

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ  
КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ  
ОШСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
КЫРГЫЗСКО-УЗБЕКСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИМ. Б. СЫДЫКОВА**

Диссертационный совет К 08.22.656

На правах рукописи  
УДК 33.338.43

**Исираилов Алимжан Алмаматович**

**ПРОБЛЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОДУКЦИИ АПК ЮГА КЫРГЫЗСТАНА  
КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ**

08.00.05 - экономика и управление народным хозяйством (по отраслям и сферам деятельности)

**АВТОРЕФЕРАТ**

диссертации на соискание ученой степени  
кандидата экономических наук

**Ош-2024**

Работа выполнена на кафедре \_\_\_\_\_ факультета бизнеса и менеджмента  
Ошского государственного университета

**Научный руководитель:** **Убайдуллаев Мирлан Байдусенович**  
доктор экономических наук, профессор  
заведующий кафедрой экономика предприятия и  
управление бизнесом факультета бизнеса и менеджмента  
Ошского государственного университета

**Официальные оппоненты:** \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**Ведущая организация:** \_\_\_\_\_

Защита состоится «\_\_» \_\_\_\_\_ **202\_\_** года в \_\_\_\_ часов на заседании  
диссертационного совета К 08.22.656 по защите диссертаций на соискание ученой степени  
кандидата экономических наук Ошский государственный университет, Кыргызско-  
узбекский международный университет им. Б. Сыдыкова по адресу: г. Ош, пр. Масалиева,  
80, конференц-зал (\_\_\_\_).

С диссертацией можно ознакомиться в научных библиотеках: Ошский государственный  
университет \_\_\_\_\_, Кыргызско-узбекский международный университет им.  
Б. Сыдыкова \_\_\_\_\_, а также на сайте диссертационного совета <https://vak.kg/>.

Автореферат разослан «\_\_» \_\_\_\_\_ 202\_\_ года.

**Ученый секретарь**  
**диссертационного совета,**  
**к.э.н., доцент**

**Исманилиев К. И.**

## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

**Актуальность темы диссертации** В условиях рыночных отношений становится актуальной проблема реализации сельскохозяйственной продукции. Она порождена множеством причин: несовершенством существующего ценообразования, слабо развитой инфраструктурой агропромышленного комплекса, разрушением связей между производителями и потребителями, отсутствием необходимой информации о состоянии рынка, недостаточной государственной поддержки села.

В сбытовой деятельности предприятий немаловажное значение имеет осуществление функций, заключающихся в продвижении товара к конечному потребителю. У хозяйств имеется широкий выбор средств и каналов для доведения своей продукции до конечного потребителя; одни средства и каналы конкурируют между собой, другие заменяют или дополняют друг друга. Правильно сделанный выбор - путь к решению проблем и эффективное средство для улучшения экономического состояния предприятий.

В настоящее время настоятельно требует своего решения проблема финансирования и полноценной поддержки товаропроизводителей. От того, как будут решаться эти вопросы, зависит развитие производства и само существование хозяйств-товаропроизводителей в переходный период к рынку. Для преодоления спада производства, насыщения рынка качественным отечественным продовольствием, создания необходимых экономических условий функционирования агропромышленного комплекса требуется государственная поддержка в форме целевого бюджетного финансирования, дотаций и компенсаций, корректировки закупочных цен, льготного налогообложения. В условиях рыночных отношений для сельскохозяйственных товаропроизводителей наиболее актуальной становится проблема реализации сельскохозяйственной продукции. Произведенные товары нужно доставить потенциальному потребителю и создать условия для превращения потребности в реальный спрос.

Проблемы реализации сельского хозяйственной продукции порождены множеством причин: несовершенством существующего ценообразования, слабо развитой инфраструктурой агропромышленного комплекса, разрушением связей между производителями и потребителями, недостатком не обходимой информации о состоянии рынка, недостаточным уровнем государственной поддержки и слабым вниманием к решению проблем села.

Являясь одним из центральных элементов в системе товарно-денежных отношений, рынок выступает связующим звеном между обособленными

товаропроизводителями на основе общественного разделения труда, между производством и потреблением. В сбытовой деятельности сельскохозяйственного предприятия немаловажное значение имеет осуществление функций распределения, заключающейся в продвижении своей продукции к конечному потребителю. У хозяйств имеется широкий выбор средств и каналов для доведения своей продукции до конечного потребителя; одни средства и каналы конкурируют между собой, другие заменяют или дополняют друг друга. Правильно сделанный выбор - путь к решению проблем и эффективное средство для улучшения экономического состояния предприятий.

В настоящее время настоятельно требует своего решения проблема финансирования и полноценной поддержки сельскохозяйственных производителей. От того, как будут решаться эти вопросы, зависит развитие сельскохозяйственного производства и само существование хозяйств-товаропроизводителей.

Считаем, что в переходный период к рынку основным источником ресурсного обеспечения аграрных предприятий должно быть государство.

В целях преодоления спада производства сельскохозяйственной продукции, насыщения рынка качественным отечественным продовольствием и создания необходимых экономических условий для функционирования агропромышленного комплекса государственная поддержка сельскому хозяйству может оказываться в различных формах: целевые бюджетные поступления, дотации и компенсации, корректировка закупочных цен, льготное налогообложение и др.

Учитывая устойчивый диспаритет цен, экономические интересы сельских товаропроизводителей следует защищать, прежде всего, регулированием цен на реализуемую продукцию. Оно должно быть адекватным изменению цен на приобретаемую промышленную продукцию и тарифов (расценок) на услуги, а также условиям кредитного обеспечения товаропроизводителей.

Различные аспекты проблем реализации сельскохозяйственной продукции, современного состояния рынков аграрной продукции рассматриваются в работах А.М.Алибекова, В.В.Бирюкова, М.П.Лукинова, Е.Михеевой, И.Я.Петренко, Е.Седовой, Койчуева Т.К., Акималиева Д.А., Орузбаева А.О., Балбакова М.Б., Акенеева Ж.А., Жумабаева Ж.Ж., Джаилова Ж.С., Идинова К.И., Джумабаева К.Д., Зулпукарова А., Убайдуллаева М.Б. и других ученых.

Пути решения проблем производства и реализации сельскохозяйственной продукции, предложенные раньше, уже не в полной мере соответствуют

принципиально новой ситуации в переходный к рыночным отношениям период. Остаются дискуссионными многие вопросы, связанные с целесообразностью различных форм государственного регулирования рынка, ограничения монополизма деятельности предприятий переработки и агросервиса, необходимостью урегулирования и решения проблем диспаритета цен на сельскохозяйственную продукцию и ценами промышленных товаров и услуг.

Для формирования эффективной системы государственного протекционизма по отношению к сельскому хозяйству защита экономических интересов сельских товаропроизводителей должна базироваться не только на активном регулировании цен, но и на дифференциации и индексации их дотационно-компенсационной поддержки государством, на переходе к гарантированным ценам и залоговым операциям, обеспечивающим сельскохозяйственным предприятиям приемлемый уровень доходности и формирование финансовых условий для стабилизации воспроизводственных процессов и выходу аграрного сектора из глубокого и затяжного кризиса.

Пути решения проблем производства и реализации продукции, используемые ранее, уже не в полной мере соответствуют принципиально новой ситуации переходного периода к рыночным отношениям. Остаются нерешенными многие вопросы, связанные с целесообразностью различных форм государственного регулирования рынка, ограничения монополизма в переработке и агросервисе, необходимостью урегулирования и решения проблем диспаритета цен на продукцию сельского хозяйства и промышленности.

В рыночных условиях резко возросло значение маркетинга как комплекса мер и деятельности, направленных на изучение рыночной конъюнктуры, ускорение продвижения товаров к потребителям, на реализацию товаров с наибольшей прибылью. Указанные аспекты предопределили выбор темы диссертационной работы и основные направления исследования.

Несмотря на значительное количество работ за рубежом, посвященных проблемам \_\_\_\_\_, в них недостаточно раскрыты \_\_\_\_\_ данного явления. В современной экономике Кыргызстана рассмотрению \_\_\_\_\_ также внимания практически не уделялось. Это говорит о необходимости разработки \_\_\_\_\_.

Таким образом, необходимость анализа \_\_\_\_\_ явления и его роли в современном мире, раскрытия состояния и перспектив развития \_\_\_\_\_ Кыргызской Республики обусловили актуальность и предопределили выбор темы диссертационного исследования.

**Связь темы диссертации с крупными научными программами и основными научно-исследовательскими работами.** Тема диссертационного исследования входит в план научно-исследовательской работы Ошского государственного университета. Отдельные положения диссертационного исследования имеют непосредственную связь с Национальной стратегией развития Кыргызской Республики на 2018-2040 годы, утвержденной Указом Президента от 31 октября 2018 года № 221, Национальной водной стратегией Кыргызской Республики до 2040 года, утвержденной Указом Президента Кыргызской Республики от 10 февраля 2023 года № 23, Национальной стратегией борьбы с коррупцией в Кыргызской Республике, утвержденной Указом Президента Кыргызской Республики от 11 марта 2009 года № 155 и др.

**Целью исследования** является изучение и анализ современного состояния и развития условий реализации сельскохозяйственной продукции, основных каналов товародвижения и определение наиболее эффективных путей сбыта сельскохозяйственной продукции.

В соответствии с поставленной целью, в задачи исследования входило:

- изучение современного состояния рынка сельскохозяйственной продукции, характеристика условий его формирования и особенностей развития;

- рассмотрение зарубежного опыта формирования рынков сельскохозяйственной продукции;

- рассмотрение организации сбыта продукции на рынке и других каналов реализации;

- определение и обоснование основных критериев выбора наиболее эффективных каналов сбыта произведенной продукции;

- разработка практических мер для проведения эффективной государственной поддержки товаропроизводителей, стимулирующих рост производства высококачественной и конкурентоспособной продукции.

**Научная новизна исследования** исследования заключается в теоретическом и практическом обосновании эффективных путей реализации сельскохозяйственной продукции с различных позиций: товаропроизводителя, государства, потребителя.

Позиция товаропроизводителя состоит в заинтересованности в производстве продукции, позволяющей получить максимальную прибыль, в условиях оптимальной обеспеченности ресурсами, наличии щадящей налоговой политики государства и государственной поддержки и защиты отечественных товаропроизводителей.

Позиция государства заключается в обеспечении условий для эффективного производства и потребления продовольствия, улучшении качества продукции, эффективном самообеспечении продовольствием в целях поддержания продовольственной безопасности страны.

Позиция потребителей состоит в наличии достаточного количества и высокого качества продуктов питания, обеспеченности продовольствием и соотношением розничных цен, позволяющих выбрать оптимальных набор продуктов с учетом рационального питания и покупательной способности потребителя.

**Практическая значимость диссертации** представляет анализ основных и изучение новых каналов товародвижения и рекомендации по выбору наиболее эффективных путей реализации и сбыта продукции, направленные на стабилизацию производства, сочетание интересов товаропроизводителей, предприятий переработки, торговли и потребителей. Основные положения и выводы диссертации, инструменты регулирования регионального рынка сельскохозяйственной продукции использованы Администрацией Ошской области при выработке комплексной программы развития агропромышленного комплекса области и стратегии развития агропромышленного комплекса. Теоретические и практические положения используются в учебном процессе в Ошском государственном университете при изучении курсов "Региональная экономика" и "Экономика АПК."

**Положения, выносимые на защиту.** На защиту по итогам исследования выносятся следующие положения:

1. Обоснованы теоретико-методологические подходы к исследованию вопросов обеспечения

2. Выявлены и проанализированы условия и особенности формирования рынка, заключающиеся в многообразии форм собственности и организационно-правовых форм хозяйствования, расширении самостоятельности прав и полномочий товаропроизводителей, свободы выбора направлений деятельности в соответствии с потребностями целевых рынков;

3. Обоснован комплексно-методический подход к обеспечению конкурентоспособности продукции сельского хозяйства на внешних рынках, предусматривающий использование мер поддержки производства и экспорта продукции сельского хозяйства:

а) на уровне Евразийского экономического союза (формирование единых требований к производству, обращению продукции сельского хозяйства, формирование единой системы сертификации сельского хозяйства);

б) на национальном уровне государств – членов Евразийского экономического союза (формирование институциональных условий для производства сельхозпродукции);

в) на региональном уровне (применение разработанного алгоритма формирования и реализации долгосрочных целевых программ повышения конкурентоспособности продукции сельского хозяйства региона на внешних рынках), что позволит обеспечить конкурентоспособность и инвестиционную привлекательность агропромышленного комплекса

4. разработаны и предложены основные критерии по выбору наиболее эффективных каналов реализации сельскохозяйственной продукции, включающие такие факторы как уровень цен, формы и сроки расчетов, характер и стабильность производственных связей, надежность партнеров, региональные условия рынков;

5. определены и дополнены факторы и каналы для свободы выбора направлений деятельности в соответствии с потребностями целевых рынков;

6. предложены и обоснованы основные меры государственной поддержки сельских товаропроизводителей, такие как прямое льготное кредитование непосредственно товаропроизводителей, своевременное и целевое финансирование, дифференцированное налогообложение, позволяющие обеспечить необходимые условия воспроизводства в сельском хозяйстве;

7. предложена схема организации маркетинговой службы в АПК на отраслевом уровне, обеспечивающая сочетание оперативности сбора и передачи информации о рынке и возможности принятия своевременных мер по регулированию каналов и в целом самого процесса товародвижения.

**Личный вклад соискателя** определяется актуальностью исследования, научной новизной, а также практическим значением исследования. Положения, выносимые на защиту, разработаны диссертантом единолично.

**Апробация результатов исследования.** Результаты проведенного исследования и основанные на них выводы и рекомендации прошли апробацию в процессе обсуждения на расширенном заседании кафедры \_\_\_\_\_ факультета бизнеса и менеджмента Ошского государственного университета.

**Основные положения диссертации** отражены в научных статьях, изданных в научных журналах, рекомендованных Национальной аттестационной комиссией при Президенте Кыргызской Республики, а также в научных изданиях ближнего и дальнего зарубежья.

**Структура работы.** Диссертация выполнена согласно требованиям, предъявляемым Национальной аттестационной комиссией при Президенте Кыргызской Республики. Ее структура определяется целями и задачами



исследования и состоит из введения, трех глав, выводов и списка использованных источников.

## ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

**Во введении** обоснована актуальность темы, определены цель и задачи исследования, представлены основные положения, которые вынесены на защиту, научная новизна диссертационной работы, определяется практическая значимость исследования, а также сведения, касающиеся апробации полученных результатов.

**В первой главе «Теоретические аспекты реализации сельскохозяйственной продукции в рыночных условиях в АПК»** раскрываются вопросы, касающиеся сущности процесса формирования механизмов, ориентирующих и стимулирующих сельскохозяйственных товаропроизводителей для увеличения объемов производства высококачественной и разнообразной сельскохозяйственной продукции. Данная глава включает в себя три параграфа.

**В параграфе 1.1 «Теоретико-методологические подходы к реализации продукции АПК»** отмечается, что макро- и микроэкономические условия функционирования агропромышленного комплекса (АПК) требуют от руководителей предприятий уделять особое внимание вопросам продажи товаров и повышению их конкурентоспособности на внутреннем и внешнем рынках. При этом конкурентоспособность обеспечивается не только продукцией и услугами, но особенно системой сбыта. Как справедливо отмечает Д. Сакс: "Основная идея рыночной экономики сводится к тому, что люди осуществляют свой личный выбор – что купить, где работать, как разместить сбережения, а фирмы под этот выбор подстраиваются" [1 - Сакс, Дж. Рыночная экономика и Россия / Дж. Сакс; пер с англ. – М.: Экономика, 1994. – 331 с, с. 29]. Актуальность исследования основных принципов организации и функционирования сбытовой деятельности обусловлена необходимостью повышения эффективности ее реализации на

агропромышленных предприятиях и недостаточной изученностью данного вопроса в научной литературе.

Материалы и методы. Теоретической и методологической основой исследования выступали работы отечественных и зарубежных ученых в области организации управления, экономики, сбыта, маркетинга, логистики, в том числе и в системе АПК, а также использованы общелогические приемы познания (анализ и синтез, обобщение, аналогия), методы сравнительного анализа, монографический.

Сбыт начинается с момента окончания производства товара и представляет собой разнообразную деятельность, посредством которой товаропроизводитель (продавец) общается с покупателем. Однако суть этого понятия шире. Его рассматривают как: фазу воспроизводства; функции маркетинга и координации различных аспектов коммерческой деятельности; процессы обмена или передачи права собственности на продукцию; сбалансирование спроса и предложения; элемент стратегии предприятия.

Изучение и анализ экономических источников по данной теме показывают, что существуют различные подходы к определению сущности сбытовой деятельности.

Западные экономисты пока не выработали единого взгляда на закономерности и функции политики сбыта в аграрной сфере. Во-первых, большинство ученых [2 - 2. Drucker, P. Management: Tasks, Responsibilities, Practice / P. Drucker. – New York: Harper&Row, 1973. – P. 64–65. 3 - Дейян, А. Стимулирование сбыта и реклама на месте продаж / А. Дейян, А. Троадек; пер. с фр. – М.: Прогресс, 1994. – 190 с. 4 - Академия рынка: маркетинг / А. Дайян [и др.]; пер. с фр. – М.: Экономика, 1993. – 572 с.], считая, что значительная часть затрат связана с продвижением продукции на рынок, выделяют в сбытовой деятельности активную работу по поддержанию и формированию спроса на товары, организацию эффективных каналов распределения и товародвижения. Главные причины такого подхода заключаются в том, что эти расходы распределяются на весь экономический процесс и учитываются при осуществлении всей деятельности. При этом перемещение продукции и ее складирование являются компонентами сбытовой политики. По расчетам П. Драккера, из каждого доллара, затраченного покупателем на приобретение товаров, 50 центов в той или иной степени связаны с реализацией продукции [2 - Drucker, P. Management: Tasks, Responsibilities, Practice / P. Drucker. – New York: Harper&Row, 1973. – P. 64–65.]. Французские экономисты также характеризуют сбыт как цепочку, объединяющую товаропроизводителя и потребителя через промежуточные звенья: сбытовиков, торговых посредников,

инициаторов покупки [3 - Дейян, А. Стимулирование сбыта и реклама на месте продаж / А. Дейян, А. Троадек; пер. с фр. – М.: Прогресс, 1994. – 190 с, с. 105]. Почти то же самое утверждается и с позиции маркетинга, где сбытовая деятельность представлена совокупностью действий, которые осуществляются с момента поступления товара в продажу до его приобретения потребителем [4 - Академия рынка: маркетинг /А. Дайян [и др.]; пер. с фр. – М.: Экономика, 1993. – 572 с., с. 51]. По нашей оценке, такой подход к экономической природе сбыта можно назвать меркантильным, так как основное внимание концентрируется на процессе обмена, а значит на затратах и возможных доходах в этой сфере. Можно предположить, что данные авторы сознательно сужали роль объекта исследования, чтобы показать его подчиненную функцию по отношению к маркетингу. Кроме того, здесь не просматриваются новизна и научное предвидение путей дальнейшего развития сбыта в рамках агропромышленных интегрированных объединений.

Во-вторых, подход, предлагаемый Д. Болтом, можно условно назвать маржиналистским. Нами выявлено, что в основе концепции лежит теория так называемой предельной полезности сбытовой деятельности предприятия. В данном случае сбыт рассматривается как "персонифицированный, непосредственный и двухсторонний процесс осуществления контактов и убеждения..." [5 - Болт, Г. Дж. Практическое руководство по управлению сбытом / Г.Дж. Болт; пер. с англ. – М.: Экономика, 1991. – 271 с, с. 42–43].

Центральной задачей является прибыльная реализация товаров предприятия, а основными функциями – изучение спроса, загрузка производственных мощностей и продвижение продукции на рынок. Поэтому вся сбытовая деятельность направлена на увеличение объема реализации, а прирост продаж, в свою очередь, признается целесообразным только при обеспечении необходимой (предельной) прибыльности.

В-третьих, зарубежные и отечественные исследователи придерживаются несколько иных подходов в формировании политики сбыта продукции АПК, методологическая основа которых заключается в необходимости применения логистики в сбытовой и торгово-посреднической деятельности.

Однако, по нашему мнению, содержательная сторона сбыта должна выражаться не только в организации рационального товародвижения, но и в ориентации производства на нужды и потребности рынка.

В-четвертых, в современной экономической литературе часто термины "распределение", "товародвижение", "сбыт" используются как синонимы, однако между ними существует различие. Так, категория "распределение" среди зарубежных логистов получила широкое распространение в конце 50-х и

60-х годах XX века, когда на смену рынку продавца пришел рынок покупателя. В этот период распределение понималось как синоним маркетинга, что нередко приводило к терминологической путанице. Его границы в российской экономической науке впервые определила М.Е. Залматова, предложив под распределением понимать: "...1) упаковку продукции; 2) экспедирование; 3) управление сбытом; 4) хранение на складе готовой продукции; 5) складское хозяйство для готовой продукции; 6) транспортировку продукции до склада потребителя; 7) транспортное хозяйство для перевозок готовой продукции" [6 - Залматова, М.Е. Закупочная и распределительная логистика: учеб. пособие / М.Е. Залматова. – Саратов: Изд-во СПИ, 1992. – 83 с., с. 70]. Помнению ряда отечественных ученых, распределение товаров представляет собой реализацию системы целей и задач, в результате которой обеспечивается перемещение необходимых товаров в пространстве и времени от производителя к месту продажи и потребления. Такой подход вполне согласуется и с нашим представлением о распределении как содержательной стороне сбытовой деятельности. Поэтому к его функциям относятся:

- определение покупательского спроса и организация его удовлетворения;
- накопление, сортировка и размещение запасов готовой продукции;
- установление хозяйственных связей по поставкам товаров и оказанию услуг потребителям;
- выбор рациональных форм товародвижения и организация торговли.

В настоящее время зарубежными учеными и исследователями по маркетингу выделяются три его главных раздела (Salesforce management, Marketing channels и Selling), которые позволяют рассматривать систему продаж по следующим направлениям: управление сбытом, маркетинговые каналы и собственно искусство продаж. Поэтому авторы, например Ф. Котлер, Т. Левит и другие наиболее известные, ограничиваются в своих монографиях по маркетингу отдельными, относительно небольшими разделами и главами, посвященными данным вопросам.

В связи с этим и выделяются следующие уровни реализации политики сбыта и распределения: коммерческий, каналный и физический.

Коммерческое распределение включает преимущественно функции планирования, анализа, контроля и регулирования сбытовой деятельности. В современных условиях хозяйствования управление сбытом основано на следующих концептуальных подходах [5 - Болт, Г. Дж. Практическое руководство по управлению сбытом / Г. Дж. Болт; пер. с англ. – М.: Экономика, 1991. – 271 с., 7 - Гусаков, В.Г. Совершенствование системы сбыта сельскохозяйственной продукции / В.Г. Гусаков, Л.Н. Байгот. – Минск:

БелНИИЭИ АПК, 1995. – 51 с. , 8 - Организация системы сбыта сельскохозяйственной продукции / З.М. Ильина [и др.]. – Минск: БГЭУ, 2001. – 175 с, 9 - . Котлер, Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер; пер. с англ. – Новосибирск: Наука, 1992. – 736 с.]:

– концепция сбыта исходит из общей стратегии предприятия и содержит стратегические и тактические решения в области сбытовой политики. Стратегические задачи должны предусматривать на перспективу решение комплекса проблем, связанных с созданием или развитием собственной распределительной сети, возможным сотрудничеством с уже существующими посредниками для обеспечения эффективного сбыта продукции. Тактические задачи связаны с повседневной деятельностью, направленной на успешную реализацию произведенной продукции своей сбытовой сети и обеспечение рационального сотрудничества со всеми возможными посредниками;

– концепция управления сбытом охватывает основные идеи корпоративной политики в сфере планирования продаж и организации совместной деятельности руководства и сотрудников;

– социальная концепция сбыта рассматривает работников предприятия как некий социум, объединенный единой миссией, целью, задачами. Интерпретируя классическую треугольную модель услуг Ф. Котлера, можно установить социально ориентированные отношения между товаропроизводителем, торговым посредником и конечным потребителем.

Канальное распределение раскрывает Ф. Котлер, формулируя категорию "канал распределения как совокупность фирм или отдельных лиц, которые принимают на себя или помогают передать кому-то другому право собственности на конкретный товар или услугу на их пути от производителя к потребителю" [9 - . Котлер, Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер; пер. с англ. – Новосибирск: Наука, 1992. – 736 с. , с. 399]. В свою очередь, Американская маркетинговая ассоциация определяет канал распределения следующим образом: структура, объединяющая внутренние подразделения организации с внешними агентами и дилерами, оптовыми и розничными торговцами, через которых осуществляется продажа товаров, продуктов или услуг. По мнению Л. Штерна, А. Эль-Ансари, Э. Кофлана, самые разные организации – производственные, коммерческие (специализирующиеся на оптовой или розничной торговле) и многие другие – объединяют усилия, создавая маркетинговые каналы, позволяющие им поставлять свои товары предприятиям-покупателям и конечным потребителям. По нашей оценке, для определения значения и выявления сути канального распределения в АПК необходимо изучить те направления, которые обеспечивают их

функционирование. Поэтому канал сбыта целесообразно рассматривать как систему хозяйственных связей между предприятиями, участвующими в процессе купли-продажи сельскохозяйственной продукции и продовольствия.

Обобщение результатов существующих исследований и анализ функций маркетингового канала, опирающийся на работы Д. Бауэрсокса, Д. Клосса, Е. Кларка, Ф. Кларка, позволяют объединить их в три категории: обмена, физического распределения и вспомогательные (функции обеспечения). В общей структуре канала их выполнением в различных ситуациях могут заниматься разные участники. Кроме того, иногда отдельные функции повторяются неоднократно на протяжении канала. Например, хранением запасов могут заниматься производитель, оптовик, розничный торговец и конечный покупатель. С другой стороны, финансирование всех операций маркетингового канала может быть сосредоточено в руках одного участника.

Физическое распределение включает работу с заказами, обработку грузов, организацию складского хозяйства, управление запасами и транспортировку. Его эквивалентом служит товародвижение в маркетинге, которое Ф. Котлер, Ф.И. Евдокимов, В.М. Гавва рассматривают как деятельность по планированию, претворению в жизнь и контролю физического перемещением материалов и готовых изделий от мест их происхождения к местам использования с целью удовлетворения нужд потребителей и с выгодой для себя. При этом основные его издержки складываются из расходов по транспортировке, последующему складированию товаров, поддержанию товарно-материальных запасов, получению, отгрузке и упаковке товаров, административных расходов и затрат по обработке заказов. Результаты исследований товародвижения и конъюнктуры оптового рынка, проведенные российскими учеными, показали, что затраты на снабжение и сбыт по источникам формирования в среднем распределяются следующим образом: потребители – 24,3 %, поставщики – 13,5; посреднические организации – 3,2; транспорт – 54 %. По основным стадиям товародвижения расходы на перевозку, включая загрузку и разгрузку транспортных средств, составляют 62,5 %, складирование – 37,5 %. Текущим затратам принадлежит 86,1 %, а единовременным – 13,9 % [10 - Пурлик, В.М. Логистика торгово-посреднической деятельности / В.М. Пурлик. – М.: Высш. шк., 1995. – 202 с., с. 139].

В-пятых, важность продаж на рынках продукции АПК отражается структурированием их на профессиональном уровне. Например, в Великобритании существуют Институт продаж и управления маркетингом, Институт профессиональных продаж. В работах Т. Левита, П. Дракера, Ч.

Футрела, Ф. Котлера управление продажами рассматривается как процесс, состоящий из многочисленных взаимосвязанных действий, направленных на достижение целей предприятия, связанных с реализацией продукции. Цели и стратегии рассматриваемого направления определяются на основе решений маркетинговой политики и должны соответствовать всем составляющим маркетинг-микса. Именно стратегия маркетинга обеспечивает наиболее эффективную связь производства и потребления продукции на основе оптимальной организации их распределения и товарного обмена. По нашему мнению, исследование сущности и значения продаж свидетельствует о необходимости развития данного направления как составной части программы предприятия, а общие усилия должны координироваться при помощи маркетинговой функции.

Вместе с тем у отечественных ученых также нет единого мнения о сущности и принципах формирования и развития сбыта в АПК. Анализ проведенных исследований по этому вопросу показывает, что их перечень и содержание видоизменялись в зависимости от существующего государственного устройства. Так, например, главный принцип социалистического хозяйствования "план – это закон" отторгал любую хозяйственную инициативу предприятий, если она не была санкционирована сверху. Поэтому теория и практика сбыта готовой продукции советского периода малопригодны для реализации в условиях рынка.

В рыночной экономике сбытовая деятельность строится на следующих принципах, признаваемых зарубежными и отечественными учеными [2 - Drucker, P. Management: Tasks, Responsibilities, Practice / P. Drucker. – New York: Harper&Row, 1973. – P. 64–65. 3 - Дейян, А. Стимулирование сбыта и реклама на месте продаж / А. Дейян, А. Троядек; пер. с фр. – М.: Прогресс, 1994. – 190 с.; 5 - Болт, Г. Дж. Практическое руководство по управлению сбытом / Г.Дж. Болт; пер. с англ. – М.: Экономика, 1991. – 271 с, 7 - Гусаков, В.Г. Совершенствование системы сбыта сельскохозяйственной продукции / В.Г. Гусаков, Л.Н. Байгот. – Минск: БелНИИЭИ АПК, 1995. – 51 с. 8. Организация системы сбыта сельскохозяйственной продукции / З.М. Ильина [и др.]. – Минск: БГЭУ, 2001. – 175 с. 9 - Котлер, Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер; пер. с англ. – Новосибирск: Наука, 1992. – 736 с. 10 - Пурлик, В.М. Логистика торгово-посреднической деятельности / В.М. Пурлик. – М.: Высш. шк., 1995. – 202 с.]:

– координация всех сбытовых процессов, начиная от операций товаропроизводителя и заканчивая сервисом потребителя;

– интеграция функций управления сбытом готовой продукции и услуг, начиная с целеполагания и заканчивая контролем;

- адаптация коммерческого, канального и физического распределения к постоянно меняющимся требованиям рынка, в первую очередь, к запросам покупателей;
- системность как управление сбытом в его целостности и взаимозависимости всех элементов сбытовой деятельности;
- комплексность, то есть решение всей совокупности проблем, связанных с удовлетворением платежеспособного спроса покупателей;
- оптимальность как в соотношении частей системы, так и в режиме ее функционирования;
- рациональность в организационной структуре предприятия и в организации управления в целом.

Организованная в соответствии с перечисленными принципами сбытовая деятельность обладает свойствами эмергентности, синергизма и конгруэнтности. Применительно к предмету нашего исследования под эмергентностью сбыта понимается его способность порождать системный эффект от оптимальной координации деятельности всех элементов коммерческого, канального и физического распределения. Эффект синергизма потенциально заложен в сбытовой деятельности, обладающей системообразующими функциями (планирование и подготовка сбыта; продажа товаров и услуг; сбытовой контроль и регулирование).

Именно полнота реализации этих функций позволяет получить свойства системы, которыми не обладают ее элементы в отдельности. Конгруэнтность сбыта обнаруживается в соразмерности (соответствии) ее элементов между собой и с целями системы. Кроме того, необходимо учитывать особенности реализации указанных принципов каждым товаропроизводителем, что во многом определяется внутренними и внешними факторами.

***В параграфе 1.2 «Каналы реализации и факторы, влияющие на процесс реализации сельскохозяйственной продукции»*** отмечается, что как было уже указано выше для инновационного развития производства, ориентированного на выпуск конкурентоспособной продукции, необходим поиск современных механизмов продвижения товаров. Рынок сельскохозяйственной продукции представляет собой совокупность рынков, инфраструктуры и механизмов. Отсутствие одной из них снижает эффективность реализации. Рынок - сфера обмена продуктами. Сельскохозяйственное производство имеет свои особенности, такие как зависимость от погоды и скоропортящийся характер продукции. Сегодня реализация происходит через посредников, что снижает эффективность. Необходим механизм распределения продукции. Критерии выбора каналов реализации включают объемы, цены, расчеты, ассортимент,



надежность партнеров и условия регионального рынка. Государственное регулирование аграрных рынков направлено на обеспечение продовольственной безопасности и конкурентных преимуществ для отечественных производителей.

Рынок сельскохозяйственной продукции развивается под влиянием различных факторов, таких как уровень доходов населения, изменения в потребительской структуре, а также демографические изменения. Государство активно участвует в развитии рынка, предоставляя поддержку фермерам и создавая новые каналы сбыта. Разнообразие каналов реализации, включая прямые продажи, оптовые и розничные рынки, аукционы и биржи, позволяет сельскохозяйственным товаропроизводителям эффективно продвигать свою продукцию и удовлетворять потребности различных групп потребителей.

Таким образом, выбор каналов реализации сельскохозяйственной продукции играет важную роль для успешного функционирования аграрного сектора. Необходимо учитывать различные факторы, такие как объем реализации, качество продукции, цена, затраты на реализацию и спрос на продукцию. Экономическая оценка каналов позволяет принять обоснованное решение и разработать стратегию для увеличения прибыли от реализации сельскохозяйственной продукции. Важно также осваивать рыночные отношения и создавать необходимую инфраструктуру для эффективного сбыта продукции.

Это позволяет улучшить местное снабжение, создать и расширить конкуренцию. В качестве посредника в реализации продукции нередко выступают и крупные сельскохозяйственные предприятия. На договорных началах они покупают у фермеров и в хозяйствах населения скот и другую продукцию и реализуют ее преимущественно для местного снабжения по ценам кооперативной торговли. В договорах в этом случае предусматривается встречная поставка фермерам молодняка животных для откорма, кормов, а также выполнение работ (вспашка и др.) и по обслуживанию производства (агрехимическое, зооветеринарное и др.).

Привлекательной является реализация сельскохозяйственной продукции не самими сельскохозяйственными товаропроизводителями, а сельскохозяйственными потребительскими кооперативами по сбыту продукции, членами которых они являются (то есть межхозяйственными кооперативами). При этом важно, чтобы такие кооперативы имели необходимую для выполнения своих функций материально-техническую базу (элеваторы, склады, подъездные пути, специализированный транспорт и т. п.).

*В параграфе 1.3 «Зарубежный опыт формирования рынков сельскохозяйственной продукции»* отмечается, что несмотря на традиционность и кажущиеся простоту и обыденность рассматриваемой тематики, она имеет важное теоретическое и практическое значение. Для Кыргызстана важно разработать комплексную стратегию поддержки сельскохозяйственных производителей, которая бы учитывала как внутренние, так и внешние факторы. Необходимо также изучить зарубежный опыт регулирования экспорта сельскохозяйственной продукции и адаптировать его под местные условия. Государственная поддержка аграрной сферы должна включать эффективные экономические и административные меры, направленные на стимулирование производства и обеспечение устойчивого развития отрасли.

Особое внимание уделено агропромышленным формированиям и агропромышленной интеграции в сельском хозяйстве США. Указывается, что важным элементом являются контрактные формы агропромышленных формирований, которые делятся на производственные и сбытовые контракты. Также отмечается значимая роль кооперативов в сбыте сельскохозяйственной продукции и предоставлении финансовых услуг фермерам.

Описывается также государственная поддержка сельского хозяйства в США через субсидирование программ, исследования, кредитование, и другие меры. Упоминается о том, что перестройка мирового хозяйства имеет влияние на экспорт продукции, и что США стараются укрепить свои позиции в мировом сельскохозяйственном секторе.

Также отмечается, что государственное регулирование цен на аграрную продукцию способствует росту производства. В целом текст дает обзор организации и поддержки агропромышленных формирований в аграрном секторе экономики США.

Не все задачи государственного регулирования решаются только с помощью цен. Поэтому наряду с ценами в западных странах часто используют прямые платежи, надбавки и другие механизмы, не связанные с ценой. Примером успешной аграрной политики является политика Европейского союза, которая помогла превратить западноевропейское сельское хозяйство в крупнейшего производителя продовольствия с высоким потенциалом для экспорта. Изучение этой политики может быть полезно для создания единого рынка продовольствия в СНГ.

Единая аграрная политика ЕС началась в 1962 году и финансируется через Европейский фонд ориентации и гарантий сельского хозяйства с целью регулирования рынков и обеспечения экономического роста. Принципы такой

политики включают в себя единство внутреннего рынка, приоритет продукции ЕС и финансовую солидарность. ЕАП включает регулирование рынка, прямые платежи и программу с общим финансовым контролем. В рамках изменений в ЕАП с 2014 года предусмотрены стимулы для устойчивого развития сельского хозяйства, передача знаний и новаций, повышение конкурентоспособности и содействие организации продовольственной цепочки. Жесткое финансирование связано с главными направлениями реформирования ЕАП и включает создание резерва для противодействия кризисам, добавление сельскохозяйственной части в фонд адаптации к глобализации и изменение модели поддержки фермеров.

В ЕС создается «Европейское партнерство для инноваций в производительности и устойчивости сельского хозяйства» за счет фондов ЕС. В США 85% продукции производят семейные фермы, 15% - корпорации. С 2000 года доход американских ферм удвоился, госпрограммы сократились. США крупнейший экспортер и импортер сельхозпродукции. Минсельхоз помогает экспортерам, но не субсидирует экспорт. Продукция местных фермеров экспортируется, а импортируется дешевая продукция. Программа дополнительного питания помогает бедным. Расходы на продовольственную помощь увеличились. Американцы тратят 12% доходов на продукты, в России - 30%. Правительство поддерживает уровень доходов производителей, как и в Нидерландах.

Система сельского хозяйства перешла от субсидий к поддержке доходов. Сельское хозяйство играет важную роль в развитии торговли. Нидерландская модель сельского хозяйства основана на коллективном сотрудничестве. В Великобритании сельское хозяйство занимает 2% рабочей силы, но производит 75% потребляемых продуктов. Британские фермеры покрывают внутренние потребности в различных продуктах. Сектор сельского хозяйства в Великобритании получает значительную финансовую поддержку от государства. Британские фермеры используют различные стратегии для обеспечения прибыли, такие как заключение соглашений с дистрибьюторами и использование финансовых фьючерсов. Около 10% фермеров в Великобритании используют фьючерсы и опционы для минимизации рисков и максимизации прибыли. В плодоовощной отрасли Великобритании производится часть потребляемых овощей и фруктов, многие фермеры предпочитают продавать продукцию через посредников.

В молочной промышленности Великобритании основные организации - британские кооперативы Arla Foods, First Milk и United Dairy Farmers, государственная компания Dairy Crest и немецкая частная компания Müller

Wiseman Dairies. Arla - европейский молочный кооператив с участием фермеров из нескольких стран. Молоко собирается у фермеров и перерабатывается на предприятиях по всей Европе. Британские переработчики молока обычно связаны с фермерами контрактами. Часть молока идет в сектор ингредиентов. Фермеры также могут продавать продукцию напрямую потребителям или через дистрибьюторов. Интернет-ресурсы становятся популярными для продажи продукции. Важную роль играют дистрибьюторы, распределяющие продукцию фермеров.

Сектор продовольственного рынка Великобритании фрагментирован, с четырьмя крупными супермаркетами, контролирующими 76% продаж молочной продукции. Мясная отрасль имеет сложную цепочку поставок, включающую производство, убой, переработку и транспортировку говядины к потребителям через магазины, рестораны и оптовые точки. Фермеры продают скот переработчикам для убоя и переработки, а затем продукцию поставляют на рынок через розничные или оптовые каналы. Фермерская форма хозяйствования распространена в США, Канаде и Западной Европе.

Промышленное сельское хозяйство негативно влияет на почву и окружающую среду из-за использования синтетических материалов и химикатов, нарушения севооборотов. Развитие крупных фермерских хозяйств ущемляет мелкие и личные подсобные хозяйства, приводя к оттоку сельского населения в города. Развитие кооперации в сельском хозяйстве необходимо для устойчивого развития малых хозяйств и сохранения природы. Однако в России развитие кооперативов замедлено из-за отсутствия навыков управления, слабой поддержки и недостаточного информирования. Для ускорения развития кооперации нужно улучшить законодательство, обучить крестьян и создать финансовые механизмы поддержки. Эффективное сочетание форм хозяйствования, включая кооперацию, способно обеспечить устойчивое развитие экономики и продовольственную безопасность.

Для развития кооперативной системы в сельском хозяйстве необходимо направлять средства из бюджета не только на поддержку отдельных кооперативов, но и на создание институтов развития кооперативной системы в целом. Рациональное сочетание форм хозяйствования, включая развитие кооперации малых форм и формирование крупных сельскохозяйственных организаций, способно стимулировать эффективное и устойчивое развитие экономики и обеспечить продовольственную безопасность страны.

**Глава 2. «Современное состояние и особенности реализации сельскохозяйственной продукции»** посвящена изучению современного состояния сельского хозяйства в Кыргызстане, а также особенностей

реализации сельскохозяйственной продукции в стране, включая проблемы импортозависимости, недостаток регулирования внешнеэкономических отношений, утрату позиций в производстве сельхозпродукции и ключевые препятствия для доступа к рынку ЕАЭС.

***В параграфе 2.1 «Социально-экономические условия формирования и развития регионального продовольственного рынка»*** автор отмечает, что Кыргызстан разрабатывает программы по развитию сельского хозяйства, органическому производству и торгово-логистическим центрам. Цель - улучшить конкурентоспособность продукции, развить инфраструктуру и повысить экспортный потенциал. Государство также работает над продовольственной политикой для обеспечения населения продовольствием и продовольственной безопасности.

Развитие сельского хозяйства и связанных отраслей важно для обеспечения продовольственной безопасности и экономического прогресса. Продовольственная политика направлена на устойчивый рост сельскохозяйственного производства. Для этого необходимо внедрение научно-технических достижений и прогрессивных технологий. Производство продовольствия составляет большую часть затрат труда в АПК. Важно обеспечить население разнообразными и высококачественными продуктами по доступным ценам.

В 2020 году поголовье крупного рогатого скота составило 1715,8 тыс. голов, включая 855,0 тыс. коров. Количество свиней составило 29,5 тыс. голов, овец и коз - 6278,7 тыс. голов. По сравнению с 1990 годом поголовье КРС увеличилось на 42,3%. В хозяйствах населения увеличилось количество коров, лошадей, овец и коз на 16,9%, 17,3%, 6,3% соответственно. Сокращение поголовья свиней составило 93%, птиц - 56%. Развитие животноводства и птицеводства важно для стабилизации продовольственного рынка. Прогнозируется рост производства мяса, молока, яиц и шерсти.

Фермерам предоставляются льготные кредиты в рамках программы «Финансирование сельского хозяйства». Интенсивное внедрение инновационных технологий, развитие тепличных хозяйств, использование систем капельного орошения и увеличение посевов сертифицированных семян. Стимулирование объединения мелких производителей в кооперативы, создание торгово-логистических центров. Риски в секторе: неблагоприятные условия, барьеры в торговле, истощение генофонда, повышение цен на горюче-смазочные материалы, плохое качество семян, нерациональное использование воды. На территории республики присутствует 6 из 8 медленно развивающихся опасностей и угроз, включая деградацию земель, изменение климата, сдвиги в режиме стока рек и другие. Климатические изменения увеличивают уровень уязвимости населения и

инфраструктуры.

Сельское хозяйство в Кыргызстане играет важную роль, с более чем 300 000 хозяйствами, из которых 25% ВВП. Большинство хозяйств - мелкие, с площадью 0,5-0,7 га, и 30% работающих в сельском хозяйстве - женщины. В 2020 году страна столкнулась с экономическим спадом из-за COVID-19, снижение ВВП составило - 8,6%, одно из самых высоких среди стран ЕАЭС. Однако в 2021 году экономика начала восстанавливаться, ВВП вырос на 3,6% до 723,1 млрд. сом.

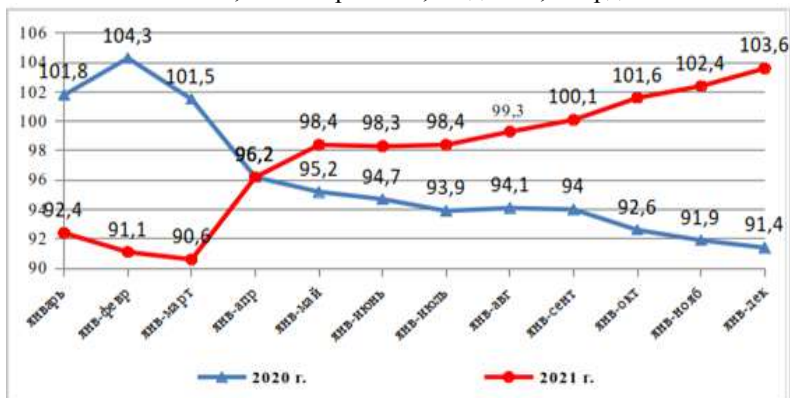


Рисунок 1. Динамика темпов роста ВВП Кыргызской Республики в 2020-2021 гг.

На рисунке 1 показана динамика темпов роста экономики Кыргызстана за 2020 и 2021 годы. ВВП страны увеличился за счет восстановления сферы услуг на 6,5% и промышленности на 7,2%, с положительным приростом с апреля. В то же время, в сельском хозяйстве производство сократилось на 5,0%, а в строительстве на 4,8%.

На рисунке 2 представлены темпы роста ВВП по секторам экономики Кыргызской Республики в 2020 и 2021 гг., на рисунке также показана доля вклада каждого сектора экономики в общий рост ВВП в 2021 году.

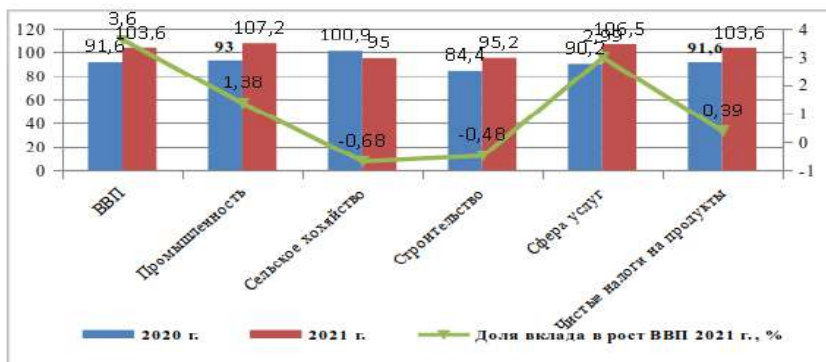


Рисунок 2. Темпы роста ВВП по секторам экономики Кыргызской Республики

Кыргызстан столкнулся с ростом импортозависимости в сельском хозяйстве из-за недостатков регулирования экспортно-импортных отношений. Это привело к утрате позиций в производстве сельхозпродукции и сделало страну нетто-импортером продовольствия. Получая помощь от ЕАЭС, Кыргызстан стремится соответствовать международным стандартам, что поможет улучшить контроль качества продукции и торговую инфраструктуру. Однако, проблемы с испытательными лабораториями и пограничными пунктами остаются ключевыми препятствиями для доступа к рынку ЕАЭС.

**В параграфе 2.2 «Анализ каналов реализации сельскохозяйственной продукции в регионе»** отмечается, что рост экспорта в ЕС не связан с ВСП+, спрос на органические продукты высок, ЕС импортирует сырье и перерабатывает, сложность поставок животноводства в ЕС из-за стандартов и изменения культуры потребления, проблем с экспортом в Евразийском экономическом союзе нет, в Республике наблюдался резкий скачок цен после отмены административного регулирования, нехватка воды заставляет фермеров пересматривать культуры.

В регионе активно развивается пчеловодство, производящее высококачественный мед. Нужна поддержка пчеловодов в виде льготных кредитов и помощи в продаже продукции. В Кыргызстане увеличивается спрос на мясо. В реестре зарегистрировано 39 мясоперерабатывающих предприятий. поголовье скота увеличилось на 15% за последние пять лет. Средний вес животных на убой снизился. Производство мяса и молока растет за счет увеличения поголовья животных. В Казахстане проблема с водой затрудняет полив земель. Сокращение посевов свеклы может привести к дефициту сахара. Приоритетные сектора для предпринимателей в Ошской области -

животноводство, туризм, пчеловодство и рукоделие, требующие поддержки.

**Таблица. Производство мяса в убойном весе (тыс.тонн)**

	2016	2017	2018	2019	2020
Кыргызская Республика	212,4	216,6	221,3	226,2	230,4
Ошская	43,5	44,4	43,1	44,3	47,2
г.Ош	0,8	0,8	0,8	0,9	0,9

В 2021 году в Кыргызстане увеличилось поголовье крупного рогатого скота на 35 тыс. голов, достигнув 1715,7 тыс. голов.

Для Кыргызстана доступ к рынку ЕврАзЭс имеет важное значение из-за его размера, географической близости и трансграничной инфраструктуры, унаследованных от Советского Союза. Устранение барьеров для торговли снижает стоимость важных импортных товаров, таких как топливо, газ, зерно, металлы, древесина, химикаты и другие, необходимые для промышленности страны. Членство в ЕврАзЭс также обеспечивает поддержку от организаций и партнеров региона.

Партнеры по ЕврАзЭс, в основном Россия, обязались финансово помогать Кыргызстану с финансированием мер по соответствию нормам и самостоятельному развитию. Импорт составляет 70% товарооборота, включая экспорт стекла и хлопка. Кыргызстан столкнулся с засухой в 2008, 2012, 2014 и 2021 годах, что привело к снижению урожайности пшеницы и других культур. Использование водосберегающих технологий становится все более актуальным.

В 2021 году Кыргызстан получил 8,5 млрд кубометров воды с гор, при этом потери составили 2 млрд кубометров. Сельское хозяйство потребляет 4 млрд кубометров, а потери составляют 2 млрд кубометров. Для сохранения водных ресурсов необходимо бережное отношение к ледникам и развитие агролесоводства.

*В параграфе 2.3 «Тенденции формирования конкурентного рынка по поддержке товаропроизводителей»* автор отмечает, что Евразийский экономический союз работает над унификацией стандартов и устранением ограничений на внутреннем рынке. Дорожная карта предусматривает интеграцию органического рынка ЕАЭС с мировой системой сельского



хозяйства. Документ содержит 35 мероприятий до декабря 2022 года. За период с 2016 по 2020 годы устранено 81% барьеров на внутреннем рынке. Ведется работа над перечнем изъятий и ограничений на внутреннем рынке ЕАЭС. Коллегия ЕЭК разрабатывает методику оценки влияния препятствий на взаимную торговлю.

Увеличение урожайности сельскохозяйственных культур планируется за счет улучшения ирригационной системы, предоставления удобрений, оптимизации посевных площадей и проведения весенне-полевых работ. Прогнозируется рост продукции растениеводства на 3,5% в год. В животноводстве планируется увеличение поголовья скота, улучшение генофонда и воспроизводство стада для достижения роста на уровне 2,8%. Для этого будут предоставляться льготные кредиты, обновляться основные средства производства, расширяться инфраструктура и модернизироваться машинно-тракторный парк. Также будет продолжаться государственная поддержка, активное использование систем капельного орошения, увеличение посевов сертифицированных семян, развитие тепличных хозяйств, оптимизация производственных процессов и управления, улучшение воспроизводства стада и привлечение инвестиций.

Качество продукции - ключевой фактор конкуренции на рынке. Системы менеджмента качества помогают предприятиям повысить свою конкурентоспособность. Обеспечение безопасности продовольствия становится все более актуальной проблемой в современном мире. Решение этой проблемы необходимо на разных уровнях - мировом, национальном, региональном и даже на уровне домохозяйств.

Проблема продовольственной безопасности является одной из важнейших для современного общества. В Кыргызстане также возникли проблемы в области логистики из-за закрытия границ в начале пандемии. Для решения этих проблем и подготовки к будущим действиям необходима серьезная работа экономистов, финансистов и правительства. Дорожная карта Кыргызской Республики по упрощению процедур торговли на 2021-2025 годы разработана с целью устойчивого восстановления после пандемии COVID-19. Она включает меры по упрощению процедур торговли, поддержке экспорта и развитию транзитного потенциала. Концепция аграрного развития Кыргызстана на 2021-2025 годы направлена на решение ключевых вопросов развития агропромышленного комплекса и формирование секторальных программ. Основная цель - содействие формированию средне- и крупномасштабных сельхозпроизводителей для повышения эффективности сельского хозяйства.

**Глава 3. «Основные мероприятия по повышению эффективности реализации сельскохозяйственной продукции»** рассматривает вопросы обеспечения государственного суверенитета в условиях социально-экономической глобализации, а также структура и содержание механизма обеспечения суверенитета Кыргызской Республики. Данная глава включает в себя два параграфа.

**В параграфе 3.1 «Комплекс государственных мер поддержки отечественных товаропроизводителей и стимулирования производства и сбыта продукции предприятий АПК»** отмечается, что глобализация представляет сложные вызовы для агропромышленного комплекса, требуя нового подхода к учету мировых процессов в развитии национальной экономики и продовольственной безопасности. Необходим баланс между экономическими интересами и здоровьем потребителей, учитывая ужесточение требований к безопасности и качеству продукции. Разработка гибких стратегий развития, учитывающих различия в условиях разных стран, а также требования международных организаций, важна для обеспечения устойчивого развития агропромышленного комплекса, сохранения ресурсов и биоразнообразия, а также учета социальных и экологических аспектов.

Государство должно улучшить подходы к субсидированию сельскохозяйственного производства в Кыргызстане, дифференцируя ставку субсидии в зависимости от качества продукции. Экспортные субсидии должны компенсировать транспортные затраты на реализацию сельхозпродукции за рубежом. Система госуправления реформирована, акимам предоставлены больше полномочий для развития экономики регионов. В республиканском бюджете выделены средства на развитие региональных фондов и экономических проектов. Укрупнение мелких сельхозформирований осуществляется через создание кооперативов и поддержку через государственный сельскохозяйственный банк. Национальные программы направлены на восстановление плодородия земель и снижение экологических угроз.

Государственное регулирование продовольственного рынка включает мониторинг цен, льготное кредитование фермеров, интервенцию на рынке, введение платы за посевные гектары, протекционистскую политику экспорта и импорта, поддержку социально уязвимых слоев населения. Необходимо установить социально значимые продукты, требующие государственной поддержки. Предлагается изменить налоговые льготы для кооперативов, увеличивая размер до 30%.

В этом плане на государственном уровне необходимо применение комплекса мер по стимулированию развития горизонтальной и вертикальной сельскохозяйственной кооперации, что позволит усилить процесс укрупнения хозяйствующих субъектов на селе, поднять на более качественный уровень организацию производства сельхозпродукции.

***В параграфе 3.2 «Маркетинговая деятельность предприятий АПК как средство эффективной реализации сельскохозяйственной продукции»*** отмечается, что для развития агропромышленного производства необходимо обеспечить функционирование сельского хозяйства, достичь ценового паритета, установить продовольственные связи между регионами, развивать самофинансирование, повышать конкурентоспособность продукции, углублять межрегиональное разделение труда, гарантировать безопасность продовольствия на внутреннем рынке, создавать продовольственные резервы, улучшать государственные гарантии продовольственного обеспечения населения с минимальными доходами и защищать внутренний агропродовольственный рынок.

В 2022–2023 годы прогнозируется увеличение реальных темпов прироста сельского хозяйства в среднем на 3,2 %, за счет принимаемых государством и частным сектором мер по увеличению урожайности растениеводства и продуктивности животноводства. Будут реализованы намеченные мероприятия для достижения реальных темпов роста сельскохозяйственной отрасли:

- внедрить цифровые технологии в сельском хозяйстве для обеспечения прослеживаемости и безопасности продукции;
- создать «единое окно» для доступа агробизнеса к ресурсам;
- развивать производство рыбы и переработку рыбной продукции;
- улучшить кооперацию в сельском хозяйстве и доступ к рынкам;
- улучшить учет и управление водными ресурсами;
- внедрить национальные стандарты производства продукции и пищевой безопасности;
- обеспечить население продовольствием в условиях кризиса;
- гармонизировать национальные и международные требования по безопасности продовольствия.

Для успешного развития экономики в 2023-2024 годах необходимо внедрить мероприятия по развитию инфраструктуры переработки продукции животноводства, созданию онлайн-торговли скотом и поддержке фермеров. Эти действия позволят обеспечить ежегодный прирост ВВП не менее 3,9% и повысить экспорт мясной продукции. Для достижения целей можно

использовать международные инвестиции, кооперацию фермеров и собственные средства.

**В параграфе 3.3 «Информационное обеспечение агропромышленного комплекса»** отмечается, что эпидемиологическая обстановка, вызванная covid-19, повлияла на продажу фермерской продукции из-за ограничения транспорта и закрытия рынков. Региональные ассоциации фермеров активно работают над новыми механизмами, включая онлайн-платформы. Торгово-посредническая инфраструктура меняется, сетевые торговые структуры становятся важнее. Создание торгово-логистических центров поможет оптимизировать сбыт продукции. В Кыргызстане разрабатывают стратегию развития торгово-логистических центров для улучшения сбыта отечественной сельхозпродукции и снижения материальных затрат.

Система информационно-аналитического обеспечения продовольственной стратегии должна включать постоянный мониторинг, сбор и анализ данных для достижения стратегических целей. Она может включать блоки мониторинга, прогнозирования и корректировки прогнозов. Основными источниками данных могут быть органы власти, предприятия, статистика. Цель - повышение удовлетворения потребностей населения в продовольствии и оптимизация производства с учетом спроса. Система является необходимым элементом управления продовольственными ресурсами.

Существуют препятствия для функционирования общего рынка органических товаров в рамках ЕАЭС из-за различий в национальных законодательствах и процедурах сертификации. Разработка международного договора должна устранить эти проблемы. Специалисты указывают на необходимость увеличения доли органического сельского хозяйства в регионе, учитывая растущий спрос на здоровые продукты. Также важно развивать биотехнологии и органические методы сельского хозяйства для повышения урожайности и продовольственной безопасности. Важным направлением развития является внедрение органических методов ведения хозяйства, способных увеличить доход крестьян в развивающихся странах.

Ежегодно в г. Бишкеке проводится национальный органический форум "Развитие органического сельского хозяйства и зеленой экономики в Кыргызской Республике". Цель проекта закона "Об органическом производстве" - обеспечить правовое регулирование органического производства, создать условия для развития и стимулирования органического производства, гарантировать безопасность органической продукции и увеличить экспорт. Законопроект направлен на улучшение здоровья людей, охрану окружающей среды, развитие внутреннего и внешнего рынков

органической продукции, защиту добросовестных производителей и учет мнений общественности.

## **ВЫВОДЫ**

Соискатель провел анализ современного состояния агропромышленного комплекса в Кыргызстане и выдвинул научно обоснованные рекомендации. Выводы основаны на оценке тесной корреляции агропромышленного комплекса с биологическими и агроклиматическими процессами, активном развитии технологий органического сельского хозяйства, и углублении межстрановых диспропорций в результате деятельности Всемирной торговой организации. Рекомендации включают в себя приоритетные направления адаптации зарубежного опыта, такие как согласование национальной политики поддержки АПК, поддержка доходов сельхозтоваропроизводителей, стимулирование технологических инноваций и экологизация производства, финансово-кредитные меры поддержки производителей, стимулирование спроса на внутреннем рынке, и информационно-консультационные меры поддержки экспорта продукции АПК. Также он обозначил усиление конкурентной борьбы ведущих агропромышленных государств и негативные тенденции внешней торговли продукцией агропромышленного комплекса.

Был проведен анализ интеграционных процессов в рамках ЕАЭС, выявив проблемы в АПК, такие как избыточный импорт, зависимость от зарубежных поставок, недостаточная инфраструктура и низкий уровень инноваций. Рекомендации включают в себя дополнительные меры по развитию инфраструктуры, обновлению техники и стимулированию инноваций в сельском хозяйстве.

1. Гармонизация законодательства в сфере регулирования АПК, включая техническое регулирование и ветеринарный контроль, на основе международных стандартов.
2. Создание единой системы поддержки производителей АПК, включая мониторинг посевов, климата и урожайности, прогнозирование спроса и предложения, а также оценку рисков и разработку санитарных и фитосанитарных мер.
3. Развитие экспортного потенциала ЕАЭС, включая унификацию торговых барьеров и формирование единой внешнеторговой политики.
4. Создание консультативных и регулирующих органов для развития стратегических проектов в государственно-частном партнерстве.

5. Развитие торговой инфраструктуры и биржевых инструментов торговли сельскохозяйственной продукцией.
6. Совместная научно-инновационная деятельность в сфере АПК и формирование стратегии продовольственной безопасности.

Важность целенаправленной внешнеэкономической агропромышленной политики для снижения рисков и использования преимуществ интеграции также подчеркнута, включая финансово-экономическую поддержку экспортоориентированного агропромышленного производства и развитие органического сельского хозяйства как практической реализации устойчивого развития в аграрной сфере.

Такой комплексный подход позволит сохранить природные ресурсы, обеспечить экологическую безопасность продукции, повысить качество и конкурентоспособность органической продукции на различных рынках, и способствовать устойчивому развитию сельского хозяйства в целом.

### **СПИСОК ОПУБЛИКОВАННЫХ РАБОТ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ:**

1. Исраилов, А. А. Влияние аграрной реформы на некоторые проблемы развития агропромышленной системы в Кыргызстане [текст] / А. А. Исраилов // Вестник Кыргызской государственной юридической академии. – Бишкек, 2017. – № 1. – С. 182-187.

2. Исраилов, А. А. Агрардык реформанын Кыргызстандагы агроөнөр жайдын өнүгүүсүнүн айрым маселелерине таасири [текст] / А. А. Исраилов // Вестник Кыргызской государственной юридической академии. – Бишкек, 2017. – № 4. – С. 207-211.

3. Исраилов, А. А. Современное состояние и проблемы эффективного использования водных ресурсов Кыргызстана и ее влияние на уровень жизни населения [текст] / М. Б. Убайдуллаев, А. А. Исраилов // Вестник Ошского государственного университета. – Ош, 2017. – № 4. – С. 186-190. <https://elibrary.ru/item.asp?id=32379511>

4. Исраилов, А. А. Проблемы государственного регулирования агропромышленной системы в Кыргызстане [текст] / А. А. Исраилов // Вестник Кыргызской государственной юридической академии. – Бишкек, 2018. – № 1. – С. 175-184.

5. Исраилов, А. А. Земельные и водные ресурсы в системе повышения урожайности сельскохозяйственных культур [текст] / А. А. Исраилов //

Территория науки. – Воронеж, 2018. – № 4. – С. 12-17.  
<https://elibrary.ru/item.asp?id=36646410>

6. Исираилов, А. А. Некоторые аспекты формирования территориальных доходов местных органов самоуправления в условиях рыночной системы хозяйствования [текст] / М. Б. Убайдуллаев, А. А. Исираилов, М. А. Кенжеева // Вестник Ошского государственного университета. – Ош, 2018. – № 4. – С. 21-26. <https://elibrary.ru/item.asp?id=37074054>

7. Исираилов, А. А. Современные проблемы эффективного использования земельных ресурсов и сбыта сельскохозяйственной продукции Кыргызстана [текст] / А. А. Исираилов // Устойчивое развитие науки и образования. – Воронеж, 2018. – № 2. – С. 238-245.  
<https://elibrary.ru/item.asp?id=32689583>

8. Isirailov, A. A. State and development trends of agricultural markets in the region [текст] / A. A. Isirailov // International Electronic Scientific and Practical Journal “WayScience”. – 2022. – Vol. 5, № 1. – P. 4-25.  
<http://www.wayscience.com/vol-5-1-2022/>

9. Исираилов, А. А. К вопросам некоторых проблем производства продукции агропромышленного комплекса Кыргызстана [текст] / А. А. Исираилов // Известия ВУЗов Кыргызстана. – Бишкек, 2022. – № 6. – С. 102-105. <https://elibrary.ru/item.asp?id=50497396>

10. Исираилов, А. А. Некоторые экономические аспекты модернизации аграрного сектора Кыргызстана [текст] / А. А. Исираилов // Известия ВУЗов Кыргызстана. – Бишкек, 2022. – № 6. – С. 106-109.  
<https://elibrary.ru/item.asp?id=50497397>

11. Исираилов, А. А. Некоторые аспекты проблем государственной поддержки аграрного сектора экономики Кыргызской Республики [текст] / М. Убайдуллаев, А. А. Исираилов, М. Кенджиева, Г. Алимova, С. Сарыева, Э. Саматова, М. Турдуматов // International Journal of Professional Business Review. – Флорида, 2023. – Том. 8, № 5. – PP. 01-10.  
<https://openaccessjournals.com/JBReview/article/view/1785>

**Исираилова Алимжана Алмаматовича «Кыргыз Республикасынын Кыргызстандын түштүгүнүн АӨК продукциясын сатуу көйгөйлөрү»**

темадасындагы экономика илимдеринин кандидаты

окумуштуулук даражасын изденип алуу үчүн  
08.00.05-экономика жана эл чарбасын башкаруу  
(тармактар жана тармактар боюнча)

боюнча жазылган диссертациялык изилдөөсүнүн

**РЕЗЮМЕСИ**

**Негизги сөздөр:** агроөнөр жай комплекси, базар экономикасы, агрардык аймак, мамлекеттик жөнгө салуу, субсидия, камсыздандыруу, айыл чарба продукциясы, азык-түлүк коопсуздугу, экономикалык өсүш, мамлекеттик саясат.

**Изилдөөнүн объектиси** болуп түштүк Кыргызстандын агроөнөр жай комплекси ишканалары саналат ж.б.у.с.

**Изилдөөнүн предмети** болуп рыноктук мамилелерди түзүү жана өнүктүрүү шартында айыл чарба азыктарын сатуу боюнча теориялык жана практикалык маселелер болуп саналат.

**Изилдөөнүн максаты** – азыркы абалы жана айыл чарба азыктарын сатуу шарттарын өнүктүрүү боюнча изилдөө жана талдоо болуп саналат, азык-түлүк кыймылынын негизги каналдары жана айыл чарба азыктарын сатуу боюнча натыйжалуу жолдорун аныктоо.

**Изилдөөнүн методологиялык негизин** базасы экономика илим тарабынан иштелип чыккан жана практикада сыналган заманбап билим ыкмалары болгон. Жумуш колдонууга негизделген \_\_\_\_\_.

**Алынган натыйжалар жана алардын жаңылыгы** изилдөө ар кандай кызматтарда Айыл чарба азыктарын сатуу боюнча натыйжалуу жолдорун теориялык жана практикалык негиздемелер турат: өндүрүүчү, мамлекет, керектөөчү. Товар өндүрүүчүнүн позициясы ресурс менен камсыз кылуунун, мамлекеттик жана аймактык колдоонун ыңгайлуу шарттарында, ата мекендик өндүрүүчүнү коргогон баа салык саясаты болгондо максималдуу пайда алууга мүмкүндүк берген продукцияны өндүрүүгө умтулууда турат. Өлкөнүн азык – түлүк коопсуздугун сактоо үчүн өлкөнүн милдети-өндүрүштүн жана керектөөнүн натыйжалуу шарттарын камсыз кылуу, продукциянын сапатын жакшыртуу жана өзүн азык-түлүк менен камсыз кылуу. Тамак-аш азыктарынын жетиштүү санынын жана сапатынын болушу, тамактануунун акылга сыярлык рационун жана керектөөчүнүн сатып алуу жөндөмдүүлүгүн эске алуу менен азыктардын туура топтомун тандоого мүмкүндүк берүүчү азык-түлүк менен камсыз болуунун жана чекене баалардын катышы керектөөчүлөрдүн позициясы болуп саналат.

**Пайдалануу даражасы жана колдонуу чөйрөсү.** Иштелип чыккан сунуштар жана тыянактар АӨКтү өнүктүрүүнүн мамлекеттик саясатын камсыз кылууну өркүндөтүү маселелерин андан ары иштеп чыгуу үчүн эске алынышы мүмкүн; колдонуудагы мыйзамдарды өркүндөтүүдө колдонулушу мүмкүн; андан аркы илимий изилдөөлөр үчүн негиз түзүшү мүмкүн. Теориялык жоболор, сунуштар жана тыянактар окуу процессинде колдонулушу мүмкүн.мүмкүн.



## РЕЗЮМЕ

### диссертации **Исраилова Алимжана Алмаатовича на тему «Проблемы реализации продукции АПК юга Кыргызстана Кыргызской Республики»**

на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 - экономика и управление народным хозяйством (по отраслям и сферам деятельности)

**Ключевые слова:** агропромышленный комплекс, рыночная экономика, аграрный регион, государственное регулирование, субсидия, страхование, сельско-хозяйственная продукция, продовольственная безопасность, экономический рост, государственная политика.

**Объектом исследования** являются предприятия агропромышленного комплекса юга Кыргызстана и т.д.

**Предметом исследования** диссертационного исследования являются теоретические и практические вопросы реализации сельскохозяйственной продукции в условиях формирования и развития рыночных отношений.

**Целью исследования** является изучение и анализ современного состояния и развития условий реализации сельскохозяйственной продукции, основных каналов товародвижения и определение наиболее эффективных путей сбыта сельскохозяйственной продукции.

**Методологической базой исследования** послужили современные методы познания, разработанные юридической наукой и апробированные практикой. Работа основана на использовании \_\_\_\_\_.

**Полученные результаты и их новизна** Исследование состоит из теоретических и практических обоснований эффективных способов реализации сельскохозяйственной продукции с разных позиций: производителя, государства, потребителя. Позиция товаропроизводителя заключается в стремлении производить продукцию, позволяющую получать максимальную прибыль, при благоприятных условиях ресурсообеспечения, государственной и территориальной поддержки, наличии ценовой налоговой политики, защищающей отечественного производителя. Для поддержания продовольственной безопасности страны задача страны – обеспечить эффективные условия производства и потребления, улучшить качество продукции и обеспечить себя продовольствием. Позицией потребителей является наличие достаточного количества и качества продуктов питания, соотношение продовольственной обеспеченности и розничных цен, позволяющее им выбирать правильный набор продуктов с учетом разумного рациона питания и покупательной способности потребителя.

**Степень использования и область применения.** Выработанные предложения и выводы могут быть учтены для дальнейших разработок вопросов совершенствования обеспечения государственной политики развития АПК; использованы при совершенствовании действующего законодательства; могут составить основу для дальнейших научных исследований. Теоретические положения, рекомендации и выводы, могут быть использованы в учебном процессе.

## SUMMARY

dissertation of **Israilov Alimzhan** on the topic “**Problems of the sale of agricultural products in the south of Kyrgyzstan of the Kyrgyz Republic**” for the degree of Candidate of Economic Sciences in the specialty 08.00.05 – economics and management of the national economy (by industry and field of activity)

**Key words:** agro-industrial complex, market economy, agricultural region, state regulation, subsidy, insurance, agricultural products, food security, economic growth, public policy.

**The object of the study** these are enterprises of the agro-industrial complex of the south of Kyrgyzstan, etc.

**The subject of the study** is the dissertation research focuses on theoretical and practical issues of the sale of agricultural products in the context of the formation and development of market relations.

**The purpose of the study** is the aim is to study and analyze the current state and development of conditions for the sale of agricultural products, the main channels of commodity circulation and to determine the most effective ways of marketing agricultural products.

**The methodological basis** of the modern methods of cognition developed by legal science and tested by practice served. The work is based on the use of.

**The results obtained and their novelty** is the study consists of theoretical and practical justifications of effective ways to sell agricultural products from different positions: producer, state, consumer. The position of a commodity producer is to strive to produce products that allow for maximum profit, under favorable conditions of resource supply, state and territorial support, and the availability of a price tax policy that protects the domestic manufacturer. To maintain the country's food security, the country's task is to ensure effective production and consumption conditions, improve product quality and provide itself with food. The position of consumers is the availability of sufficient quantity and quality of food, the ratio of food security and retail prices, allowing them to choose the right set of products, taking into account a reasonable diet and consumer purchasing power.

**Extent of use and scope.** The developed proposals and conclusions can be taken into account for further development of issues of improving the provision of state policy for the development of agriculture; used in improving current legislation; can form the basis for further scientific research. Theoretical provisions, recommendations and conclusions can be used in the educational process.