

MPHTI 06.61.53

JEL Classification: M38

DOI: <https://doi.org/10.52821/2789-4401-2022-4-94-105>

ПАНДЕМИЯ ЖАҒДАЙЫНДА ЖӘНЕ ПАНДЕМИЯДАН КЕЙІНГІ КЕЗЕҢДЕ ҚАЛАЛЫҚ ТҰРҒЫНДАРДЫҢ ӨМІР САЛТЫМЕН ҚАНАҒАТТАНУЫН МАРКЕТИНГТІК ТАЛДАУ

А. Т. Басымбекова^{1*}, Ж. Т. Кожамкулова¹

¹әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Алматы, Қазақстан Республикасы

АҢДАТПА

Зерттеу мақсаты – әлемдік COVID-19 пандемиясы жағдайында және пандемиядан кейінгі кезеңде қала тұрғындарының өмір салтында болып жатқан өзгерістердің, олардың қанағаттанушылығының және тұтынушылық мінез-құлық ерекшеліктерінің сапалық көрсеткіштерін бағалау.

Әдіснамасы – жалпылау, салыстырмалы талдау әдістерін қолдана отырып, екінші ретті ақпараттар зерттелді; әзірленген сауалнама негізінде (Google Forms арқылы) пікір сұрау жүргізілді, қалалық тұрғындардың қанағаттануын матрицалық талдаудың негізгі параметрлеріне статистикалық баға берілді (SPSS Statistics негізінде).

Зерттеудің бірегейлігі / құндылығы – зерттеу нәтижелері қалалық басқару органдарының маркетинг бөліміне қалалық тұрғындардың демалыс орындарының негізгі маркетингтік атрибуттарын жетілдіру бойынша стратегиялық шешімдерді қабылдауға мүмкіндік береді.

Зерттеу нәтижелері – өмір сапасының өзекті көрсеткіштері анықталды, пандемия жағдайында қалалық тұрғындардың мінез-құлық өзгерісінің тенденциялары талданды, олардың тұтынушылық мінез-құлқында мультиатрибутивті таңдауды жүзеге асыру реттілігі анықталды.

Түйін сөздер: өмір сапасы, қалалық өмір сүру салты, урбанизация, қалалық маркетинг, мемлекеттік маркетинг, қанағаттану / қанағаттанбау матрицасы, қанағаттану / маңыздылық матрицасы.

КІРІСПЕ

Дамыған елдерде халықтың өмір сүру сапасы мен деңгейі әлеуметтік-экономикалық саланың негізгі көрсеткіші болғандықтан оның дамуына баса назар аударылады. Өйткені, халықтың өмір сүру сапасын жақсарту – кез келген мемлекеттің, оның ішінде мемлекеттік және жергілікті органдардың негізгі міндеттерінің бірі. Осы мәселе туралы Қазақстан Республикасының Президенті Қ. К. Тоқаевтың жолдауында: «Өңірлік саясатта әлеуметтік-экономикалық дамудағы теңсіздікті азайтуға айрықша мән беру керек. Ұлттық даму жоспары аясында азаматтардың тұрмыс сапасын арттыру үшін нақты 25 міндет айқындалды», [1] – деп айтылған болатын. Өйткені, бұрын сандық көрсеткіштер аса маңызды болса, ал қазір сапалық көрсеткіштер алдыңғы қатарға шығып отыр. Сондай-ақ, халықтың тұрмыс сапасын жақсарту урбанизация үдерісімен де байланысты, өйткені, урбанизация деңгейі өскен сайын бұл мәселе өзекті болып отыр. Басқарылатын урбандалу арқылы халықтың тұрмыс сапасын жақсарту [2] алдағы 5 жылдағы өңірлерді дамытудың мемлекеттік бағдарламасының басты мақсаты да қазіргі таңда тұрмыс сапасын арттырудың маңыздылығын көрсетеді. Осыған қатысты маркетингке көңіл бөлінуі керек, себебі маркетинг өзінің құралдары, әдістері, тәсілдері мен түрлері көмегімен аталған мәселелерді басқаруға және реттеп отыруға мүмкіндік береді.

Қалалық тұрғындардың өмір сапасын арттыру олардың қажеттіліктерін қанағаттандырумен байланысты. Қала тұрғындарының өмір сүруінің сапалық параметрлерін қарастыру мәселелері ғылыми қауымдастықтың назарында. Қалалық тұрғындардың өмір сүру салты мен сапасын зерттеуде бірқатар ғалымдардың еңбектеріне талдау жасадық.

Әдебиетке шолу. Өмір сапасына қалалық жоспарлау және ондағы инфрақұрылымның дамуына әсер ететінін келесі авторлардың зерттеулері дәлелдейді. Кармен Гуида және Херардо Карпентьери өмір сапасын пандемия кезінде қалалық ортадағы медициналық қызметтің қолжетімділігімен байланысты қарастырса [3], Костас Муратидис қалалық жоспарлаудың өмір сапасына әсерін зерттеген [4; 5]. Демек, қаладағы медициналық қызметтің барлық тұрғындарға қолжетімді болуы мен ондағы инфрақұрылымды дұрыс жоспарлау қалалықтардың өмір сапасын жақсартуға мүмкіндік береді.

Ең алдымен, қалалар халықтың көп шоғырланатын кеңістігі ғана емес, оған қоса адамдардың өмір сүру салтын қалыптастыратын орта ретінде қарастырылады. Бірқатар авторлар, қалалық өмір сүру салтын әлеуметтану, психология және маркетинг ғылымдарымен байланыстырады. Атап айтсақ, М. В. Никитский қалалық өмір салтын пәнаралық талдау негізінде зерттесе [6], Е. А. Горбатая бойынша, қалалық орта тұрғындарға санадан тыс деңгейде әсер етеді, бұл оның көңіл-күйін, сезімін және мінез-құлқын анықтайды [7, б. 47]. И. А. Скрипачёва бойынша, өмір салты адам тіршілігінің жалпыәлеуметтік, топтық және жеке сипаттарын біріктіреді [8]. Ал И. А. Агеев, В. В. Агеева еңбегінде, қалалық өмір салты қалаларда жүзеге асырылатын жеке және топтық өмір сүру формаларының жиынтығы ретінде қарастырылған [9]. Сонымен қатар, И. С. Туров қалалық өмір сүру жағдайлары әлеуметтік-экономикалық тұрғыдан қарастырылуы тиіс деген қорытындыға келген [10]. Е. Ф. Прокушев, Е. П. Лихонин бойынша, өмір сапасы адамдардың өмір сүру салтының тиімділігін көрсетеді [11]. Аталған авторлардың ойларынан, тұрғындарға мінез-құлықтық өзгерістердің санадан тыс әсер ететінін, бұл олардың өмір сүру салты мен өмір сапасынан көрінетінін айта аламыз.

Сондай-ақ, қытай ғалымы өмір сүру салты инновациялыққа әсер етеді деген қорытынды жасаған [12]. Ал неміс және польша ғалымдары өмір сапасын тұрақты дамумен бірге қарастырған [13]. Осыған қатысты, өмір сүру салты өмір сапасының құрамдас бөлігі, сәйкесінше ол тұрақты дамуға алып келеді.

Жоғарыда өмір сапасын жақсартудың маңыздылығын атап өттік. Оны тұтынушылардың қажеттіліктерін қанағаттандыру арқылы арттыруға болады. Егер осы мәселені теориялық тұрғыдан қарастырсақ, онда ғылыми әдебиетте аталған мәселе әртүрлі көзқарас тұрғысынан зерттелгенін айта кету керек. Олардың ішінде 1984 жылы Н. Кано ұсынған модель компанияларға мақсатты аудитория үшін өз өнімдерінің функцияларын құндылықтарына қарай жіктеуге мүмкіндік береді, 1994 жылы Дж. Годеристің қанағаттанушылық/ қанағаттанбаушылық матрицасы, осы матрицаның жетілдірілген моделін 2008 жылы И. О. Христофоров ұсынды. Яғни, қызмет көрсету саласы тікелей оны тұтынушылардың қанағаттануымен байланысты. Сондықтан, олардың қажеттіліктерін қанағаттандыру мәселесі туындайды, бұл ары қарай зерттеуді қажет етеді.

Қорыта айтқанда, өмір сапасы халықтың тұрмыс деңгейін ғана көрсетпейді, сонымен қатар, ол адамдардың өмір сүру салтының, деңгейінің тиімділігін көрсетеді. Қалалық өмір сүру салтының қалыптасуы мен дамуы күрделі процесс. Мысалы, әрбір адам үлкен жастағы алдыңғы буын өкілдеріне үйреншікті болған қоғамдық мінез-құлықтың нормаларын үйренуден өтеді. Оған қоса, адамдардың өмір сүру жағдайларының өзгеруіне және қоғамның әлеуметтік құрылымындағы қозғалыстарға байланысты әрбір келесі жас буын осы қалалық өмір сүру салтын толықтырады. Өмір сүру салтынан адамдардың рухани мәдениеті, құндылықтары көрінеді, оған қоса, халықтың тұрмыс жағдайы, жұмысы, бос уақытын қалай өткізетіні, көңіл-көтеру, демалыс және т.б. сияқты өмірінің сан алуан қырлары қалалық өмір салтының мазмұнын құрайды. Осы ерекшеліктерге байланысты өмір сүру салтын зерттеудің негізінде ондағы өзгерістердің себебін анықтау және өмір сапасын жақсарту жатыр.

НЕГІЗГІ БӨЛІМ

Мақалада алдымен кабинеттік зерттеу, одан кейін далалық зерттеу жүргізілді, пікір сұрау, факторлық талдау, қанағаттану/қанағаттанбау және атрибуттардың маңыздылығы бойынша матрицалық талдау әдістері қолданылды.

Осы аталған әдістерді қолдану келесі нәтижелерді алуға мүмкіндік берді.

Қалалар сауданың, мәдениеттің, ғылымның, әлеуметтік дамудың, интеллектуалды іс-әрекеттің және т. б. орталығы болып табылады және онда жайлы өмір сүру үшін қажетті инфрақұрылым,

жұмыс орындары, ресурстар, капитал, заманауи технологиялар шоғырланған. Сонымен қатар, қалалар урбанизацияның негізгі орталығы болып табылады және онда белгілі бір қалалық өмір салтының қалыптасуы белгілі.

Қалалық тұрғындардың мінез-құлық өзгерістеріне жүргізілген зерттеу әлемдік пандемияның олардың өмір салтына елеулі өзгерістер енгізгенін көрсетті. COVID-19 әлемдік пандемиясының урбанизацияға тікелей әсері бар. Өйткені халық саны көп және тығыз орналасқан қалаларда вирустың таралу жылдамдығы жоғары. Біріккен Ұлттар Ұйымының есебі бойынша, коронавирус жұқтырудың 95 жағдайы қала тұрғындарына келеді [14]. Бұл дерек қалаларда өмір сапасын арттырудың маңыздылығын көрсетеді. Сол себепті де өмір сапасын зерттеу үшін оның негізгі көрсеткіштерін анықтадық. Өмір сапасының жалпы көрсеткіштерін жүйелеу негізінде пандемия жағдайында оған дейін аса мән берілмеген жекелей көрсеткіштер, оның ішінде тұрғындар денсаулығы, әлеуметтік ара-қашықтықты сақтау, демалыс орындарының сапасын бөліп көрсеттік (Кесте 1).

Кесте 1 – Өмір сапасын бағалаудың жалпы және жеке көрсеткіштері

Өмір сапасының көрсеткіштері	Қалалық өмір сапа-сының көрсеткіштері	Пандемия жағдайында қалалық тұрғындардың өмір сапасының өзекті көрсеткіштері
<ul style="list-style-type: none"> - өмір сүру деңгейі; - тұрғын-үйдің сапасы; - инфрақұрылым-ның даму деңгейі; - қоршаған ортаның жағдайы; - жұмыспен қамту деңгейі; - демографиялық көрсеткіштер т.б. 	<ul style="list-style-type: none"> - қалалық инфрақұрылымның сапасы; - тұрғын-үйдің қолжетімділігі; - қаланың экологиялық жағдайы; - қолайлы қалалық орта т.б. 	<ul style="list-style-type: none"> - денсаулық жағдайы; - әлеуметтік ара-қатынас; - демалыс орындарының сапасы <p>оның ішінде: саябақта ағаштардың, гүлдердің көп болуы; орындықтардың, қоқыс жәшіктерінің саны; балалар ойын алаңының, дене шынықтыру үшін тренажерлардың болуы; өзеннің, субұрқақтардың, жаяу қыдыру жолдарының бар болуы және т.б.</p>
<p>-----> -----></p>		
Ескерту – авторлармен құрастырылған		

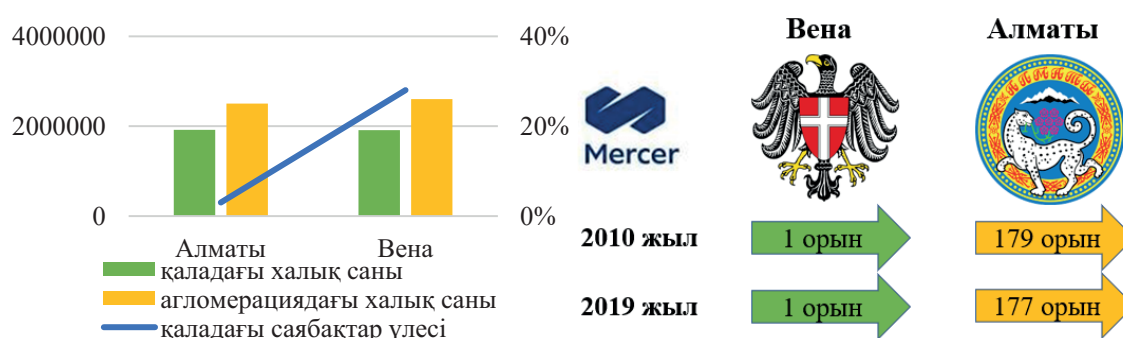
1-кестеден көріп тұрғанымыздай, өмір сапасын сипаттайтын жаңа көрсеткіштер, атрибуттар пайда болуда. Қалалық өмір салтының негізгі атрибуттарының бірі белсенді демалыс, яғни таза ауада серуендеу, саябақтарға, тауға бару т.б. жатады. Пандемияға байланысты қашықтықтан жұмыс, онлайн тапсырыс беру, таза ауада қыдыру өзекті болды. Олар тұтынушылардың санасы мен мінез-құлқының өзгеріп жатқандығына, оны зерттеудің маңыздылығына әкелді.

Жалпы айтқанда, пандемия кезінде үйде оқшаулануға байланысты қалалық тұрғындардың физикалық белсенділігі төмендеді, оның салдары адам денсаулығына, өмір сапасына кері әсер етуі мүмкін. Дүниежүзілік денсаулық сақтау ұйымы аптасына 150 минут орташа немесе 75 минут қарқынды физикалық белсенділікті, немесе екеуін үйлесімді түрде ұсынады [15]. Пандемиядан кейінгі кезеңде де белсенді демалыс маңыздылығын жоғалтқан жоқ. Сонымен қатар, денсаулық үшін маңызды тауарлар мен қызметтерге ары қарай да сұраныс артуы мүмкін.

Талдау көрсеткендей, қазіргі таңда пандемия жағдайына байланысты қалалық өмір сүру салтында өзгерістер орын алып жатыр. Әлеуметтік ара қашықтықты сақтау, бетперде тағу, халық көп жерлерде жиналмау сияқты бірқатар шектеулерге байланысты қалалықтардың бұрынғыдай кафе мен мейрамханаларға, кинотеатрлар мен концерттерге емес, керісінше таза ауада демалу үшін саябақтарға баруы артты. Сол себепті де тұрғындар үшін саябақтардың ыңғайлылығы маңызды болды және ол қазіргі кезде де өзектілігін жоғалтқан жоқ. Соңғы мәліметтерге сәйкес, елімізде коронавируспен ауыру көрсеткіші айтарлықтай төмендеді. Бірақ жағдай әлі соңына дейін жақсарған жоқ. Сәуір айының алғашқы аптасында орта есеппен, тәулігіне 16 адамнан коронавирус инфекциясы анықталды [16]. Вирус жұқтыру азайғанымен, әлі де пандемиядан кейінгі кезеңде денсаулықты қалыпқа келтіру үшін таза ауада демалу және серуендеу қажет. Оған қоса, пандемия кезіндегі шектеулер адамдарда қорқыныш пен күйзелістің пайда болуына себеп болды. Сондықтан, Біріккен Ұлттар Ұйымы басшысының сөзі бойынша, психологиялық қолдау медициналық қызметпен қамтудың жалпы жүйесінің бөлігі болуы тиіс [17].

Ал денсаулық сақтау министрінің айтуынша, елдегі эпидемиялық ахуал жақсарып, ауыру көрсеткіші төмендеді, бірақ әлемде жағдай тұрақталған жоқ. Сондықтан өз уақытында екпе алу керектігін, мүмкін жаңа шатаммның пайда болуын атап өтті [18]. Қорыта айтқанда, дәл қазір соңына дейін босансуға болмайды, өйткені вирустың өршу қаупі әлі де бар, сол себепті сақтық шараларын сақтап, денсаулықты күту, таза ауада көбірек болу маңызды.

Осы жағдайларға байланысты қалалық тұрғындардың мінез-құлық өзгерістерін зерттей отырып, қазіргі таңда өзекті болып отырған саябақ атрибуттарымен қанағаттану дәрежесін анықтауды қажет деп таптық. Ең алдымен, екінші ретті ақпараттарды зерттеуде Алматы қаласын әлемдегі соған ұқсас Вена қаласымен салыстыру арқылы талдадық. Зерттеу нәтижелері екі қаланың халық саны шамалас болса да, бірақ Вена қаласының өмір сапасын бағалаудың 39 критерий бойынша алдыңғы орында екенін нақты көрсетті. Олардың қатарында саяси-әлеуметтік орта, экономикалық көрсеткіштер, денсаулық сақтау және білім беру жүйесінің сапасы, тұрғын-үйдің қолжетімділігі және т.б. бар (Сурет 1).



Сурет 1 – Алматы және Вена қалаларының салыстырмалы көрсеткіштері
 Ескерту – [19-22] әдебиеттер негізінде авторлармен құрастырылған

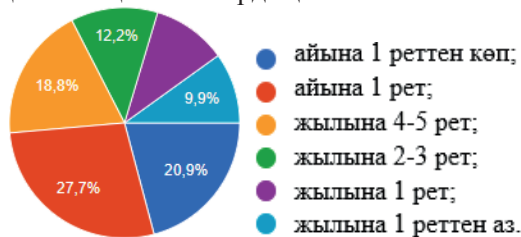
2019 жылғы дерек бойынша, Вена қаласының халық саны 1,897 мың [19], Алматыда 1,885 мың адамды құрады [20]. Вена қаласының жалпы аумағының 28 %-ын саябақтар алып жатса, Алматыда бұл көрсеткіш шамамен 3 %-ға тең. Яғни, Алматы қаласында саябақтар салыстырмалы түрде 25 %-ға аз, бұл төмен көрсеткішті білдіреді, яғни жасыл демалыс алқаптарын, саябақтарды кеңейту маңызды. Сонымен қатар, Mercer халықаралық консалтингтік компаниясының өмір сүру үшін үздік қалалар рейтингінде 2010 жылы Вена 1-орын, Алматы қаласы 179-орында [21], ал 2019 жылы сәйкесінше Вена 1-орын, Алматы 177-орынды иеленді [22], яғни 2 позицияға ғана жоғарылады. Аталған рейтинг 1998 жылдан бері жүргізіліп, соңғы 10 жылда Вена қаласы қатарынан 1-орында [23], алғашқы топ-10 да айтарлықтай өзгермеген, осыған орай біз Алматы қаласының рейтингте 2 позицияға жоғарылағанын орташа нәтиже деп айта аламыз. Дегенмен, Алматы қаласы позициясын одан ары жоғарылату мүмкіндігі бар, сол себепті де қала экологиясын жақсарту, инфрақұрылымды дамыту бойынша жұмыстар жүргізу қажет. Десек те, біз бұл көрсеткіштерге сүйеніп, 100 % сенімді түрде шешім айта алмаймыз, сондықтан ары қарай бірінші ретті зерттеу жүргіздік.

Бірінші ретті зерттеу қалалық тұрғындардың саябақтарға қаншалықты баратынын және тұрғындардың саябақ атрибуттарымен қаншалықты қанағаттанатынын анықтау мақсатында пікір сұрау Алматы қаласында 2021 жылдың наурыз-желтоқсан айлары аралығында, Google Forms арқылы онлайн түрде 16 жастан 63 жасқа дейінгі тұрғындар арасында жүргізілді. Бас жиынтық 1 168 192 респондентті құрады. Іріктемеге ықтималдық емес, оның ішінде квоталық және стихиялық түрде 393 респондент таңдап алынды. Зерттеудің сенімділік ықтималдығы 95 %, ал іріктеме қатесі 5 %-ға тең.

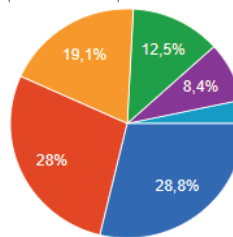
Сонымен, тұрғындардың мінез-құлық өзгерістерін анықтау үшін саябақтардың таңдалып алынған негізгі атрибуттарына талдау жасадық.

Пікір сұрау нәтижелерін талдау көрсеткендей, пандемия кезінде тұрғындардың саябаққа бару жиілігі өзгерді (Сурет 2).

Саябаққа пандемияға дейін қаншалықты жиі бардыңыз?



Саябаққа пандемия кезінде қаншалықты жиі барасыз?



Сурет 2 – Тұрғындардың саябаққа бару жиілігінің үлесі

Ескерту – пікір сұрау нәтижелері негізінде құрастырылған

Бұрын пандемияға дейін тұрғындардың 20,9 %-ы айына 1 реттен көп баратын болса, ал қазір бұл көрсеткіш 28,8 %-ға жетті, яғни едәуір көп дәрежеде өзгерді деп айта аламыз. Осыдан пандемияның тұтынушылар санасына психологиялық факторлардың әсер етуінен олардың мінез-құлқындағы өзгерістерге алып келетіні анық. Өйткені, карантинге байланысты таза ауада серуендеудің пайдалылығы туралы ақпараттар тараған соң, саябаққа бару жиілігі 7,9 %-ға артты.

Зерттеу кезінде тұрғындардың саябаққа қай жыл мезгілінде және қалай (жаяу немесе көлікпен) баратыны да қарастырылды. Оған сәйкес, саябаққа тұрғындардың 58 %-ы жаз мезгілінде, ал 27,2 %-ы көктемде баратыны белгілі болды. Және пандемияға кезінде саябаққа тұрғындардың қоғамдық көлікпен баруы 2,8 %-ға төмендеді, ал жеке көлікпен бару 6,6 %-ға артты, айтарлықтай өзгергенін байқадық. Сауалнамаға қатысушылардың жасы бойынша 30 жасқа дейінгі жастар 66,4 %-ды құраса, жынысы бойынша әйелдер саны 71 %-ға тең, яғни ерлерге қарағанда 42 %-ға көп. Яғни, зерттеу нәтижелері негізінен жастар сегментінің, оның ішінде әйел адамдардың мінез-құлық өзгерістерін сипаттайды. Зерттеу нәтижелері төмендегі 2-кестеде келтірілді.

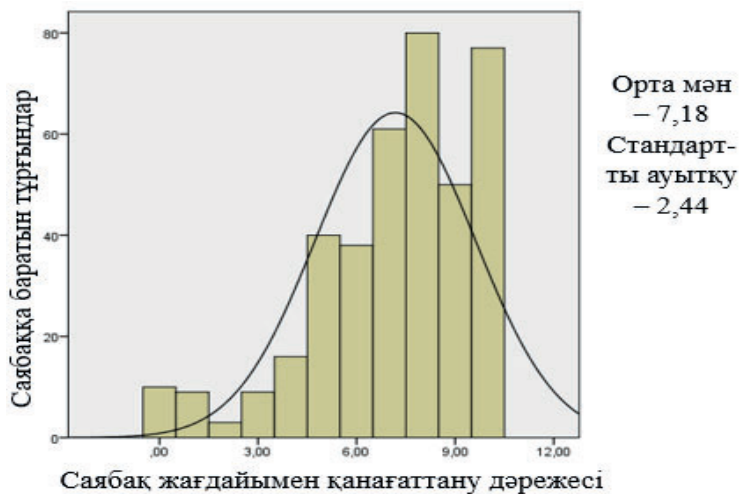
Кесте 2 – Тұрғындардың саябаққа бару-бармауының, себебінің және саябақ түрін таңдаудың үлесі

Тұрғындардың саябаққа бару-бармау үлесі	Саябаққа бару себебінің үлесі	Саябақ түрлерін таңдау бойынша үлесі
- тұрғындардың 76,1 % саябаққа барады - қалған тұрғындардың үлесі 23,9 %, оның ішінде: 32,8 %-ы уақыт тапшылығынан бара алмаса, 16 %-ы карантин кезінде саябаққа бару мүмкін емес деген пікірде	- <i>карантинге дейін:</i> 49,6 %-ы достарымен, таныстарымен кездесу үшін; 41 %-ы таза ауада, табиғатта демалыс үшін; қалғандары – 9,4 % - <i>карантин кезінде:</i> 47,1 %-ы таза ауада, табиғатта демалыс үшін; 40,7 %-ы достарымен, таныстарымен кездесу үшін; қалғандары – 12,2 %	- 27,7 %-ы мәдениет және демалыс саябақтарына барады - 22,4 %-ы ботаникалық саябақтарына баратыны барса, 21,9 %-ы табиғи саябақтарға барады; қалғандары – 28 %

Ескерту – пікір сұрау нәтижелері негізінде авторлармен құрастырылған

Кестеден көріп тұрғанымыздай, тұрғындардың карантин кезінде саябаққа достарымен, таныстарымен кездесу себебінен баруы 8,9 %-ға азайды. Керісінше, таза ауада демалу үшін баратындардың көрсеткіші 6,1 %-ға артты. Бұдан шаманың айтарлықтай жоғары дәрежеде өзгергенін көреміз, ол тұрғындардың мінез-құлқында өзгерістердің орын алып жатқанын көрсетті. Бұл зерттеу нәтижесінде алынған вариациялық қатармен де расталады (Сурет 3).

Суреттен көріп тұрғанымыздай, тұрғындардың саябақтармен қанағаттану дәрежесінің орта мәні 7,18-ге, ал стандартты ауытқу 2,44-ке тең. 3-сурет тәжірибелік және қалыпты таралу сызығы арасында айырмашылық бар екендігін көрсетті, бұл қанағаттанудың ең көп кездесетін жиіліктері орта мәннен жоғары екенін білдірді. Яғни, зерттеудің іріктемесі жалпы жиынтықтың қасиеттерін аз дәрежеде сипаттайды, сондықтан тұрғындардың ерекшеліктеріне байланысты басқа сегменттерді де зерттеу қажеттігін анықтады, себебі олардың қанағаттану дәрежесі, атрибуттардың маңыздылығы әр түрлі. Бұл төмендегі 3-кестедегі саябақтардың негізгі атрибуттары бойынша берілген мәліметтермен дәлелденді.



Сурет 3 – Қала тұрғындарының саябақтармен қанағаттану жиілігінің бөлінісі
 Ескерту – зерттеу нәтижелері негізінде құрастырылған

Кесте 3 – Саябақтардың негізгі атрибуттары бойынша қанағаттану/маңыздылық дәрежесін сипаттайтын көрсеткіштер

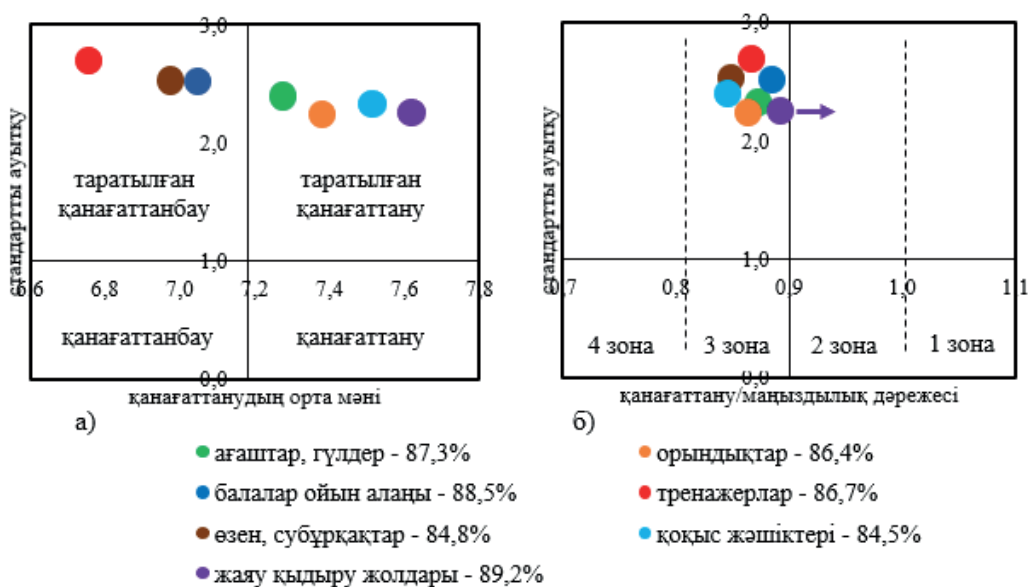
Саябақ атрибуттары көрсеткіштер	ағаш-тар, гүлдер	орындықтар	балалар ойын алаңы	тренажерлар	өзен, субұрқақтар	қоқыс жәшіктері	жаяу қыдыру жолдары
N	393	393	393	393	393	393	393
Орта мәні:							
Қанағаттану	7,5140	7,3817	7,0483	6,7583	6,975	7,2748	7,6183
Маңыздылық	8,6081	8,5445	7,9669	7,7964	8,226	8,6081	8,5394
Орта мәннің стандартты қатесі:							
Қанағаттану	0,1175	0,113	0,1272	0,1358	0,1275	0,1209	0,1141
Маңыздылық	0,1083	0,103	0,1285	0,1285	0,1196	0,1091	0,1036
Стандартты ауытқу:							
Қанағаттану	2,3300	2,2365	2,5214	2,692	2,5283	2,3960	2,2614
Маңыздылық	2,1462	2,0488	2,5478	2,547	2,3716	2,1628	2,0539

Ескерту – зерттеу нәтижелері негізінде Дж. Годеристін әдісі бойынша авторлармен құрастырылған

Талдау нәтижесінде есептелген орта мән атрибуттардың тұтынушылар үшін қанағаттану және маңыздылық көрсеткіштерін анықтады. Олардың ішінде, 5 атрибутта қанағаттану дәрежесі 7-ден жоғары, ал ең аз қанағаттанған атрибуттар саябақта өзен, субұрқақтардың болуы – 6,975 және дене шынықтыру үшін тренажерлардың болуы – 6,758, яғни бұл көрсеткіштің ең төменгі мәнін көрсетті, бірақ қанағаттану маңыздылық айырмашылығы өзен, субұрқақтар атрибутында көп екендігін дәлелдеді. Сәйкесінше, қанағаттану/маңыздылық айырмашылығы тренажерлардың болуында – 1,038 болса, өзен, субұрқақтардың бар болуында – 1,251 құрады, яғни оның маңыздылығы жоғары екенін білдіріп, ең алдымен осы атрибутқа назар аударуды талап етті. Саябақта орындықтар санының көп болуы атрибутында орта мәннің стандартты қатесі салыстырмалы түрде аз, яғни оның тұрақтылығы ең жоғары екендігін, ал саябақта дене шынықтыру үшін тренажерлардың болуында стандартты ауытқу мәні жоғары, бұл алынған шаманың орта мәннен ең жоғары ауытқуын көрсетті.

3-кесте мәліметтері саябақта өзен, субұрқақтардың болуы атрибутының тұрақтылығы төмен және оның орта мәннен жоғары ауытқуының растайды. Осы атрибут маңыздылығы жоғары болғанымен

де, оның қанағаттану / маңыздылық қатынасы төмен, бұл атрибут шынайы нәтижені терең көрсетпеді. Сондықтан зерттелген атрибуттар бойынша қанағаттану/қанағаттанбау және қанағаттану/маңыздылық матрицалық талдау жүргізілді. Қанағаттану / қанағаттанбау матрицасына (а) сәйкес, талдау нәтижелері тұрғындардың саябақта ағаштар, гүлдердің көптігі, орындықтар мен қоқыс жәшіктерінің саны және жаяу қыдыру жолдарының сапасы атрибуттарымен таратылған қанағаттануын көрсетті. Бұл жерде көп респонденттің пікірлері бір-бірімен сәйкес келмейтінін білдірді. Ал балалар ойын алаңының, тренажерлардың және өзен, субұрқақтардың болуы атрибуттарымен таратылған қанағаттанбау бар, бұл тұрғындардың басым бөлігінің осы атрибуттармен қанағаттанбағанын немесе аз мөлшерде қанағаттанғанын дәлелдеді (Сурет 4).



Сурет 4 – Қалалық тұрғындардың саябақ атрибуттарымен қанағаттану/қанағаттанбау (а) және қанағаттану/маңыздылық (б) матрицасы
 Ескерту – зерттеу нәтижелері негізінде Дж. Годеристің әдісі бойынша авторлармен құрастырылған (%-бен келтірілген мәліметтер сурет б-ға тиесілі)

Бірақ (а) матрицасы атрибуттардың маңыздылығын көрсетпейді, сондықтан зерттеуді маңыздылықты талдау (б) негізінде жалғастыру қажет. Бұл жерде барлық аталған атрибуттар бойынша қанағаттану/маңыздылық қатынасы 80-90 % аралығын көрсетті, яғни тұрғындардың нақты қажеттіліктеріне нашар бейімделгенін дәлелдейді. Мұнда жаяу қыдыру жолдары атрибутының маңыздылығы ең жоғары көрсеткішке ие болып, саябақ сияқты кішкентай жерде қозғалыс логистикасын енгізуді талап етеді. Бұл әсіресе пандемия кезінде және пандемиядан кейінгі кезеңде де өзекті мәселеге айналды. Екінші кезекте, балалар ойын алаңын заманауи талаптарға сай жетілдіру, үшіншіден, саябақта ағаштар мен гүлдердің көп болуын қамтамасыз ету арқылы қанағаттануды арттыру маңызды. Оларды бір-бірімен байланысқан шеңберлер түрінде жүзеге асыру реттілігі (I, II, III) бар қадамдарды көрсетуге болады (Сурет 5).

Жүргізілген талдау нәтижелері тұрғындардың зерттелген атрибуттармен ортадан жоғары деңгейде қанағаттанғанын көрсетті. Бұл саябақта осы атрибуттарды жетілдіруді ары қарай да жалғастыруды қажет етеді. Өйткені, пандемиядан кейін тұрғындар үшін қажетті инфрақұрылымның дұрыс жолға қойылуы мен оның сапасы маңызды. Оның ішінде, ең алдымен жаяу қыдыру жолдарының сапасын жақсарту қажет.



Сурет 5 – Зерттеу уақытындағы анықталған саябақтардың басым атрибуттары
Ескерту – авторлармен құрастырылған

Жоғарыда келтірілген фактілер пандемияның қалалық тұрғындардың мінез-құлық өзгерісіне әсер еткенін дәлелдеді. Пандемиядан кейін әлемде көптеген өзгерістер орын алды, халықтың өмір сүру жағдайлары өзгерді. Осы жағдайлар қалалық тұрғындардың өмір салтындағы өзгерістермен қатар, мінез-құлықтарынан да көрініс тапты. Олар мінез-құлқын санасы арқылы басқаратын болса, мұнда психологиялық факторлардың да әсерін ескерген жөн. Мұның барлығы да қаладағы өмір сапасын арттыру арқылы тұрғындардың қажеттіліктерін қанағаттандырудың маңызды екенін көрсетті. Сол себепті де қалалық тұрғындардың өмір сапасын жақсарту арқылы тұрақты дамуға қол жеткізуге болады.

ҚОРЫТЫНДЫ

Қазіргі таңда халықтың өмір сапасын арттыру кез-келген мемлекеттің басты бағыттарының бірі екендігі белгілі. Осы мақсатқа сәйкес жүргізілген зерттеуге бойынша келесідей қорытындылар жасауға болады:

- пандемия кезінде өзекті болған өмір сапасының көрсеткіштері бөліп көрсетілді. Өйткені, бұрын өмір сапасының сипаттамасын жалпы көрсеткіштер көрсетсе, ал қазіргі кезде денсаулықты сақтауға байланысты көрсеткіштердің өзекті екені айқындалды;

- әлемдік тәжірибені салыстырмалы талдау Алматы қаласының 3 %-ын саябақтар құрайтынын көрсетті, ал зерттеу нәтижелері қала тұрғындарының 76,1 % саябаққа баратынын, оның ішінде карантинге дейін таза ауада қыдыру үшін тұрғындардың 41 % барса, карантин кезінде бұл көрсеткіш 6,1 %-ға артып, 47,1 %-ға жетті. Яғни, саябаққа барудың сандық көрсеткіштері артып жатыр, мұның бәрі талдау нәтижелерімен расталды;

- пандемия жағдайында қалалық тұрғындардың мінез-құлқындағы өзгерістер анықталды. Яғни, қалалық тұрғындар енгізілген шектеулерге байланысты саябақтарға жиі баратыны белгілі болды. Сондай-ақ, олардың саябақтармен қанағаттану дәрежесі зерттеліп, нәтижесінде тұрғындардың зерттелген атрибуттармен ортадан жоғары деңгейде қанағаттанғанын көрсетті. Ал пандемия және пандемиядан кейінгі кезеңде бағаланған атрибуттар ішінде ең алдымен зерттелген объект бойынша саябақтарда жаяу қыдыру жолдарының сапасын (89,2 %) жақсарту қажеттігі анықталды.

ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Тоқаев Қ. К. Халық бірлігі және жүйелі реформалар – ел өркендеуінің берік негізі [Электронды ресурс] // Қазақстан Республикасы Президентінің ресми сайты [web-портал]. – 2021. – URL: <https://www.akorda.kz/kz/memleket-basshysy-kasym-zhomart-tokaevtynkazakstan-halkyna-zholdauy-183555> (Қарау уақыты: 01.12.2021).

2. Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2019 жылғы 27 желтоқсандағы № 990 қаулысымен бекітілген Өңірлерді дамытудың 2020-2025 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасы [Электронды

ресурс] // Әділет [web-портал]. – 2019. – URL: <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/P1900000990> (Қарау уақыты: 01.12.2021).

3. Guida C., Carpentieri G. Quality of life in the urban environment and primary health services for the elderly during the Covid-19 pandemic: An application to the city of Milan (Italy) // *Cities*. – 2021. – № 110. – Article number: 103038. – DOI: <https://doi.org/10.1016/j.cities.2020.103038>.

4. Mouratidis K. Urban planning and quality of life: A review of pathways linking the built environment to subjective well-being // *Cities*. – 2021. – № 115. – Article number: 103229. – DOI: <https://doi.org/10.1016/j.cities.2021.103229>.

5. Mouratidis K. How COVID-19 reshaped quality of life in cities: A synthesis and implications for urban planning // *Land Use Policy*. – 2021. – № 111. – Article number: 105772. – DOI: <https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2021.105772>.

6. Никитский М. В. Междисциплинарный анализ и социально-педагогический контекст понятия «городской образ жизни» // *Педагогическое образование и наука*. – 2016. – № 4. – С. 22–26.

7. Горбатая Е. А. Бренд города и особенности социального поведения горожан // *Брендинг малых и средних городов России: опыт, проблемы, перспективы: материалы Всерос. науч.-практ. конф. / отв. ред. А. М. Бритвин*. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2012. – С. 45-48.

8. Скрипачёва И. А. Городской образ жизни как составляющая часть культурной системы общества // *Культурное наследие России*. – 2015. – № 2. – С. 71–76.

9. Ageev I. A., Ageeva V. V. Urban Lifestyle as an Element of Consumption Ideal and Economic Wellbeing: Meaning-changing Transformation from Soviet Period to Modernity // *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. – 2015. – № 166. – P. 24–29.

10. Туров И. С. Городской образ жизни. Теоретический аспект // *Социологические исследования*. – 1995. – № 1. – С. 131–134.

11. Прокушев Е. Ф., Лихонин Е. П. Основные показатели качества жизни // *Вопросы структуризации экономики*. – 2008. – № 3-1. – С. 26–27.

12. Leung L. Lifestyles and the use of new media technology in urban China // *Telecommunications Policy*. – 1998. – № 22-9. – P. 781-790.

13. E. Battis-Schinker, S. Al-Alawi, R. Knippschild, K. Gmur, S. Książek, M. Kukuła, M. Belof. Towards quality of life indicators for historic urban landscapes – Insight into a German-Polish research project // *Environmental and Sustainability Indicators*. – 2021. – №10. – Article number: 100094. – <https://doi.org/10.1016/j.indic.2020.100094>.

14. Как пандемия изменила жизнь городов? [Электронды ресурс] // *Новости ООН [web-портал]*. – 2020. – URL: <https://news.un.org/ru/story/2020/10/1389522> (Қарау уақыты: 01.12.2021).

15. Оставайтесь физически активными во время самокарантина [Электронды ресурс] // *Всемирная организация здравоохранения [web-портал]*. – 2020. – URL: <https://www.euro.who.int/ru/health-topics/health-emergencies/coronavirus-covid-19/publications-and-technical-guidance/noncommunicable-diseases/stay-physically-active-during-self-quarantine> (Қарау уақыты: 07.04.2022).

16. Новости по теме Коронавирус в Казахстане [Электронды ресурс] // *Tengrinews [web-портал]*. – 2022. – URL: <https://tengrinews.kz/tag/коронавирус-в-казахстане/> (Қарау уақыты: 20.12.2021).

17. Восстановление после пандемии: необходимо вкладывать больше средств в благополучие детей [Электронды ресурс] // *Новости ООН [web-портал]*. – 2021. – URL: <https://news.un.org/ru/story/2021/07/1406122> (Қарау уақыты: 07.04.2022).

18. Глава Минздрава о коронавирусе: В стране все спокойно, но надзор идет [Электронды ресурс] // *Tengrinews [web-портал]*. – 2022. – https://tengrinews.kz/kazakhstan_news/glava-minzdrava-koronaviruse-strane-sпокойно-nadzor-idet-465708/ (Қарау уақыты: 07.04.2022).

19. Population [Электронды ресурс] // *Eurostat [web-портал]*. – URL: <https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/tgs00096/default/table?lang=en> (Қарау уақыты: 21.12.2021).

20. Қазақстанның демографиялық жылнамалығы // *Қазақстан Республикасы Ұлттық экономика министрілігі Статистика комитеті*. – Нұр-сұлтан, 2020. – 276 б.

21. Рейтинг городов по качеству жизни [Электронды ресурс] // Medelle S.A. Швейцарский консалтинговый центр [web-портал]. – URL: <https://www.education-medelle.com/articles/rejting-gorodov-po-kachestvu-zhizni.html> (Қарау уақыты: 25.12.2021).
22. Лучшие в мире города для жизни [Электронды ресурс] // NoNews [web-портал]. – URL: <https://nonews.co/directory/lists/cities/quality-living-city> (Қарау уақыты: 25.12.2021).
23. Vienna tops Mercer’s 21st quality of living ranking [Электронды ресурс] // Mercer [web-портал]. – 2019. – URL: <https://www.mercer.com/newsroom/2019-quality-of-living-survey.html> (Қарау уақыты: 25.12.2021).

REFERENCES

1. Тоқаев, Q. K. (2021). Halyq birligi zhane juyeli reformalar – el orkendeuinin berik negizi. Official website of the President of the Republic of Kazakhstan. Retrieved December 1, 2021, from <https://www.akorda.kz/kz/memleket-basshysy-kasym-zhomart-tokaevtynkazakstan-halkyna-zholdauy-183555> (In Kazakh).
2. Kazakstan Respublikasy Ukimetinin 2019 zhylygy 27 zheltoksandagy № 990 kaulysymen bekitilgen Onirlerdi damytudyn 2020-2025 zhyldarga arналган мемлекеттік бағдарламасы. (2019). Adilet. Retrieved December 1, 2021, from <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/P1900000990> (In Kazakh).
3. Guida, C. and Carpentieri, G. (2021). Quality of life in the urban environment and primary health services for the elderly during the Covid-19 pandemic: An application to the city of Milan (Italy). *Cities*, 110, 103038, DOI: <https://doi.org/10.1016/j.cities.2020.103038>.
4. Mouratidis, K. (2021). Urban planning and quality of life: A review of pathways linking the built environment to subjective well-being. *Cities*, 115, 103229, DOI: <https://doi.org/10.1016/j.cities.2021.103229>.
5. Mouratidis, K. (2021). How COVID-19 reshaped quality of life in cities: A synthesis and implications for urban planning. *Land Use Policy*, 111, 105772, DOI: <https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2021.105772>.
6. Nikitskii, M. V. (2016). Mezhdistsiplinarnyi analiz i sotsialno-pedagogicheskii kontekst poniatia «gorodskoi obraz zhizni». *Pedagogicheskoe obrazovanie i nauka*, 4, 22–26 (In Russian).
7. Gorbataia, E. A. (2012). Brend goroda i osobennosti sotsialnogo povedeniia gorozhan. *Brending malykh i srednikh gorodov Rossii: opyt, problemy, perspektivy: materials of the All-Russian scientific and practical. conf.*, 45–48 (In Russian).
8. Skripacheva, I. A. (2015). Gorodskoi obraz zhizni kak sostavliaiushchaia chast kulturnoi sistemy obshchestva. *Kulturnoe nasledie Rossii*, 2, 71–76 (In Russian).
9. Ageev, I. A. and Ageeva, V. V. (2015). Urban Lifestyle as an Element of Consumption Ideal and Economic Wellbeing: Meaning-changing Transformation from Soviet Period to Modernity. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 166, 24–29.
10. Turov, I. S. (1995). Gorodskoi obraz zhizni. *Teoreticheskii aspect. Sotsiologicheskie issledovaniia*, 1, 131–134 (In Russian).
11. Prokushev, E. F. and Likhonin, E. P. (2008). Osnovnye pokazateli kachestva zhizni. *Voprosy strukturizatsii ekonomiki*, 3-1, 26–27 (In Russian).
12. Leung, L. (1998). Lifestyles and the use of new media technology in urban China. *Telecommunications Policy*, 22-9, 781-790.
13. Battis-Schinker, E., Al-Alawi, S., Knippschild, R., Gmur, K., Książek, S., Kukuła, M. and Belof, M. (2021). Towards quality of life indicators for historic urban landscapes – Insight into a German-Polish research project. *Environmental and Sustainability Indicators*, 10, 100094, DOI: <https://doi.org/10.1016/j.indic.2020.100094>.
14. Kak pandemiia izmenila zhizn' gorodov? (2020). United Nations New. Retrieved December 1, 2021, from <https://news.un.org/ru/story/2020/10/1389522> (In Russian).
15. Ostavaiteis fizicheski aktivnymi vo vremia samokarantina. (2020). World Health Organization. Retrieved April 7, 2022, from <https://www.euro.who.int/ru/health-topics/health-emergencies/coronavirus-covid-19/publications-and-technical-guidance/noncommunicable-diseases/stay-physically-active-during-self-quarantine> (In Russian).

16. Novosti po teme Koronavirus v Kazakhstane. (2022). Tengrinews. Retrieved December 20, 2021, from <https://tengrinews.kz/tag/koronavirus-v-kazakhstane/> (In Russian).

17. Vosstanovlenie posle pandemii: neobkhodimo vkladyvat' bolshe sredstv v blagopoluchie detei. (2021). United Nations News. Retrieved April 7, 2022, from <https://news.un.org/ru/story/2021/07/1406122> (In Russian).

18. Glava Minzdrava o koronavirusе: V strane vse spokojno, no nadzor idet. (2022). Tengrinews. Retrieved April 7, 2022, from https://tengrinews.kz/kazakhstan_news/glava-minzdrava-koronavirusе-strane-spokoyno-nadzor-idet-465708/. (accessed: April 7, 2022) (In Russian).

19. Population. (n.d.). Eurostat. Retrieved December 21, 2021, from <https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/tgs00096/default/table?lang=en>.

20. Kazakstannyn demografiyalyq zhylnamalygy. (2020). Kazakstan Respublikasy Ultyq ekonomika ministrlygi Statistika komiteti, 276 p. (In Kazakh).

21. Reiting gorodov po kachestvu zhizni. (n.d.). Medelle S. A. Swiss consulting center. Retrieved December 25, 2021, from <https://www.education-medelle.com/articles/rejting-gorodov-po-kachestvu-zhizni.html> (In Russian).

22. Luchshie v mire goroda dlia zhizni. (n.d.). NoNews. Retrieved December 25, 2021, from <https://nonews.co/directory/lists/cities/quality-living-city> (In Russian).

23. Vienna tops Mercer's 21st quality of living ranking. (2019). Mercer. Retrieved December 25, 2021, from <https://www.mercer.com/newsroom/2019-quality-of-living-survey.html>.

MARKETING ANALYSIS OF THE POPULATION'S SATISFACTION WITH THE URBAN LIFESTYLE IN THE CONDITIONS OF THE PANDEMIC AND THE POST-PANDEMIC PERIOD

A. T. Bassymbekova^{1*}, Zh. T. Kozhamkulova¹

¹Al-Farabi Kazakh National University, Almaty, Republic of Kazakhstan

ABSTRACT

Purpose of the research – assessment of qualitative indicators of ongoing changes in the lifestyle of the urban population, their satisfaction and features of consumer behavior in the context of the global COVID-19 pandemic and the post-pandemic period.

Methodology – studied secondary information using methods of generalization, comparative analysis; a survey was conducted based on the developed questionnaire (via Google Forms), a statistical assessment of the main parameters of the matrix analysis of the satisfaction of citizens was performed (based on SPSS Statistics).

Originality / value – the results of the study allow the marketing department of city government bodies to make strategic decisions to improve the main marketing attributes of recreation places of citizens.

Findings – actual indicators of the quality of life were identified, trends in the behavior of citizens in a pandemic were analyzed, the sequence for implementing a multi-attribute choice in the consumer behavior of citizens was determined.

Keywords: quality of life, urban lifestyle, urbanization, city marketing, state marketing, satisfaction / dissatisfaction matrix, satisfaction / importance matrix.

**МАРКЕТИНГОВЫЙ АНАЛИЗ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ НАСЕЛЕНИЯ
ГОРОДСКИМ ОБРАЗОМ ЖИЗНИ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ И
ПОСТПАНДЕМИЧЕСКИЙ ПЕРИОД**

А. Т. Басымбекова^{1*}, Ж. Т. Кожамкулова¹

¹Казахский национальный университет имени аль-Фараби,
Алматы, Республика Казахстан

АННОТАЦИЯ

Цель исследования – оценка качественных показателей происходящих изменений в образе жизни городского населения, их удовлетворенности и особенностей потребительского поведения в условиях глобальной пандемии COVID-19 и постпандемический период.

Методология – исследована вторичная информация с использованием методов обобщения, сравнительного анализа; проведен опрос на основе разработанной анкеты (через Google Forms), выполнена статистическая оценка основных параметров матричного анализа удовлетворенности горожан (на основе SPSS Statistics).

Оригинальность / ценность исследования – результаты исследования позволят отделу маркетинга органов городского управления принять стратегические решения по улучшению основных маркетинговых атрибутов мест отдыха горожан.

Результаты исследования – выявлены актуальные показатели качества жизни, проанализированы тенденции изменения поведения горожан в условиях пандемии, определена последовательность реализации мультиатрибутивного выбора в потребительском поведении горожан.

Ключевые слова: качество жизни, городской образ жизни, урбанизация, городской маркетинг, государственный маркетинг, матрица удовлетворенность/ неудовлетворенность, матрица удовлетворенность / важность.

АВТОРЛАР ТУРАЛЫ

Басымбекова Акерке Толегеновна – докторант PhD, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Алматы, Қазақстан Республикасы, e-mail: bassymbekova.akerke@gmail.com*

Кожамкулова Жанна Тазабековна – экономика ғылымдарының кандидаты, доцент, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Алматы, Қазақстан Республикасы, e-mail: zhana_k@list.ru