

Бишкекский государственный университет им. К. Карасаева

На правах рукописи

Мырзалиева Мадина Алмасбековна

**Современные тенденции развития потребительского рынка Кыргызской
Республики**

08.00.06 – национальная и региональная экономика

Автореферат

диссертации на соискание ученой степени

кандидата экономических наук

Бишкек – 2025

Работа выполнена на кафедре «Экономических программ и управления» Бишкекского государственного университета им. К. Карасаева
Научный руководитель Савин Виктор Евгеньевич

доктор экономических наук, профессор, декан
ФЭФ БГУ им. К.Карасаева

Официальные оппоненты:

Ведущая организация:

Защита диссертации состоится

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеках и на сайте Национальной аттестационной комиссии при Президенте Кыргызской Республики:

Автореферат разослан.

Учёный секретарь
диссертационного совета,
к.э.н., доцент

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. В посткризисный период Кыргызская Республика вступила в новый исторический этап своего развития, целями которого являются рост эффективности процессов воспроизводства и повышение уровня жизни народа. Достижение этих целей во многом определяется тем, насколько успешно сфера торговли адаптируется к рыночным условиям. Торговля потребительскими товарами на рынке призвана обеспечить потребность людей в товарах и услугах, что определяет её ведущее место на потребительском рынке. Но формирование спроса и предложения на потребительском рынке в условиях неустойчивой экономики является проблемой сложной и многогранной. Переход к социально-ориентированной рыночной экономике требует поиска новых вариантов решения проблемы регулирования производства потребительских товаров и потребления населения. Сложность обусловлена быстрой изменчивостью спроса и потребностей, трудностями точного определения, учета, измерения прогнозирования потребительского рынка, связанными с кризисами и падением производства потребительских товаров, что предопределило значительную зависимость внутреннего рынка, как непродовольственных, так и продовольственных товаров от зарубежных товаропроизводителей.

Рынки потребительских товаров играют ведущую роль в торговле, поскольку через их каналы произведённая продукция поступает в личное потребление. Тем самым получает завершение процесс общественного воспроизводства той или иной страны, и создаются необходимые условия для его возобновления.

В настоящее время положение на потребительском рынке складывается таким образом, что внутренний рынок Кыргызстана во многом зависит от импорта. Рынок легкой и пищеперерабатывающей промышленности не покрывает нужды населения республики. Поэтому решение проблемы производства и потребления требует комплексного подхода, основанного на глубоком изучении потребностей и спроса, выявлении социально-экономических факторов, обуславливающих закономерности и тенденции их развития, а также использование тех экономических механизмов и методов регулирования спроса и товарного предложения, которыми располагает экономика республики в современных условиях. При этом, важное значение принадлежит решению проблем государственного регулирования производства потребительских товаров, формирования товарных ресурсов и сбалансированной инфраструктуры товарных рынков.

Особую актуальность проблема регулирования спроса и предложения на потребительском рынке приобрела в период перехода к социально ориентированной рыночной экономике, когда потребительский рынок существовал практически за счет реализации товаров из Китая. Поэтому требуется поиск новых вариантов решения проблемы увеличения

производства потребительских товаров для удовлетворения потребностей в потребительских товарах отечественного производства. В этой связи определение места потребительского рынка в системе экономических отношений, проблема его сбалансированности в настоящее время является актуальной и требует дальнейшего глубокого изучения тех новых реалий, которые складываются в условиях членства Кыргызской Республики в ЕАЭС и неустойчивости глобальной мировой системы хозяйства. Все это указывает на актуальность темы диссертационной работы.

Связь темы диссертации с крупными научными программами и основными научно-исследовательскими работами. Диссертационная работа выполнена в соответствии с Национальной стратегией развития Кыргызской Республики на период 2018-2040 годы, имеет связь с программой Правительства Кыргызской Республики по импортозамещению, а также в соответствии с планом научно-исследовательских работ БГУ имени К. Карасаева.

Цель исследования. Цель диссертационного исследования состоит в теоретико-методологическом и практическом обосновании совершенствования форм и методов в развитии современных тенденций потребительского рынка и его насыщения товарами отечественного производства, а также разработка основных направлений его сбалансированного развития в условиях членства Кыргызстана в ЕАЭС.

Исходя из цели исследования, в работе поставлены **следующие задачи.**

- исследовать теоретические аспекты потребительского рынка Кыргызстана и своеобразие его становления и развития в условиях рыночных отношений;
- провести диагностику и дать оценку современному состоянию потребительского рынка товаров и услуг Кыргызской Республики, тенденции и возможности удовлетворять потребности населения в условиях ЕАЭС;
- проанализировать современное состояние инфраструктуры рынка потребительских товаров в Кыргызстане и выявить ее возможности обеспечить эффективное развитие потребительского рынка;
- выявить основные проблемы в развитии потребительского рынка и обосновать возможности его эффективного развития в условиях конкуренции с иностранными производителями потребительских товаров;
- на основе проведенного анализа предложить пути, методы и средства наполнения потребительского рынка качественными товарами отечественного производства для более полного и качественного удовлетворения потребностей населения страны в товарах потребительского назначения;
- разработать прогноз на основе использования регрессивно-корреляционного анализа состояния розничной торговли в Кыргызстане до 2030 года.

Научная новизна работы состоит: в обосновании научно-теоретических и методологических подходов к вопросу формирования и развития потребительского рынка, внесено дополнение в понятие «потребительский рынок», выявлено своеобразие его развития в условиях открытой экономики;

- проведенный комплексный анализ позволил дать объективную оценку современному состоянию потребительского рынка товаров и услуг Кыргызской Республики и его возможностей удовлетворить потребности населения в условиях членства в ЕАЭС;

- диагностировано современное состояние инфраструктуры рынка потребительских товаров и услуг в Кыргызстане, а также дана системная характеристика факторов, влияющих на инфраструктуру потребительского рынка;

- выявлены основные проблемы и современные тенденции в развитии потребительского рынка, а также определен комплекс факторов, влияющих на возможности его эффективного развития в условиях конкуренции с иностранными производителями потребительских товаров;

- на основе проведенного комплексного анализа предложены пути, методы и средства повышения эффективности функционирования потребительского рынка Кыргызстана для более полного и качественного удовлетворения запросов населения страны в товарах потребительского назначения отечественного производства;

- разработан на основе использования многофакторного корреляционно-регрессивного анализа прогноз перспективного развития розничной торговли на период до 2030 года, что позволило выявить ведущие факторы увеличения производства отечественных товаров в условиях общего рынка стран ЕАЭС и внедрения цифровизации экономики страны.

Практическая значимость полученных результатов состоит в возможности использования предложений и выводов исследования в практической деятельности отраслевых министерств, ведомств и муниципальных образований при разработке мероприятий по обеспечению потребностей населения в товарах отечественного производства и услугах в условиях конкуренции с импортными товарами. Предложенные практические меры могут быть использованы вузами при написании учебных пособий и в преподавании курсов «Национальная экономика», «Региональная экономика», «Организация торговли», «Реклама», «Внешняя торговля» и др.

Экономическая значимость полученных результатов состоит в возможности их применения при разработке Стратегии развития отраслей промышленности, сельского хозяйства, внешней и внутренней торговли, а также полученные научные результаты и сделанные рекомендации могут послужить отправной точкой для дальнейшего изучения закономерностей дальнейшего развития потребительского рынка.

Основные положения диссертации, выносимые на защиту

1. На основе комплексного анализа теоретико-методологических подходов к проблеме функционирования потребительского рынка, выявлены факторы его развития и сформулировано авторское дополнение и уточнение этой категории.

2. На основе анализа статистических показателей развития экономики Кыргызстана обоснованы специфические особенности и тенденции развития потребительского рынка, а также роль государства в использовании появившихся новых возможностей для производства качественных, отечественных потребительских товаров, отвечающих требованиям, принятым в ЕАЭС;

3. Проведенная диагностика современного состояния инфраструктуры потребительского рынка позволила сформулировать комплекс мер по ее развитию и модернизации с целью соответствия стандартам, принятым к этой сфере в ЕАЭС;

5. Сгруппированы проблемы и факторы, от которых зависит емкость потребительского рынка и его возможность удовлетворить потребности населения в товарах потребительского спроса отечественного производства высокого качества.

6. На основе проведенного многофакторного корреляционно-регрессивного анализа осуществлен прогноз развития розничной торговли до 2030 года и предложены основные направления повышения эффективности функционирования потребительского рынка в обеспечении сбалансированного развития, а также совершенствовании механизма его регулирования в рамках интеграции со странами ЕАЭС.

Апробация результатов исследования. Основные результаты диссертационной работы докладывались и обсуждались на международных, республиканских, межвузовских и вузовских научно-практических конференциях, в том числе: «Стратегии инновационного развития экономики Кыргызстана» (Бишкек, БГУ им. К. Карасаева, 2019), «Обеспечение экономического роста в условиях мирового эпидемиологического и социально-экономического кризиса» (Бишкек, БГУ им. К. Карасаева, 2021), Международный молодежный аналитический конгресс: «Молодежь в Большой Евразии: потенциал, риски, безопасность, сотрудничество» (Бишкек-Москва, КРСУ, 2022) и др

Полнота отражения результатов диссертации в публикациях. Основные положения диссертационной работы опубликованы в 10 научных статьях общим объемом 6,2 п.л. Пять статей опубликованы в изданиях, рекомендованных НАК при Президенте Кыргызской Республики и пять статей опубликованы в зарубежных и отечественных журналах, индексируемых базой РИНЦ

Структура работы. Диссертационная работа состоит из введения, трех глав, заключения, практических предложений и списка использованной литературы, включающей 135 источников. Работа

изложена на 180 страницах компьютерного текста и содержит 26 таблиц и 9 рисунков.

2. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Во введении обосновывается актуальность темы диссертационной работы, раскрыта степень ее изученности, связь темы с государственными программами, определены цели и поставлены задачи исследования, раскрыта научная новизна, практическая и экономическая значимость работы, приведены основные положения, выносимые на защиту, определен личный вклад диссертанта и степень апробации результатов исследования, представлены структура и объем работы.

В первой главе «ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ИССЛЕДОВАНИЮ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА» рассмотрены теоретические основы исследования потребительского рынка, его структура и место в экономике, формирование потребительского поведения потребителя на рынке, а также выявлена конъюнктура потребительского рынка и ее основные показатели.

Отталкиваясь от истории развития рыночных отношений и логических рассуждений, необходимо отметить, что потребительский рынок есть начальный пункт становления и развития рыночных отношений, основа формирования рыночных систем. Удельный вес и роль потребительского рынка в обеспечении жизнедеятельности населения крайне велика. Через потребительский рынок обеспечивается рыночное равновесие спроса на товары и услуги и их предложения.

Организационно потребительский рынок любой страны, региона представлен, с одной стороны, сетью магазинов мелкооптовой и розничной торговли, оптовыми и посредническими организациями, а также предприятиями сферы общественного питания и услуг, с другой стороны, индивидуальными покупателями и домохозяйствами в целом. Рынок товаров (или рынок благ) и рынок услуг входят в структуру потребительского рынка.

Вместе с тем научная мысль до сих пор не выработала универсальное определение понятия «потребительский рынок». В настоящий момент в отечественной и зарубежной литературе существует большое количество толкований, которые отражают различные аспекты этой экономической категории, дополняя и конкретизируя друг друга. Одни авторы отождествляют рынок со сферой товарного обращения; другие понимают под ним совокупность деловых операций и условий, определяющих производство и сбыт потребительских товаров; третьи - всю совокупность товарно-денежных отношений, выражающих экономические связи между производством и потреблением; четвёртые - представляют рынок как систему отношений между продавцами и покупателями, с помощью которых осуществляется обращение товаров (табл. 1.1).

Таблица 1.1. – Трактовки определения «потребительский рынок»

Автор	Трактовка	Источник
И.К. Беляевский	Потребительский рынок включает рынок продуктов питания, рынок непродовольственного назначения и рынок массового питания.	Беляевский И.К., Башина О.Э. Перспективы развития и совершенствования статистики торгового предприятия // Вопросы статистики. - 2002. - № 12. - С. 20.
Ф. Котлер	Потребительский рынок - отдельные лица и домохозяйства, приобретающие товары и услуги для личного потребления, особое внимание при этом уделяется покупателю.	Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс. - М.: Вильямс, 2003. - 356 с.
М.А. Николаева	Потребительский рынок - совокупность хозяйствующих субъектов, изготовителей, исполнителей, производящих и/или реализующих потребительские товары, а также индивидуальных потребителей, приобретающих эти товары для личного использования.	Николаева М.А. Маркетинг товаров и услуг. - М.: Деловая литература, 2001. - 448 с.
А.С. Новоселов	Потребительский рынок включает в себя три укрупненных сегмента: рынки продовольственного и непродовольственного характера, рынок услуг, которые взаимодействуют между собой на основе взаимосвязанной системы сделок купли-продажи и обеспечивают потребности населения, способствуя эффективному функционированию экономики региона.	Новоселов А.С., Кулешов В.В. Региональный потребительский рынок. Проблемы теории и практики. - Новосибирск: Сибирское соглашение, 2002. - 364 с.
Б.А. Райзберг	Потребительский рынок - взаимодействие продавцов и покупателей на основе актов купли-продажи.	Райзберг Б.А. Курс экономики: учебник. - М.: ИНФРА - М, 1997. - 720 с.
Ю.Ф.Симионова	Потребительский рынок - это рынок товаров потребительского назначения, рынок услуг, рынок недвижимости.	Симионова Ю.Ф. Экономика: учебник. - Ростов/Д: Феникс, 2007. - 480 с.
О.В. Тахумова	Потребительский рынок - система товарноденежных и организационно-экономических отношений, которые формируются в процессе купли-продажи, для развития которых на данной территории имеются наиболее благоприятные природные и социально-экономические условия для ведения предпринимательской деятельности с целью удовлетворения конечных нужд и потребностей населения.	Тахумова О.В. Особенности формирования регионального потребительского рынка // Вестник Северо-Кавказского государственного технического университета. - 2006. - № 4(8).
И.М. Шабунина	Потребительский рынок - основная составляющая рыночной экономики, где часть ВВП, материализованная в виде произведенных бизнесом товаров и услуг, покупается или приобретается иным способом потребителями для личного потребления.	Шабунина И. М., Ломовцева О.А., Трубиц М.Ю. Теория и практика региональной экономики. - Волгоград: Волгоградский гос. ун-т, 1996. - 65 с.

В Кыргызской Республике вопросами торговли, спроса, предложения, подготовкой кадров занимаются ведущие ученые такие как Койчуев Т.К., Атышов К.А., Джаилов Ж.С., Абдыров Т.Ш., Камчибеков Т.К., Баетов Б.И., Базарбаева Р.Ш., Кожошев А.О. и др. Исходя из представленных существующих определений, автор представляет уточненное и дополненное определение категории «потребительский рынок»

Потребительский рынок – это есть система товарно-денежных и организационно-экономических отношении, складывающихся в процессе купли-продажи между хозяйствующими субъектами, производящими и/или реализующими товары и услуги, и индивидуальными потребителями, на

основе действующего законодательства в стране, приобретающими эти товары и услуги для конечного личного или семеного потребления

Непосредственными участниками потребительского рынка являются предприятия и организации торговли, общественного питания, бытовых услуг и конечные потребители, между которыми складываются товарно-денежные отношения купли -продажи.

Участниками, обеспечивающими деятельность потребительского рынка, являются также органы власти, которые регулируют деятельность непосредственных участников на основе законов и административных ресурсов, банковский и финансовый сектор который обеспечивает непосредственных производителей товаров и услуг, поставщики оборудования. На развитие потребительского рынка оказывают влияние различные группы факторов: экономические, социально-демографические и технологические, что отражено на рис.1.1.

Потребительский рынок можно классифицировать по следующим признакам

1. По типовой характеристике:
 - а) активный рынок - характеризуется большой емкостью сбалансированным спросом и предложением, тенденциями к росту и благоприятными равновесными ценами;
 - б) стагнирующий рынок - отличается малым количеством заключаемых сделок на протяжении длительного периода, наличием несоответствия спроса и предложения, незаполненным портфелем заказов;
 - в) коллапсирующий или сокращающийся рынок - определяется падением продаж товаров: несмотря на снижение цен, уменьшение числа сделок, предложение не находит спроса, растут товарные запасы.
2. По товарному признаку: продовольственный и непродовольственный рынки.
3. По форме организации:
 - а) частный рынок, где осуществляется торговля только между частными фирмами и предприятиями;
 - б) государственный и кооперативный рынок, где продажа и покупка товаров осуществляется между разными субъектами рынка (государство и частные фирмы, кооперативы и государство, частные фирмы и кооперативы).
4. Экономико-правовая характеристика включает организацию деятельности на легальных рынках (т.е. функционирующих в соответствии с нормами законодательства), полулегальных и нелегальных, действующих с частичным или полным нарушением законодательства, заключающимся в обращении неучтенных товаров, незарегистрированных торговых фирм.
5. По географическому признаку: мировой, национальный, межрегиональный, региональный, местный рынки.

Сущность потребительского рынка состоит в осуществлении непереносимых и эффективных экономических связей между производством и потреблением и в обеспечении тем самым непрерывность

воспроизводственного процесса. Эта функция является комплексной. Эффективное функционирование потребительского рынка, устранение его деформаций создает условия для более эффективного функционирования, что проявляется в его естественных функциях:

- посредническая, которая характеризуется обеспеченностью экономически организованных связей между хозяйствующими субъектами, обеспечивает динамичную пропорциональность в производстве и обмене товарами между различными регионами и сферами национального хозяйства;
- стимулирующая – представляет собой экономическое стимулирование эффективности производства, которая мотивирует производителей создавать товары, пользующиеся спросом, то есть товары лучшего качества, желательно с наименьшими издержками и приемлимыми ценами;
- информационная – представляет собой рынок, который предоставляет своим участникам необходимую информацию о соотношении между спросом и предложением экономических благ и услуг, их качестве, ассортименте и др. ценообразующая – функция, которая позволяет определить цену и складывается она под воздействием производства, потребностей(спроса) и конъюнктуры;
- регулирующая функция, действие которой состоит в том, что рынок постоянно выявляет соответствие производства товаров потребностям населения в них. Функционирование рынка исключает производство не нужной потребительской продукции.
- контролирующая – функция, при которой рынок освобождает экономику от неэффективных хозяйственных единиц, которые не в состоянии предоставить потребителям качественную и конкурентоспособную продукцию.

Во второй главе «РАЗВИТИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА В УСЛОВИЯХ СТАНОВЛЕНИЯ И РАЗВИТИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ КЫРГЫЗСТАНА» проанализировано своеобразие условий формирования и развития потребительского рынка КР в условиях становления рыночной экономики, сделан анализ современного состояния потребительского рынка, тенденции его развития, организация и механизм регулирования и обоснована роль инфраструктуры в развитии потребительского рынка.

Переходный период означал коренную ломку всего строя прежних экономических отношений, что затронул все стороны экономической системы республики и внес глубокие кризисные явления, в том числе негативно сказался и на состоянии потребительского рынка.

Объектом исследования является потребительский рынок Кыргызской Республики, его роль в удовлетворении потребностей населения продовольственными и непродовольственными товарами и услугами.

Предметом исследования являются экономические отношения и тенденции развития, определяющие современную ситуацию на потребительском рынке Кыргызской Республики.

В работе использовались общенаучные **статистические методы исследования**: абстрактно-логический, сравнительный, графический, структурно-функциональный, корреляционно-регрессивный, прогнозирование, метод группировки.

Наиболее глубокое воздействие оказали экономические реформы по переводу этих стран на рыночные экономические отношения. В большинстве стран, в том числе в Кыргызстане, реформы проводились по методу шоковой терапии. Сразу же были введены частная собственность, свобода частно-предпринимательской и внешнеэкономической деятельности, либерализация цен, прежде всего, цены на потребительские товары; стала осуществляться приватизация и демонаполизация предприятий, преобразование в кредитно-банковской и бюджетно-финансовой сферах. Реформы проводились в ускоренном темпе ради того, чтобы экономика страны начала эффективно подниматься и развиваться на новой рыночной основе. На самом деле поспешность оказала негативное воздействие и втянула экономику страны в глубокий трансформационный кризис.

Следует подчеркнуть, что за годы трансформационного периода произошла деиндустриализация экономики Кыргызстана, республика превратилась в аграрную страну, с низким уровнем возможности трудоустройства населения. Большое количество населения страны живет в сложных условиях, которые не отвечают социальным стандартам и это, прежде всего, низкая заработная плата.

В качестве своеобразия условий становления потребительского рынка в трансформационный период можно отметить также резкое сокращение предложения потребительских товаров отечественного производства в связи с произошедшим глубоким расстройством экономики и снижением объемов производства во всех отраслях экономики, в том числе в отраслях производства потребительских товаров. Важное своеобразие состоит в резком сокращении спроса на потребительские товары в связи с падением производства, понижением занятости населения, ростом безработицы, резким повышением уровня потребительских цен и инфляции, непомерно значительным уменьшением доходов населения.

Сложившиеся условия привели к уступке внутреннего потребительского рынка иностранным товарам. Но в то же время следует сказать, что предприятия отраслей, производящих потребительские товары, преодолевая все финансовые, экономические, технологические трудности переходного периода, перестраиваются и увеличивают выпуск качественных товаров, пользующихся спросом населения, как на внутреннем, так и на рынках стран ЕАЭС. Это в первую очередь следует отметить продукцию швейной, молочной, пищевой промышленности, продукцию предприятий питания, ресторанный, гостиничный и

туристический бизнес, а также аграрного сектора. В этом процессе активную роль выполняют развивающиеся малые и средние предприятия

Ведущим звеном потребительского рынка Кыргызстана является розничная торговля, которая непосредственно затрагивает интересы всего населения. В 2023 году общий объем оборота оптовой и розничной торговли, ремонта автомобилей и мотоциклов превысил 1384,0 млрд. сомов и по сравнению с 2022 годом возрос на 17,9 процента, а по сравнению с 2019 годом он увеличился в 1,4 раза. В 2022 году общий объем оборота оптовой и розничной торговли, ремонта автомобилей и мотоциклов превысил один триллион сомов и по сравнению с 2021 годом возрос на 13,9 процента, а по сравнению с 2018 годом он увеличился в 1,3 раза. Наибольший удельный вес в общем объеме оборота торговли в 2022 году занимала розничная торговля, кроме торговли автомобилями, мотоциклами и моторным топливом (44,2 процента), а также оптовая торговля (41,4 процента). Оборот розничной торговли, кроме торговли автомобилями и моторным топливом, в 2022 году сложился в объеме 442,7 млрд. сомов и по сравнению с 2021 годом увеличился на 7,6 процента, а по сравнению с 2018 годом он увеличился на 14,6 процента. Активный рост розничной торговли базировался на повышении уровня жизни населения, обусловленном относительно стабильной в последние годы экономической ситуацией в городе и положительной динамикой роста доходов населения. Благоприятная экономическая конъюнктура, сложившаяся до осени 2022 г., устойчивый рост реальной заработной платы и пенсий способствовали увеличению потребительского спроса населения и ускорению роста розничного товарооборота. Однако, в связи с экономическим кризисом из-за пандемии – COVID-19, повлекшим за собой падение промышленного производства, сокращение инвестиций в экономику, рост безработицы и снижение доходов населения, розничный товарооборот в Кыргызстане снизился.

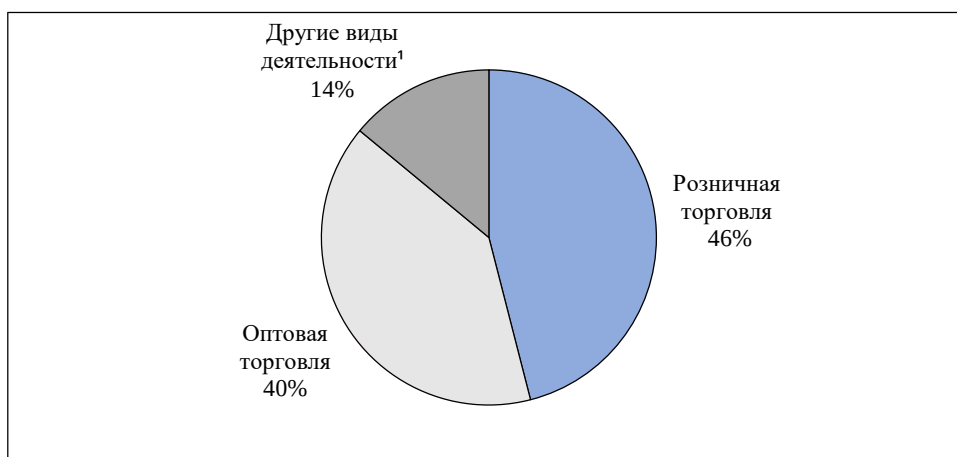


Рис. 1. Оборот оптовой и розничной торговли в 2023 году
(в процентах к итогу)

Наибольший удельный вес в общем объеме оборота торговли в 2023 году занимала розничная торговля, кроме торговли автомобилями,

мотоциклами и моторным топливом (40,0 процента), а также оптовая торговля (46,4 процента). Оборот розничной торговли, кроме торговли автомобилями и моторным топливом, в 2023 году сложился в объеме 533,9 млрд. сомов и по сравнению с 2022 годом увеличился на 12,8 процента, а по сравнению с 2019 годом он увеличился на 16,3 процента.

Розничная торговля, включая предприятия питания. Объем оборота розничной торговли в 2022 году составил 608 млрд. сомов и по сравнению с предыдущим годом увеличился на 12,4 процента, а по сравнению с 2018 годом он возрос на 18,9 процента.

Таблица 2.1. - Основные показатели розничной торговли

Показатели	2019	2020	2021	2022	2023
Оборот розничной торговли - всего, <i>млн. сомов</i>	407 605,7	355 956,6	471 605,0	608 432,4	771 672,3
в том числе:					
оргующих организаций	237 533,9	217 730,6	293 289,4	384 678,4	499 324,7
продажа товаров на вещевых, смешанных и продовольственных рынках	170 071,9	138 226,0	178 315,6	223 754,0	272 647,6
Из общего объема оборота розничной торговли:					
продовольственные товары	223 368,0	200 068,7	258 439,5	323 077,6	399 881,7
Непродовольственные товары	184 237,8	155 887,9	213 165,5	285 354,8	372 090,6
Оборот розничной торговли на душу населения, сомов	65 139	55 866	73 266	95 623	119 181,2

Объем оборота розничной торговли в расчете на душу населения в 2023 году по сравнению с 2022 годом возрос на 12,5 процента, составив более 119 тыс. сомов. Выше среднереспубликанского уровня он сложился в гг. Бишкек и Ош, а в предшествующем году по сравнению с 2021 годом возрос на 13,7 процента, и составил более 95 тыс. сомов. Выше среднереспубликанского уровня он сложился в гг. Бишкек и Ош.

Наибольшая доля в обороте розничной торговли приходится на торгующие организации (организованную торговлю). В 2022 году их оборот торговли составил около 385 млрд. сомов и по сравнению с предыдущим годом увеличился на 14,0 процента, а по сравнению с 2018 годом - в 1,3 раза. Доля торгующих организаций в общем объеме розничной торговли составила 63,2 процента.

На территории Кыргызстана на 1 января 2024 года осуществляли деятельность 352 вещевых, смешанных и продовольственных рынка, что на 4,5% больше чем в 2022 году (337 рынков). Из их общего числа 304 рынка осуществляют продажу продовольственных и непродовольственных товаров, 38 – скота, птицы и зернофуража и 10 рынков – продажу автомобилей и автозапчастей. По территории, как показано на рис. 2, число рынков распределилось следующим образом, наибольшее число рынков функционирует в Ошской области – 93, а меньше всего в Иссык-Кульской области – 12 рынков.

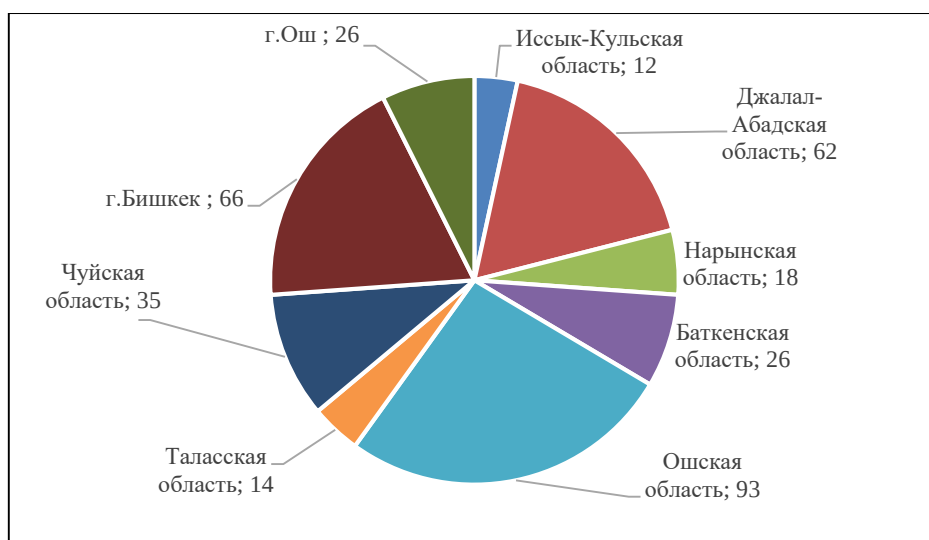


Рис. 2. Число рынков по территории в 2024 году

Оборот продажи товаров на рынках (неорганизованной торговли) в 2023 году составил около 273 млрд. сомов и по сравнению с 2022 годом увеличился почти на 10 процентов, а по сравнению с 2019 годом он возрос на 3,7 процента, в 2022 году составил около 224 млрд. сомов и по сравнению с 2021 годом увеличился почти на 10 процентов, а по сравнению с 2018 годом он практически не изменился (99,9 процента). При этом, как показано на рисунке 3., за последние пять лет отмечалась тенденция снижения доли неорганизованной торговли в общем объеме розничной торговли - с 42 процентов в 2018 году до 35 процентов в 2023 году, в то время как доля организованной торговли за этот период, напротив, возросла с 58 до 65 процентов.

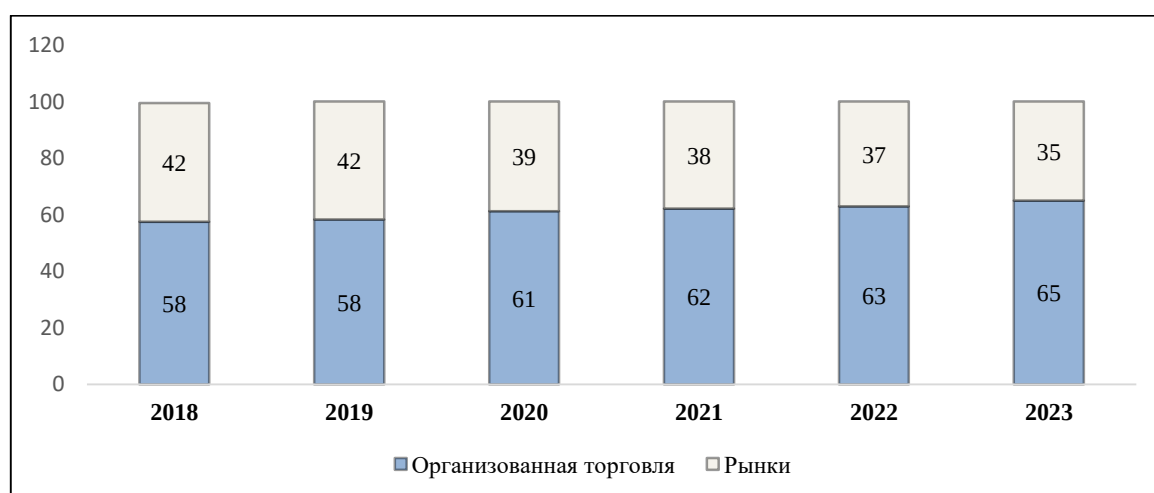


Рис. 3. Доля организованной и неорганизованной торговли, (в процентах)

На протяжении последних пяти лет в обороте розничной торговли сохранялось преобладание объемов продажи продовольственных товаров над непродовольственными. В 2023 году по сравнению с предыдущим годом продовольственных товаров реализовано на 12,7 процента больше, а по сравнению с 2019 годом - на 10,3 процента больше.

Значительное место в розничной торговле занимают малые и средние предприятия. В структуре МСП предприятия, занимающиеся торговлей, составляют 28,0 %, а в сфере платных услуг -24 %.

Объем услуг, оказанных гостиницами и ресторанами, в 2023 году составил более 42 млрд. сомов, увеличившись по сравнению с 2022 годом на 26,0 процента, а по сравнению с 2019 годом он возрос на 1,6 раза. Наибольший удельный вес в общем объеме таких услуг (85,6 процента) занимали рестораны, бары и прочие услуги по обеспечению пищей.

Таблица 2.2. - Оборот гостиниц и ресторанов

Показатели	Млн. сомов		В процентах к			
	2019	2023	предыдущему году		итогу	
			2019	2023	2019	2023
Всего	25 663,5	42 061,6	107,5	126,0	100	100
в том числе:						
гостиниц и услуг для туристического проживания, а также прочих мест для краткосрочного проживания	3 380,4	6 053,2	108,0	122,3	13,2	14,4
ресторанов, баров, мобильных и прочих услуг по обеспечению пищей	22 283,1	36 008,4	107,4	126,6	86,8	85,6

На 1 января 2023 года на территории Кыргызстана насчитывалось почти 30 тысяч хозяйствующих субъектов, образующих сеть розничной торговли (включая автозаправочные станции), что по сравнению с аналогичной датой 2022 года почти на 4,6 процентов больше, субъектов гостиниц и ресторанов -15549.

В настоящее время в Кыргызстане работают порядка 7 крупных торговых ритейлерских сетей. На первом месте по количеству магазинов находится торговая марка «Глобус». Второе место занимает торгово-розничная сеть «Народный». На третьем месте – «Фрунзе».

Широко развиваются в настоящее время торговые сети, специализирующиеся на продажах в узких сегментах рынка, в таких, как продтовары, бытовая техника и электроника, товары для дома, мебель, предметы роскоши, одежда, обувь, женское белье, товары для детей и т.п.

Крупным торговым центром республиканского значения является «ГУМ», открытие которого состоялось в 2017 г. Общая площадь центра составляет 60000 кв. м, имеется более 200 бутиков, подземная парковка на 300 машиномест. В ТЦ «ГУМ» наряду с отделами, в которых представлен широкий ассортимент различных товаров, функционирует центр развлечений (многозальный кинотеатр, детский развлекательный центр, фуд-корд, что привлекает огромные массы кыргызстанцев и гостей города, особенно в выходные дни. До этого времени республиканским торговым центром был «ЦУМ», который функционирует и в настоящее время.

В них предлагается достаточно широкий спектр товаров и услуг, с большим выбором «мягких» (мужская, женская, детская и спортивная

одежда) и «жестких» товаров (металлические изделия, электроинструменты, бытовая техника). Кроме того, в этих центрах располагаются предприятия общественного питания.

В период перехода к рынку стояла приоритетная задача - насыщение населения продовольствием. Главный путь подъема уровня жизни населения - это дальнейший, устойчивый подъем сельскохозяйственного производства, повышение эффективности его деятельности. Объемы производства сельскохозяйственной продукции позволяют заметно улучшить снабжение населения продуктами питания при условии их сохранности и доведения готовой продукции в надлежащем виде до потребителя. Однако качество продукции и большие потери сдерживают наполнение рынка продовольственными товарами отечественного производства. Чтобы решить эту проблему необходимо создать емкости для хранения и расширить строительство хранилищ.

На потребительском рынке в экономике Кыргызстана для непродовольственных товаров положение складывается более сложное и трудное, чем для продовольственных товаров. Продовольственные продукты по степени готовности всегда ближе к потребителю, так как они, как правило, не выдерживают долгого хранения и требуют меньшей переработки перед их потреблением.

Непродовольственные товары требуют повышенной промышленной обработки, высокого качества товаров и находятся в сильной зависимости от индивидуальных запросов покупателей, от моды, от непрерывных изменений стиля, моды, вкусов и многих других факторов. Естественно, непродовольственные товары связаны с большими затратами и в ценовом отношении стоят значительно дороже, чем продовольственные товары. И, если продовольственные товары относятся к предметам первой необходимости, то непродовольственные товары уходят на второй план. Как только начались рыночные реформы, резко подскочили цены на все потребительские товары.

В период 2019-2024 гг. прирост потребительских цен и тарифов по республике в целом составил 57,6 процента. При этом, цены на пищевые продукты и безалкогольные напитки возросли на 68,6 процента, алкогольные напитки и табачные изделия - на 75,2 процента, непродовольственные товары - на 47,4 процента, а тарифы на услуги, оказываемые населению повысились на 37,9 процента.

Таблица 2.3. - Индексы потребительских цен на продукты питания и непродовольственные товары, (декабрь к декабрю предыдущего года, в процентах)

Показатели	2019	2020	2021	2022	2023
Все товары	103,4	111,3	111,2	114,7	107,3
Продукты питания	104,5	115,1	112,3	117,0	104,7
продовольственные товары	105,7	117,6	113,0	115,6	105,1
алкогольные напитки	99,4	105,3	108,1	129,0	110,3

Непродовольственные товары (включая табачные изделия)	101,2	103,2	112,5	115,2	111,1
--	-------	-------	-------	-------	-------

Основным фактором, обусловившим тенденцию инфляционных процессов в республике, является изменение цен на пищевые продукты и безалкогольные напитки. Так, повышение цен на них, отмечавшееся в 2024г. (на 1,7 процента по сравнению с предыдущим годом), определило среднегодовой уровень инфляции (5,0 процента) за последние пять лет. Рассмотрим основные факторы роста цен на отдельные продовольственные товары.

Цены на хлебобулочные изделия и крупы в 2024г. по сравнению с 2019г. возросли на 70,9 процента, что обусловлено наибольшим ростом цен на эту группу товаров (за пять лет по сравнению с предыдущим годом на 4,3 процента).

На протяжении последних пяти лет стабильно повышались цены на свежее мясо. При этом, наиболее высокие цены на него сложились в 2021г., когда по сравнению с предыдущим годом они возросли на 25,1 процента. Минимальный прирост цен на мясо (4,2 процента) был зафиксирован в 2024г., а в 2023г. по сравнению с 2019г. цены на свежее мясо в целом возросли в 1,7 раза, в том числе на баранину - на 84,5 процента, говядину - на 73,6 процента, конину - на 70,1 процента и свинину - на 67,5 процента. Цены на колбасные и консервированные мясные изделия за последние пять лет возросли на 42,9 процента.

В 2024г. уровень потребительских цен на растительные масла (по сравнению с предыдущим годом), несмотря на их снижение в 2023 году (на 10,3 процента) и в 2024 году (на 6,6 процента), сформировался выше уровня 2019г. на 64,9 процента.

Цены на картофель в целом по республике в 2024г. по сравнению с 2019г. выросли на 80,6 процента. При этом, снижение цен на него по сравнению предыдущим годом зафиксировано в 2024г. (на 7,3 процента), тогда как в 2020г. цены, напротив, повысились на 38,3 процента, в 2021г. - на 34,5 процента, в 2022г. - на 1,2 процента и в 2023г. - на 5,3 процента.

Цены на алкогольную продукцию в 2024г. по сравнению с 2019г. возросли на 72 процента, при этом максимальный их прирост (19,2 процента по сравнению с предыдущим годом) отмечался в 2023г. Рост цен на алкогольные напитки также внес значительный вклад в ускорение инфляции ввиду увеличения ставок акцизного налога. Цены на табачные изделия в наибольшей мере возросли в 2023г. (на 15,9 процента по сравнению с предыдущим годом), а в целом за пять лет - в 1,8 раза.

В 2024г. по сравнению с 2019г. максимальный прирост потребительских цен и тарифов (70,1 процента) в сравнении с другими регионами зафиксирован в Нарынской области, а минимальный (45,6 процента) - в Ошской области.

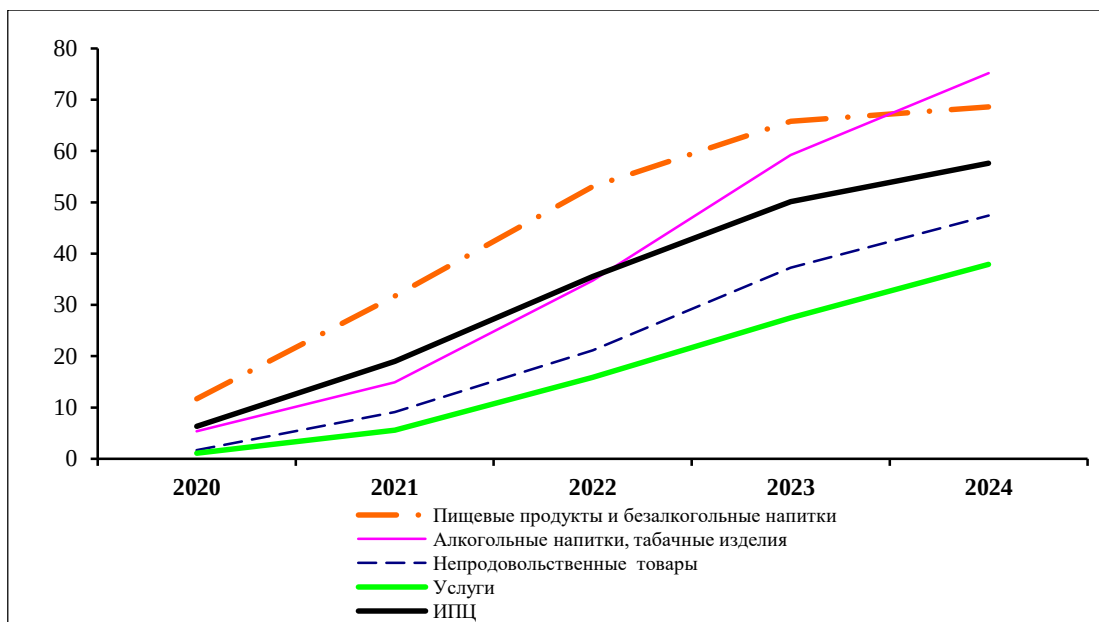


Рис. 4. Изменение потребительских цен и тарифов на товары и услуги
(в процентах к 2019г.)

Кыргызстан обеспечивает себя следующими видами продуктов питания: молоко и молочная продукция, баранина, овощи и фрукты, картофель. Остальные товары импортируются из зарубежных стран, в том числе – членов ЕАЭС и третьих стран. Например, доля импорта растительного масла во внутреннем использовании в 2023 г. составила, по оценкам, 86%, причем почти весь импорт осуществляется из стран ЕАЭС (доля импорта из стран ЕАЭС составила 75,1%). Доля импорта сахара составила 56,1% и 33,4% соответственно, мяса птицы – 85,2% и 26,1%.

Существенный рост цен в 2020-2024гг. году на растительное масло и зерновые культуры существенно отразился на стоимости импортных товаров. Внутренние цены соответственно на этом фоне также дали существенный рост. Принимая во внимание низкий уровень обеспеченности собственным производством по важнейшим товарным продовольственным позициям, важно обеспечить расширение производства по ключевым направлениям сельскохозяйственной продукции.

Функционирование потребительского рынка призвана обеспечивать соответствующая инфраструктура, т.е. его составные части, носящие подчиненный, вспомогательный характер и обеспечивающие нормальную деятельность рыночной системы в целом. В нестабильной рыночной экономике Кыргызстана потребительский рынок еще не имеет своей по настоящему сложившейся производственной основы, поэтому инфраструктура потребительского рынка практически только еще формируется, строятся лаборатории для определения качества продукции, возводятся овощехранилища, складские помещения по современным требованиям. Для Кыргызстана характерны неразвитость посреднических организаций и их неравномерное расположение. Весьма невысока в общем объеме отгруженной предприятиями-изготовителями продукции доля реализации товаров населению при посредничестве организаций оптовой

торговли. Уровень снабженческо-сбытовых надбавок организаций оптовой торговли составляет в среднем 20-25%, в том числе у организаций частной собственности около 25-30, государственной - 23, смешанной формы.

Из сложившейся ситуации можно выделить следующие положительные сдвиги:

1. Проблема с импортом продукции, заставила потребителей увеличить потребление товаров отечественных производителей.

2. Высокий спрос на отечественную продукцию и рост цен на продовольственные товары, позволил увеличить накопление свободного капитала у местных производителей. Во многом за счет этого произошел рост производства данных товаров.

3. Положительная динамика роста практически всех показателей торговой сферы.

4. Сокращение удельного веса в розничном товарообороте товарно-вещевых рынков с 42% в 2018 году до 37% в 2022 году.

Таким образом, потребительский рынок можно охарактеризовать как динамично развивающийся рынок, для которого характерны интенсивное строительство крупных торгово-развлекательных центров различного формата, расширение сети общественного питания и спектра предоставляемых населению бытовых услуг. Данные обстоятельства усиливают конкуренцию в отрасли и благотворно влияют как на социально-экономическое развитие территории, так и на потребительский выбор его жителей. Однако эффективная работа секторов потребительского рынка требует грамотного управления им.

В третьей главе. «НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ НАЦИОНАЛЬНОГО РЫНКА ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ И УСЛУГ КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ» рассмотрены современные проблемы в развитии потребительского рынка Кыргызской Республики, а также основные направления в сфере развития секторов потребительского рынка Кыргызстана в условиях членства в ЕАЭС и автором диссертации предложены эффективные механизмы для развития потребительского рынка и наполнения его товарами отечественного производства, активно замещающие импортные товары и услуги.

В процессе исследования потребительского рынка Кыргызской Республики автором были выявлены и сгруппированы следующие проблемы.

1. Преобладание импортных товаров на потребительском рынке как в целом по Кыргызской Республике, так и в регионах в частности. Но в то же время следует отметить, что с каждым годом на потребительском рынке появляется все больше отечественных товаров и особенно платных услуг, которые являются вполне конкурентоспособными, растет количество малых и средних предприятий, производящих потребительские товары и предоставляют услуги населению. Все это вселяет надежду на то, что в Кыргызстане возможно замещение импортных товаров более дешевыми отечественными товарами и услугами, и экологически чистыми товарами.

2. Бедность населения из-за низкорастущих доходов населения страны, особенно в менее развитых регионах, таких как: Баткенская, Иссык-Кульская, Нарынская, Таласская области. Поэтому из –за низких доходов люди не состоянии в полной мере обеспечить себя всеми предлагаемыми потребительскими товарами и услугами, т.е. низкая покупательская способность населения.

3. Постоянный рост цен на товары и услуги и высокий уровень инфляции приводит к снижению покупательской способности среднемесячной заработной платы.

4. Низкий уровень производства продукции отраслей сельскохозяйственного производства и как следствие отставание в удовлетворении спроса на рынке пищевой продукции отечественного производства и отставание потребления продуктов питания от физиологических норм.

5. Товарооборот в регионах Кыргызстана за последние года немного снизился. Среди областей республики по объему товарооборота наибольший удельный вес занимают такие экономически развитые и густонаселенные регионы, как Чуйская, Иссык-Кульская, Джалал-Абадская и Ошская области. В остальных областях идет небольшое отставание.

6. Наполнение потребительского рынка Кыргызстана на 65-70 % идет засчет товаров импортного производства и в первую очередь непродовольственных товаров.

7. Имеет место отставание в сфере потребительских услуг сельской местности от городской, особенно по культурно-массовой и досуговой части. Поэтому сельские жители чаще всего обращаются в город за услугами ввиду отсутствия предприятий на селе или низкого качества предоставляемых услуг.

8. В Кыргызстане еще не сформирована инфраструктура потребительского рынка, которая играет большую роль в развитии торговли и оказания услуг.

Объективной потребностью современного этапа, является всемерное расширение производства - предложения отечественных товаров сельскохозяйственного производства, а также развитие и рост предприятий перерабатывающей промышленности, пищевой и легкой промышленности. Инвестиции в эти отрасли нужны сравнительно меньшие, чем в отрасли тяжелой промышленности.

Приоритетным направлением на современном этапе является насыщение внутреннего потребительского рынка отечественными конкурентоспособными товарами и постепенное вытеснение рыночными механизмами импортных товаров отечественными, более дешевыми, натуральными, экологически чистыми товарами, с доведением доли импорта в общем объеме товарного предложения на рынке до 25-30%. Это необходимо для того, чтобы не только обеспечить экономическую безопасность страны, но и способствовать преодолению безработицы, росту доходов как потребителей, так и производителей, привлечению инвестиций

в экономику.

Важно, чтобы внутренние инвестиции предприятий и предпринимателей, сбережения населения, иностранные кредиты, гранты и иностранные инвестиции были направлены в производство, на развитие предприятий, которые смогут наладить производство и выпускать качественную и пользующуюся спросом продукцию, как на внутреннем, так и на внешних рынках.

Товарооборот розничной торговли является важным индикатором экономического состояния, и его снижение может свидетельствовать о замедлении темпов роста национальной экономики. Для определения влияния различных факторов на рост товарооборота розничной торговли проведен корреляционно-регрессионный анализ и на этой основе разработан базовый прогноз до 2030 года и рассчитаны дополнительно два сценария: оптимистический и пессимистический.

Ранжирование ранее представленных факторов, позволило после дополнительных расчётов осуществить прогноз оборота розничной торговли на национальном рынке по стандартным сценариям (рис. 5.).

За 2011-2023 годы видно, что оборот розничной торговли имеет тенденцию к росту (с 177,4 млрд. сом в 2011г. до 771,9 млрд. сом в 2023г., или в 4,4 раза), однако по годам темпы роста к предыдущему году различаются. Все представленные на графике сценарии показывают продолжение восходящей тенденции, но итоговые показатели оборота розничной торговли достаточно сильно различаются между собой по абсолютной величине.

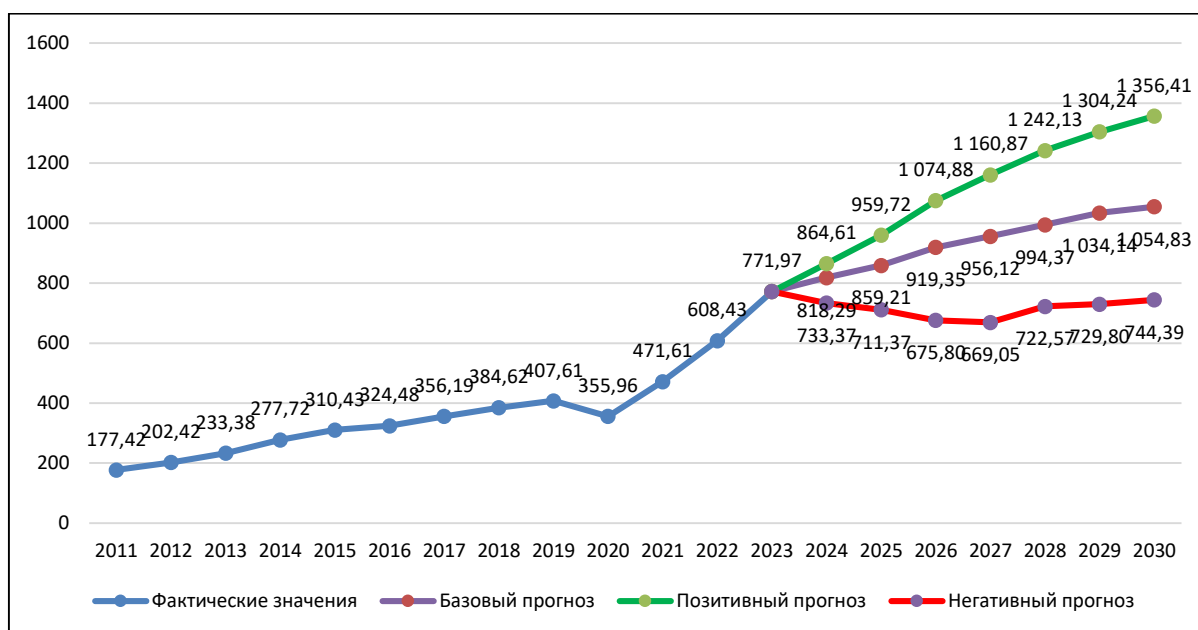


Рис. 5. Прогноз оборота розничной торговли в Кыргызской Республике до 2030 года, млрд. сомов

Базовый сценарий предполагает умеренный рост оборота розничной торговли к 2030 году в условиях замедления роста ВВП и привлечения

иностранных инвестиций, прогнозируемый оборота составит 1054,8 млрд.сом, причем темп роста к 2023 году составит 136,7%.

Расчет по пессимистичному сценарию показывает оборота розничной торговли на уровне 744,4 млрд. сом, при росте в 145,7% к 2023 году. Мы предполагаем, что данный сценарий имеет низкую вероятность наступления, так как он возможен в основном по двум причинам: (1) мировой экономический кризис, (2) внутривнутриполитический кризис в стране, что имеет невысокую вероятность наступления.

Оптимистичный прогноз предполагает достижение оборота розничной торговли в объеме 1356,4 млрд. сом., что обеспечит его рост в 1,75 раза по сравнению с 2023 годом. Данный прогноз основан на планах правительства Кыргызской Республики довести к 2030 году ВВП до 30 млрд.долл. (т.е. удвоения национальной экономики с существующего объема ВВП 13-14 млрд.долл.), создания 250 тысяч новых рабочих мест, сокращения теневой экономики до 17%, активизации в привлечении всех видов инвестиций и достижения высоких темпов роста развития промышленного производства.

Одним из важных условий оживления на потребительском рынке является увеличение денежных доходов населения. Это может быть обеспечено за счет наращивания производства товаров и оказания услуг на всей территории Кыргызстана за счет собственных ресурсов, а также за счет развития всех других отраслей экономики, активно привлекая в производство свободные деньги населения, денежные переводы трудовых мигрантов, осуществления мероприятий по сокращению теневых секторов и существенного расширения эффективной занятости в сфере производства.

Активно использовать реальные и потенциальные производственные возможности для более полного замещения импортных товаров и насыщения внутреннего рынка за счет развития экспортного потенциала отечественной сахарной, плодоовощной, молочной, мясной, кондитерской, табачной отрасли промышленности и предприятий ликероводочной отрасли.

Необходимо значительно повысить уровень метрологического обеспечения качества продукции предприятий, ускорить развитие сети лабораторий по проверке качества продукции и ее стандартизации, что существенно повлияет на уровень ее конкурентоспособности.

Для решения возникших проблем предлагается осуществить следующие мероприятия:

- прямое инвестирование с целью расширения действующих производств и их модернизацию для перехода на новые инновационные технологии;
- нацелить на устранение диспропорций в ценах на потребительские товары;
- проведение жесткой антиинфляционной политики;

- пересмотреть процентные ставки по вкладам населения в сторону их повышения и удешевления банковских процентных ставок по кредитам;
- совершенствование существующей налоговой системы необходимо направить на снижение общего уровня налогообложения предприятий для того, чтобы повысить их деловую активность;
- активнее привлекать иностранный капитал, создавать совместные предприятия в первую очередь со странами ЕАЭС;
- создать условия для развития экспорта. Все регионы Кыргызской Республики обладают экономическим потенциалом для увеличения экспорта

В целом, решение проблем насыщения потребительского рынка товарами отечественного производства, успешно конкурирующими с импортными товарами, требует системного подхода, учета экономических, технологических, социальных и экологических факторов, применения эффективных механизмов, а также социально-экономическое развитие. Эти методологические аспекты являются актуальными и важными для повышения платежеспособного спроса населения и насыщения потребительского спроса потребительскими товарами отечественного производства, удовлетворяющими потребности населения республики эффективного развития снижения бедности в стране.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

За последнее десятилетие процессы развития потребительского рынка стали неотъемлемой частью рыночных реформ, проводимых в странах постсоветского пространства. Состояние потребительского рынка - это экономический барометр, не просто отражающий реальное положение в экономике, но и в той или иной мере затрагивающий каждого члена общества.

Результаты исследований показывают, что соотношение спроса и предложения потребительских товаров и платных услуг выступает не только как условие удовлетворения спроса и потребления населения, но и как фактор, оказывающий влияние на рост эффективности общественного производства. Важным направлением регулирования соотношения спроса и предложения является совершенствование основных народнохозяйственных пропорций между производством предметов потребления и средств производства.

Соотношение спроса и предложения испытывает влияние ряда новых факторов. Во-первых, механизм формирования спроса непосредственно связан с уровнем реальных доходов населения. Поэтому уровень цен на потребительские товары во многом определяет характер складывающегося соотношения между спросом и предложением товаров. Во-вторых, большое влияние на формирование спроса оказывают организационные факторы

уровень развития рыночной инфраструктуры, транспортных связей, системы связей между торговлей и производством. Поэтому соотношение между спросом и предложением на потребительском рынке весьма подвижно, эластично.

Для стран с переходной экономикой рынок, как сфера взаимоотношений между продавцами и покупателями, между товарами и их потребителями является новым, не очень понятным. Дело в том, что в плановой экономике потребительское поведение не имело большого значения. При рыночной экономике потребительское поведение занимает важное место, т.к. экономика работает на конкретный спрос, на конкретных людей, которые имеют выбор приобретать или нет тот или иной товар. А потому надо брать во внимание мотивы, побуждающие потребителей выстраивать свое поведение тем или иным образом. Реализация проблем стабилизации потребительского рынка связана с переносом центра тяжести с поддержки отраслей, утративших сравнительное преимущество, на отрасли перспективные, решающие социально-экономические задачи.

На нынешнем этапе, наряду с жесткой кредитно-денежной политикой, необходимо более активное вмешательство государства в экономику с целью поддержки предпринимателей, которые могут обеспечить устойчивый экономический рост страны. К сфере потребительского рынка относятся легкая, пищевая и перерабатывающая промышленности, отрасли сельского хозяйства, торговля и сферы услуг. В настоящее время общественное воспроизводство без государства невозможно. Но это не означает, что государственные органы должны вмешиваться в коммерческую деятельность фирм, в мир бизнеса. Государство должно следить за тем, чтобы были защищены интересы потребителей и производителей, а также, чтобы решались специфические проблемы общества (экология, здравоохранение, наука, социальное обеспечение и др.), не регулируемые рынком.

Проведенное исследование особенностей формирования и развития потребительского рынка Кыргызской Республики позволяет сделать следующие основные выводы.

1. Систематизировав существующие научные подходы к определению сущности и содержанию понятия категории «потребительский рынок» было выявлено, что в ряде работ потребительский рынок рассматривался как сфера товарного обращения, во второй группе работ - как совокупность деловых операций и условий, в третьей группе работ - как совокупность товарно-денежных отношений, характеризующих экономические взаимосвязи между производством и потреблением, в четвертой группе работ - как система взаимоотношений между покупателем и продавцом, выступающих инициаторами товарного обращения. Анализ данных трактовок понятия «потребительский рынок» позволил сделать заключение, что большинство авторов в своих исследовательских работах связывали данную категорию с понятием «потребитель», не выделяя при этом четких границ возникающих между

продавцом и покупателем отношений, однако в целях исследования предложено сфокусироваться на понятии «потребление» и исходя из этого определить потребительский рынок следующим образом. Потребительский рынок – это есть система товарно-денежных и организационно-экономических отношений, складывающихся в процессе купли-продажи между хозяйствующими субъектами, производящими и/или реализующими товары и услуги, и индивидуальными потребителями, на основе действующего законодательства в стране, приобретающими эти товары и услуги для конечного личного или семейного потребления

2. Комплексное применение существующих подходов и методов к оценке состояния и развития потребительского рынка Кыргызской Республики позволило выявить основные закономерности и тенденции развития потребительского рынка и сделать вывод, что в Кыргызской Республике потребительский рынок в целом сформировался и качественные и количественные показатели его развития, позволяет сказать, что в стране функционирует рынок покупателя. Но при этом следует подчеркнуть, что данная ситуация сложилась преимущественно за счет того, что на нем реализуются на 65-70 процентов товары импортного производства. Потребительский рынок отечественных товаров все еще сжат, поскольку предлагаемые товары не выдерживают конкуренции в сравнении с импортными товарами. Исключение составляет сельскохозяйственная продукция, покупатели предпочитают приобретать продукцию отечественного производства, как наиболее качественную и экологически чистую. Хорошо развита сфера услуг и бытового обслуживания. Однако в ходе исследования отмечена достаточно низкая представительность данных о состоянии потребительских рынков регионов, имеются недостатки в ценообразовании на потребительском рынке. Например, на рынке кг мяса говядины 750 сомов, кг баклажан 60 сомов, яблоки тоже 60 сомов, виноград 120-160 сомов. При этом самый дешевый ресурс – это рабочая сила.

3. Анализ состояния спроса и предложения, функционирования потребительского рынка республики в целом выявил следующие важные особенности. На начальном этапе переходного периода потребительский спрос населения обеспечивался не полностью, наблюдался острый недостаток многих потребительских товаров, даже возник ажиотажный спрос. В результате в области сбалансированного развития спроса и предложения потребительских товаров возникли диспропорции. Главной причиной такого положения является слабое развитие тех реальных секторов экономики, которые обеспечивают насыщение потребительского рынка продовольственными и непродовольственными товарами и платными услугами. При этом важно подчеркнуть, что в рыночной экономике необходимо усиление ориентации производства на платежеспособный спрос населения по следующей системе: «потребность - производство (предложение) - денежные доходы (спрос)».

4. Экономическая наука рассматривает потребности как важнейшую часть системы общественного воспроизводства, в ходе

которого происходит зарождение, удовлетворение, отмирание и появление новых потребностей. Потребность и спрос находятся в диалектическом единстве и в процессе постоянного изменения и развития. Но главное в этом единстве – потребность, которая является основой, содержанием спроса, выражающим его сущность.

5. В обеспечении устойчивого экономического развития страны, особая роль принадлежит потребительскому рынку, обеспечивающему удовлетворение спроса и потребностей населения в материальных благах и услугах.

6. Для улучшения ситуации на потребительском рынке, повышение потенциала отечественных товаропроизводителей необходима:

а) активизация производственно-экономической деятельности предприятий по развитию импортозамещения, организации производства импортозамещаемой продукции, сырьевые источники и возможности для которой имеются в республике;

б) усиление государственной поддержки и расширение имеющегося производства импортозамещающей продукции: пищевых продуктов, табачных изделий, сельскохозяйственной продукции, зерновых культур и многих других.

в) для подготовки конкретных предложений в действующую социально-экономическую политику государства по вопросу развития сельского хозяйства, легкой и пищевой промышленности, результаты развития которых напрямую отражаются на развитии розничной торговли в стране необходимо было разработать прогноз развития розничной торговли Кыргызстана до 2030 года.

ПРАКТИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

1. Использовать кластерный подход в организации производства продукции, который позволит связать в единую цепочку снабжение – производство – обмен – потребление для более полного учета спроса потребителей, повышения объема производства для наполнения потребительского рынка товарами отечественного производства.

2. Модернизировать технико-технологический уровень отечественного производства потребительских товаров, на основе внедрения инновационного оборудования и современных инновационных технологий, обеспечивая выпуск качественной продукции, обладающей высокой конкурентоспособностью, как на внутреннем, так и внешнем рынках.

3. Необходимо использовать все имеющиеся экономические механизмы, развивать кредитно-финансовое обеспечение потребительского рынка путем развития различных видов кредитования, предоставлять производителям налоговые льготы, доступ к кредитам, отсрочку уплаты и списание долгов, развитие самозанятости, что сможет обеспечить

активизацию работы малого и среднего бизнеса в производстве потребительских товаров, снизить безработицу и повысить доходы населения, что будет способствовать снижению бедности населения в стране.

4. Совершенствовать нормативно-правовое обеспечение, разработать законы и нормативно-правовые акты, регламентирующие деятельность участников товарных рынков; разработать нормативно-методические документы по стандартизации и сертификации продукции, а также практиковать создание фирменных магазинов предприятий, производящих потребительские товары населению.

5. Обеспечить формирование информационного обеспечения, создав республиканскую систему обеспечения оперативной информацией производителей, торговых посредников и покупателей товаров, создание сети региональных информационно-маркетинговых центров и активно развивать рекламу товаров отечественного производства. Для решения намеченных целей необходимо обеспечить развитие инфраструктуры потребительского рынка на основе использования опыта развитых стран, широко используя программный метод.

6. Разработать концептуальную программу развития инфраструктуры продовольственного рынка в целом по Кыргызской Республике, с разбивкой конкретно для каждого региона. Данная программа должна охватить следующие стратегические направления.

- Развитие оптово-посреднических организаций и складского хозяйства, которые бы отвечали требованиям рыночной экономики (развитие организаций оптовой торговли; развитие инфраструктуры сельских товарных рынков; развитие оптово-посреднических организаций для сезонного хранения и т.д).

- Для развития тароупаковочной индустрии необходимо создать научно-техническую базу производства новых видов тароупаковочных материалов и тароупаковочного оборудования; расширение производства конкурентоспособной тары и упаковки, активно используя передовые разработки дизайнеров республики.

- Обеспечить развитие транспортного обслуживания путем создания торгово-транспортных фирм, продолжить совершенствование сферы услуг и повышение их эффективности при транзите как по территории Кыргызской Республики, а также и на рынках стран ЕАЭС. Изыскать финансовые ресурсы и другие возможности, чтобы решить проблему по организации парковочных мест около торговых центров.

СПИСОК ОПУБЛИКОВАННЫХ РАБОТ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ

1. Мырзалиева, М.А. Роль рекламы в развитии рыночных отношений Кыргызстана // Известия ВУЗов Кыргызстана. 2017. № 11. С. 97-99.
<https://elibrary.ru/item.asp?id=30636978>
2. Мырзалиева, М.А. Регулирование рынка рекламы в Кыргызской Республике // Экономика. Управление. Образование.. 2017. № 2 (5). С. 74-78.
<https://elibrary.ru/item.asp?id=42336230>
3. Мырзалиева М.А., Савин В.Е. Формирование общего рынка товаров и услуг Кыргызстана и стран ЕАЭС [Текст] / М.А. Мырзалиева, В.Е. Савин // Стратегии инновационного развития экономики Кыргызстана / Материалы межвузовской научно-практической конференции. - Бишкек, БГУ.- 2019.- С. 82-86.
4. Мырзалиева, М.А. Теоретические подходы к исследованию потребительского рынка // Известия ВУЗов Кыргызстана. 2021. № 1. С. 83-89.
<https://elibrary.ru/item.asp?id=46623952>
5. Мырзалиева, М.А. Формирование потребительского поведения на рынке товаров и услуг // Наука, новые технологии и инновации Кыргызстана. 2021. № 4. С. 233-238.
<https://elibrary.ru/item.asp?id=47128716>
6. Савина, С.Е., Мырзалиева, М.А. Особенности развития рынка товаров и услуг в Кыргызской Республике // Вестник Кыргызско-Российского Славянского университета. 2021. Т. 21. № 11. С. 3-9.
<https://elibrary.ru/item.asp?id=47934545>
7. Мырзалиева, М.А. Экономическая сущность и особенности продовольственного рынка // Новые векторы экономического развития / Материалы межвузовской научно-практической конференции. - Бишкек, БГУ, 2022. – С. 67-70
8. Усоналиева, Д.А., Мамытов, А.С., Мырзалиева, М.А. Керектөө рыногун калыптандыруу шарттарынын өзгөчөлүгү // Вестник Кыргызского государственного университета строительства, транспорта и архитектуры им. Н.Исанова. 2022. № 1 (75). С. 247-254.
<https://elibrary.ru/item.asp?id=48339923>
9. Орозонова А.А., Керималиева В.Ж., Батырбекова Ж.К., Мырзалиева М.А., Акматова А.И. Неравномерность развития регионов в Кыргызской Республике // В сборнике: Инновационные подходы в современной науке / сборник статей по материалам СХIV международной научно-практической конференции. Москва, 2022. С. 70-75.
<https://elibrary.ru/item.asp?id=48355739>
10. Савин, В.Е., Таранова, Е.В., Мырзалиева, М.А. Развитие малого и среднего предпринимательства в Кыргызстане и его роль в насыщении потребительского рынка // Региональная экономика и управление: электронный научный журнал. 2022. № 2 (70).

<https://elibrary.ru/item.asp?id=48863327>

11. Савин, В.Е., Таранова, Е.В., Мырзалиева, М.А. Роль пищевой промышленности в насыщении потребительского рынка продовольственными товарами в условиях ЕАЭС // Региональная экономика и управление: электронный научный журнал. 2022. № 4 (72).

<https://elibrary.ru/item.asp?id=50083219>

12. Мырзалиева М.А., Токтосунова З.К., Армурзаева Дж.Э. Влияние цифровых технологий на повышение эффективности сельскохозяйственного производства и насыщение продовольственного рынка // Вестник Бишкекского государственного университета. 2023. № 3 (65). С. 58-64.

<https://elibrary.ru/item.asp?id=54802831>

13. Мырзалиева М.А., Чылабаева А.К., Савин В.Е. Совершенствование способов государственного регулирования продовольственного рынка // Вестник Бишкекского государственного университета. 2025. № 1 (71). С. 58-64.

<https://www.elibrary.ru/contents.asp?id=82298312>

Мадина Мырзалиеванын 08.00.06 – улуттук жана региондук экономика адистиги боюнча экономика илимдеринин кандидаты илимий даражасын алуу үчүн сунушталган «Кыргыз Республикасынын керектөө рыногун өнүктүрүүнүн заманбап тенденциялары» деген темадагы диссертация

РЕЗЮМЕСИ

Ачкыч сөздөр: керектөө рыногу, ата мекендик өндүрүш товарлары, атаандаштык, сапат, муктаждык, суроо-талап, сунуш, баа.

Изилдөөнүн предмети: Кыргызстандын керектөө рыногу жана анын рынок экономикасынын шартында өнүгүү тенденциялары.

Диссертациялык изилдөөнүн максаты - керектөө рыногунун заманбап тенденцияларын өнүктүрүүнүн формаларын жана ыкмаларын өркүндөтүү жана аны ата мекендик өндүрүш товарлары менен толтуруу, ошондой эле Кыргызстандын ЕАЭБге мүчөлүгүнүн контекстинде аны тең салмактуу өнүктүрүүнүн негизги багыттарын иштеп чыгууну теориялык, методологиялык жана практикалык жактан негиздөө.

Изилдөө методдору: теориялык, статистикалык, экономикалык, көп фактордук корреляциялык жана регрессиялык анализ, графикалык, болжолдоо, салыштырма анализ, бул жалпылоого жана системалаштырууга, изилдөөнүн элементтерин аныктоого жана ошонун негизинде зарыл тыянактарды түзүүгө мүмкүндүк берди.

Алынган натыйжалар: керектөө рыногун өнүктүрүү, өлкөнүн калкынын керектөөлөрүн канааттандыруу үчүн аны сапаттуу жана атаандаштыкка жөндөмдүү ата мекендик товарлар менен толуктоо боюнча теориялык корутундулар жана практикалык сунуштар чарба жүргүзүүчү субъекттердин ишинде колдонулушу мүмкүн; Иште берилген талдоо жана натыйжалар мамлекеттик органдар тарабынан бүтүндөй өлкөнү жана анын региондорун социалдык-экономикалык өнүктүрүүнүн программаларын иштеп чыгууда, калктын керектөө товарларына керектөөлөрүн канааттандырууга багытталган экономикалык саясаттын концептуалдык багыттарын аныктоодо мамлекеттик жөнгө салуу чөйрөсүндө пайдаланылышы мүмкүн.

Колдонуу даражасы: изилдөөнүн натыйжалары Кыргыз Республикасын социалдык-экономикалык өнүктүрүү программасын иштеп чыгууда, импортту алмаштырууда, ошондой эле жогорку окуу жайларында курстарды жана атайын дисциплиналарды окууда колдонулушу мүмкүн.

Колдонуу чөйрөсү: Автор тарабынан алынган теориялык корутундулар жана практикалык сунуштар керектөө рыногун өнүктүрүү, аны ички жана тышкы керектөө товарларынын жана кызмат көрсөтүүлөрүнүн ички жана тышкы рынокторунда жогорку сапаттагы ата мекендик товарлар жана атаандаштыкка жөндөмдүү товарлар менен толтуруу жаатында мындан аркы фундаменталдык илимий изилдөөлөр үчүн негиз боло алат.

РЕЗЮМЕ

диссертации Мырзалиевой Мадины на тему: «Современные тенденции развития потребительского рынка Кыргызской Республики», представленной на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.06 – национальная и региональная экономика

Ключевые слова: потребительский рынок, товары отечественного производства, конкуренция, качество, потребность, спрос, предложение, цена.

Предметом исследования: является потребительский рынок Кыргызстана и тенденции его развития в условиях рыночной экономики.

Цель диссертационного исследования состоит теоретико-методологическом и практическом обосновании совершенствования форм и методов в развитии современных тенденций потребительского рынка и его насыщения товарами отечественного производства, а также разработка основных направлений его сбалансированного развития в условиях членства Кыргызстана в ЕАЭС.

Методы исследования: теоретический, статистический, экономический, многофакторный корреляционно-регрессионный анализ, графический, прогнозирование, сравнительный анализ, которые позволили обобщить и систематизировать, выявить элементы исследования и на этой основе сформировать необходимые выводы.

Полученные результаты: теоретические выводы и практические рекомендации по развитию потребительского рынка, его насыщению качественными и конкурентоспособными товарами отечественного производства для удовлетворения потребностей населения страны могут использоваться в деятельности хозяйствующих субъектов; представленные в работе анализ и результаты могут быть использованы государственными органами при разработке программ социально-экономического развития страны в целом и ее регионов, в сфере государственного регулирования при определении концептуальных направлений экономической политики, направленной на удовлетворение потребностей населения в товарах потребительского спроса.

Степень использования: результаты исследования могут быть использованы при разработке программы социально-экономического развития Кыргызской Республики, импортозамещения, а также при чтении учебных курсов и специальных дисциплин в высших учебных заведениях.

Область применения: Полученные автором теоретические выводы и практические предложения могут служить базой для дальнейших фундаментальных научных исследований в области развития потребительского рынка его насыщение товарами отечественного производства высокого качества и конкурентными на внутреннем и внешнем рынке потребительских товаров и услуг.

SUMMARY

dissertation by Madina Myrzalieva on the topic: "Modern trends in the development of the consumer market of the Kyrgyz Republic", submitted for the degree of candidate of economic sciences in the specialty 08.00.06 - national and regional economy

Keywords: consumer market, domestically produced goods, competition, quality, need, demand, supply, price.

Subject of the study: is the consumer market of Kyrgyzstan and the trends in its development in a market economy.

The purpose of the dissertation research is the theoretical, methodological and practical justification for improving the forms and methods in the development of modern trends in the consumer market and its saturation with domestically produced goods, as well as the development of the main directions of its balanced development in the context of Kyrgyzstan's membership in the EAEU.

Research methods: theoretical, statistical, economic, multifactorial correlation and regression analysis, graphical, forecasting, comparative analysis, which allowed us to generalize and systematize, identify the elements of the study and, on this basis, form the necessary conclusions.

Results obtained: theoretical conclusions and practical recommendations for the development of the consumer market, its saturation with high-quality and competitive domestic goods to meet the needs of the country's population can be used in the activities of economic entities; the analysis and results presented in the work can be used by government agencies in developing programs for the socio-economic development of the country as a whole and its regions, in the sphere of state regulation in determining the conceptual directions of economic policy aimed at meeting the needs of the population in consumer goods.

Degree of use: the results of the study can be used in developing a program for the socio-economic development of the Kyrgyz Republic, import substitution, as well as when reading courses and special disciplines in higher education institutions.

Scope: Theoretical conclusions and practical proposals obtained by the author can serve as a basis for further fundamental scientific research in the field of consumer market development, its saturation with high-quality domestic goods and competitive goods in the domestic and foreign markets of consumer goods and services.