

**Кыргызско-Российский Славянский университет им. Б.Н. Ельцина  
Кыргызский Государственный Университет им. Жусупа Баласагына**

**Диссертационный совет Д 08.15. 519**

**На правах рукописи  
УДК: 336.113:338.431**

**Алыбаев Джапар Бузурманкулович**

**ФИНАНСОВЫЕ АСПЕКТЫ МАРКЕТИНГА В АГРАРНОМ СЕКТОРЕ  
КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ: ПРОБЛЕМЫ, ТЕНДЕНЦИИ, ПЕРСПЕКТИВЫ**

**Специальность – 08.00.10. – Финансы, денежное обращение и кредит**

**АВТОРЕФЕРАТ**

**диссертации на соискание учёной степени  
доктора экономических наук**

**Бишкек – 2016**

Диссертационная работа выполнена в Кыргызском Национальном  
Университете им. Жусупа Баласагына, кафедра «Экономика»

**Научный консультант:** **Сарыбаев Айылчы Сарыбаевич**  
доктор экономических наук, профессор

**Официальные оппоненты:** **Джолдошева Тамара Юлдашевна**  
доктор экономических наук

**Чолбаева Сонунбүбү Джумабековна**  
доктор экономических наук

**Нуралиева Чолпон Аскарровна**  
доктор экономических наук

**Ведущая организация:** Ошский Государственный университет, кафедра  
«Финансы и кредит», адрес: 723500 г. Ош, Ленина, 331.

Защита диссертации состоится « 17 » июня 2016 - года в 14.00.ч. на заседании диссертационного совета Д.08.15. 519 при Кыргызско-Российском Славянском университете им. Б. Ельцина и Кыргызском Национальном университете им. Ж. Баласагына по адресу: 720022, Кыргызская Республика. Г. Бишкек, ул Чуй.6.

С диссертацией можно ознакомиться в научном зале библиотеки Кыргызско-Российского Славянского университета им. Б. Ельцина по адресу: 720022. Кыргызская Республика. Г. Бишкек, ул, Киевская, 44.

Автореферат разослан « 17 » \_мая\_ 2016 г.

Ученый секретарь  
диссертационного совета  
кандидат экономических наук, доцент

Абдиева А.И.

## **Общая характеристика работы**

**Актуальность исследовательской работы.** В условиях рыночной экономики меняются не только принципы, методы и формы организации финансов, а также механизм их взаимодействия с реальной экономикой.

Исключительно важная особенность формирования рыночной модели организации финансовой сферы в Кыргызстане состоит в том, что этот процесс происходит в условиях жёсткой конкуренции, которая сопровождается глубоким финансово-экономическим и политическим кризисом.

Аграрный сектор имеет особое значение в экономике страны. Он относится к числу основных народнохозяйственных комплексов, определяющих условия поддержания жизнедеятельности общества. Значение его не только в обеспечении потребностей людей в продуктах питания, но и в том, что он существенно влияет на занятость населения и эффективность всего национального производства.

Нынешняя ситуация в аграрном секторе свидетельствует о неустойчивости и нарушении производственно-хозяйственных связей между его звеньями; сокращении государственного финансирования; об отсутствии у сельских товаропроизводителей средств для приобретения удобрений, ядохимикатов, горюче-смазочных материалов, техники; о росте неплатежей между предприятиями. Перечисленные негативные явления привели к спаду производства сельскохозяйственной продукции, сокращению посевных площадей основных культур, неэквивалентному обмену между сельским хозяйством, промышленностью и другими отраслями; резкому ухудшению финансового положения сельскохозяйственных товаропроизводителей; увеличению их задолженности по банковским кредитам.

С самого начала развития рыночной эпохи фермеры столкнулись с такими проблемами как прекращение поддержки государства, разрыв сложившихся длительных хозяйственных связей в аграрном секторе, перепроизводства некоторых видов сельхозпродукции, рост инфляции и диспаритета цен, изменение конъюнктуры рынка в условиях неопределенности и резкий рост конкуренции на рынках сбыта произведенной продукции.

В таких условиях основным требованием сельскохозяйственных товаропроизводителей на сегодня является использование системы маркетинга в аграрном секторе, целью которого является повышение конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции на рынке, а также снижение уровня финансовых, производственных и коммерческих рисков.

Пути решения проблем маркетинга аграрного сектора и его процессов тесно связаны с финансово-кредитной системой. В аграрном секторе в настоящее время формируется новый финансовый механизм, подходящий для рыночных условий, а ранее дореформенный механизм на основе государственных субсидий и капитальных вложений изжил себя. В то время выдача льготных кредитов сельскохозяйственным предприятиям и

обеспечение сектора системой страхования являлись основными принципами финансовой политики, а в настоящее время такие мероприятия окончательно прекращены.

Опыт западных компаний указывает на эффективность разработки стратегии поведения эмитента на рынке на основе маркетинговой концепции. Очевидные преимущества и перспективы рыночных механизмов мобилизации капитала, а также недостаточная активность большинства сельскохозяйственных товаропроизводителей в реализации собственных интересов в условиях рыночной экономики, обуславливают необходимость применения маркетингового подхода. Необходимость адаптации маркетинговых инструментов и методов к современным условиям возникает по мере развития рыночных отношений в экономике Кыргызстана и с расширением взаимодействия отечественных предприятий с экономическими субъектами на международном рынке.

**Уровень изученности проблем.** В Кыргызской Республике до перехода к рыночным отношениям практически не было необходимости сбыта товара, так как в экономике, основанной на распределении, понятие конкуренции было сведено на нет, и дефицит продуктов и товаров достигали своего предела. Поэтому опыт применения системы маркетинга, в особенности в аграрном секторе, только начинает внедряться. Разумеется, по известным причинам период становления маркетинговой системы основывается, опираясь на взглядах западных маркетингологов. Современные теории маркетинга, а также финансовые проблемы описаны в трудах известных российских ученых содружества и в публикациях ведущих иностранных экспертов таких, как Шмидт Р.А., Райт Х., Котлер Ф., Дж. Эванс., Б. Берман., К.Друкер, Ф. Моррис и др. Необходимо отметить также работы ученых-соотечественников, исследующих проблемы маркетинга, Т.К.Койчуева, М.Б. Балбакова, Ш.М.Мусакожоева, А.С.Сарыбаева, К.А.Абдымаликова, И.И.Искакова и А.К.Аскаровой.

Но, несмотря на это, не ошибемся, если скажем, что в отечественной научной сфере специфика применения маркетинга в аграрном секторе и его финансовые аспекты рассматриваются недостаточно, а его теоретическое и практическое применение находится на низком уровне.

**Связь темы диссертации с крупными научными и государственными программами.**

Тема диссертации тесно связана с «Национальной стратегией устойчивого развития КР на 2013-2017 гг.», «Государственной программой 2011-2015 годов по развитию движений кооперативов в Кыргызской Республике», «Программой 2011-2015 годов по растениеводству в Кыргызской Республике», а также с «Программой 2011-2015 годов по разработке концепций развития животноводства в Кыргызской Республике».

**Цель и задачи исследования.**

Цель исследования состоит в развитии теоретических положений и разработке конкретных рекомендаций по финансовым аспектам маркетинга в аграрном секторе Кыргызской Республики.

Достижение основной цели потребовало решения следующих задач:

- обоснование необходимости и сущности трансформации существующей системы финансирования аграрного сектора в рыночную модель организации и использования финансов;
- исследование сущности и путей финансовой стабилизации;
- выявление причин и особенностей финансово-экономического кризиса в аграрной сфере;
- изучение макроэкономических условий оздоровления финансов в аграрном секторе;
- определение рыночных принципов организации финансовых отношений между государством и аграрным сектором;
- исследование сущности финансового маркетинга и мирового опыта использования маркетинговой системы в финансировании аграрного сектора экономики;
- оценка роли и значения маркетинга инвестиционного процесса в АПК;
- определение содержания государственной политики влияния и воздействия на финансирование и кредитование сельского хозяйства;
- проведение анализа современного состояния финансирования аграрного сектора республики;
- определение степени влияния финансово-кредитного механизма на экономику сельскохозяйственных товаропроизводителей;
- разработка предложений по совершенствованию кредитования сельскохозяйственных товаропроизводителей;
- обоснование теоретических основ использования финансово-кредитных механизмов в развитии аграрного сектора;
- моделирование оптимальных размеров и структуры служб маркетинга, эффективности их работы в обеспечении развития маркетинговой среды аграрного сектора;
- проведение анализа структуры лизинговых отношений и их особенностей в Кыргызстане;
- выявление основных тенденций и особенностей формирования емкости рынка продуктов питания на макроэкономическом уровне;
- разработка методики, позволяющей использовать мезо-экономический подход в маркетинговых исследованиях емкости товарного рынка, а также разработка прогноза емкости рынка продуктов питания.

Теоретическую основу диссертации составляют современные теории и концепции финансового маркетинга, результаты фундаментальных отечественных и зарубежных исследований по теоретическим и практическим вопросам рыночного реформирования кыргызской экономики и ее аграрного сектора.

**Новизна научного исследования состоит в нижеследующем:**

- впервые среди стран СНГ произведено комплексное исследование финансовых аспектов маркетинга в аграрном секторе экономики;
- на основе группировки и систематизации основных этапов процесса маркетинга модернизирована анкета маркетинговых исследований в аграрном секторе;
- разработаны методологические и теоретические основы организации маркетинговой деятельности в аграрном секторе экономики;
- уточнены и исследованы особенности и условия организации в стране финансово-кредитных механизмов в современных условиях;
- определены тенденции и проблемы влияния финансово-кредитного механизма на маркетинговую деятельность сельскохозяйственных товаропроизводителей;
- уточнено влияние фондовых и товарно-сырьевых бирж на развитие аграрного сектора в условиях рынка, а также их роль в процессе глобализации;
- уточнены методы восстановления системы обеспечения товаропроизводителей аграрного сектора основными средствами, используя систему лизинговых операций;
- разработаны методики, позволяющие использовать мезо-экономические подходы в маркетинговых исследованиях емкости товарного рынка, а также прогноза емкости рынка продуктов питания.

**Практическое значение результатов, полученных во время исследования:**

- результаты проведенного исследования применены при разработке государственных программ по животноводству и растениеводству 2011-2015г.г.;
- выявлено теоретическое значение агромаркетинга и возможности его практического применения;
- определены финансово - экономические критерии анализа лизинговых проектов в аграрном секторе, оценивающие их эффективность в условиях рыночных отношений;
- выявлены и широко изучены особенности и преимущества организации финансово-кредитного механизма в Кыргызской Республике;
- предложены современные маркетинговые методики изучения финансовых аспектов маркетинга.

**Экономическая значимость полученных результатов:**

- результаты исследования финансовых аспектов маркетинга, прежде всего, направлены на снижение финансовых, производственных и коммерческих рисков в аграрном секторе экономики, а также связанных с ними потери и убытков;
- министерством сельского хозяйства и мелиорации одобрены структура маркетингового центра, а также усовершенствованный механизм финансово-кредитной системы;

- одобрено и внедрено Государственным фондом развития экономики Кыргызской Республики предложение по товарным кредитам; в итоге возвратность товарного кредита повысилась;
- основные положения, изложенные в диссертационной работе, выводы и рекомендации носят научно-практический характер и могут быть использованы практическими работниками, занимающимися финансированием, кредитованием и организацией производства, а также реализацией сельскохозяйственной продукции в аграрном секторе экономики.

### **Основные положения диссертации, выносимые на защиту.**

1. Комплексное использование системы маркетинга в аграрном секторе улучшает инфраструктуру рынка сельскохозяйственной продукции и повышает ее эффективность.

2. Достоверные данные, полученные с помощью маркетинговых исследований, повышают возможность сбыта отечественных сельскохозяйственных продуктов на внутреннем и внешнем рынках, вместе с этим повышается и конкурентоспособность произведенного продукта.

3. Использование системы маркетинга в аграрном секторе способствует снижению финансовых, коммерческих и производственных рисков, а также связанных с ними потерь и убытков.

4. Система лизинга в условиях рынка является доступным источником финансирования аграрного сектора.

5. Финансовые аспекты маркетинга в аграрном секторе непосредственно зависят от ценообразования и от ценовой политики государства, а также от эффективности использования финансово-кредитного механизма в аграрном секторе.

6. Точное прогнозирование потребности населения в продовольственных продуктах и проведение государством протекционистской внешнеэкономической политики по отношению к импортированным завезенным продуктам – это одно из основных требований решения финансовых аспектов маркетинга.

**Личный вклад соискателя.** Автор теоретически глубоко изучил и обобщил необходимость использования маркетинга в аграрном секторе в условиях рынка и его финансовые аспекты. Особое внимание уделено решению финансовых вопросов маркетинга за рубежом и специфике финансово-кредитных систем.

Предложение автора по внедрению службы «агромаркетинга» в сельском хозяйстве каждого района получило поддержку, а также было осуществлено на практике.

В выполненной работе наряду с современными методиками проведения маркетинговых исследований предложены результативные способы решения финансовых аспектов маркетинга.

Особое внимание уделено лизингу, рыночным методам организации и совершенствования лизинговых отношений в аграрном секторе. В результате

глубокого исследования сегодняшнего состояния аграрного сектора отмечено, что спрос товаропроизводителей сельского хозяйства на основные средства в условиях рынка можно удовлетворить, используя только систему лизинга.

#### **Апробация результатов исследования.**

Предложены результаты изучения финансовых аспектов маркетинга в аграрном секторе и способы укрупнения субъектов сельского хозяйства, современные методики совершенствования финансово-кредитной системы и ценообразования в разработке планов стратегического развития животноводства и растениеводства. Вместе с этим итоги исследования изложены автором в международных, республиканских научно-практических конференциях и семинарах. А также результаты исследований используются для чтения лекций по дисциплинам «Маркетинг» и «Международный маркетинг» в высших учебных заведениях страны.

**Публикация.** Основные положения исследования опубликованы в 40 научных статьях, сборниках и журналах, в том числе в двух монографиях, а также в шести статьях, опубликованных за рубежом.

**Диссертационная работа** состоит из введения, четырех глав, выводов, списка использованной литературы и приложений. Общий объем составляет 293 страниц, в том числе 35 таблицы, 11-схем, 12 – рисунка, 1-графика, 7 приложений и 212 наименований использованных изданий.

#### **Основное содержание работы.**

**В первой главе** рассмотрены теоретические основы и финансовые аспекты маркетинга в аграрном секторе, изучены рыночные модели финансирования, инвестирования и страхования аграрного сектора экономики.

Маркетинг – наука изучающая рынки. Существует более двух тысяч определений понятия «маркетинг». Эти определения можно объединить в следующие группы:

- 1) изучение особенностей всех существующих рынков (финансовых, товарных, сельскохозяйственных, спроса, предложения);
- 2) сбыт товаров;
- 3) как регулирующий механизм потока товаров;
- 4) как инструмент, используемый для сбора информации и для снижения финансовых рисков и т.д.

Конечно же, все эти понятия на деле соединяют все функции, выполняемые маркетингом.

Несмотря на множество существующих мнений, относительно направлений маркетинговой деятельности, их основным связующим звеном является направленность маркетинга, главным образом, на потребителя. Нет необходимости производить вещь, которую нельзя продать. Прежде чем что-то производить, необходимо изучить потребности рынка и удовлетворить эти потребности на самом высоком уровне.



Российские ученые, такие как, Ключах В.А., Маркова В.Д. и другие пишут о финансовых аспектах маркетинга следующим образом: «Маркетинговая деятельность охватывает себя, начиная с идеи производства товара - новинки, его производства и реализации, поиска соответствующей выгоды на рынке, организации расширенного воспроизводства, создании имиджа предприятия, а также способы снижения финансовых расходов и рисков в условиях неопределённости».

Ф. Котлер отмечает следующее: "... основная роль маркетинга на предприятиях и отраслях заключается в предотвращении финансовых рисков и повышении рентабельности предприятия при обстоятельствах неопределённости и повышенной конкуренции на рынке".

Действительно, при предотвращении финансовых рисков, принятии решений в той или иной финансовой сфере, маркетинговые исследования, полученные с учетом внешних и внутренних факторов, несомненно, играют главную роль.

Западные ученые Шмидт Р.А., и Райт Х., дают следующее определение финансовым аспектам маркетинга: «Размещение среди инвесторов ценных бумаг, выпущенных в соответствии с активами предпринимателей на рынке и особенности обращения ценных бумаг на вторичном рынке, и влияние внешних и внутренних факторов на объем получаемых доходов в соответствии с изменениями конъюнктуры на финансовом рынке».

В специальной научной экономической литературе, ученые на двух уровнях независимо друг от друга проводят исследования данной проблемы в изучении финансовых аспектов маркетинга. Первый уровень – западные ученые во главе с Р.А Шмидтом и Х. Райтом исследуют финансовые аспекты маркетинга на уровне государства и в мировом масштабе, в то время как другие предлагают изучение проблемы только на уровне одного сектора или одной отрасли.

На первом уровне финансовыми аспектами маркетинга ученые считают, в основном, размещение ценных бумаг, выпущенных в соответствии с имеющимися активами фермеров среди инвесторов, специфику оборота ценных бумаг на вторичном фондовом рынке и всех влияющих факторов на товарно-фондовых биржах и индексов рынка.

Особенности маркетинга второго уровня изучали такие ученые как, Котлер Ф., Ключах В.А., Маркова В.Д. и другие ученые. Они рекомендуют рассматривать финансовые аспекты маркетинга в связи только с одним сектором или одной отраслью экономики любого государства. Они считают, что у каждого сектора есть свои особенности, присущие только ему, и стороны, специфичные только для этой отрасли. Конечно, мы присоединяемся ко второй точке зрения, поскольку в сегодняшних условиях сезонность, короткий срок годности, влияние погоды на производство продуктов сельского хозяйства, вместе с этим процессы финансирования и кредитования аграрного сектора и неразвитость инфраструктуры

сельскохозяйственных рынков Кыргызской Республики требуют отдельного рассмотрения.

В какой бы то ни было отрасли экономики финансовые аспекты маркетинга связаны с получением доходов со стороны хозяйствующих субъектов посредством удовлетворения спроса на рынке и их оптимизацией. Вообще, использование системы маркетинга для обеспечения дохода фермеров в сельском хозяйстве – это требование современности и рынка. Мы считаем, что целесообразно рассматривать финансовые аспекты маркетинга в аграрном секторе, разделив их на две части.

Первая часть - это финансовые аспекты маркетинга, которые зависят от хозяйствующих субъектов сельского хозяйства или деятельности фермеров, куда можно включить следующее:

- 1) разработка финансового плана: оперативного, текущего, стратегического;
- 2) структура маркетинга и его организация;
- 3) способы финансирования маркетинговых исследований;
- 4) привлечение в производство внутренних и внешних инвестиций;
- 5) увеличение эффективности сельскохозяйственного производства;
- 6) снижение себестоимости производимой продукции;
- 7) повышение качества продукции во время их производства;
- 8) выбор одного из адекватных стратегий ценообразования:
  - основанная на затратах;
  - основанная на спросе;
  - основанная на конкуренции;
- 9) правильный выбор каналов распределения в доставке продукции;
- 10) отдельное рассмотрение (сегментация) рынка сельскохозяйственных товаров по потребителям и основным конкуренциям;
- 11) правильное размещение (позиционирование) сельскохозяйственных товаров на рынке.
- 12) продвижение сельскохозяйственных товаров на рынке:
  - заинтересовать покупателей;
  - организация личных продаж;
  - правильное использование рекламы;
  - ведение дел с учетом интересов общественности и в тесной связи с общественностью (ПР);
- 13) изучение отношения конъюнктуры рынка к предложению;
- 14) изучение объема рынка сельскохозяйственных продуктов и его прогнозирование;
- 15) изучение мирового рынка сельскохозяйственных продуктов;
- 16) обеспечение рентабельности производства и реализации сельскохозяйственной продукции;
- 17) максимизация будущей прибыли;
- 18) оптимальное использование возможных каналов эффективного позиционирования и реализации сельскохозяйственной продукции на рынке;

19) увеличение рентабельности в организации деятельности субъектов сельского хозяйства.

Вторая часть - это финансовые аспекты маркетинга, которые не зависят от деятельности товаропроизводителей сельского хозяйства или фермеров.

Они включают в себя следующее:

- 1) Географическое расположение государства и связанные с ним факторы.
- 2) Доступность и открытость экономики для зарубежных предпринимателей.
- 3) Развитость финансового рынка.
- 4) Инвестиционная политика и инвестиционная привлекательность государства.
- 5) Денежно-кредитная политика государства.
- 6) Основные направления финансово-кредитной политики государства.
- 7) Развитость государственных механизмов регулирования цен.
- 8) Государственная антимонопольная политика в ценообразовании сельскохозяйственной продукции.
- 9) Государственные меры по ликвидации диспаритета цен между сельскохозяйственной продукцией и промышленными товарами.
- 10) Политика государства в аграрном секторе экономики.
- 11) Политика налогообложения в аграрном секторе экономики.
- 12) Таможенное регулирование, поддержка государством товаропроизводителей сельского хозяйства.
- 13) Создание специальных зон, поддерживающих сельскохозяйственный сектор, их количество и качество.
- 14) Организация системы государственного или иного вида страхования сельскохозяйственной продукции.
- 15) Политика государства по укрупнению субъектов сельского хозяйства.
- 16) Политика государства по обеспечению товаропроизводителей сельского хозяйства основными средствами, их реконструкции и модернизации.
- 17) Организация лизинга сельскохозяйственной техники и уровень его рынка в стране.
- 18) Численность товарно-сырьевых и фондовых бирж в стране и качество оказываемых ими услуг.
- 19) Уровень развития промышленного производства и переработки сельскохозяйственного сырья и полуфабрикатов.
- 20) Уровень развития земельной службы (кадастра).

Итак, комплекс проблем и вопросов, возникающих при производстве продукции, т.е. его позиционирование на рынке, сегментирование рынков, реализация и продвижение продукции на рынке, проведение маркетинговых исследований, финансирование и кредитование маркетинговых

коммуникаций в аграрном секторе - все это финансовые аспекты маркетинга в аграрном секторе.

Таким образом, основные финансовые аспекты маркетинга в аграрном секторе – это современные вопросы финансирования и кредитования этих процессов наряду с использованием системы маркетинга в максимизации дохода и в целях своевременного удовлетворения спроса на сельскохозяйственную продукцию.

Вышеназванные факторы непосредственно влияют на финансовые потоки в сельском хозяйстве, что показано в нижеследующей схеме.

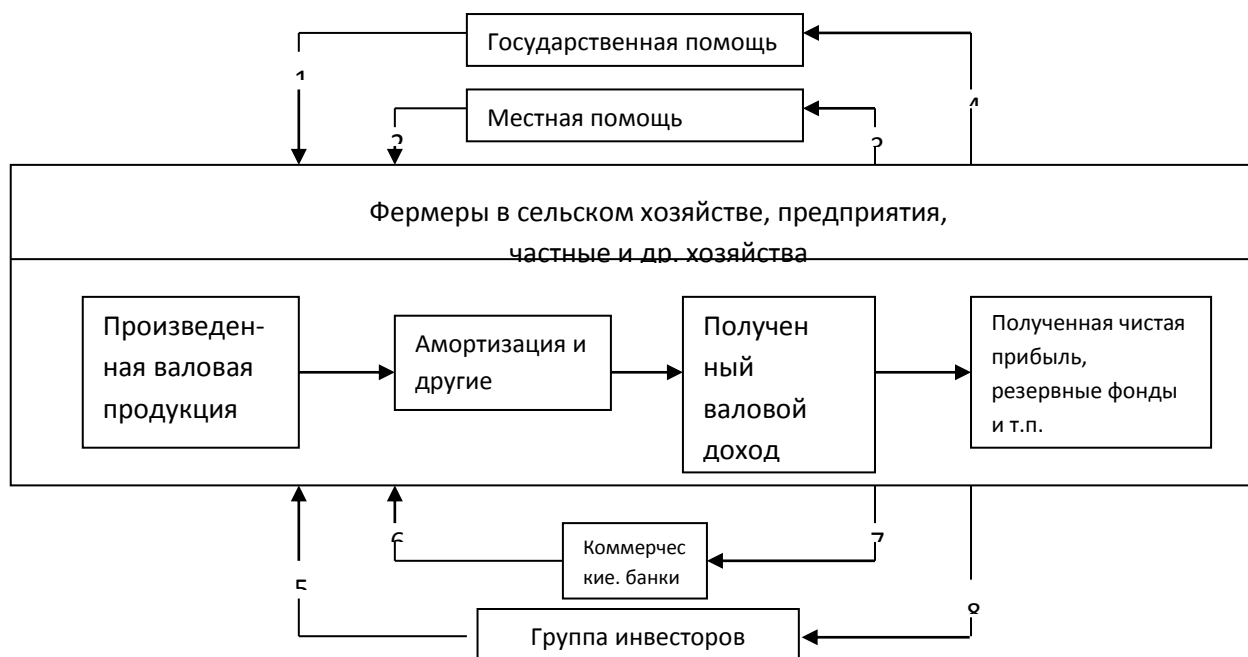


Схема 1. Финансовые потоки в аграрном секторе экономики  
Источник: разработано автором.

Инвестиции играют огромную роль в расширенном перепроизводстве сельскохозяйственных предприятий и социально-экономическом развитии. Инвестирование в сельское хозяйство – это расширенный процесс обновления производственных средств, а также реализация инвестиций в экономические объекты и процессы в аграрной промышленности.

За последние годы Правительством страны большое внимание уделяется инвестированию агромаркетинговых программ на уровне государства. Об этом свидетельствуют данные из таблицы 1.

Как видно из первой таблицы 1, в течение 2014 года в аграрный сектор были привлечены 1792,04 млн. сом внешних инвестиций, из них 256,67 млн. сом были привлечены на грантовой основе. Нужно отметить, государство в последние годы (в отличие от 2005 года) все больше предпочтение отдает развитию аграрной деятельности, и особое внимание уделяется организации маркетинга на государственном уровне.

Данный факт доказывает, что средства, выделенные в рамках ПГИ в Кыргызской Республике в 2014 году по сравнению с 2005 годом возросли:

- в 2,3 раза (техническая помощь).
- в 2,2 раза (аграрная деятельность и маркетинг - на грантовой основе).

Таблица 1. Финансирование сельского хозяйства в рамках ПГИ за счет внешних источников за 2005-2014-годы

№ п/п	Инвестиционные проекты Всемирного Банка по сельскому хозяйству	2005	2008	2010	2011	2012	2013	2014	В 2014 г к 2005г %
1.	Техническая помощь (кредит)	354,5	521,7	410,2	369,5	453,0	969,73	804,81	2,3 раза
2.	Агробизнес и маркетинг (грант)	115,8	185,6	105,1	131,2	248,9	254,2	256,67	2,2 раза
3.	Агробизнес и маркетинг (кредит)	221,4	135,5	153,5	350,1	167,6	540,18	730,56	3,3 раза
4.	Всего	691,7	842,8	668. 8	850,8	869,5	1764,11	1792,04	2,6 раза

Источник: составлено автором по данным НСК КР

- в 2,6 раза (в виде кредита).

Основным внутренним источником инвестиционного финансирования считаются все виды функции хозяйственной деятельности, прибыль после оплаты налогов, рентных платежей и дивидендов что, в полном объеме могут быть использованы в виде вклада в собственное производство предприятиями и предпринимателями.

Важным источником инвестирования считаются кредиты. Принцип кредитования сельскохозяйственных предприятий – это выдача средств на условиях сохранения принципов страхования, целесообразности, срочности, возврата, выплаты стоимости. Предприятие несет ответственность за эффективное использование кредитов.

Вместе с этим, как показали маркетинговые исследования, следует особое внимание обратить на положительные и отрицательные стороны при привлечение инвестиций в аграрный сектор Кыргызской Республики, а именно:

а) благоприятные условия:

- дешевизна и достаток водных ресурсов;
- сравнительный низкий уровень тарифа на электроэнергию в регионе;
- сравнительно дешевая рабочая сила в регионе.
- производство экологически чистых продуктов.

б) неблагоприятные условия:

- финансовая и экономическая неустойчивость в стране;
- отсутствие антикризисного фонда в государстве;
- несовершенство законодательства – в вопросах землевладения.
- неразвитость рыночной инфраструктуры;
- большой удельный вес автомобильного транспорта;

- раздробленность крестьянских хозяйств;
- разобщенность между министерством сельского хозяйства и аграрного сектора;
- неадекватность использования методов современного маркетинга и менеджмента в аграрном секторе и т.п.

Таким образом, в результате углубления экономического кризиса, отсутствия во всех сферах и отраслях аграрного сектора результативной структурной и инвестиционной политики, недостаточность государственного бюджетного финансирования капитальных вложений и отсутствия других источников финансирования в годы реформы в Кыргызстане, намного обострилась диспропорция в ресурсном потенциале. Это привело к быстрому старению материально-технической базы, замедлению темпа обновления основных производственных фондов, увеличению количества старого оборудования и техники. Все вышеперечисленное привело к снижению урожайности сельскохозяйственных культур и продуктивности скота, а также эффективности всего сельскохозяйственного производства.

Резкое сокращение доли государственного финансирования и использования собственных средств предприятий привело к занятию все большего сравнительного веса иностранными инвестициями.

Прямые иностранные инвестиции обуславливают создание новых высокотехнологичных производств, модернизацию основных фондов, создание дополнительных рабочих мест, активное использование потенциала квалифицированных кадров, внедрение передовых достижений в области менеджмента, маркетинга и ноу-хау, обогащение внутреннего рынка высококачественным товаром, повышение экспорта продукции. Прямые иностранные инвестиции обеспечивают проведение инвестиционной политики сравнительно иностранной инвестиции; развитие налоговой системы; приспособление отраслевой особенности; внедрение дополнительных льгот и преференций, способных обеспечить достаточную благоприятность для иностранного капитала.

В связи с тем, что у аграрной отрасли экономики повышенная зависимость от естественных сил природы, у сельскохозяйственных производителей всегда существует проблема защиты своих финансовых интересов. Эффективными средствами в управлении рисками в сельском хозяйстве считается страхование, которое создает условия для устойчивой производственной деятельности для хозяйствующих субъектов, несмотря на аномалии природы.

Работа системы сельскохозяйственного страхования обеспечивается взаимодействием и взаимообусловленностью его основных трех блоков: экономического, правового и организационного (схема 2).



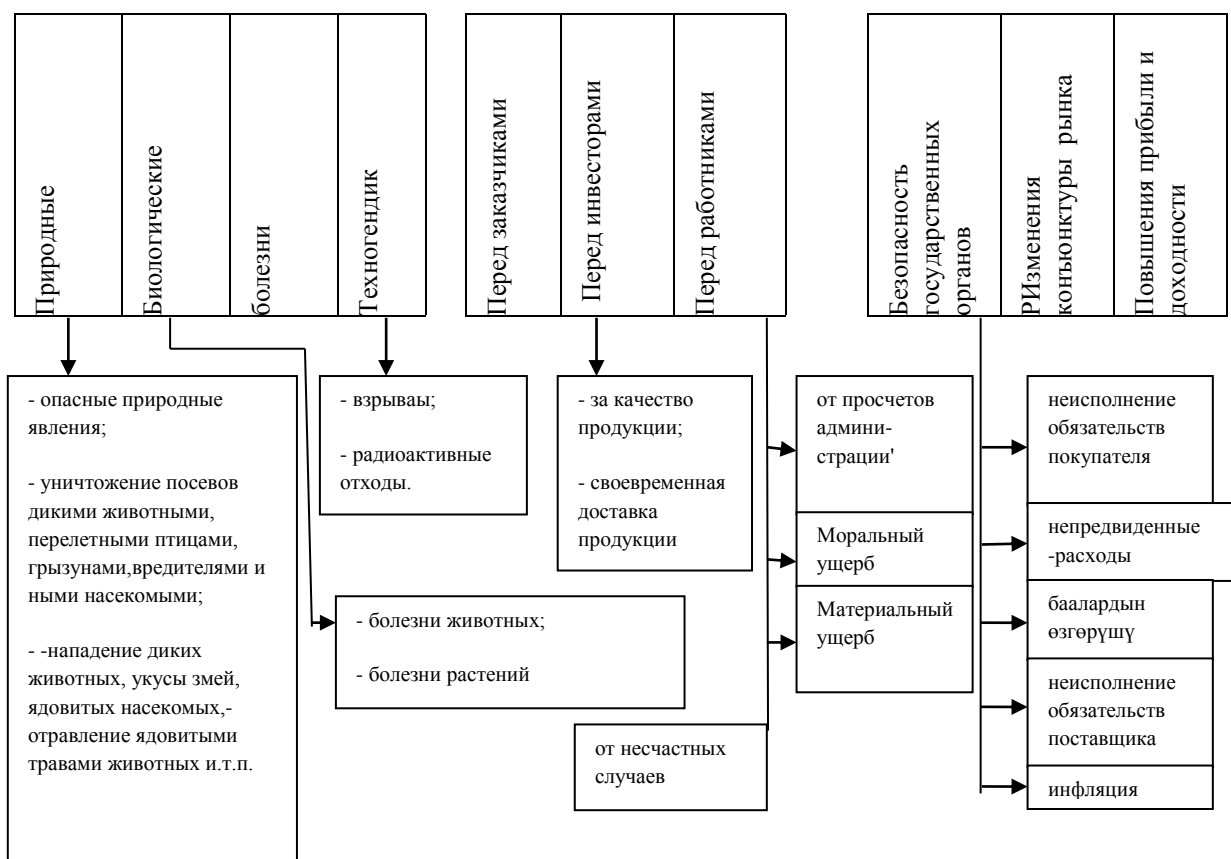


Схема 2. Классификация системы страхования в аграрном секторе.

Источник: разработано автором.

Страховой рынок в аграрном секторе страны начинает только создаваться. Игроки основного рынка вынуждены из-за недостаточности своего капитала работать совместно с компаниями иностранных государств или вынуждены заниматься перестрахованием. Страхование само входит в число пассивных потребностей, потому что клиенты не учитывают предварительно неожиданности от несчастного случая. Нужно отметить, что за последние годы в аграрном секторе поступления страховых взносов увеличились за счет страхования лизинговых операций, а также страхования физических лиц при выдаче банковских кредитов без залога.

В условиях рынка осуществление принципов системы сельскохозяйственного страхования достигается при помощи государственного регулирования через различные механизмы (регистрация природных катастроф) и способы (отказ от покупки страховых услуг для сельскохозяйственных производителей означает ограничение в получении государственной поддержки за счет резервных фондов Правительства).

Таким образом, в условиях рыночных отношений финансовые аспекты маркетинга охватывают в себя влияние внутренних и внешних факторов при финансировании, инвестировании и страховании сельского хозяйства.

**Вторая глава** посвящена изучению опыта организации сельскохозяйственного производства за рубежом, а также анализу финансовых состояний товаропроизводителей в аграрном секторе.

Как отмечено выше, макроэкономическое положение в сельском хозяйстве реализовано в результате государственного финансирования. (таблица 2).

Таблица 2. Анализ выделенных финансовых средств из госбюджета Кыргызской Республики за 2005-2014 годы Министерству сельского хозяйства и мелиорации

Выделенные госбюджетные средства для нужд сельского хозяйства	2005	В % к ВВП.	2010	В % к ВВП.	2012	В % к ВВП.	2014	В % к ВВП.	% к 2014 году	
									2005г	2010г
Всего: в том числе:	377,4	0,37	405,5	0,18	1790,5	0,57	2101,8	0,53	5,6 раза	5,2 раза
Заработная плата млн.сом	113,2	0,11	175,7	0,08	626,7	0,2	651,3	0,16	5,8 раза	104,0
ВВП млрд. сом.	100,9	100	220,4	100	310,4	100	397,3	100	4 раза	1,8 раза

Источник: составлено автором по данным НСК КР.

Однако, как отражено в таблице, в 2014 году по сравнению с 2005 годом произошел рост выделенных из государственного бюджета средств в 5 раз, рост показателя номинальной заработной платы в 5,8 раза, размера ВВП в 4 раза. Нужно отметить что темп роста средств выделяемых государством из года в год увеличивался, а в структуре ВВП объем произведенной сельскохозяйственной продукции, наоборот уменьшился в два раза (30,2 и 16,7). Данные статистики доказывают, что выделенные госбюджетные средства используются неэффективно.

Во время маркетинговых исследованиях и опроса мы стали свидетелями следующих явлений.

Государство выделяет финансовые средства сельхозтоваропроизводителям и для развития рыночной инфраструктуры. Кроме этого, земельные доли переданы крестьянам сроком от 49 до 99 лет. Крестьяне используют земельные участки в своих интересах, т.е. захотят передают в аренду, либо оставляют без обработки. В таких случаях интересы государства и крестьян прямо противоположны и никогда не совпадают.

Как известно, государство в последние пять лет никак не может объединить мелкие фермерско-крестьянские хозяйства в кооперативы. В 2009-2014 годы для оценки проблем агромаркетинга на базе Института экономики и финансов при КНУ был проведен опрос путем анкетирования и личного интервью руководителей и специалистов отделов продаж, финансов, производственных отделов более 130 фермерско-крестьянских хозяйств в районах Кыргызской Республики. Конечно, при решении финансовых аспектов маркетинга аграрного сектора нужно рассматривать комплексно проблемы финансирования и кредитования, а также внедрения службы маркетинга в районах и в Министерстве сельского хозяйства и мелиорации.

Поэтому, на основе маркетинговых исследований, мы предлагаем



внедрить в районы структуры агромаркетинговых услуг, а Министерству сельского хозяйства и мелиорации - центр маркетинга. Как показали результаты исследований, необходимость внедрения связана с особенностями структуры аграрного сектора, а также величиной влияния климатических условий на сельскохозяйственное производство, а также на решения других проблем.

В связи с этим, предлагается внести изменения в структуре районного управления аграрного развития и в Министерстве сельского хозяйства. Количество агромаркетологов в масштабе района не должно превышать 2 специалистов, а количество работающих в отделе агромаркетинга Министерства сельского хозяйства и мелиорации не должно превышать 9 человек. Создание этих отделов считаем требованием сегодняшнего дня. В результате проведения маркетинговых исследований мы полностью убедились в том, что крестьяне не до конца понимают идею кооперирования и этот процесс они заменяют “коллективизацией”.

Маркетинговые структуры в районах проводили бы работу по разъяснению и консультации среди крестьянских хозяйств. Конечно, для их укрупнения сегодня необходимо принять одно из двух решений. Первое - отчуждение земельных участков назад путем внесения изменений в земельный кодекс, второе - экономический путь (повышение или снижение ставок налогов, освобождение от уплаты налогов, выделение дотаций, предложение низких процентных кредитов и т.д.) Мы, опираясь на результаты маркетингового исследования, предлагаем экономический путь.

Итоги опроса, связанного с земельными участками, показаны в таблице 4.

Как видно из таблицы, самая низкая цена орошаемых земель приходится на Ат- Башинский район -191 сом. А в случае сдачи в аренду другим лицам, его стоимость возрастает от 13 до 44 раз, что подтверждается анализом, сделанным в таблице 3.

Разность арендной платы между районами зависит от развитости сельских инфраструктур и расстояния расположения населенных пунктов. Если по Республике средняя цена налога на поливную пашню составляет 660 сомов, то установлено, что на эту же площадь арендатор в нижней планке платит 10210 сомов, а по высшей планке между районами - 23780 сомов. Если поливная пашня в Кыргызской Республике составляет 1200 гектаров, то с земельного налога поступило бы двенадцать миллиардов двести пятьдесят два миллиона сомов ( $1200 \text{ гектар} \cdot 10210 \text{ сом}$ ).

Следовательно, рыночная стоимость 1 га земли внутри страны составляет от 10210 до 23780 сомов. На основании этого можно предложить следующее:

укрупненным хозяйствам оставить без изменения сегодняшний размер налога на 1 гектар земли, а мелким хозяйствам с учетом вышеуказанных факторов размер налога повысить от 10000 сомов до 23000 сомов. В результате этого политика укрупнения осуществилась бы в кратчайшие сроки. В итоге в республике создались бы рынки землевладельцев и

**Таблица 3. Анализ налогообложения и аренды орошаемых земель в Кыргызской Республике за 2014- год**

К/№	Название областей и районов	Налоговые платежи за 1 га орошаемых земель (сом)			Оплата за аренды земельного участка (1га/ сом)	
		Налог	Налог Соцфонда	Всего налоговые платежи за 1га	Нижний предел	Верхний предел
<b>1</b>	<b>Баткенская область</b>	-	-	-	<b>10000</b>	<b>35000</b>
	Кадамжайский район	395,0	395,0	790	12000	28000
<b>2</b>	<b>Жалал-Абадская область</b>	-	-	-	<b>8000</b>	<b>30000</b>
	Ноокенский район	471,12	471,12	942,24	12000	38000
<b>3</b>	<b>Иссыу-Кульская область</b>	-	-	-	<b>9000</b>	<b>24000</b>
	Ак-Суйский район	378,0	378,0	756	13000	25000
<b>4</b>	<b>Ошская область</b>	-	-	-	<b>15000</b>	<b>35000</b>
	Кара-Кулджинский район	232,0	232,0	464	8000	18000
<b>5</b>	<b>Нарынская область</b>	-	-	-	<b>2000</b>	<b>10000</b>
	Ат-Башинский район	95,5	95,5	191	2500	8500
<b>6</b>	<b>Таласская область</b>	-	-	-	<b>13000</b>	<b>30000</b>
	Манасский район	369,0	369,0	738	14000	28000
<b>7</b>	<b>Чуйская область</b>	-	-	-	<b>11000</b>	<b>25000</b>
	Жайылский район	370,0	370,0	740	10000	21000
<b>8</b>	<b>В среднем по районам Республики</b>	<b>330,0</b>	<b>330,0</b>	<b>660</b>	<b>10210</b>	<b>23780</b>

Источник: составлено автором на основе маркетинговых исследований пользователей земли.

Создание рынка землевладельцев и пользователей земли в республике повысило бы потребность в кадастровой службе, в определении его функции и структуры.

В результате в Кыргызской Республике определилась бы настоящая цена земли. Свободная продажи земель, привело бы к возникновению земельного рынка. Земля превратилась бы в условиях рынка в основное средство и для крестьян решилась бы проблема залога. Вместе с ним по сравнению с сегодняшним днем в несколько раз повысился бы объем налоговых платежей и улучшилась бы инфраструктура сельского хозяйства за счет госбюджета. Вместе с финансированием сельского хозяйства государственный бюджет расходовался бы и на развитие рынка производства в сельском хозяйстве.

Кроме того, айыл окмоту избавились бы от понятия дотация. В республике ежегодно выдается сельскохозяйственным предпринимателям из государственного бюджета пять миллиардов сомов субсидированного кредита с 9-10% банковского кредита. Указанная сумма во время кризиса - это большая сумма. Однако выделенные средства из государственного бюджета не всегда используется по назначению. В то же время средний процент депозитов в коммерческих банках составляет 16 %, то становится понятно, куда потекут деньги. Поэтому субсидированные кредиты надо связывать непосредственно с площадью обрабатываемой земли и поголовьем скота, и со стороны коммерческих банков и общественности строго контролировать выполнение данного проекта.

При финансировании сельского хозяйства, монетарная политика играет особую роль (таблица 4). Обстоятельство, которое необходимо отметить, это рост уровня инфляции. В 2008 году это было связано с мировым финансовым кризисом и вместе с ним было заметно, что выросли цены на транспортные тарифы и сельскохозяйственные товары. В 2010-2011 годах в связи с беспорядками в стране и закрытием границы с Узбекистаном, возрос уровень инфляции. Учетная ставка Национального Банка во время кризиса 2008 года поднялась на высокий уровень (15,22%) .

Таблица 4. Основные показатели динамики инфляции по Кыргызской Республике за 2005-2014 годы (в %)

	2005	2008	2010	2011	2012	2013	2014
Уровень инфляции	4.3	24.5	7.8	16.6	4,6	6.6	7.2
Учетная ставка НБКР	4.13	15,22	5,5	13,61	2,64	4,17	10,50
Индексы цен потребительских товаров	104,3	124,5	119,2	105,7	107,5	104,0	110,5
Индекс цен на сельскохозяйственной продукции	112,5	122,8	135,0	123,7	100,2	99,7	121,1
Индекс реальной заработной платы	111,8	108,8	108,0	111,0	112,1	99,2	100,7
Индекс транспортных тарифов	110,7	142,4	109,0	106,2	106,6	103,9	103,6
Индекс валютного курса АКШ, \$)	0,97	0,92	1,07	0,98	1,01	1,03	1,19
Индекс денежной массы (M2)	1,5	1,12	1,21	1,14	1,03	1,11	1,05

Источник: рассчитано автором по данным НСК КР

Рост инфляции, в основном, связан с повышением цен на товары, импортируемых в страну, и процесс подавления инфляции еще не дал свои плоды. В такое время любое государство взяло бы в руки подавление темпов роста инфляции путем уменьшения доли импорта через проведение протекционистской политики против импортной продукции (особенно в отношении сельскохозяйственной продукции, производимой в стране на достаточном уровне) и производства продуктов, пригодных для внутреннего рынка посредством маркетинговых исследований.

Безусловно, переработка сельскохозяйственной продукции и активизация агропромышленных комплексов создадут условия для вывода на новый уровень политику в отношении экономической структуры.

Для осуществления единой государственной политики по получению отчетов, контролю и возвращения кредитов, выданных за счет государственных средств, и укрепления порядка платежа создан Государственный фонд развития экономики при Министерстве финансов Кыргызской Республики.

Государственный фонд по развитию экономики занимается оформлением, мониторингом и возвратом средств на сумму 47 002,98 млн. сомов, выданных хозяйствующим субъектам республики за счет государства. Из них по состоянию на 1 января 2015 года возвращено 17 876,92 млн. сомов. Остальная задолженность составляет 35 923,67 млн. сомов, в том числе по кредитным линиям. Возврат вышесказанных кредитов был очень проблематичным (таблица 5.)

Таблица 5. Анализ выданных кредитов в экономику Кыргызской Республики за 1997-2014гг (млн.сом)

Название	Фактически и получено	Возвращены	Остаток задолженности	В том числе	
				По основной сумме	По штрафным санкциям
Бюджетные ссуды	9 699,63	2 861,06	7 852,15	6 933,86	918,30
Иностранные кредиты	33 728,60	12 981,26	25 664,30	22 808,67	2 855,62
Кредиты Японского Правительства	1 877,49	1 226,54	1 349,87	749,13	600,74
Кредиты Швейцарского Правительства	462,12	200,31	271,58	262,56	9,02
Кредиты Правительства КНР	571,73	29,44	658,67	548,97	109,69
По линии Госматрезервов	662,8	578,3	127,10	84,5	42,60
Итого	47 002,38	17 876,92	35 923,67	31 387,70	4 535,98

Источник: рассчитано по данным ГФРЭ при Министерстве Финансов

Проведенный анализ выявил ряд ошибок, в том числе:

- 90% кредитов выдано без залогового обеспечения;
- подавляющая часть выданных технических (товарных) кредитов, из-за того что морально устарели, не смогли обеспечить конкурентоспособное производство. Были случаи выдачи в качестве товарного кредита оборудования, не отвечающего современным производственным требованиям, не соответствующим технологическим линиям работающих предприятий;
- выданы не пользующиеся спросом, либо непригодные к использованию ветеринарные препараты, минеральные удобрения, а также автобусы, не предназначенные для эксплуатации в рельефно-природных условиях нашей

республики, и бывшие в употреблении автобусы, купленные по высоким ценам;

- в большинстве случаев сроки востребования этих кредитов давно истекли;

- появились случаи невозврата кредитов, выданных за счет государственных средств (это относится к периоду перехода от государственной собственности к частной.) Помимо этого следует отметить, что просроченная задолженность по кредитам на 1 января 2015 года составляет 5 087,2 млн.сом., в том числе:

- безнадёжная задолженность -1 735,5 млн.сом;

- задолженность, требующая принятия особых решений – 1 833,6 млн.сом.

- задолженность предприятий, по которым ведется процедура банкротств 538,0 млн.сом.

Основные причины просрочки выплат выданных кредитов следующие:

- в 1992-1997 годах не были выработаны точные механизмы кредитования, выданные кредиты не были обеспечены залогом, кредиты были выданы без определения правопреемников; далее эти предприятия были ликвидированы или по ним ведется процедура банкротства;

- отсутствие базы аргументов для принудительного взыскания кредитов, выданных в первые годы независимости (отсутствие первичных документов и залоговой собственности, недостатки оформления кредитов);

- введение национальной валюты и резкое падение курса по отношению к другим валютам;

- короткий срок годности препаратов (медпрепараты, ветпрепараты, химикаты и др.)

- при отчуждении государственных предприятий от государства и приватизации не были определены правопреемники их задолженностей;

- подавляющее большинство кредитов, выданных по соответствующим решениям Правительства Кыргызской Республики, не были обеспечены залогом;

- безурожайные периоды – заморозки, наводнения, сели, град, засуха и т.п.

Развитие аграрного сектора экономики зависит от всех сторон хозяйственной деятельности предприятий сельского хозяйства. Изучение производственно-коммерческой деятельности производителей сельхозпродукции, определение тенденций развития и условий аграрного производства республики, их рыночных перспектив имеют очень важное значение.

Основным показателем, характеризующим расширенное производство аграрного сектора и экономическое развитие, является доход. С 2005-года по 2014 год общая доля сельскохозяйственных предприятий, приносящих доход, с 1103,7 млн. сомов повысилось до 3 576,1 млн. сомов. (Таблица 6).

Таблица 6 . Анализ финансово-экономических показателей  
сельскохозяйственных предприятий в Кыргызской Республике за 2005-  
2014годы

Показатели	2005	2008	2010	2012	2013	2014	В 2014г к 2005 г в %
Количество хозяйствующих субъектов в сельском хозяйстве, ед.	302007	315223	331703	357298	383507	384942	127,5
Валовый доход млн. сом.	1103,7	1583,3	1999,0	2974,9	3 607,0	3 576,1	3,2 раза
Прибыли млн. сом.	94,5	133,4	183,9	312,4	509,0	430,9	4,6 раза
Средняя рентабельность реализованной продукции в %	4,3	4,2	5,0	4,3	11,1	5,4	+1,1 пункт
Удельный вес, в %, убыточных сельхозпредприятий на количество всего хозяйствующих субъектов	39,2	36,7	39,1	25,6	20,0	22,9	58,4

Источник: составлено автором по данным НСК КР.

Как видно из таблицы 3, количество хозяйствующих субъектов в сельском хозяйстве в 2014-году составило 384942 хозяйственников. Если учесть то обстоятельство, что Кыргызстан является горной страной, из всех имеющихся земельных участков всего 6,8% приходится на пахотные земли. Заметно, что земельные наделы слишком раздроблены на мелкие хозяйства.

Поэтому одна из основных задач системы маркетинга в аграрном секторе экономики - это укрупнение хозяйствующих субъектов и организация свободной торговли земель и земельных участков. Вместе с тем, количество прибыльных сельхозпредприятий составило 77,1%, а убыточных – 22,9%. Функционируя, свыше 384тысяч сельхозтоваропроизводителей в течение года получили всего лишь 430 млн. сомов прибыли. Кроме этого, в 2014-году рентабельность продуктов, произведенных в сельскохозяйственном секторе, составила 5,4, что сравнительно с 2005 годом повысилась на 1,1 пункта. В основном, это объясняется уменьшением удельного веса убыточных предприятий и ростом валовых доходов в 3,2 раза.

Ухудшение ситуации в аграрном секторе экономики и трудное финансово-экономическое положение привели к следующим немаловажным факторам.

С 1992 года поспешная и необдуманная приватизация собственности привела к появлению собственников, не имеющих никакого отношения к этой отрасли. В это время аграрным сектором управляли некомпетентные люди, была сведена на нет дотационная политика, произошел рост диспаритета цен между сельскохозяйственными и промышленными товарами, повысились темпы и уровень инфляции, происходили частые изменения конъюнктуры рынка. Из-за низкого уровня использования удобрений, пестицидов, гербицидов и химикатов резко снизилась плодородность пахотных земель. Имели место банкротство специально созданных семеноводческих и племенных хозяйств; раздробленность на мелкие хозяйства; использование малоквалифицированного ручного труда, вместо того чтобы механизировать или автоматизировать сельскохозяйственное производство; снизился уровень обновления основных сельскохозяйственных фондов.

В итоге приватизации нарушились внутренние связи АПК, из-за отсутствия госзакупок и госзаказов снизился уровень страхового дела и количество действующих страховых компаний. Разрушилась финансово-кредитная система, усилилась конкуренция на внутреннем рынке в связи с завозом дешевой иностранной продукции из-за рубежа, отсутствием протекционистической политики государства с целью защиты внутреннего рынка и отечественных сельхозтоваропроизводителей.

Таким образом, вышеназванные факторы и обстоятельства привели к нынешнему состоянию аграрного сектора Кыргызской Республики.

В этих кризисных условиях необходимо внедрить в аграрный сектор экономики систему маркетинга, которая даст возможность своевременно изучить и определить нужды и потребности потребителей на сельскохозяйственную продукцию, тем самым создавая и используя современные конкурентоспособные способы сельскохозяйственного производства, технологии новых рыночных инфраструктур.

В последнее время в Кыргызстане особый интерес вызывает практика оказания кредитных услуг земледельцам экономически развитыми государствами в целях развития финансовых и кредитных механизмов.

В Канаде помощь, оказываемая из бюджета молокопроизводству, составляет 90% от себестоимости произведенного молока. Западноевропейские страны в связи с природно-климатическими условиями выделяют денежные средства аграрному сектору. Чем суровее погода, тем большая часть национального валового продукта страны используется для аграрных нужд. Об этом свидетельствуют нижеприведенные показатели.

Во Франции субсидии, выделенные сельскому хозяйству составляют 7,1% внутреннего валового продукта, в Германии- 13,7%, в Ирландии -14,8%,

в Австрии -13,7%, в Дании - 17,7%, в Великобритании - 27,2%, в Норвегии - 17,5%.

Если рассмотреть полученные доходы фермерских хозяйств и сельскохозяйственных кооперативов в зависимости от доли ассигнований, то в США государственные субсидии составляют 30% от дохода производителей сельскохозяйственной продукции, в Евросоюзе - 49%, в Швеции - 59%, в Финляндии - 71%, в Японии - 75%.

Страны Западной Европы, которые входят в Евросоюз, разработали и внедрили единую сельскохозяйственную политику, осуществив ее на практике.

Основа государственных ассигнований на нужды аграрного сектора, субсидирование покупных цен экспортируемой продукции – это не только поддержка сельскохозяйственных тружеников, но и мера по снижению социального напряжения в обществе. Поэтому во многих странах государство постоянно контролирует уровень цен и не отпускает рыночные цены. Например, если во Франции цены на сельскохозяйственном рынке упадут ниже гарантированного уровня, то государством выплачивается компенсация товаропроизводителям не только на производство, но и на хранение и переработку продукции. Одним словом, государство следит за тем, чтобы крестьяне в результате своего труда гарантированно получили доход.

Продукты сельского хозяйства более доступны в странах, где созданы благоприятные условия для сельскохозяйственного производства. Если для сравнения рассмотреть стоимость продовольственных товаров в Америке, то цены на эти продовольственные товары по сравнению с Америкой в странах, которые входят в Евросоюз, выше в 1,6-1,7 раза, а в Японии – в 3 раза. В скандинавских странах очень большие расходы идут на производство сельхозпродукции. Например, в Финляндии государство закупает выращенную в стране пшеницу в 4 раза дороже, чем американцы закупают пшеницу собственного производства. Используются такие механизмы, как закупка продуктов по высоким ценам в целях защиты местного производства, таможенные пошлины и введение ограничения на ввозимые продукты.

Таким образом, как показали результаты анализа, выявлено отсутствие экономической структурной политики в аграрном секторе. В данном случае разработка маркетинговой проблемы на государственном уровне и ее реализация открыла бы дорогу для решения многих проблем. Мы считаем, что система финансирования и кредитования реального сектора на государственном уровне не отвечает требованиям сегодняшнего дня.

Развитие аграрного сектора экономики тесно связано с рентабельностью хозяйственной деятельности сельскохозяйственных предприятий. В связи с этим, в определении условий аграрного производства республики и его тенденций развития рыночных перспектив важно изучение факторов агромаркетинга, влияющих на финансовую эффективность деятельности на рынке сельскохозяйственных производителей.



При изучении аграрного рынка необходимо изучать окружающую его среду. Факторами, оказывающими влияние на финансовую эффективность агрофирм, являются:

- I. Государственная (фискальная) политика в сфере финансов и экономики
- II. Рынок производителей сельскохозяйственных товаров
- III. Рынок логистики и переработки
- IV. Рынок сбыта и посредников.

Функции логистических и перерабатывающих рынков во время СССР выполняли Потребительское общество, заготовительные конторы, комбинаты, перерабатывающие плодоовощные комбинаты, предприятия материально-технического снабжения, оптовые продавцы, а также само государство участвовало в качестве активного «игрока» (через внешне-оптовую торговлю). Если после реформы названные участники рынка наряду с акционерными обществами посредством приватизации превратились в мелкие хозяйства, то некоторые были упразднены полностью.

Таким образом, логистические процессы охватывают первичную переработку, хранение, сортировку, упаковку, подготовку к производству, хранение в холодильных камерах, хранение на современных складах и организацию продаж сельскохозяйственного сырья. По причине низкого уровня оказания услуг логистических процессов на рынке сельского хозяйства, сельскохозяйственные продукты не находят своих покупателей. Для хранения сельскохозяйственных продуктов со стороны государства необходимо создать рынок крупных современных складов с холодильными системами или помещений для хранения, а также соответствующие этому благоприятные условия.

В городе Бишкек с целью снижения цен на сельскохозяйственную продукцию среди посредников устраиваются ярмарки. Но это не приносит результатов, в связи с тем, что у сельскохозяйственных товаропроизводителей, приехавших из сёл, нет условий для хранения продукции, те же посредники занимают их места.

Перед тем как обратиться к рынку переработки, мы ознакомимся с информацией маркетинговых исследований, приведенных в таблице 7.

Таблица 7. Анализ цен сырья и переработанных сельскохозяйственных продуктов на рынке (на декабрь месяц 2014 года) в аграрном секторе Кыргызской Республики.

	Сельскохозяйственные продукты	Хлопок, тонна	Табак, тонна	Молоко, тонна	Фасоль, тонна	Картофель, тонна
1.	Сырье, сом.	38300	38510	34300	60800	13600
2.	После переработки, сом.	268100	373540	251400	36951	71160
3.	Разница, раз	7	9,7	7,3	6	5,2

Источник: составлено автором по данным НСК КР.

Как видно из таблицы, разница прибыли, полученной от переработки и обработки фасоли была бы в 6 раз больше, и в 9,7 раз больше после обработки табака. Обратим внимание на мировой рынок сырья: к примеру, если 1 тонна хлопка-сырца на мировом рынке стоит 5 тысяч долларов США, после прядения и получения ниток его цена будет равна 60 тысячам долларов США, поэтому необходимо остановить экспортирование сырья без переработки. Такой же пример можно привести и с табаком - нерационально вывозить табак на мировой рынок без его ферментации.

Как показывают маркетинговые исследования, стало очевидно, что при финансировании и кредитовании аграрного сектора нельзя полностью решить проблему без активизации переработки, ускорения его процесса.

На республиканском уровне необходимо создать и внедрить следующие агропромышленные комплексы:

- Хлопок и переработка хлопка
- Шерсть и переработка шерсти в пряжу
- Сырье шкуры и производство кожи, обуви
- Шелк и шелковые изделия
- Табак и переработка табака
- Сельскохозяйственная продукция и пищевая промышленность

Безусловно, в таких комплексах будут возражать проблемы, связанные с финансированием, распределением прибыли и сокращением расходов. Но вместе с тем, создадутся прекрасные условия для преодоления рыночной конкуренции. Кроме того, создались бы условия для контролирования диспаритета цен между промышленными товарами и сельскохозяйственными продуктами. В этом случае в аграрном секторе снизятся трудности, связанные с обновлением основных фондов и покупкой техники и запасных частей, необходимых сельскохозяйственному оборудованию.

В условиях рыночных отношений, сравнение показателей платежеспособности и финансовой устойчивости сельскохозяйственных предприятий между показателями предприятий из реального сектора экономики даст возможность достоверно оценить использование имеющихся финансовых ресурсов за анализируемые периоды (таблица 8).

Таблица 8. Показатели платежеспособности и финансовой устойчивости сельскохозяйственных предприятий в сравнении с предприятиями реального сектора экономики Кыргызской Республики

№ п/п	2005г.	2008 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014г.
<b>1. Коэффициент текущей ликвидности предприятий экономики</b>							
1.Предприятий реального сектора экономики	1,17	1,08	1,25	1,41	1,39	1,34	1,15
2.Предприятий сельского хозяйства	1,55	1,53	1,89	1,98	1,71	1,51	1,77
<b>Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами</b>							
1. Предприятий	- 0,28	- 0,49	-0,64	-0,48	-0,56	-0,52	-0,82

реального сектора экономики							
2. Предприятий сельского хозяйства, охоты и лесного хозяйства	0,14	0,10	0,04	-0,014	-0,03	-0,10	-0,16
<b>Коэффициент автономии</b>							
1. Предприятий реального сектора экономики	0,46	0,33	0,47	0,45	0,36	0,31	0,25
2. Предприятий сельского хозяйства, охоты и лесного хозяйства	0,58	0,63	0,69	0,65	0,61	0,61	0,57

Источник: рассчитано автором по данным НСК КР.

Как видно из таблицы 8, показатели платежеспособности и финансовой устойчивости сельскохозяйственных предприятий по сравнению с предприятиями в реальном секторе экономики являются высокими.

Коэффициент ликвидности текущих задолженностей показывает платежеспособность за счет оборотных активов текущих краткосрочных обязательств. Чем выше показатель, тем платежеспособнее предприятие с финансовой стороны, если показатель понижается – это дает обратный результат. По нашим расчетам, сельскохозяйственные показатели, сравнительно с предприятиями реального сектора, в 2005 году составили 1.55 и 1.17, в то же время в 2014 году они составили 1.77 и 1.15.

Коэффициент обеспеченности оборотными средствами не должно снижаться, ниже значения 0,1. Но он имеет обратное значение в сельском хозяйстве. Если в 2014 году коэффициент составлял (-0,16), в реальном секторе этот показатель понизился еще больше - (-0,82). Если убрать внеоборотные активы из личного капитала, финансовые возможности в сельском хозяйстве понизятся.

Таким образом, финансовое состояние сельхозтоваропроизводителей остается сложным и непредсказуемым.

**Третья глава** посвящена исследованию развития лизинговых отношений в аграрном секторе.

В лизинговых операциях участвуют различные финансовые структуры. Одна из причин широкого распространения лизинга по сравнению с кредитом или ссудой в том, что у него есть ряд преимуществ.

1. Лизинг – это 100% финансирование производства, которое не требует выплаты, начиная с момента получения.

2. Особенно для средних и малых предприятий обеспечение производства основными фондами посредством договора лизинга или аренда имущества намного проще и дешевле по сравнению с банковскими кредитами.

3. В случае если, основные фонды или оборудование устареет, арендополучатель всегда может обновить оборудование, потому что риск устаревания является ответственностью арендодателя.

4. Аренда через лизинг происходит за короткое время по сравнению с обычной арендой основных фондов или оборудования, и позволяет использовать производственные мощности эффективно. А оставшиеся после лизинговых выплат остаточные средства можно использовать для сельскохозяйственных нужд сегодняшнего дня.

5. Согласно договору лизинга выплата стоимости основных фондов производится в течение долгого времени, в связи, с чем товаропроизводители системы сельского хозяйства получают возможность развить производство и реализовать произведенную продукцию по высоким ценам.

При оценке финансового состояния и состояния платежеспособности арендополучателя, точное исследование его обязательств или долгов перед другими предприятиями окажет большое влияние на широкое распространение лизинговой системы в стране.

Вместе с вышеназванными преимуществами у лизинга есть и некоторые недостатки:

1. Если основные фонды или оборудование были получены посредством финансового лизинга, тогда до истечения срока договора лизинга, даже если основные фонды или оборудование устарели, выплаты по лизингу будут производиться до окончания срока договора.

2. Основные фонды или оборудование, полученные на основании оперативного лизинга, в связи с тем, что по договору риск их устаревания возложен на лизингодателя, лизингодатель вынужден брать большую плату у лизингополучателя.

3. Независимо от типа лизингового договора, если основные фонды или оборудование выйдут из строя или поломаются, это обстоятельство может не быть учтено в определенный период и нужно произвести выплаты, связанные с лизингом.

4. Если объект договора лизинга является дорогостоящим или уникальным объектом, то из-за значительности арендной сделки подготовка договора и приход к одному знаменателю потребует много времени и средств.

На сегодняшний день все банки, осуществляющие свою деятельность на территории Кыргызской Республики, могут заниматься финансовым лизингом.

Если рассматривать количество сделок по лизингу и его цены, то по сельскохозяйственной технике его большая часть приходится на лизинговые операции до пяти лет.

Банки и финансовые организации в Кыргызстане финансируют лизинговые службы собственными средствами и средствами учредителей. Коммерческие банки предпочитают финансировать проекты своих клиентов по приобретению оборудования не лизингами, а путем кредитования.

Развитию лизинговых операций мешает отсутствие у населения информации о лизинге. Это объясняется отсутствием спроса на этот вид банковских услуг при осуществлении лизинговых операций на практике.

В 2014 году Правительством Кыргызской Республики был проведен ряд реформ в области налогообложения лизинговых операций. Новая редакция Налогового Кодекса была дополнена нормативами, в соответствии с которыми резиденты-лизингодатели освобождаются от налогов на проценты, полученные от финансовой аренды, а также согласно данному закону микрокредитная компания тоже включена в понятие “Банк”, и все микрокредитные организации, ведущие лизинговые операции, освобождаются от названного налога.

Следует отметить, что в Кыргызской Республике созданы необходимые условия для дальнейшего развития лизинговых операций. Практика показала, что для производителей сельскохозяйственных товаров больше, чем для других, выгодны лизинговые операции, в особенности, для приобретения сельскохозяйственной техники, оборудования для переработки сырья сельского хозяйства и торговли. Отметим, что больше всего лизинговых операций проводится в Таласской области. Это обстоятельство объясняется тем, что микролизинговая компания, созданная Европейской Комиссией, провела ряд мероприятий в этой области. В будущем получение сельскохозяйственного оборудования посредством лизинга станет выгодным направлением. В настоящий переходный период эта область сталкивается с трудностями.

В развитии лизинговых операций в Кыргызской Республике невозможно переоценить помощь, оказанную международными организациями. Например, при помощи Международной финансовой корпорации и Государственного секретариата Швейцарии по экономике работает новая Программа по техническому содействию государствам Центральной Азии и Азербайджана. В рамках этого проекта Международная финансовая корпорация выдает кредиты включенным в программу финансовым институтам для оказания лизинговых услуг малым и средним предприятиям.

При организации финансового лизинга ОАО «Айыл Банком» используются следующие коэффициенты, после чего заключается лизинговое соглашение (таблица 9).

Таблица 9. Предварительный анализ финансовых показателей лизингополучателя при организации финансового лизинга в Кыргызской Республике

Наименование	Предыдущий год	1 год по проекту	2 год по проекту	3 год по проекту	4 год по проекту	5 год по проекту	6 год по проекту	7 год по проекту	Нормативные уровни
Коэффициент текущей ликвидности		0,6	2,0	3,3	5,5	9,6	18,0	43,3	1,0 - 2,3
Коэффициент абсолютной ликвидности		0,3	1,3	2,5	4	8	15,9	39,1	0,2 - 0,28

Чистый оборотный капитал	194 803	513 348	1 00 334	1 491 157	2 144 697	2 821 077	3 520 297	4 242 357	
Коэффициент финансовой устойчивости	100	83	90	92	95	96	98	99	
Доля капитала	92	79	90	92	95	96	98	99	более 35 положит, менее 20 отриц.
Коэффициенты рентабельности:									
Рентабельность продаж		61%	71%	71%	68%	65%	62%	60%	
Рентабельность деятельности		61%	64%	65%	63%	61%	60%	58%	
Коэффициент обслуживания долга	-	1,4	1,3	1,8	1,9	4,1	4,2	4,4	1,3
Оборачиваемость кредиторской задолженности		0,001	0,001	0,001	0,002	0,003	0,004	0,009	
Оборачиваемость запасов	27 778	88 194	106 250	107 639	109 028	110 417	111 806	113 194	
Срок окупаемости проекта								7 лет	

Источник: Коэффициенты рассчитаны автором по данным ОАО “Айыл Банк”

По финансовым показателям можно вывести следующее заключение.

Коэффициенты, анализ бизнес-плана, финансовый лизинг на сумму в 980 000 полностью оправдывает сам себя в течение 7 лет. Денежные потоки хозяйства полностью оцениваются положительно. Как показывают отчеты о приходе и расходе, возможность получения по лизинговому проекту в первый год составляют 75 798 сомов, во второй год - 190 554 сомов чистой прибыли, кроме того отмечается его высокая платежеспособность.

Согласно опросу, выполненному Союзом Банков Кыргызстана, стало известно, что всего лишь 1/3 часть коммерческих банков и микрокредитных организаций, занимающихся лизингом, будут в будущем осуществлять лизинговые операции. Большинство участников опроса особо отметили, что развитию системы лизинга в стране препятствуют следующие обстоятельства.

1. Высокий размер таможенных пошлин и налогов на оборудование, ввозимое в Кыргызскую Республику для осуществления лизинговых операций;
2. Дефицит ресурсов для финансирования долгосрочных лизинговых операций, связанного с тем, что привлекаемые иностранные инвестиции в большей части выдаются сроком до 3 лет, что является недостаточным сроком пользования объектом лизинга (спрос на технику, выдаваемую на срок от 5 до 10 лет большой, в то время как лизинговые операции выполняются на средний и долгий срок, клиенты тоже заинтересованы во

вложении своих средств долгосрочно в целях получения прибыли в будущем);

3. Для предприятий, занимающихся малым и средним бизнесом, конечно, удобнее пользоваться кредитом, чем дорогими службами по обеспечению предмета лизинга;

4. Не информированность потенциальных клиентов по предлагаемым лизинговым операциям.

Таким образом, лизинг решает две важные проблемы производителя сельскохозяйственных товаров: приобретение этой техники и его финансирование. В конечном итоге, в условиях рынка конкурентоспособность сельскохозяйственных предприятий и частных хозяйств повышается.

В заключении отмечено, что широкое внедрение системы лизинга в аграрном секторе в рыночных условиях возможно только на основе укрупнения хозяйств, активизируя практику залога земельных участков в лизинговых отношениях. Данная система является самым дешевым и доступным источником обеспечения производителей сельскохозяйственных товаров современной техникой и нужным оборудованием.

**В четвертой главе** рассматриваются способы улучшения организации финансово-кредитного механизма в аграрном секторе и пути прогнозирования емкости рынков продуктов питания и продовольствия.

На сегодняшний день при финансировании сельского хозяйства роль государства неимоверно велика. Содействие в укрупнении сельского хозяйства, затем в акционировании и выводе облигаций предприятий под силу только государству. Еще один его потенциал – возможность финансирования сельского хозяйства через создание товарно-сырьевых бирж, через фьючерсные контракты сроком на 8 месяцев. Наряду с этим, в условиях неопределенности через биржевое хеджирование биржевых контрактов сельского хозяйства можно застраховаться от ценовых рисков.

Вместе с этим, государственные закупки (в республике каждый год проводится связанный с продовольствием тендер на 8 млрд. сомов и преимущественно предпочтение отдается иностранным предприятиям) необходимо направлять во внутренний рынок. Безусловно, названная сумма активизировала бы внутренний спрос, и создавала бы условие для увеличения собственного капитала фермеров, а также создавались бы возможности и для выдерживания конкуренции, появились бы дополнительные рабочие места.

Правительства большинства стран мира вмешиваются в сельскохозяйственное производство и в продовольственный рынок. Это обусловлено важностью отрасли сельскохозяйственного производства, и, главным образом, тезисом обеспечения продовольственной безопасности государства.

Главная причина процветания сельского хозяйства в развитых государствах кроется в уровне и объеме привлеченных государственных

инвестиций в эту отрасль (переработку и агросервис). Государственные меры, подобные субсидиям, дотациям и послаблениям, направлены на защиту экономической устойчивости аграрного производства. В некоторых развитых странах использование государственных средств в сельском хозяйстве в 1,5-2 раза выше рыночной цены самой сельхоз продукции.

При стабилизации производства и проведении мероприятий по укреплению с финансовой стороны найденных несостоятельными или находящихся под угрозой несостоятельности хозяйств, необходимо обратить внимание на следующее:

- оказание финансовой поддержки животноводству для сохранения породистых племенных животных в стране;
- необходимо производство продуктов животноводства, дотирование увеличения числа племенных животных, своевременное обеспечение компенсирования расходов от стоимости корма, и не нарушение действующего порядка оплаты;
- выделение бюджетных средств на капитальные вложения (строительство зданий и построек, мелиорация, обеспечение водой сельскохозяйственных земель, ремонтно-эксплуатационные и противоэрозионные работы, защитное лесоразведение);
- компенсирование 50 процентов расходов, потраченных на покупку минеральных удобрений и средств для защиты растений;
- необходимо обеспечить установление закупочных цен в рамках закона в отношении закупаемых всеми потребителями мяса, молока и другого сельскохозяйственного продовольствия;
- обязательным условием стабилизации экономики сельскохозяйственных предприятий, имеющих низкий уровень возврата расходов, является использование эффективного механизма выдачи льготного кредита; это должно превратиться в объект государственного регулирования. Выдача таких ссуд должна реализовываться через выделение финансовых средств из государственного бюджета специализированным банкам.

Кроме этого, одной из проблем государственного регулирования финансово-кредитного механизма производителей сельскохозяйственных товаров является, наравне с залогом земли, проблема ипотечного кредитования. Данная форма кредитования в силу вышеописанных обстоятельств не должна превратиться для Кыргызстана в определяющую форму инвестиционных кредитов. Кредитная система у нас строится на основе современных принципов, не допускающих существование конфликтных и кризисных явлений. Имеются много доказательств подтверждающих реальность прогрессивных систем кредитования. Например, в Гонконге все земли являются национальной ценностью и предоставляются всем желающим в аренду посредством аукционов. При этом банки, при предоставлении кредитов предпринимателям, не берут в залог эти земли. А в Германии банки предоставляют кредиты тем



предпринимателям, которые разумно распределяют свои средства и имеют хорошую прибыль от продажи продуктов, формирующих спрос на потребительском рынке.

Важная направленность финансово-кредитной политики деятельности банковской системы связана, прежде всего, с обслуживанием агропромышленного комплекса. В Кыргызстане развитие нижеследующих групп финансово-кредитных учреждений, обслуживающих аграрный сектор, будет соответствовать таким целям: ОАО «Айыл Банк», его филиалы и отделения; коммерческие банки и другие финансово-кредитные учреждения (финансовые, кредитные, лизинговые, страховые, торговые и другие компании).

Формирование эффективной банковской системы и финансовых институтов, недопущение монополизма банков, улучшение механизмов кредитования сельскохозяйственных предприятий являются необходимыми условиями успешного перехода на рыночную экономику.

Вследствие того, что собственных ресурсов у банков, работающих в аграрном секторе, не достаточно, необходимо создать государственный фонд долгосрочного кредитования. Это поможет урегулировать со стороны государства необходимый масштаб инвестиций и кредитований. Проведенные исследования позволили выделить нижеследующие тенденции в механизме кредитования:

- относительный вес краткосрочных кредитов в общем объеме кредитования сельского хозяйства значительно увеличивается, а удельный вес долгосрочных ссуд - сокращается. Многие из них выдаются на срок менее 3-х месяцев. Коммерческие банки стоят в стороне от создания необходимых условий для обновления и реконструкции производства;
- основную долю в общей сумме полученных кредитов, использованных в аграрном секторе для совершения операций по покупке, составляют ссуды заготовительных и торговых организаций (62%), и только незначительная часть (38%) выдаются в качестве кредитов сельскохозяйственным производителям для проведения работ по сельскому хозяйству и на покупку техники;
- сокращение остатков денежных средств в расчетных счетах товаропроизводителей и резкое увеличение долгов перед банками, поставщиками и подрядчиками.

По нашим расчетам в соответствии с Программой Национальной Стратегии Кыргызской Республики по устойчивому развитию экономики до 2017 года было определено, что количество населения страны превысит 6 миллионов трех сот тысяч человек, а объем рынка на продукты питания будет составлять 277,86 млрд. сомов.

## **Выводы и предложения**

Исследование финансовых аспектов маркетинга в аграрном секторе в условиях рыночных отношений позволяют сделать нижеследующие выводы:

- кризисное состояние экономики и финансов страны заставляют хозяйственников аграрного сектора переходить на систему финансирования рыночной модели;
- основу финансовой системы страны составляет финансовый рынок, капитальные и финансовые потоки в нем регулируются на основе механизмов спроса, предложения и конкуренции;
- основное направление выхода из тяжелой экономической и финансовой ситуации аграрного сектора в условиях рынка должно осуществляться посредством активизации макроэкономической политики и создания благоприятного инвестиционного климата;
- финансовое обеспечение аграрного сектора тесно взаимосвязано с рациональным использованием финансовых ресурсов и путём мобилизации их внутренних источников, а также с коренным изменением финансовых отношений с государством;
- как показали последствия последних финансовых и экономических кризисов и опыты развивающихся стран, умение правильно направлять внутренние инвестиционные ресурсы – единственный путь экономического развития и повышения уровня жизни населения;
- анализ теоретических взглядов отечественных и зарубежных ученых показал, что маркетинговые исследования являются центральным элементом информационно-маркетинговой системы, источником информации для эффективного принятия решения. Как показывает опыт, решения, принятые на основании систематических маркетинговых исследований, обеспечивают рентабельность фирм на рынке на 90%;
- доказано, что финансовые аспекты маркетинга в аграрном секторе зависят от внутренних и внешних факторов и непосредственно влияют на конечные финансовые результаты хозяйствующих субъектов аграрного сектора;
- регулярное и тщательное изучение финансовых аспектов маркетинга в аграрном секторе снижают финансовые, производственные и коммерческие риски и связанные с ними расходы и потери;
- отсутствие маркетинговой программы государственного уровня отрицательно влияет на своевременное формирование логистики и посредников, мест хранения, рынков землевладельцев, учреждений страхования в аграрном секторе. В результате финансовые вопросы, связанные с маркетингом аграрного сектора, остаются нерешенными своевременно, а хозяйственники в данном секторе остаются в условиях кризиса и неопределенности. Льготы и оказываемая помощь со стороны государства должны быть направлены только на реализацию государственных экономических и стратегических программ развития (создание кооперативов, укрупнение хозяйств, организация

сельскохозяйственных и промышленных комплексов, развитие инфраструктуры рынка, распространение системы лизинга и т.д.).

Как показывают результаты маркетингового опроса, большинство товаропроизводителей аграрного сектора на практике не используют маркетинговые системы. Они выращивают сельскохозяйственные продукты, опираясь на интуицию. В результате с каждым днем либо увеличивается количество излишков произведенного продукта, либо растет число несостоятельности среди хозяйственников.

Бесконечно увеличивается число сельскохозяйственных товаропроизводителей, а посевные площади уменьшаются, в результате чего процессы механизации и автоматизации постоянно снижаются, растет спрос на ручной труд фермеров и крестьян, и вследствие чего увеличивается себестоимость сельскохозяйственных продуктов.

Основу маркетинговых исследований аграрного сектора составляют точное и достоверное определение потребностей потребителей сельскохозяйственных продуктов, исследования особенностей основных конкурентов и рынков сельскохозяйственных продуктов, а также точные определения изменений конъюнктуры в их отношении. В результате сбора точной и доступной информации посредством маркетинговых исследований создаются условия принятия правильных решений, снижающие уровень неопределенности, а также повышаются конкурентоспособность на рынках сельскохозяйственных предприятий и общая рентабельность.

Необходимо в корне изменить финансово-кредитный механизм, связанный с аграрным сектором, а именно:

- при финансировании сельского хозяйства создание специальных коллективных крестьянских банков является требованием современности;
- необходимо финансировать проекты аграрного сектора согласно их приоритетности и по истечении периода времени еще раз провести контроль данного проекта со стороны финансировавшей организации либо государства, и распространять обществу результаты его эффективности и возвратности.
- с уточнением емкости продовольственного и продуктового рынка появляется возможность прогнозирования и планирования альтернативных планов производства сельскохозяйственной продукции на перспективу.

**Основные положения диссертации отражены в следующих публикациях диссертанта**

**Монографии**

1. Алыбаев Дж.Б. Сарыбаев А.С. Инвестиции в экономику Кыргызской Республики. Б.: 2011г.
2. Алыбаев Дж.Б., Финансовые аспекты маркетинга в аграрном секторе экономики. Б.: 2012г.

**Учебное пособие и статьи**

3. Алыбаев Дж.Б. Практикум по проведению практических и семинарских занятий по курсу Маркетинг. Учебное пособие Б.: 2011.

4. Алыбаев Дж.Б. Теоретические основы маркетинга в аграрном секторе // «Экономика жана финансы» 3/2009 Часть 1. 32-36 с.
5. Алыбаев Дж.Б. Управление маркетинговой деятельностью фирмы в условиях конкуренции // «Экономика жана финансы» 3/2009 Часть 1. 36-37 с.
6. Алыбаев Дж.Б., Байгазиева Ж.Т. Развития механизма торговли на фондовом рынке. // «Экономика жана финансы» 3/2009 часть2.
7. Алыбаев Дж.Б. Особенности системы торговли аграрной продукции // «Социальные и гуманитарные науки», №5-6, 2010г. 131-134 с.
8. Алыбаев Дж.Б. Теоретические основы торговли сельскохозяйственной продукции // Социальные и гуманитарные науки, №5-6, 2010 г. 145-147 с.
9. Алыбаев Дж.Б. Оценка эффективности сельскохозяйственных товаропроизводителей и его особенности // Наука и новые технологии, №7, 2010 г.. 116-119 с.
10. Алыбаев Дж.Б. Маркетинговые модели конкурентных рынков // Наука и новые технологии №7, 2010г. 127 -129 с.
11. Алыбаев Дж.Б. Сущность финансового маркетинга и его основные аспекты // Наука и новые технологии №9, 2010 г.
12. Алыбаев Дж.Б. Понятие о агролизинге, сущность и значение // Наука и новые технологии №9, 2010 г.
13. Алыбаев Дж.Б. Необходимость использование маркетинга в сфере агробизнеса // Известия вузов №9, 2010 г.
14. Алыбаев Дж.Б., Сарыбаев А.С. Особенности финансового обеспечения аграрного сектора экономики Кыргызской Республики // Вестник КЭУ, №3, 2011, 129-130 с
15. Алыбаев Дж.Б. Экономические основы организации аграрного сектора экономики и необходимость маркетинга // Вестник КЭУ 3/19 2011 г.
16. Алыбаев Дж.Б. Вопросы продовольственной безопасности государства // «Вестник КУУ », №3 2011г. 133-137 с.
17. Алыбаев Дж.Б. Системные планирование в агромаркетинге и его особенности // Известия ВУЗов №3 2001 г. 160-162 с.
18. Алыбаев Дж.Б. Особенности маркетинга в аграрном секторе экономики // Известия ВУЗов №3 2011 г. 166-168 с.
19. Алыбаев Дж.Б. Особенности организации финансово-кредитной политики в аграрном секторе в условиях рынка // Экономический вестник №4 2011 г. 21 б.-23 с.
20. Алыбаев Дж.Б. Особенности аграрной политики в трансформационной экономике // Экономический вестник №4 2011 ж. 41 б- 47 б.
21. Алыбаев Дж.Б. проблемы продовольственного рынка в Кыргызской Республике и пути его решения // Наука и новые технологии №4 2011 г. 171 -173 с.
22. Алыбаев Дж.Б. Изучение конкуренции на внешнем рынке и его особенности // Наука и новые технологии №4 2011 ж. 189-191 б.

23. Алыбаев Дж.Б. Особенности прогнозирование сельскохозяйственного производства. // Наука и новые технологии №5 2011 г. 116 -118 с.
24. Алыбаев Дж.Б. Особенности использование элементов маркетинга в аграрном секторе экономики КНР // Наука и новые технологии №5 2011 г. 132 -134 с.
25. Алыбаев Дж.Б. Роли и значение маркетинга при выборе внешних рынков // Известия ВУЗов №5 2011г. 144-148с.
26. Алыбаев Дж.Б. Особенности управление системой агромаркетинга // Вестник КНУ 2011 ж. 194 – 197 с.
27. Алыбаев Дж.Б. Маркетинг доктрина современного бизнеса // «Вестник» КНУ 2011 г. 191 -194 с.
28. Арзыбаев А.А. Алыбаев Дж.Б. Развитие интеграционных процессов и маркетинга в аграрном секторе экономики Кыргызской Республики // Сборник научных трудов. Материалы международной научно-практической конференции 11-12- ноября 2011г. Таразский Государственный Университет им. М.К. г.Тараз, Казахстан.
29. Таджибаев С.Д., Алыбаев Дж.Б. Основные направления финансирование аграрного сектора в Кыргызской Республике // Сборник научных трудов. Материалы международной научно-практической конференции 11-12- ноября 2011г. Таразский Государственный Университет им. М.К. г.Тараз, Казахстан.
30. Таджибаев С.Д., Алыбаев Дж.Б. Маркетинговый подход в организации инвестиционного процесса в АПК // ТИГУ Сборник научных трудов. Материалы международной научно-практической конференции 28-29 марта, 2012 г. г.Тараз, Казахстан.
31. Алыбаев Дж.Б. Роли маркетинга и виды маркетинговых исследований в привлечении инвестиции в аграрный сектор экономики. // Наука и новые технологии №4 2012 г.
32. Алыбаев Дж.Б. Роли и значение товарно-сырьевых бирж в ценообразовании на сельскохозяйственной продукции // Наука и новые технологии №4 2012 г.
33. Алыбаев Дж.Б. Анализ состояние и развитие аграрного производства в Кыргызской Республике // Вестник КНУ 2012 г. 31-34 с.
34. Алыбаев Дж.Б. Необходимость использование службу маркетинга в аграрном секторе экономики Кыргызской Республики // Жогары мектеби №3 2012ж. Серия гуманитарная. Алматы, Казахстан
35. Алыбаев Дж.Б. Особенности развития лизинговых отношений в Кыргызстане // Поиск - Ізденіс. №4 2012г. Серия гуманитарная. Алматы, Казахстан.
36. Алыбаев Дж.Б. Маркетинговые исследования в аграрном секторе экономики // Поиск - Ізденіс. №4 2012г. Серия гуманитарная. Алматы, Казахстан.
37. Алыбаев Дж.Б., Касенова А.Ш. Текущее состояние энергетического сектора Кыргызской Республики // КУУнун жарчысы 2013. 63-67б.

38. Алыбаев Дж.Б., Сарсенбаев Н.Д. Актуальные вопросы по развитию ипотечного кредитования // КУУнун жарчысы 2014. 51-55б.
39. Прогнозирование и моделирование емкости продовольственного рынка // Известия Вузов №3, Бишкек, 2015. 67-70 б.
40. Алыбаев Дж.Б., Шамырбеков Д.Ш. Современное финансовое состояние Кыргызской Республики // Известия Вузов №3, Бишкек, 2015. 197-201 б.

**Алыбаев Жапар Бузурманкуловичтин “Кыргыз Республикасынын агрардык секторундагы маркетингдин финансылык аспектилери: проблемалар, тенденциялар, келечеги” деген темадагы 08.00.10 - финансы, акчанын айлануусу жана кредит адистиги боюнча экономика илимдеринин доктору окумуштуулук даражасын изденип алуу үчүн жазылган диссертациялык ишинин**

**РЕЗЮМЕСИ**

**Негизги сөздөр:** Маркетинг, финансы, финансы рыноктору, маркетингдик изилдөөлөр, агрардык сектор, маркетингдин финансылык аспектилери, финансы-кредиттик механизм, лизинг системасы.

**Изилдөөнүн максаты:** Кыргыз Республикасынын айыл чарба секторундагы маркетингдин финансылык аспектилерине байланыштуу теориялык жоболорду өнүктүрүү аркылуу аларга байланышкан конкреттүү сунуштарды иштеп чыгуу болуп саналат.

**Изилдөөдө колдонулган ыкмалар:** Маркетингдик изилдөөлөр, анкеттөөлөрдү жүргүзүү, сурамжылоолор, корреляциялык анализ, экономика – статистикалык салыштыруу, системалык талдоолор жана башка дагы эсептөөлүк баалоолор.

**Алынган жыйынтыктар жана алардын жаңылыгы.** КМШ өлкөлөрүнүн арасында биринчи жолу маркетингдин агрардык сектордогу финансылык аспектилери комплекстүү изилденди жана маркетингдик ишкердүүлүктү экономиканын агрардык секторунда уюштуруунун теориялык жана методологиялык негиздери иштелип чыкты. Заманбап финансы-кредиттик механизмди калыптандыруунун жана уюштуруунун негизги принциптери менен шарттары такталды. Маркетингдин системасын агрардык сектордо колдонуу чарбаларды ирилештирүүнү тездетип жана маркетингдик изилдөөлөр аркылуу маалыматтарды өз убагында чогултуп керектөөчүлөрдүн айыл чарба продуктуларына болгон муктаждыктарын так аныктоо аркылуу ашкере өндүрүүнүн алдын алуу далилденди.

Маркетингдик изилдөөлөрдүн негизинде алынган так маалыматтар, ата мекендик продуктуларды сырткы жана ички рыноктордо сатып өткөрүүнү, аны менен бирге өндүрүлгөн продуктулардын атаандаштык мүмкүнчүлүгүн арттыраары белгилүү болду. Товардык –сырьелук жана фондулук биржалардын рыноктун шартында агрардык секторду өнүктүрүүдөгү тийгизген өзгөчө таасирлери жана глобалдаштыруу процессинде ээлеген орду такталды.

**Колдонуу деңгээли:** изилдөөнүн тыянактарын жана сунуштарын агрардык сектордогу чарбакерлердин ишмердүүлүгүндө финансылык, өндүрүштүк жана коммерциялык тобокелчиликтердин деңгээлин төмөндөтүү жана болжолдуу пайданын көлөмүн жогорулатуу максатында аныксыздык учурларда колдонууга сунушталган.

**Колдонуунун чөйрөсү:** негизги жыйынтыктар агрардык сектордогу чарбакерлердин ишмердүүлүгүндө жана ЖОЖдордо «Маркетингдин

финансысы», «Агрардык сектордогу маркетинг» курстары боюнча окуу-методикалык куралдары катары колдонууга болот.

## **РЕЗЮМЕ**

**на диссертацию Алыбаева Джапара Бузурманкуловича на тему:**  
**«Финансовые аспекты маркетинга в аграрном секторе Кыргызской Республики: проблемы, тенденции и перспективы» на соискание учёной степени доктора экономических наук по специальности 08.00.10 – финансы, денежное обращение и кредит**

**Ключевые слова.** Маркетинг, финансы, финансовые рынки, маркетинговые исследования, аграрный сектор, финансовые аспекты маркетинга, финансово-кредитный механизм, система лизинга.

**Цель исследования** состоит в развитии теоретических положений и разработке конкретных рекомендаций по финансовым аспектам маркетинга в аграрном секторе Кыргызской Республики.

**Методы исследования:** Маркетинговые исследования, анкетирование, опросы, экономико – статистический, сравнительный и системный анализы, корреляционные анализы а также расчетные оценки.

**Полученные результаты и их новизна.** В рамках стран СНГ впервые исследованы комплексно финансовые аспекты маркетинга, а также разработаны теоретические и методологические основы управления маркетинговой деятельностью в аграрном секторе экономики. Определены основные принципы и условия организации финансово-кредитного механизма. Доказано, что внедрение системы маркетинга в аграрном секторе экономики ускорить процесс укрупнения хозяйствующих субъектов и позволит своевременно собирать достоверную информацию, вследствие последствий чего снизятся объемы перепроизводства и появляется сбытовые возможности сельскохозяйственной продукции на внутреннем и на внешних рынках, кроме того, повысится конкурентоспособность производимой продукции за счет сегментирования и правильного позиционирования товаров на рынках. Уточнены и определены причины возникновения диспаритета цен между сельскохозяйственными и промышленными товарами, предложены способы своевременного их сокращения. Определены место товарно-сырьевых бирж, их роль на развитие аграрного сектора в условиях глобализации экономики.

**Степень использования:** выводы и рекомендации позволяют снизить уровни финансовых, производственных и коммерческих рисков в деятельности хозяйствующих субъектов в аграрном секторе и повысить объем предполагаемой прибыли в условиях неопределенности.

**Область применения:** основные результаты могут быть применены в деятельности хозяйствующих субъектах аграрного сектора, и как основа учебно-методического пособия в ВУЗах по курсу «Финансы маркетинга» и «Маркетинг в аграрном секторе».



## RESUME

**dissertation Alybaev Djapar Buzurmankulovich on "Financial aspects of marketing in the agricultural sector of the Kyrgyz Republic: Challenges, trends and prospects" for the degree of doctor of economic sciences, specialty 08.00.10 - Finance, Money and Credit**

**Keywords.** Marketing, finance, financial markets, market research, agricultural sector, the financial aspects of the marketing, financial and credit mechanism, the leasing system.

**Research aim:** A research aim consists of development of theoretical positions and development concrete to recommendation on the financial aspects of marketing in the agrarian sector of Kyrgyz Republic.

**Methods:** Market research, surveys, polls, economic - statistical, comparative and systematic analysis, correlation analysis and estimates.

**Results and novelty.** In the framework of the CIS countries studied for the first time a comprehensive financial aspects of marketing in the agricultural sector, and developed the theoretical and methodological framework for the management of marketing activity in the agricultural sector. The basic principles and conditions for the organization of credit and financial mechanism. It is proved that the introduction of marketing in the agricultural sector to accelerate the process of consolidation of business entities and enable timely collect reliable information which subsequently lowered the amount of over-production and increased domestic agricultural marketing opportunities in the domestic and foreign markets, thus creating the possibility of increasing the competitiveness of their products. Clarified and defined the causes of price disparity between agricultural and industrial products and suggestions for early reductions. The place and the particular impact of commodity exchanges and its influencing factors in the development of the agricultural sector in a market economy and globalization.

**Degree of the use :** conclusions and recommendations allows to bring down levels of financial, productive and commercial risks in activity of managing subjects in an agrarian sector and to promote the volume of imaginary profit in the conditions of vagueness.

**Degree of the use :** conclusions and recommendations allows to bring down levels of financial, productive and commercial risks in activity of managing subjects in an agrarian sector and to promote the volume of imaginary profit in the conditions of vagueness.