқалады.



2-сурет – Өнімді сатудан түскен табыс пен өнім көлемі, нанның орташа бағасының 2010-2017 жж. графигі

Регрессиялық талдау нәтижелері төменде келтірілген (2-кесте).

Регрессиялық талдау нәтижелерінің барлық талаптары орындалды. Онда корреляция-регрессиялық талдау нәтижесінде келесі көпфакторлы регрессиялық модель аламыз:

$$Y = -1081935,137 + 0,065X_1 + 17236,94X_2 \quad (1)$$

У болжамдық мән әр жылға сәйкес х-тің жоспарланған немесе болжам мәні бойынша есептеледі. Егер 2018 жылы өнім

көлемі $X_1=9000000$ тоннаға және нанның орташа бағасы $X_2=90$ теңге болады деген жоспар болса, онда

2018 жылға болжам:

$$Y \text{ (болжам)} = -1081935,137 + 0,065 \cdot 9000000 + 17236,94 \cdot 90 = 1054469,99$$

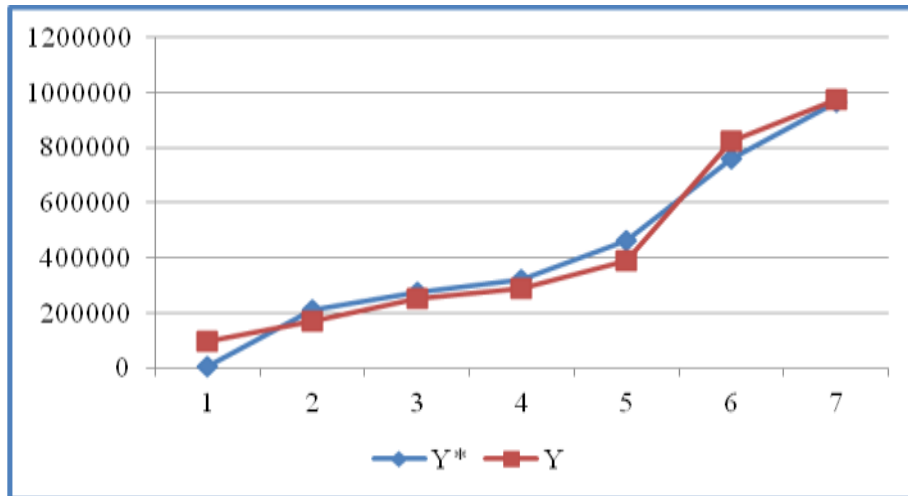
2017 жылы «Алматы Нан» ЖШС-тің өнімді өткізуден түскен табысы 975547 млн теңге құраса, ал 2018 жылдың аяғында 1054469,99 млн теңгеге жетеді деп болжам жасауға болады [7, 259 б.].

2-кесте – Регрессиялық статистика нәтижелерінің есебі

Атауы	Мәні	Түсіндірме
Корреляция коэффициенті	0,98	Корреляция коэффициенті нәтижелі фактор (y) пен тәуелсіз факторлар x арасындағы тығыз байланысты көрсетеді, яғни $r = 0,98$
Детерминация коэффициенті	0,97	Өнімді сатудан түскен табысқа 97% өнім көлемі мен нанның орташа бағасы әсер ететінін, ал қалғаны ескерілмеген факторлар үлесінде екенін көреміз
Теңдеудің адекваттылығын бағалау. Фишер критерийі	$F = 62,70; F_{кр} = 5,59$ $F > F_{кр}$	Регрессия теңдеуі адекватты
Параметрлердің маңыздылығын бағалау. Стьюдент критерийі	$t_{b1} = 3,01, t_{b2} = 2,89$ $t_{кр} = 2,4$	Параметр a және регрессия коэффициенттері b_1, b_2 – маңызды, алынған регрессия теңдеуінің параметрлері статистикалық маңызды
Регрессия теңдеуі. Регрессия коэффициенті мағынасы	$Y = -1081935,137 + 0,065X_1 + 17236,94 X_2$	Бұл 95% ықтималдықпен қарастырғанда өнім көлемі мен нанның орташа бағасы бір өлшемге артқанда (кемігенде) өнімді сатудан түскен табыс қаншаға артатынын (кемитінін) білдіреді

3-суреттен ЖШС «Алматы Нан» кәсіпорнының өнімді өткізуден түскен табысының алғашқы және регрессия

теңдеуімен есептелген мәндері соңғы жылдарда артатынын көруге болады.



3-сурет – ЖШС «Алматы Нан» кәсіпорнының өнімді өткізуден түскен табысының алғашқы және регрессия теңдеуімен есептелген мәндерінің графигі

Кәсіпорынның стратегиялық жоспарын құруда өнім көлемін арттыру және оны өткізу арқылы жалпы табысты арттыру ұйымның басты мақсаты болып табылады. Сондықтан экономика-математикалық модельдерді құру және оны шешу барысында оған әсер ететін факторларды толығымен қарастырып, алдыға қойылған мақсатқа жетудегі ең тиімді жолды таңдау қажет.

Тұжырымдар. Бүгінде еліміздің нан-тоқаш өнімдері нарығы дәстүрлі емес нан түрлерін өндіру есебінен дамуда, яғни халық ашытқысыз, табиғи нан өнімдерін көбірек тұтынуда. Егер біз бүгінге дейін нан-тоқаш және кондитерлік тағамдарға қажетті бастапқы шикізаттарды негізінен батыс елдерінен алып келсек, енді алдағы жылдары жергілікті шикізаттарға көшетін боламыз.

Нан-тоқаш өнімдерін өндіру үлесін арттыру өзекті мәселелердің бірі, сондай-ақ нан-тоқаш өнімдерін өндіруші кәсіпорындардың қызметінің тұрақтылығын арттыруға мүмкіндік туғызады.

Әдебиеттер тізімі

1 Мухаметжанова Ж.С. Современное состояние пищевой промышленности Казахстана: анализ и проблемы // Материалы XIII Меzinbrodnn vědecko - praktickb konference «Vmda a vznik -2017», Volume 5: Praha. Publishing House «Education and Science», 2017. –PP.81-88.

2 Курмангалиев С. Некоторые проблемы пищевых отраслей Казахстана // Пищевая и перерабатывающая промышленность Казахстана. – 2010. – № 3-4. – С.2-5.

3 Аюпов А.М., Кожаметова Г.А., Есмагулова Н.Д. Развитие пищевой и перерабатывающей промышленности Республики Казахстан // Проблемы агрорынка. –2016. – № 1. –С.78-83.

4 Қазақстан Республикасы Ұлттық экономика министрлігі Статистика комитеті ресми сайты.– 2016. – URL: <http://www.stat.gov.kz> (дата обращения 15.01.2018).

5 Гизатова А.И. Қазақстан Республикасының аграрлық азық-түлік нарығында сұраныс мен ұсынысты қалыптастыру //Аграрлық нарық проблемалары.- 2017. – № 1. – Б.79-86.

6 Рахметова Р.Ө. Эконометрика: оқулық. –Алматы: Экономика, 2015. –205 б.

7 Рахметова Р.У., Дуброва Т.А. Прикладные модели эконометрики. – Алматы: Экономика, 2011. –324 с.

Әдебиеттер тізімі

1 Muhametzhanova Zh.S. Современное состояние пищевой промышленности Казахстана: анализ и проблемы // Материалы XIII Меzinbrodnn vědecko - praktickb konference «Vmda a vznik -2017», Volume 5: Praha. Publishing House «Education and Science», 2017. –PP.81-88.

2 Kurmangaliev S. Nekotorye problemy pishhevyyh otraslej Kazahstana // Pishhevaja i

pererabatyvajushhaja promyshlennost' Kazahstana. –2010. –№ 3-4. –S.2-5.

3 Ajupov A.M., Kozhahmetova G.A., Esmagulova N.D. Razvitie pishhevoj i pererabatyvajushhej promyshlennosti Respubliki Kazahstan // Problemy agrorynka. –2016.– № 1. – S.78-83.

4 Қазақстан Республикасы Ұлттық экономика министрлігі Статистика комитеті ресми сайты.–2016. – URL: <http://www.stat.gov.kz> (data obrashhenija 15.01.2018).

5 Gizatova A.I. Қазақстан Республикасының аграрлық азық-тылік нарығында сұраныс мен ұсынсты қалыптастыру //Agrarлық нарық problemalary. –2017. –№ 1. –B.79-86.

6 Rahmetova R.Ө. Jekonometrika: оқулық. – Almaty: Jekonomika, 2015. –205 b.

7 Rahmetova R.U., Dubrova T.A. Prikladnye modeli jekonometriki. – Almaty: Jekonomika, 2011. –324 s.