

**PEST-АНАЛИЗ РЫНКА ОРГАНИЧЕСКИХ ПРОДУКТОВ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН**

**PEST-ТАЛДАУ – ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНЫҢ  
ОРГАНИКАЛЫҚ ӨНІМДЕР НАРЫҒЫН ТАЛДАУ**

**PEST ANALYSIS OF ORGANIC PRODUCTS MARKET  
OF THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN**

**Е.В. КЛИМОВ<sup>1\*</sup>**

*старший научный сотрудник*

**Л.Н. БИМАГАМБЕТОВА<sup>2</sup>**

*к.т.н.*

**С.К. ЕСЕНГАЗИЕВА<sup>3</sup>**

*к.э.н., доцент*

<sup>1</sup>Казахский научно-исследовательский институт экономики агропромышленного комплекса и развития сельских территорий, Алматы, Казахстан

<sup>2</sup>Академия логистики и транспорта, Алматы, Казахстан.

<sup>3</sup>Казахский национальный университет им. аль-Фараби, Алматы, Казахстан

\*электронная почта автора: [fiec@mail.ru](mailto:fiec@mail.ru)

**Е.В. КЛИМОВ<sup>1\*</sup>**

*аға ғылыми қызметкер*

**Л.Н. БИМАГАМБЕТОВА<sup>2</sup>**

*т.ф.к.*

**С.К. ЕСЕНГАЗИЕВА<sup>3</sup>**

*э.ф.к., доцент*

<sup>1</sup>Қазақ аграрлық-өнеркәсіптік кешенінің экономикасы және ауылдық аумақтарды дамыту ғылыми-зерттеу институты, Алматы, Қазақстан

<sup>2</sup>Логистика және көлік академиясының, Алматы, Қазақстан

<sup>3</sup>Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Алматы, Қазақстан

\*автордың электрондық поштасы: [fiec@mail.ru](mailto:fiec@mail.ru)

**YE.V. KLIMOV<sup>1\*</sup>**

*Senior Researcher*

**L.N. BIMAGAMBETOVA<sup>2</sup>**

*C.Eng.Sc.*

**S.K. YESSENGAZIYEVA<sup>3</sup>**

*C.E.Sc., Associate Professor*

<sup>1</sup>Kazakh Research Institute of Economy of Agro-Industrial Complex and Rural Development, Almaty, Kazakhstan

<sup>2</sup>Academy of Logistics and Transport, Almaty, Kazakhstan.

<sup>3</sup>Al-Farabi Kazakh National University, Almaty, Kazakhstan

\*corresponding author e-mail: [fiec@mail.ru](mailto:fiec@mail.ru)

---

Аннотация. В мировой экономике наблюдается стремительный рост спроса на органическую сельскохозяйственную продукцию, что является одним из ключевых факторов, стимулирующих развитие органического рынка. Эта динамика характерна, прежде всего, в странах, где потребители осознанно выбирают органические продукты в результате их положительного воздействия на здоровье человека и окружающую среду. Цель – выявить и проанализировать внешние макроэкономические и социокультурные условия, оказывающие влияние на органический сектор Казахстана. Методы исследования – PEST-анализ, анализ политической и правовой среды, статистических данных, социологического исследования: опросы и наблюдение. Результаты – определены политические, экономические, социальные и технологические стимулы, которые могут воздействовать на ускоренный рост данного рыночного сегмента в сред-

несрочной и долгосрочной перспективе. *Выводы* – обозначена важность активного участия государства, внедрения современных технологий, информационно-образовательных программ и улучшения инфраструктуры рынка биопродуктов. Обоснована необходимость совершенствования системы государственного планирования на уровне центральных и местных исполнительных органов. Рекомендованы меры по повышению информированности казахстанских потребителей относительно органических товаров, что непосредственно влияет на расширение рынка органических товаров. Комплексный и системный подход к этим направлениям активизирует процесс развития органического сельского хозяйства в республике, способствуя улучшению качества жизни населения и охране окружающей среды. Авторы приходят к заключению, что производство органической продукции может стать одним из основных источников доходов для регионов страны при условии формирования действенной законодательной базы, инвестирования, в том числе государственного, создания благоприятного предпринимательского климата и реализации конкурентных преимуществ регионов Республики Казахстан.

Аңдатпа. Әлемдік экономикада органикалық ауылшаруашылық өнімдеріне сұраныстың қарқынды өсуі байқалады, бұл органикалық нарықтың дамуын ынталандыратын негізгі факторлардың бірі болып табылады. Бұл динамика, ең алдымен, тұтынушылар адам денсаулығы мен қоршаған ортаға оң әсер ету нәтижесінде органикалық өнімдерді саналы түрде таңдайтын елдерде тән. *Мақсаты* - Қазақстанның органикалық секторына әсер ететін сыртқы макроэкономикалық және әлеуметтік-мәдени жағдайларды анықтау және талдау. Зерттеу *әдістері* - PEST-талдау, саяси және құқықтық ортаны талдау, статистикалық мәліметтер, әлеуметтанулық зерттеулер: сауалнамалар және бақылау. *Нәтижелері* - орта және ұзақ мерзімді перспективада осы нарық сегментінің жедел өсуіне әсер етуі мүмкін саяси, экономикалық, әлеуметтік және технологиялық ынталандырулар анықталған. *Қорытындылар* - мемлекеттің белсенді қатысуының, заманауи технологияларды, ақпараттық-білім беру бағдарламаларын енгізудің және биоөнімдер нарығының инфрақұрылымын жақсартудың маңыздылығы көрсетілген. Орталық және жергілікті атқарушы органдар деңгейінде мемлекеттік жоспарлау жүйесін жетілдіру қажеттілігі негізделген. Қазақстандық тұтынушылардың органикалық тауарларға қатысты хабардарлығын арттыру бойынша шаралар ұсынылады, бұл органикалық тауарлар нарығының кеңеюіне тікелей әсер етеді. Осы бағыттарға кешенді және жүйелі көзқарас халықтың өмір сүру сапасын жақсартуға және қоршаған ортаны қорғауға ықпал ете отырып, республикада органикалық ауыл шаруашылығын дамыту процесін жандандырады. Авторлар органикалық өнім өндіру пәрменді заңнамалық базаны қалыптастыру, инвестициялау, оның ішінде мемлекеттік, қолайлы кәсіпкерлік ахуал құру және Қазақстан Республикасы өңірлерінің бәсекелестік артықшылықтарын іске асыру шартымен ел өңірлері үшін негізгі табыс көздерінің біріне айналуы мүмкін деген қорытындыға келеді.

Annotation. The global economy is experiencing rapid growth in demand for organic agricultural products, which is one of the key factors stimulating the development of the organic market. This dynamic is especially true in countries where consumers consciously choose organic products due to their positive impact on human health and the environment. *The goal* is to identify and analyze external macroeconomic and sociocultural conditions that influence the organic sector of Kazakhstan. Research methods – PEST analysis, analysis of the political and legal environment, statistical data, sociological research: surveys and observation. *Results* - political, economic, social and technological incentives have been identified that can influence the accelerated growth of this market segment in the medium and long term. *Conclusions* - importance of the active participation of the state, introduction of modern technologies, information and educational programs and improving the infrastructure of bioproducts market is indicated. The need to improve the state planning system at the level of central and local executive bodies is substantiated. Measures are recommended to increase the awareness of Kazakh consumers regarding organic goods, which directly affects the expansion of the market for organic goods. An integrated and systematic approach to these areas will intensify the development of organic agriculture in the republic, helping to improve the quality of life of the population and protect the environment. The authors come to the conclusion that production of organic products can become one of the main sources of income for the regions of the country, subject to the formation of an effective legislative framework, investment, including government investment, creation of favorable business climate and implementation of competitive advantages of the regions of the Republic of Kazakhstan.



риев внедрения принципов «зеленой» экономики, «зеленых» технологий и практики в агропромышленном секторе [7]. Таким образом, планы по развитию органического производства можно приравнять к планам по «озеленению» агропромышленного комплекса.

В долгосрочной (свыше 5 лет) и среднесрочной перспективе (до 5 лет) в государственных планах зафиксированы виды деятельности, касающиеся органического рынка, а именно:

- разработка органических технологий в специализированные приоритеты грантового и программно-целевого финансирования агропромышленной науки;
- организация региональных и глобальных цепочек добавленной стоимости;
- изучение главных направлений экспорта органической продукции;
- совершенствование нормативно-правовой базы;
- формирование модельных хозяйств, баз данных о семенах, животных и др.;
- подготовка специалистов;
- компенсация затрат, связанных с продвижением продукции на экспорт и сертификацией.

Государственное планирование представляет собой единую иерархическую систему, в которой необходимость и обоснованность разработки документов нижестоящего уровня определяются с учетом документов более высокого уровня. При этом мониторинг и оценка эффективности и результативности документов на более высоком уровне базируются достоверной информации о реализации документов на более низком уровне. Следовательно, необходимо включать вопросы касательно органического производства в планы местных исполнительных органов. Однако анализ таких планов показал, что в них отсутствуют вопросы органического сельского хозяйства.

Таким образом, можно выделить следующие специфические для органического рынка политические факторы, которые должны влиять в долгосрочной перспективе на развитие органического рынка:

P1 - политический курс на экологизацию и «озеленение» экономики;

P2 - декларирование преимуществ развития органического рынка в долгосрочной перспективе на уровне центральных исполнительных органов власти;

P3 – поддержка научных исследований в области органического сельского хозяйства.

*Экономические факторы. Е1. Ценовая надбавка на органическую продукцию.*

Особенностью ценообразования органической продукции является ценовая надбавка. Органическая продукция обладает дополнительными качественными экологическими, экономическими и социальными характеристиками. Соответственно продукция высокого качества стоит дороже. Данную ценовую надбавку также называют «органической премией», которую платит покупатель в качестве признательности фермеру за его усилия, направленные на бережное отношение к окружающей природной среде и здоровью людей.

Анализ цен на органическую продукцию показал, что размер органической премии в странах с развитым органическим рынком колеблется в пределах от 10% до 30% [8, 9]. В странах, где рынок органических продуктов находится на начальных этапах развития, при ограниченном предложении и высоком спросе ценовая надбавка может быть значительно выше, что и наблюдается в Казахстане.

Как показали результаты исследования рынка, «органическая премия» не главный фактор, который влияет на ценообразование. Цена также зависит от узнаваемости бренда, технологии производства, канала сбыта и от участников производственно-сбытовой цепочки. Одним из примеров того, что ценообразование в канале сбыта находится в зависимости от доминирующего участника, которым может быть как сам производитель, так и другой участник, является опыт КХ «Стрелец – экологическое земледелие» - производитель картофеля. Данное хозяйство производит продукцию в Северо-Казахстанской области и реализует ее на рынке г.Алматы. Основным каналом продаж выступают социальные сети. Картофель реализуется в г.Алматы по цене 250 тенге/кг, что дороже на 47% неорганического картофеля, предлагаемого в крупнейшей сети супермаркетов. Однако картофель этого же производителя в других торговых точках реализуется по цене 399 тенге/кг. В данном случае ценовая надбавка ритейла в размере 149 тенге/кг, превышает размер органической премии (81 тенге/кг) в 1,8 раза.

Рассмотрим другой пример ценовой надбавки на переработанную органическую продукцию. В торгово-розничной сети «Magnum Cash&Carry» реализуется неорганическое льняное масло компании Imperial oil (Кыргызстан) за 3 175 тенге в таре объемом 250 мл. Аналогичный объем

льняного органического масла бренда Virgin Organic oil (Россия) стоит 2 389 тенге. Органическое льняное масло в данном случае дешевле неорганического на 25%.

Однако, если рассматривать казахстанское органическое льняное масло от компании «Сила Земли», то его цена составляет 5 270 тенге за 250 мл. Причем масло отличается технологией производства, так как оно является сыродавленным, что качественно отличает его от других, поскольку процесс производства более трудоемкий и ориентирован на максимальное сохранение полезных веществ. В данном примере основная ценовая надбавка обусловлена за технологией производства.

По мере развития рынка и конкурентной среды ценовая надбавка будет снижаться, но в среднесрочной перспективе данная тенденция в Казахстане отсутствует, так как предложения на рынке ограничены. Фактор высокой цены на органическую продукцию, с одной стороны, мотиви-

рует фермеров к переходу на органическое производство, с другой стороны, ограничивает количество потенциальных покупателей по уровню доходов.

*Е2. Доля расходов потребителей на продовольствие.* При повышении уровня жизни населения в структуре его расходов уменьшается доля затрат на пищевые продукты, что способствует дальнейшим изменениям в пищевом рационе в сторону улучшения качества. Данное явление широко описано в экономической литературе (Закон Энгеля) и отчетливо прослеживается в международной статистике по потреблению органической продукции в странах-лидерах, где наблюдаются наименьшие расходы на продовольствие, которые варьируют в пределах 6-13% (рисунок 1). Следовательно, чем меньше доля расходов на продукты питания, тем большее число покупателей будет готово платить за качественную продукцию.

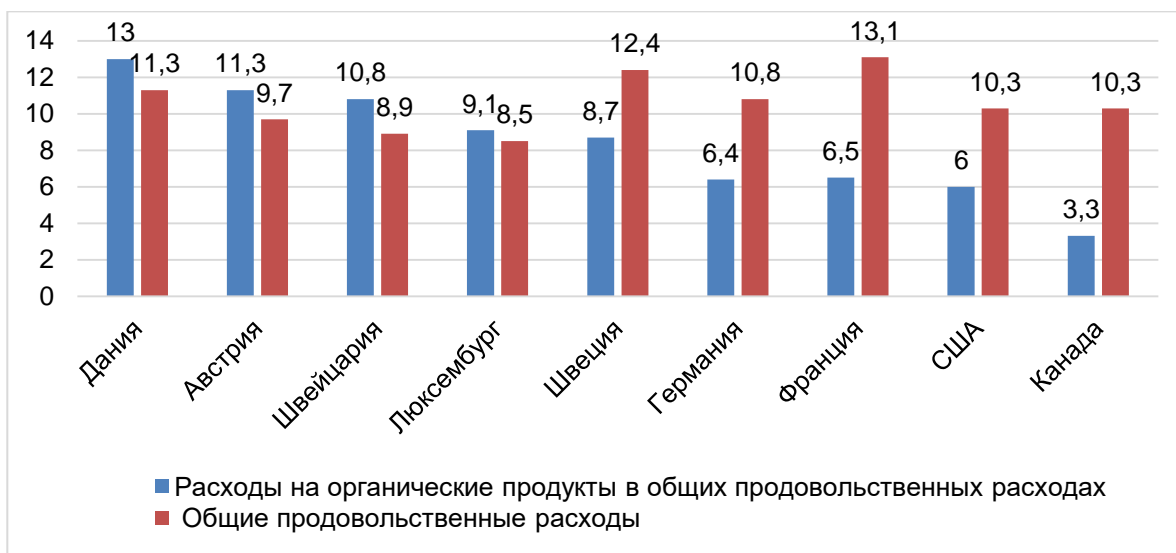


Рисунок 1 – Расходы на органические продукты в общей доле затрат на продовольственные товары в странах лидерах по потреблению органических продуктов [10].

В Казахстане доля расходов населения на продукты питания остается самой высокой на постсоветском пространстве (рисунок 2). Соответственно круг потреби-

телей ограничивается группой наиболее состоятельных слоев населения, так как органическая продукция стоит дороже.

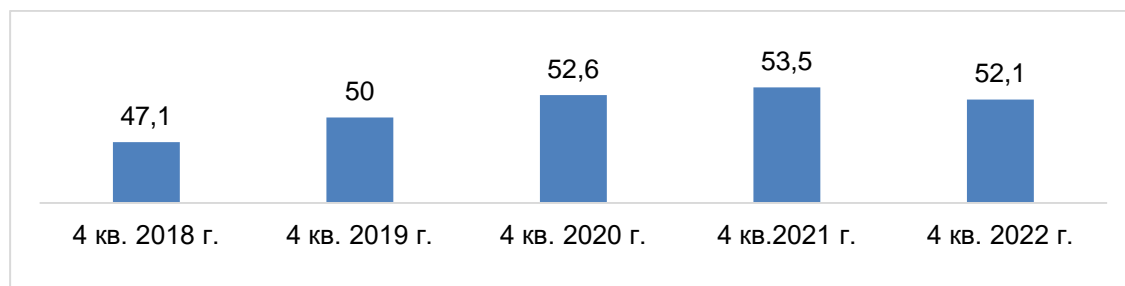


Рисунок 2 – Расходы на продовольствие в структуре общих расходов населения РК, %

Помимо групп населения с высоким уровнем благосостояния потенциальными потребителями органической продукции являются семьи с детьми, о чем подробнее написано ниже. С учетом этих социально-демографических характеристик была рассчитана потенциальная емкость органического рынка продовольственных товаров, которая составила 211,5 млрд. тенге [см.10].

В будущем с ростом благосостояния населения, при повышении уровня осведомленности об органических методах производства, росте конкуренции и снижения цен на органические продукты потенциальная емкость рынка будет увеличиваться.

*Е3. Инфляция и рост цен на продовольствие.* По данным Всемирного банка, в Казахстане уровень инфляции достиг высот, которые не наблюдались с 1990-х г., вследствие резкого повышения цен на продукты питания и нарастающей заработной платы в различных секторах экономики [11]. К началу января 2023г. инфляция достигла отметки в 20,7%, что представляет значительный рост по сравнению с уровнем в 8,7% в феврале 2022 года. Возможные факторы, вызвавшие увеличение инфляции, включают значительное повышение минимальной заработной платы, последовавшее за волнами протестов, рост номинальной оплаты труда и увеличение стоимости импортных товаров, что, в свою очередь, усугубило падение стоимости тенге.

В этом контексте главной причиной резкого роста инфляции стали повышенные цены на продукты питания. Заметно увеличились затраты на некоторые основные продукты первой необходимости, такие как мясо, сахар и яйцо. С целью смягчения давления на наименее обеспеченные группы населения, государство установило верхний предел для цен на ключевые продукты питания и коммунальные услуги, а также ввело ограничения на экспорт определенных товаров. Согласно данным Всемирного банка, целевой диапазон годовой инфляции в Казахстане составляет 4-6%, но только в 2024г. есть вероятность возвращения к нему.

Таким образом, с учетом того, что стоимость органической продукции и цены на продовольствие значительно увеличиваются, в среднесрочной перспективе не ожидается резкого увеличения спроса на органическую продукцию, если она будет существенно дороже. Тем не менее, как показывают результаты предыдущих исследова-

ний, потенциальная емкость внутреннего органического рынка остается еще не освоена, и у бизнеса есть свободные ниши.

*Социокультурные факторы.* В мировой научной среде активно ведутся исследования, направленные на выявление социокультурных аспектов предпочтений людей по выбору органических продуктов питания [см.10]. Ученые из разных стран изучают эту тему, раскрывая разнообразие факторов, влияющих на предпочтения потребителей. По результатам системного анализа данных исследований, становится очевидным, что в разных странах существуют индивидуальные особенности в поведении поклонников органических продуктов, преимущественно связанные с возрастом и гендерной принадлежностью.

Однако все исследователи единодушно подчеркивают, что среди основных потребительских групп, отдающих предпочтение органическим продуктам, выделяют семьи с детьми, а также домохозяйства с высоким уровнем благосостояния. Связано это с тем, что органические продукты стоят дороже, и категории потенциальных покупателей ограничены по уровню доходов. Однако, что касается семей с детьми, то данная категория даже при невысоких доходах старается приобретать органические продукты для своих детей, так как воспринимают их более полезными для здоровья.

Подтверждение подобной закономерности обнаружено при анализе членского состава «Органик-клуба Казахстана» – объединения потребителей, интересующихся органической продукцией. Наблюдение и неструктурированное интервьюирование участников «Органик-клуба», позволяет выделить ряд факторов, которые влияют на развитие органического рынка.

*S1. Тренд здорового образа жизни.* Большинство респондентов «Органик-клуба» ассоциируют органические продукты со здоровым питанием. Именно польза для здоровья человека органических продуктов послужила для них поводом стать членом клуба. Данная ситуация не уникальна в Казахстане, и по мнению международных исследователей, является одной из основных причин развития мирового рынка органической продукции. Тренд на здоровый образ жизни активно поддерживается государством, которое реализует соответствующие дорожные карты, включающие здоровое питание.

Однако, как показал анализ дискуссий в мессенджере «Органик-клуба» WhatsApp,

имеет место недостаточный уровень осведомленности и информированности об органическом производстве, который выделен ниже как фактор, влияющий на органический рынок.

S2. *Уровень осведомленности потребителей об органическом производстве.* В большинстве случаев опрошенные участники «Органик-клуба» не обладают знаниями о том, как определить подлинную органическую продукцию. Многие связывают её с фермерской продукцией, купленной на рынке, а не в супермаркете. По их мнению, разница в цене между продукцией в супермаркете и качественной фермерской может достигать 100%, но минимум 40%. Распространены такие ошибочные мнения, что органическая продукция предусматривает отказ от мяса, без глютена, лактозы, сахара и т.п.

Особую роль в развитии интереса к органическим продуктам среди респондентов сыграла распространяемая в СМИ информация о вреде пестицидов для здоровья человека и на окружающую среду. Люди начинают искать альтернативные продукты без пестицидов и приходят в органический сектор.

В результате интервьюирования экоблогеров, онлайн-продавцов органической продукции, анализа их подписчиков в социальной сети Инстаграм экспертом германо-казахстанского аграрно-политического диалога было определено, что не менее 2 тыс. жителей г.Алматы осознанно выбирают органические продукты и находятся в активном поиске поставщиков данного вида продуктов питания. Около 20 тыс. человек при доступности органических продуктов сделали бы выбор в их пользу.

По результатам анализа можно выделить следующие характерные черты портрета потребителя. Это люди, требовательные, образованные и энергичные, постоянно пользующиеся информацией, как правило, уверенные в себе и способные влиять на окружающих. Кроме органических продуктов они выбирают гибридные и электрические автомобили, энергоэффективные устройства, альтернативные методы медицины и духовные практики. Среди общих для них ценностей можно выделить благотворительность, заботу об экологии, доброжелательность, духовность и независимость в мыслях и действиях. По большей части это женщины, которые следят за собой и уделяют особое внимание здоровью семьи. Доходы выше среднего уровня. География – города-миллионники.

*Технологические факторы.* Концепция органического сельского хозяйства не подразумевает возврат к технологиям прошлого, а скорее ориентирована на современные и передовые подходы к устойчивому сельскому хозяйству с учетом прошлого опыта и традиционных знаний [12]. Органическое сельское хозяйство направлено на создание устойчивых и эффективных агроэкосистем, которые минимизируют негативное влияние на природную окружающую среду, сохраняют биоразнообразие и обеспечивают продукцию высокого качества.

В отличие от старых технологий, которые часто приводили к истощению почв, загрязнению водных ресурсов и негативному влиянию на здоровье человека, органическое сельское хозяйство базируется на принципах баланса природных процессов, эффективного использования ресурсов и обеспечения устойчивости [13]. Современные технологии в органическом сельском хозяйстве основаны на эффективном управлении природными ресурсами, ресурсосберегающим, биологическим средствам защиты растений, применению органических удобрений и природных минералов.

Технологические инновации в органическом производстве направлены на генетическую селекцию, где создаются сорта и гибриды культур, адаптированные к органическому способу возделывания, устойчивые к болезням и вредителям [14]. Исследуются и разрабатываются новые методы переработки и хранения органической продукции для удовлетворения требований современных рынков и потребителей [15]. В целом сбалансированное внедрение технологических факторов в органическое сельское хозяйство способствует устойчивому и эффективному производству, снижает негативное влияние на природную среду и обеспечивает социально-экономическое развитие сельских территорий.

В 2023г. первый органический сертификат по казахстанским стандартам (СТ РК 3109-2017, СТ РК 3111-2017) получил производитель органической продукции ТОО «Organic Village». Сертифицировал предприятие орган по подтверждению соответствия ТОО «QAZAQ BIO CONTROL», аккредитованный Национальным центром аккредитации РК.

ТОО «Organic Village» производит в Алматинской области различные виды продукции: овес, суданка, спаржа, топинамбур, салат листовой, корела (момордика), люцерна, кабачки, капуста кейл, бобы русские, окра (абельмош), арахис, огурцы, ка-

пуста цветная, томаты, капуста брокколи, перец болгарский, баклажаны, морковь бобы эдамаме, тыква, свекла, капуста кольраби, кукуруза. Продажи осуществляются в городе Алматы.

Следует отметить, что в Казахстане отсутствует официальная статистика по производству и торговле органической продукцией, сертифицированной по международным стандартам. Не существуют данные о количестве производителей, площади земель, производимой продукции, экспорте и др., что не позволяет оценить реальные объемы органического производства и экспорта, прогнозировать дальнейшее развитие.

Изучая международную статистику по площади органических земель в Казах-

стане за последние 5 лет, можно предположить, что снижение количества площадей органических земель может быть связано с технологическими факторами (рисунок 3). Однако более детальное изучение данного вопроса показало, что в разные годы использовались различные источники для сбора всей информации. К примеру, за последний отчетный 2021г. статистику предоставили только 4 органа по сертификации: CERES-CERT (Швейцария), Ekoagros (Литва), Letis (Аргентина), Organic Standard (Украина). При этом в соответствии с Регламентом (ЕС) № 1235/2008 в Казахстане аккредитованы для органической сертификации 19 органов контроля.

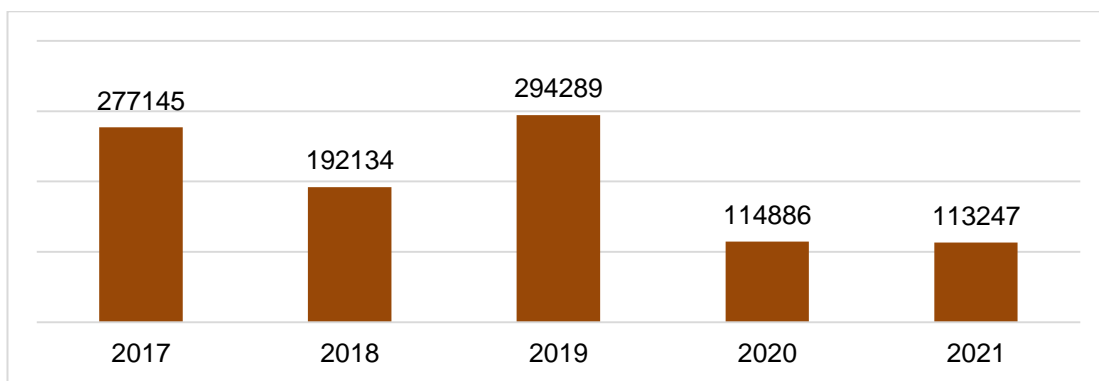


Рисунок 3 – Площадь земель, сертифицированных по международным органическим стандартам в Казахстане, га

Согласно этому же регламенту, органы по сертификации должны публиковать на своих веб-сайтах актуальную информацию о клиентах, где нами было обнаружено 50 сертифицированных операторов в Казахстане. Данный перечень органических производителей актуален на дату 29 сентября 2023 года. Следует отметить, что перечень может меняться в любой момент в связи с прекращением действия сертификатов у операторов, либо с появлением новых сертифицированных операторов.

В соответствии с доступными данными на вебсайтах органов по сертификации в Казахстане производится следующая органическая продукция: зерновые культуры (пшеница, ячмень, кукуруза, гречиха, овес, рожь, просо); зернобобовые культуры (чечевица, соя, нут, фасоль, горох, маш); масличные культуры (подсолнечник, лён, рапс, горчица, сафлор, кунжут, тмин); лекарственные культуры (корень солодки, листья малины); технические культуры (хлопок); дикорастущие культуры (не уточняются); продукция животноводства (мёд).

Важно отметить, что список продукции может быть неполным в связи с тем, что не все органы по сертификации публикуют данные о выращиваемых культурах операторами. Кроме того, органы по сертификации не публикуют информацию о площади, объемах производства и экспорте. Эту информацию можно получить путем официальных запросов от Министерства сельского хозяйства РК в аккредитованные в ЕС органы по сертификации, на которые они обязаны предоставить ответ в соответствии с законодательством ЕС.

Также механизм сбора информации от международных органов по сертификации можно предусмотреть в проекте закона «О производстве и обороте органической продукции». По нашим оценкам, общая площадь сертифицированных органических земель в Казахстане составляет около 250 тыс. га.

Среди операторов органической продукции в Казахстане есть 2 производителя продукции животноводства. В частности, они производят мед, который реализуется на внутреннем рынке и на экспорт в Япо-



нию, Ближний Восток и Китай. Касательно переработанной органической продукции в Казахстане производят только однокомпонентные продукты (растительное масло, муку и др.). Это объясняется недостаточным ассортиментом органического сырья для переработки, так как в органической переработке в соответствии со стандартами все компоненты должны быть сертифицированы.

По результатам интервьюирования 5 хозяйств, которые производят органическую продукцию можно выделить следующие проблемы:

- отсутствие семеноводческих органических хозяйств в Казахстане, несмотря на потребность в семенном и посадочном материале, устойчивом к болезням и вредителям;
- недостаточное развитие рынка органических биопрепаратов и биоагентов. Из зарегистрированных средств защиты растений биопрепараты составляют менее 2%;
- среди полеводов актуальным остается вопрос борьбы с сорняками.

Для решения этих и других технологических проблем органического производства Министерство сельского хозяйства поддерживает программы по научному обеспечению технологического развития органического производства. Ожидается, что реализация научно-технических программ по разработке технологий органического производства в долгосрочной перспективе даст толчок развитию органического сектора. Определим данное обстоятельство как отдельный технологический фактор: *T1. Развитие научно-технического потенциала органического производства.*

Рассмотрим, еще один технологический фактор, который положительно влияет на органический рынок: *T2. Цифровизация и развитие альтернативных каналов сбыта.* Цифровизация предоставляет организациям и фермерам в органическом сельском хозяйстве широкий спектр возможностей:

- интернет-площадки для продажи органических продуктов, позволяющие фермерам достичь большего числа потенциальных покупателей, в том числе за пределами географических границ Казахстана. Это способствует расширению рынка сбыта и увеличению спроса на органические продукты;

- цифровые платформы для проведения эффективных маркетинговых кампаний, образовательных мероприятий и информирования потребителей о преимуществах органических продуктов. Это способствует повышению осведомленности и интереса к органической продукции;

- цифровые технологии с целью отслеживания происхождения органических продуктов, что важно для подтверждения их аутентичности и соответствия стандартам. Это повышает доверие потребителей к органической продукции.

Развитие альтернативных каналов сбыта также имеет преимущества для органического рынка Казахстана. Прямые каналы сбыта, такие как фермерские рынки, онлайн-продажи, агротуризм, продажи через социальные сети позволяют фермерам устанавливать прямые связи с покупателями, исключая посредников, что способствует повышению доходов фермеров и доступности органических продуктов для потребителей [см.2].

Таким образом, технологическая цифровизация и развитие альтернативных каналов сбыта стимулируют рост и расширение органического рынка в Казахстане, обеспечивая более эффективное взаимодействие между фермерами и потребителями, повышение качества продукции и осведомленности о ней.

Рассмотрим влияние определённых PEST-факторов в краткосрочной (до 1 года), среднесрочной (от 1 года до 5) и в долгосрочной перспективах, тип их влияния и возможные изменения во времени (таблица).

Таблица – PEST-факторы и перспективы их влияния

Тип фактора	Перспективы влияния, год		
	до 1	1-5	свыше 5
<i>Политические факторы</i>			
P1 - Политический курс на экологизацию, «озеленение» экономики	+=	+=	+=
P2 - Декларирование приверженности в развитии органического рынка в долгосрочной перспективе на уровне центральных исполнительных органов власти	+=	+=	+<
P3 – Планы местных исполнительных государственных органов	0 <	< +	< +
<i>Экономические факторы</i>			
E1. Ценовая надбавка на органическую продукцию	- >	> +	> +
E2. Доля расходов потребителей на продовольствие	= -	- <	+<

Е3. Инфляция и рост цен на продовольствие	-	0	0
Е4. Конкурентная среда	- =	+ <	+ <
<i>Социокультурные факторы</i>			
S1. Тренд здорового образа жизни	+>	+>	+>
S2. Уровень осведомленности потребителей об органическом производстве	- <	< +	< +
<i>Технологические факторы</i>			
T1. Развитие научно-технического потенциала органического производства	- <	+ <	+ <
T2. Цифровизация и развитие альтернативных каналов сбыта	+ <	+ <	+ <
Условные обозначения: «+» положительное влияние; «-» отрицательное влияние; «0» не оказывает влияния; «=» влияние не изменится во времени; «<» увеличится влияние; «>» уменьшится влияние.			

### Заключение

1. По результатам изучения политических факторов в рамках проведенного PEST-анализа определено, что перед агропромышленным комплексом ставится конкретная задача стать глобальным игроком на органическом рынке. Успешность достижения этой задачи зависит от качества и своевременности планирования и достижения показателей результатов нижестоящих программ, планов и проектов.

Эти условия отражены в принципах, непрерывности, преемственности и последовательности системы государственного планирования. При этом в обязательном порядке должна выполняться декомпозиция – процесс разделения целей, целевых индикаторов, задач и показателей результатов вышестоящих документов системы государственного планирования на составные цели, целевые индикаторы, задачи и показатели результатов, для отражения их в нижестоящих документах исходя из иерархии.

2. Проведенный анализ выявил ряд системных проблем государственного планирования в отношении развития органического сектора.

3. На уровне центральных исполнительных органов фиксируется недостаточная оперативность принятия планов. Ключевыми проблемами являются декомпозиция, отсутствие целевых индикаторов в количественном выражении и показателей результатов.

4. На уровне планов местных исполнительных органов вопросы развития органического сельского хозяйства не рассматриваются, что противоречит основам и принципам системы государственного планирования.

5. В связи с вышеизложенным целесообразно с привлечением экспертов из области стратегического планирования и развития органического сектора, разработать

рекомендации по совершенствованию документов системы государственного планирования как на уровне центральных исполнительных органов, так и на местном уровне. Данные рекомендации должны быть направлены в соответствующие исполнительные органы.

6. Проведенный анализ определил недостаточный уровень осведомленности. Повышение осведомленности потребителей о продуктах органического сельского хозяйства имеет особую значимость для развития этого рынка. Это способствует не только увеличению спроса на органическую продукцию, но и созданию понимания важности для здоровья человека и агроэкосистем. Для Казахстана актуальны следующие направления деятельности:

- разработка и проведение образовательных программ для потребителей о преимуществах органической продукции, методах производства и их воздействии на окружающую среду и здоровье;

- выпуск информационных брошюр, плакатов, содержащих информацию о критериях на органические продукты, сертификацию и стандарты;

- активное использование социальных медиа- и СМИ для распространения информации о пользе органических продуктов, рецептах, историях успеха фермеров и других материалах;

- организация выставок и участие в фермерских рынках, семинаров, вебинаров и мастер-классов для потребителей, где эксперты и фермеры делятся знаниями о преимуществах органической продукции;

- информация об успехах фермеров и предпринимателей, которые вкладывают усилия в развитие органического сельского хозяйства.

7. Проведенный анализ показал, что развитие органического рынка имеет значительный потенциал для создания и внедрения инноваций. Следует активно

использовать сильные стороны, такие как растущий спрос и возможности экспорта, для увеличения доли органической продукции на рынке.

8. Среди агроформирований наблюдается увеличение интереса к органическому производству, так как его экономическая эффективность может быть выше по сравнению с традиционным сельским хозяйством [см.4].

9. Государственная поддержка, внедрение современных технологий, образовательные программы и развитие инфраструктуры могут содействовать развитию органического рынка и повышению его конкурентоспособности. При этом необходимо учитывать специфику местных условий и потребительских предпочтений, чтобы обеспечить устойчивый рост органического сельского хозяйства в Казахстане.

10. При правильном планировании и внедрении поставленных задач Казахстан обладает значительным потенциалом стать глобальным игроком на рынке органической продукции.

Статья подготовлена в рамках ПЦФ BR10765062 «Разработка технологии по обеспечению сохранности качества сельхозсырья и продуктов переработки в целях снижения потерь при различных способах хранения» в рамках научно-технической программы «Разработка технологий хранения плодов и винограда сортов отечественной селекции с целью получения органической продукции» на 2021-2023 годы.

#### Список литературы

[1] Helga, W. The World of Organic Agriculture. Statistics and Emerging Trends 2023 / W. Helga, B. Schlatter, J. Travnicek. - Bonn: Research Institute of Organic Agriculture FiBL, Frick and IFOAM- Organics International, 2023. -358p.

[2] Климов, Е.В. Выбор и оптимизация каналов сбыта для мелкотоварных органических производителей плодоовощного направления / Е. В. Климов, Б. У. Асылы // Проблемы агрорынка. – 2022. – № 4. – С. 94-103.

[3] Григорук, В.В. Органическое сельское хозяйство: концептуальная позиция/ В.В. Григорук, Е. В. Климов // Проблемы агрорынка. – 2020.– № 3.– С. 88-101.

[4] Григорук, В.В. Модель агроформирования по производству органической сельскохозяйственной продукции с добавленной стоимостью / В. В. Григорук, Ч.У. Акимбекова, Е.В. Климов, Ж.С. Досумова // Проблемы агрорынка. – 2018.–№ 2. – С. 82-89.

[5] David, Fred R. Strategic management: concepts and cases [Electronic resource].- 2023.- URL: [https://www.pracownik.kul.pl/files/12439/public/3\\_David.pdf](https://www.pracownik.kul.pl/files/12439/public/3_David.pdf) (date of access: 08.08.2023).

[6] Whittington, R. Exploring Strategy, Text and Cases. Pearson Education. Angwin [Electronic resource].-2023.-URL: <https://www.mim.ac.mw/books/Johnson%20and%20Scholes%20Exploring%20Corporate%20Strategy,%20Text%20and%20Cases.pdf> (date of access: 08.09.2023).

[7] OECD Farm Management Practices to Foster Green Growth, OECD Green Growth Studies, OECD Publishing, Paris [Electronic resource].- 2023.-URL: <https://www.dx.doi.org/10.1787/9789264238657-en> (date of access: 03.09.2023).

[8] Chen, D., Jaenicke, E., Yan, J., Tian, K., & Nayga, R. Price promotion of organic foods and consumer demand. Renewable Agriculture and Food Systems [Electronic resource].-2023.-URL: <https://www.cambridge.org/core/journals/renewable-agriculture-and-food-systems/article/abs/price-promotion-of-organic-foods-and-consumer-demand/7353FEDF4DA33F382EA1081FCFED107D#access-block> (date of access: 10.07.2023).

[9] Schahczenski Jeff. Understanding Organic Pricing and Costs of Production NCAT Agriculture and Natural Resource Economist, and Emily Post. [Electronic resource].-2023.-URL: [https://www.attradev.ncat.org/wp-content/uploads/2022/08/organic\\_pricing\\_110619.pdf](https://www.attradev.ncat.org/wp-content/uploads/2022/08/organic_pricing_110619.pdf) (date of access: 29.09.2023).

[10] Климов, Е.В. Емкость органического рынка продовольствия Республики Казахстан: возможности потребления отдельными социально-демографическими группами населения / Е. В. Климов, Ш. М. Кантарбаева, Ж. К. Калымбекова // Проблемы агрорынка. – 2023. – № 1. – С. 161-171.

[11] Всемирный Банк. Доклад об экономике Казахстана [Электронный ресурс].-2023.- URL: <https://www.vsemirnyjbank.org/ru/country/kazakhstan/publication/economic-update-spring-2023?fbclid=IwAR2OPLkNWX8n6MI071xP5rDUHh64YoaJxACiOcwdrEBaNAEd2IUPXzx1QoY> (дата обращения: 06.08.2023).

[12] Айтбаева, А.Т. Влияние органического ферментного биопрепарата грофлорин на показатели роста и развития бахчевых культур арбуза и дыни в условиях юго-востока Казахстана / А. Т. Айтбаева, Е. В. Климов // Известия Ошского технологического университета. – 2023. – № 2-1. – С. 177-186.

[13] Айсакулова, Х.Р. Влияние органических удобрений на микрофлору почвы при выращивании плодовых культур / Х. Р. Айсакулова, Л. А. Курасова, А. А. Нысанбаева, Е. В. Климов // Наука и образование. – 2022. – № 4-2(69). – С. 92-103.

[14] Шелковников, С.А. Научно-технологическое развитие отрасли растениеводства,

включая семеноводство и органическое земледелие, Новосибирской области / С.А. Шелковников, М.С. Петухова // Международный сельскохозяйственный журнал. – 2021. – Т. 64. - № 5. - С.1-21.

[15] Исина, Ж.М. Изменение качественных показателей плодов яблони в течение процесса хранения / Ж.М. Исина, Б.К. Копжасаров, А.Е. Койгельдина, З.Б. Бекназарова // Тенденции развития науки и образования. – 2022. – № 92-14. – С. 68-73.

### References

[1] Helga, W., Schlatter, B., Travnicek, J. (2023). The World of Organic Agriculture. Statistics and Emerging Trends 2023. Bonn: Research Institute of Organic Agriculture FiBL, Frick, and IFOAM - Organics International, 358.

[2] Klimov, Ye.V., Asilov, B.U. (2022). Vybora i optimizatsiya kanalov sbyta dlya melkoto-varynyh organicheskikh proizvoditeley plodovovoshnogo napravleniya [Selection and optimization of sales channels for small-scale organic producers of fruit and vegetable direction] Problemy agrorynka - Problems of AgriMarket, 4, 94-103 [in Russian].

[3] Grigoryuk, V.V., Klimov, Ye.V. (2020). Organicheskoe selskoe hozyaistvo: konceptual'naya pozitsiya [Organic farming: conceptual position]. Problemy agrorynka - Problems of AgriMarket, 3, 88-101 [in Russian].

[4] Grigoruk, V.V., Akimbekova, Sh.U., Klimov, Ye.V., Dosumova, Zh.S. (2018). Model agroformirovaniya po proizvodstvu organicheskoy selskokhozyajstvennoy produkczii s dobavlennoy stoimost'yu [Agroformation model for the production of organic agricultural products with added value]. Problemy agrorynka - Problems of AgriMarket, 2, 82-89 [in Russian].

[5] David, Fred R. (2016). Strategic management: concepts and cases. Available at: [https://www.pracownik.kul.pl/files/12439/public/3\\_David.pdf](https://www.pracownik.kul.pl/files/12439/public/3_David.pdf) (date of access: 08.08.2023).

[6] Whittington, R., Angwin, D., Regner, P., Johnson, G., Scholes, K., & Koleva, P. (2020). Exploring Strategy, Text and Cases. Pearson Education. Available at: <https://www.mim.ac.mw/books/Johnson%20and%20Scholes%20Exploring%20Corporate%20Strategy,%20Text%20and%20Cases.pdf> (date of access: 08.09.2023).

[7] OECD (2016), Farm Management Practices to Foster Green Growth, OECD Green Growth Studies, OECD Publishing, Paris. Available at: <https://dx.doi.org/10.1787/9789264238657-en> (date of access: 03.09.2023).

[8] Chen, D., Jaenicke, E., Yan, J., Tian, K., & Nayga, R. Price promotion of organic foods and consumer demand. Renewable Agriculture and Food Systems. Available at: <https://www.cambridge.org/core/journals/renewable-agriculture-and-food-systems/article/abs/price-promotion-of-organic-foods-and-consumer-demand/>

7353FEDF4DA33F382EA1081FCFED107D#access-block (date of access: 10.01.2023).

[9] Jeff Schahczenski, (2022). Understanding Organic Pricing and Costs of Production NCAT Agriculture and Natural Resource Economist, and Emily Post. Available at: [https://atradev.ncat.org/wp-content/uploads/2022/08/organic\\_pricing\\_110619.pdf](https://atradev.ncat.org/wp-content/uploads/2022/08/organic_pricing_110619.pdf) (date of access: 29.09.2022).

[10] Klimov, Ye.V., Kantarbayeva, Sh.M., Kalymbekova, Zh.K. (2023). Emkost organicheskogo rynka prodovolstviya RK: vozmozhnosti potrebleniya ot delnymi socialno-demograficheskimi gruppami naseleniya [The capacity of the organic food market of the Republic of Kazakhstan: the possibilities of consumption by individual socio-demographic groups of the population]. Problemy agrorynka - Problems of AgriMarket, 1, 161-171 [in Russian].

[11] Vsemirnyy Bank. Doklad ob ekonomike Kazakhstana [The World Bank. Report on the economy of Kazakhstan] (2023). Available at: <https://www.vsemirnyybank.org/ru/country/kazakhstan/publication/economic-update-spring2023?fbclid=IwAR2OPLkNWX8n6MI071xP5rDUHH64YoaJxAcIocwdrEBaNAEd2IUPXz1QoY> (date of access: 06.08.2023) [in Russian].

[12] Aitbaeva, A.T., Klimov, Ye. V. (2023). Vliyanie organicheskogo fermentnogo biopreparata groflorin na pokazateli rosta i razvitiya bakhchevykh kultur arbuza i dy'ni v usloviyakh yugo-vostoka Kazakhstana ["The influence of the organic enzymatic biopreparation Groflorin on the growth and development indicators of watermelon and melon crops in the conditions of Southeast Kazakhstan]. Izvestiya Oshskogo tehnologicheskogo universiteta - News from Osh Technological University, 2-1, 177-186 [in Russian].

[13] Aisakulova, H.R., Kurasova, L.A., Nasybaeva, A.A., Klimov, Ye.V. (2022). Vliyanie organicheskikh udobreniy na mikrofloru pochvy pri vyrashchivaniy plodovykh kul't [The Impact of Organic Fertilizers on Soil Microflora in Fruit Crop Cultivation]. Nauka i obrazovanie-Science and Education, 4-2(69), 92-103. [in Russian].

[14] Shelkovnikov, S.A., Petukhova, M.S. (2021). Nauchno-tehnologicheskoe razvitie otrasli rastenievodstva, vkluchaya semenovodstvo i organicheskoe zemledelie, Novosibirskoy oblasti [Scientific and Technological Development of Crop Farming, Including Seed Production and Organic Farming, in the Novosibirsk Region]. Mezhdunarodnyy sel'skohozhajstvennyy zhurnal - International Agricultural Journal, 64 (5), 1-21 [in Russian].

[15] Isina, Zh.M., Kopzhasarov, B.K., Kojgeldina, A.E., Beknazarova, Z.B. (2022). Izmene-nie kachestvenny'kh pokazateley plodov yablони v techenie proczessa khraneniya [Changes in the Quality Parameters of Apple Fruits During the Storage Process]. Tendenczii razvitiya nauki i obrazovaniya-Trends in the Development of Science and Education, 92-14, 68-73 [in Russian].

**Информация об авторах:**

*Климов Евгений Владимирович* - **основной автор**; старший научный сотрудник; Казахский НИИ экономики АПК и развития сельских территорий, Председатель Казахстанской федерации движений органического сельского хозяйства (KAZFOAM); 050057 ул. Сатпаева, 30Б, г. Алматы, Казахстан; e-mail: [fiac@mail.ru](mailto:fiac@mail.ru); ORCID; <https://orcid.org/0000-0002-2082-4678>

*Бимагамбетова Лалита Нурмановна*; кандидат технических наук; ассистент-профессора кафедры «Автотранспортные средства и безопасность жизнедеятельности»; Академия логистики и транспорта; 050000 ул. Шевченко, 97, г. Алматы, Казахстан; e-mail: [lolita12@bk.ru](mailto:lolita12@bk.ru); <https://orcid.org/0000-0003-0474-5803>

*Есенгазиева Сауле Копешевна*; кандидат экономических наук, доцент; доцент кафедры "Экономика"; Казахский национальный университет им. аль-Фараби, Высшая школа "Экономика и бизнес"; 050040 пр. аль-Фараби, 71, г. Алматы, Казахстан; e-mail: [yessengaziyeva.saule@kaznu.edu.kz](mailto:yessengaziyeva.saule@kaznu.edu.kz); <https://orcid.org/0000-0003-1430-370X>

**Авторлар туралы ақпарат:**

*Климов Евгений Владимирович* – **негізгі автор**; аға ғылыми қызметкер; Қазақ аграрлық-өнеркәсіптік кешенінің экономикасы және ауылдық аумақтарды дамыту ғылыми-зерттеу институты, Қазақстандық органикалық ауыл шаруашылығы қозғалысы федерациясының (KAZFOAM) Төрағасы; 050057 Сатпаев көш., 30Б, Алматы қ., Қазақстан; e-mail: [fiac@mail.ru](mailto:fiac@mail.ru); <https://orcid.org/0000-0002-2082-4678>

*Бимагамбетова Лалита Нурмановна*; техника ғылымдарының кандидаты; «Автокөлік құралдары және тіршілік қауіпсіздігі» кафедрасының ассистент-профессоры; Логистика және көлік академиясының; 050000 97 Шевченко көш., Алматы қ., Қазақстан; e-mail: [lolita12@bk.ru](mailto:lolita12@bk.ru); <https://orcid.org/0000-0003-0474-5803>

*Есенгазиева Сауле Копешевна*; экономика ғылымдарының кандидаты, доцент; "Экономика" кафедрасының доценті; Өл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, "Экономика және бизнес" жоғары мектебі; 050040 Өл-Фараби даңғ., 71, Алматы қ., Қазақстан; e-mail: [yessengaziyeva.saule@kaznu.edu.kz](mailto:yessengaziyeva.saule@kaznu.edu.kz); <https://orcid.org/0000-0003-1430-370X>

**Information about authors:**

*Klimov Yevgeniy Vladimirovich* - **The main author**; Senior Researcher; Kazakh Research Institute of Economy of Agro-Industrial Complex and Rural Development, Chairman of the Kazakhstan Federation of Organic Agriculture Movements (KAZFOAM); 050057 Satpaev str., 30B, Almaty, Kazakhstan; e-mail: [fiac@mail.ru](mailto:fiac@mail.ru); ORCID; <https://orcid.org/0000-0002-2082-4678>

*Bimagambetova Lalita Nurmanovna*; Candidate of Technical Sciences; Assistant-Professor of the Department of Motor vehicles and life safety; Academy of Logistics and Transport; 050000 Shevchenko str., 97, Almaty, Kazakhstan; e-mail: [lolita12@bk.ru](mailto:lolita12@bk.ru); <https://orcid.org/0000-0003-0474-5803>

*Yessengaziyeva Saule Kopeshevna*; Candidate of Economic Sciences, Associate Professor; Associate Professor of the Department of Economics; Al-Farabi Kazakh National University, Higher School of Economics and Business; 050040 Al-Farabi Ave., 71, Almaty, Kazakhstan; e-mail: [yessengaziyeva.saule@kaznu.edu.kz](mailto:yessengaziyeva.saule@kaznu.edu.kz); <https://orcid.org/0000-0003-1430-370X>