

2008-11

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ

КЫРГЫЗСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

Диссертационный совет Д.08.06.322

На правах рукописи
УДК 339.14: 338 (575.2)

САМИГУЛЛИН ЭЛЬДАР ВАЛИЕВИЧ

**ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ ТОВАРНОГО
РЫНКА В УСЛОВИЯХ ТРАНСФОРМАЦИИ ЭКОНОМИКИ
(НА ПРИМЕРЕ КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ)**

08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством
(экономика, организация и управление отраслями)

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
доктора экономических наук

Бишкек 2008

Общая характеристика работы

Научный консультант: доктор экономических наук, профессор
Атышов Кобогон Атышович

Официальные оппоненты: доктор экономических наук
Токсобаева Бактыгуль Асановна

доктор экономических наук, профессор
Сатова Раушан Кулмагамбетовна

доктор экономических наук, профессор
Идинов Куванычбек Идинович

Ведущая организация: Центр экономических исследований
Национальной академии наук,
г. Бишкек, пр. Чуй 265а


Защита состоится «28» ноября 2008 г в 14⁰⁰ на заседании диссертационного совета Д. 08. 06. 322/по защите докторских и кандидатских диссертаций в Кыргызском экономическом университете по адресу:
г. Бишкек, ул. Т. Молдо, 58.

С диссертацией можно ознакомиться в научном зале библиотеки Кыргызского экономического университета по адресу:
г. Бишкек, ул. Т. Молдо, 58.

Автореферат разослан «24» сентября 2008 г

Ученый секретарь диссертационного совета,
кандидат экономических наук, доцент

Ш.Б. Алманбетов



Актуальность исследования. Суверенный Кыргызстан, как и все бывшие союзные республики, исходя из сложившихся условий и возможностей, осуществляет переход от централизованной планово-распределительной к рыночной экономике. При этом республика, оценивая результаты предшествующего экономического развития, вынуждена оптимизировать экономику в течение переходного периода, ускоряя вхождение в рыночное состояние.

Многие страны, каждая в свое время, решали проблемы переходного этапа и вполне успешно построили рыночную экономику. Все государства, в том числе экономически развитые, ставили перед собой одну общую цель – построение рыночной экономики. Однако каждое государство осуществляло этот переход отличными методами, действиями и продолжительностью, поскольку нет единых для всех стран путей и способов его прохождения. Дело в том, что каждая страна характеризуется огромным разнообразием особенностей и отличий, даже от расположенных по соседству стран. Следовательно, простое копирование успешных действий по формированию рыночной экономики соседних стран и тем более опыта развитых стран, без учета собственных экономических, политических, социальных, ментальных и других особенностей и различий, не освободит от необходимости выбора собственного пути. Суверенный Кыргызстан, должен творчески изучить опыт конкурентных стран, сформировавших развитую рыночную экономику, опыт успешно развивающегося соседнего Казахстана, но механически копировать опыт было бы серьезной ошибкой.

Рыночная экономика состоит из трех составляющих – частной собственности на средства производства, товарного рынка и свободного предпринимательства. Отсутствие хотя бы одной из трех обозначенных составляющих, делает невозможным успешное формирование рыночной экономики.

В Кыргызстане, в последние годы, были опубликованы многочисленные работы отечественных экономистов, посвященных проблемам формирования рыночной экономики, в том числе по отдельным ее составляющим. Однако большая часть публикаций содержит выводы, предложения, рекомендации, методы и формы формирования рыночной экономики вообще. Есть работы по частной собственности, по свободному предпринимательству. И практически нет научных публикаций по проблемам формирования товарного рынка.

Товарный рынок страны или отдельной территории представляет собой совокупность различных по содержанию рынков: труда, услуг, валюты, ценных бумаг, сырья, средств производства, потребительских товаров (розничный товарный рынок) и др. Рынок потребительских товаров в составе товарного рынка является наиболее масштабным, разнообразным, многочисленным и проблемным, к тому же наименее исследованным. Между тем розничный рынок, по существу, служит индикатором уровня благополучной жизни населения страны, является приводным механизмом

между сферами товарного производства и потребителями товаров, а также позволяет оценить состояние экономики государства.

Очевидно, что без основательных исследований теоретических основ формирования рынка потребительских товаров, без правильного методологического и методического подхода, научного обоснования ускоренно и эффективно завершить формирование рыночной экономики в Кыргызстане невозможно.

Формирование развитой экономики в Кыргызстане сдерживается ограниченными ресурсами и потому всякая попытка исследования научных основ развивающихся процессов, в особенности формирования рынка потребительских товаров, и поиска эффективных методов развития должна находить понимание и поддержку.

Степень разработанности проблемы. В течение XX века в мировой экономике имели место несколько совершенно разных по экономическому содержанию переходных периодов:

- от феодальной экономики к рыночной, в частности, в бывших колониях;
- от рыночной к экономике централизованной планово-распределительной, что происходило в Восточно-Европейских государствах;

- от централизованной планово-распределительной к рыночной экономике, на территории бывших республик СССР, ныне суверенных государствах, в том числе на территории Кыргызской Республики.

Проблемы переходного периода и формирования рыночной экономики были глубоко исследованы основоположниками экономической теории, изучившими вопросы преобразования феодальной системы в экономику рыночного содержания. В настоящее время в мировой глобальной экономике рассматриваемый переходный период практически завершен.

Теоретические основы формирования переходного периода от рыночной капиталистической экономики к централизованной планово-распределительной были исследованы и разработаны представителями советской школы экономики.

В настоящее время в мировой экономике десятки бывших социалистических государств находятся на пути к формированию рыночной экономики. Особенностью таких преобразований является то, что формирование рыночной экономики происходит на базе экономики индустриальных или индустриально-аграрных республик, обладавших приличным производственным потенциалом и квалифицированными трудовыми ресурсами.

Многие теоретические и прагматические вопросы переходного периода и формирования рыночной экономики были исследованы рядом зарубежных ученых-экономистов западной школы экономики: К. Вега, Р. Дербушом, А. Гелбом, Я. Корнаи, М. Мало, Д. Саксом, С. Фишером, Р. Шмалензи и др., учеными российской школы экономики — Л. Абалкиным, Е. Гайдаром, С. Глазьевым, А. Илларионовым, Я. Костиным, П. Литвяковым, В. Маевским и др.

Различные аспекты переходного периода преобразования экономики рассмотрены в трудах кыргызстанских ученых-экономистов: Т. Койчуевым,

Т. Камчыбековым, Ш. Мусакожоевым, Н. Кумсковой, В. Кумсковым, К. Алиевым, К. Атышовым, А. Орузбаевым, К. Идиновым, Ж. Джумабаевым, М. Балбаковым, К. Джумабаевым, П. Купуевым, Ж. Джайловым, Д. Мусаевой, Ж. Чубуровой, Б. Токсобаевой, Г. Кумсковым, В. Савиным, Ш. Алманбетовым и др. Отечественные ученые-экономисты преимущественное внимание уделяли вопросам экономического содержания переходного периода и формирования рыночной экономики в целом. В меньшей степени в республике исследованы теоретические вопросы частной собственности на средства производства и свободного предпринимательства переходного периода от централизованной планово-распределительной экономики к рыночной. И наименее исследованными остаются научные основы формирования товарного рынка переходного периода, в особенности научные и методологические вопросы формирования рынка потребительских товаров, как наиболее существенной составляющей товарного рынка. В связи с этим актуальной является необходимость научных и методологических исследований и разработок теоретических и прагматических основ формирования рынка потребительских товаров в условиях перехода к рыночной экономике, а также необходимость исследования научных основ факторов и методологических подходов формирования такого рынка.

Наблюдения за ходом формирования рынка потребительских товаров в соседних с Кыргызстаном центральноазиатских республиках, также находящихся на переходном этапе, показывают, что каждое государство использует собственный путь формирования такого рынка. При этом практические действия, неизбежно приводят к чрезмерным совокупным издержкам и потерям времени. Научный подход к формированию рынка потребительских товаров позволил бы осмыслить процессы формирования, избежать возможные негативные последствия, оптимизировать совокупные издержки и время.

Все вышеизложенное предопределило выбор темы диссертационного исследования.

Цели и задачи исследования. Цели диссертационного исследования заключаются в следующем:

- изучение теоретико-методологических и практических основ рынка потребительских товаров Кыргызской Республики в условиях трансформации экономики от централизованной планово-распределительной к рыночной;

- разработка методологических и прагматических рекомендаций по развитию товарного рынка Кыргызской Республики;

- выявление тенденций, взаимосвязей и особенностей развития товарного рынка;

- определение форм, методов и путей формирования и развития составляющих рынок факторов и в целом рынка потребительских товаров как чрезвычайно важного социально-экономического звена экономики республики.

Для достижения цели исследования были определены следующие задачи: изучить экономическую сущность и необходимость переходного периода от плановой экономики к рыночной;

изучить сущность и роль рынка потребительских товаров при формировании товарного рынка Кыргызстана в условиях трансформации экономики;

исследовать научные и методологические основы формирования товарного рынка на примере Кыргызской Республики;

исследовать методологические и прагматичные основы развития товарного рынка;

уточнить и проанализировать сущность рынокообразующих факторов;

проанализировать и уточнить сущность рынокоактивизирующих факторов;

теоретически обосновать такие оценочные параметры товарного рынка, как «емкость» и «объем»;

разработать и предложить методологические основы формирования рынокообразующих и рынокоактивизирующих факторов;

дать анализ состояния товарного рынка республики;

дать анализ состояния региональных товарных рынков Кыргызстана;

изучить и предложить механизм регулирования товарного рынка.

Научная новизна полученных результатов заключается в следующем:

исследованы и обобщены теоретические положения, раскрывающие сущность товарного рынка как важного звена экономики республики и индикатора ее состояния;

сформулирован экономический закон опережения показателя емкости товарного рынка к показателю его объема;

уточнены термины «емкость» и «объем» рынка и их содержание;

предложен показатель «коэффициент коммерческой активности товарного рынка»;

разработана методика определения коэффициента коммерческой активности товарного рынка;

раскрыта сущность и роль рынокообразующих и рынокоактивизирующих факторов товарного рынка;

разработаны теоретико-методологические основы формирования и развития рынокообразующих и рынокоактивизирующих факторов рынка;

определены основные пути решения проблем товарного предложения рынку;

разработаны предложения по развитию спроса.

Научные исследования, теоретические положения и методологические разработки, изложенные в диссертации, могут быть использованы в дальнейших исследованиях макроэкономических основ товарного рынка в условиях трансформации экономики, а также при изучении научно-методологических вопросов формирования рынокообразующих и рынокоактивизирующих факторов товарного рынка.

Объектом исследования являются товарно-рыночные отношения стран переходного периода на примере Кыргызской Республики.

Предмет исследования – закономерности и особенности формирования товарного рынка в условиях трансформации экономики страны.

Теоретической и методологической основой исследования являются труды классиков экономической теории, научные труды зарубежных и отечественных ученых-экономистов по рассматриваемому комплексу научных и методологических вопросов.

Информационной базой исследования послужили статистические данные Национального статистического комитета Кыргызской Республики, СНГ и Государств Центральной Азии, материалы и отчеты ПРООН, МВФ, Всемирного банка, международных общественных, социальных и экономических организаций, работы научно-исследовательских учреждений и высших учебных заведений Кыргызстана, республик Центральной Азии, Российской Федерации.

Практическая значимость диссертационного исследования состоит в разработке научно-методологических основ и прикладных рекомендаций по формированию и развитию товарного рынка республики. Ряд содержащихся в работе предложений может найти применение при решении проблем товарного предложения рынку, развития спроса рынка и регулирования функционирования товарного рынка. Результаты исследований могут быть использованы при разработке учебных программ по дисциплинам «Экономическая теория», «Макроэкономика», «Экономика отраслей», «Маркетинг», «Основы коммерческой деятельности», а также специальных курсов в высших учебных заведениях.

Экономическая значимость полученных результатов заключается в том, что они могут быть эффективно использованы при разработке государственных и региональных программ развития товарного рынка и его составляющих при стратегическом развитии экономики Кыргызстана.

Положения, выносимые на защиту:

роль и участие товарного рынка в формировании рыночной экономики Кыргызской Республики;

теоретическое обоснование, предлагаемого экономического закона превышения показателя емкости товарного рынка к показателю его объема, категории «емкость» и «объем» товарного рынка как параметров оценки состояния товарного рынка и определения путей регулирования рынка;

теоретическое объяснение категории рынокообразующих и рынокоактивизирующих факторов, формирующих товарный рынок;

методологические основы формирования товарного рынка;

оценка анализа состояния товарного рынка республики; факторы, оказывающие влияние на его развитие;

итоги сравнительного анализа состояния региональных рынков областей страны, городов Бишкек и Ош, а также причин контрастных количественных и товарных, их характеристик;

предлагаемые модели формирования промышленного производства потребительских товаров в республике;

пути решения проблем производства сельскохозяйственной продукции;

обоснование необходимости формализации спроса и его изучения в период трансформирования экономики республики;

методические решения по формированию спроса, как одного из фундаментальных факторов формирования товарного рынка;

обоснование необходимости формализации коммерции как основы преобразования ее примитивных форм и методов, замедляющих формирование рыночной экономики как цивилизованной коммерции;

теоретическое обоснование и необходимость уголовного преследования ложной конкуренции на товарном рынке;

анализ состояния государственного регулирования товарного рынка в республике и последствия для страны отсутствия целенаправленного регулирования рынка;

предложение о необходимости государственного органа мониторинга, анализа и участия государства в регулировании факторов, формирующих товарный рынок и в целом.

Апробация и внедрение результатов исследования. Основные положения и результаты диссертационного исследования были доложены на международных, республиканских, межвузовских и вузовских научных и научно-практических конференциях и семинарах, в том числе в университетах ТУРАН и Иностранных языков и деловой карьеры (г. Алматы), КРСУ, КНУ, БГУЭП, КГУ, КГУ, МАУПФиБ, ИСРиП, университете «АТАТЮРК – АЛАТОО» (г. Бишкек).

Результаты исследований вошли в авторскую дисциплину «Основы коммерческой деятельности» для вузов, студенты которых обучаются по специальностям «Коммерция», «Менеджмент организации». Автору дисциплины «Основы коммерческой деятельности» выдано регистрационное свидетельство Кыргызпатента. Дисциплина включена в действующие учебные планы Академии управления при Президенте Кыргызской Республики (АУПКР), Института экономики и менеджмента (ИЭМ) КГУ им. И. Арабаева, Международной академии управления, права, финансов и бизнеса (МАУПФиБ). Теоретические и методологические выводы и рекомендации автора также использовались при разработке учебных программ, текстов лекций по дисциплинам, в которых содержатся вопросы формирования товарного рынка – «Экономическая теория», «Маркетинг», «Основы коммерческой деятельности». Две книги находятся в фондах библиотеки Конгресса США.

Публикация. Результаты исследований и основные положения диссертационной работы опубликованы в монографии, книгах, учебных пособиях, брошюрах и научных статьях общим объемом более 70 п.л.

Структура и объем диссертации. Диссертационная работа состоит из введения, шести глав, заключения, списка использованной литературы, содержит 38 таблиц и 22 рисунка.

Основное содержание работы

Во введении обосновывается актуальность темы диссертации, формулируются цели и задачи исследования, определяется степень разработанности и научная новизна, раскрывается практическая и экономическая значимость работы, а также теоретические и методологические основы исследования, их апробация.

В первой главе «**Роль и значение товарного рынка в системе экономической конкуренции**» рассматривается экономическая сущность товарного рынка и его роль при формировании рыночной экономики в условиях переходного периода.

Экономическая теория рассматривает товарный рынок как совокупность товарного предложения и спроса. В действительности, содержание товарного рынка характеризуют две группы факторов: «рынокообразующие» и «рынкоактивизирующие». Рынокообразующие факторы или исторически фундаментальные основы товарного рынка – товарное предложение, спрос и территория.

Из трех рынокообразующих факторов два – товарное предложение и спрос – являются активными факторами, а территория – пассивным фактором. Действительно, территория остается неизменной, однако товарный рынок такой территории непрерывно и динамично преобразуется в пределах от прироста до снижения. В то же время пассивность территории при формировании рынка сохраняется лишь при неизменности площади территории, поскольку даже незначительное изменение площади непременно приводит к изменениям параметров товарного рынка. Следовательно, состояние товарного рынка характеризуется и оценивается соотношением спроса и предложения товаров на неизменной площади территории. Рынкоактивизирующие факторы товарного рынка или факторы, связующие и активизирующие рынокообразующие: в процессе формирования рынка – коммерция, а затем, в процессе развития рынка – коммерция и конкуренция. При этом коммерция является не только связующим фактором, но одновременно и участником формирования товарного предложения, организуя поступление на рынок импортных товаров, и формирования спроса, организуя рекламную деятельность.

Что значит товарный рынок для Кыргызской Республики? На товарном рынке республики в коммерции занято около 300 тыс. жителей, уступая по численности лишь сфере сельхозпроизводства. Если в советский период соотношение между занятыми коммерцией на товарном рынке и занятыми в сфере товарного производства было 1:5, то в настоящее время оно составляет 1:1,3. Рынок, в результате наполнения отечественными и импортными товарами, обеспечивает удовлетворение спроса всех социальных категорий населения. В настоящее время, по нашим расчетам, рынок республики обеспечивает 100% удовлетворения спроса населения непродовольственными товарами, в том числе примерно 80% импортными, и 70% продовольственными товарами, в том числе примерно 55% импортными. Товарный рынок республики является весьма существенным источником поступления средств в

государственный и местные бюджеты: таможенные платежи, налог с прибыли, НДС, подоходный налог, стоимость коммерческих патентов, местные налоги. По существу, в условиях отсутствия развитого отечественного товарного производства в Кыргызстане участники розничного товарного рынка (коммерция) стали важнейшим источником пополнения бюджета страны. Рынок страны обеспечивает преобладающую массу денежного оборота. Товарный рынок переходной экономики, при успешном формировании, становится новым фактором привлечения на рынок зарубежных предпринимателей и покупателей товаров. На рынке Кыргызстана приобретают товары жители России, Казахстана, Узбекистана, Таджикистана, Китая и других стран, а зарубежные предприниматели организуют коммерческую деятельность товарами, произведенными в своих странах. Тем самым страна получает дополнительный приток товаров и денежных средств.

Рынок активизирует деятельность товаропроизводителей, ускоряя реализацию продукции и формируя покупательский спрос на эти товары. Начиная с переходного этапа товарный рынок служит чувствительным индикатором экономики страны: по источникам товарного предложения на рынке можно определить состояние отечественного товарного производства; по соотношению на рынке импортных и отечественных товаров можно определить уровень отечественного производства; по соотношению на рынке товаров промышленного или сельского производства можно определить уровень индустриализации экономики страны; по потребительским свойствам отечественных товаров - состояние производственной технологии; по темпам изменения розничных и оптовых цен на рынке - показатель инфляции; по разнообразию цен продажи товаров - состояние конкуренции на рынке; по соотношению объемов спроса и товарного предложения - определить объем и емкость рынка и тем самым оценить коммерческое состояние товарного рынка.

Во второй главе «Теоретико-методологические подходы к анализу и оценке товарного рынка» рассматриваются теоретические основы и тенденции развития товарного рынка, методологические и методические приемы формирования рынка.

Если учесть, что товарный рынок представляет собою пространство, заполняемое товарным предложением и спросом, то его параметры, соответственно, должны оцениваться определенными показателями. Экономисты, специализирующиеся в области товарного рынка, рассматривая параметры рынка, используют термины «емкость» и «объем» товарного рынка, но рассматриваются они как адекватные категории рынка. Такой подход по смещению двух терминов имеет достаточно длительную историю.

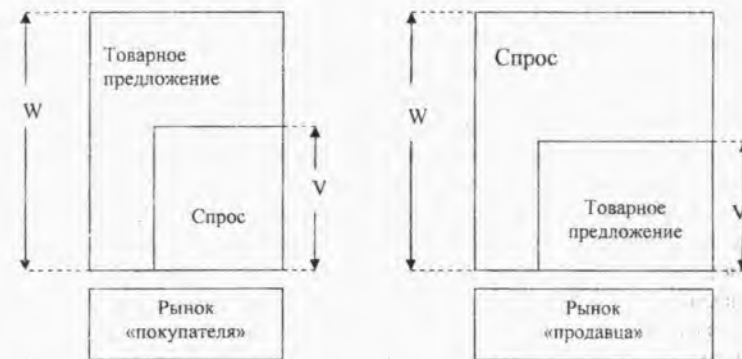
Как нам представляется, термины «емкость рынка» и «объем рынка» имеют разные определения, так как они обладают отличными характеристиками и содержанием. Термины «емкость» и «объем» товарного рынка, имея разные значения, характеризуют два состояния одного рынка.

Поскольку по категориям «объем» и «емкость» товарного рынка нет определенности, а мы делаем такое заключение на основе изучения научных трудов известных отечественных и зарубежных ученых- экономистов, то мы

предлагаем использовать обе категории, что позволит правильно оценить параметры, а также функциональное состояние товарного рынка:

- 1) емкость товарного рынка;
- 2) объем товарного рынка.

Емкость товарного рынка характеризует потенциальный объем рынка по товарному предложению или спросу, тогда как объем рынка определяется совмещением предложения и спроса (см. рисунок).



Емкость и объем товарного рынка:
 W – емкость рынка, V – объем рынка

В условиях рынка покупателя емкость рынка определяется по величине товарного предложения, на рынке продавца - спроса. В любом случае, величина емкости всегда превышает величину объема рынка. Исходя из такого вывода, мы предлагаем сформулировать экономический закон превышения показателя емкости товарного рынка к показателю его объема, т.е.

$$W > V, \quad (1)$$

поскольку

$$W = V + V(x - 1), \quad (2)$$

$V(x-1)$ - показатель недостающей доли объема товарного рынка к его емкости. Например, емкость рынка (W) составляет 100 тыс. сом., а фактически объем (V) равен 75 тыс. сом., то

$$x = 100 \text{ тыс. сом.} : 75 \text{ тыс. сом.} = 1,33$$

следовательно,

$$100 \text{ тыс. сом.} = 75 \text{ тыс. сом.} + 75 \text{ тыс. сом.} (1,33 - 1),$$

величина 75 тыс. сом. ($1,33 - 1$) или 27,75 тыс. сом. и есть недостающая доля объема товарного рынка к его емкости, т.е.

$$100 \text{ тыс. сом. } (W) = 75 \text{ тыс. сом. } (V) + 27,75 \text{ тыс. сом.}(x-1)$$

Мы рассматриваем соотношение показателей емкости и объема товарного рынка как результат коммерческой активности рынка, который мы предлагаем оценить коэффициентом коммерческой активности товарного рынка:

$$K_{ка} = W : V, \quad (3)$$

значение которого может быть от $> - 1$ (рынок продавца) до $> +1$ (рынок покупателя).

Емкость товарного рынка имеет два содержания. Первое заключается в том, что определяется предельная величина рынка, на уровне которого теоретически может быть равновесие между обоими факторами формирования рынка. Знание предельной величины товарного рынка позволяет мобилизовать усилия и ресурсы, достаточные для достижения предельной величины рынка. Второе содержание емкости товарного рынка состоит в том, что предельный показатель объема товарного предложения или спроса позволяет установить возможные товарные потери, при емкости по предложению, когда часть товаров не найдет сбыта или денежных средств, при емкости рынка по спросу, когда часть денег не будет вовлечена в товарно-денежный оборот.

В зависимости от соотношения товарного предложения и спроса предлагается состояние товарного рынка разграничить на четыре уровня:

- 1) слаборазвитый;
- 2) развивающийся;
- 3) развитый;
- 4) гиперразвитый.

Слаборазвитый товарный рынок: величина спроса на рынке превышает в 1,5 и более раз величину товарного предложения:

$$K_{ка} = > -1,5), \text{ то есть } W \text{ т.р.} = V \text{ с. или } 1,5 \text{ и более } V \text{ т.п.,}$$

где $W \text{ т.р.}$ – емкость товарного рынка;

$V \text{ с.}$ – величина спроса;

$V \text{ т.п.}$ – величина товарного предложения.

В условиях слаборазвитого товарного рынка отечественных товаров катастрофически недостаточно в товарном предложении на рынке; местные товарные рынки преимущественно наполняются привозными товарами, в особенности товарами зарубежного производства; цены реализации отечественных, в особенности импортных товаров, высокие; спрос, в результате невозможности удовлетворения на местном рынке, перемещается на рынки других территорий, в том числе зарубежные.

Развивающийся товарный рынок: величина спроса на рынке превышает от 1,5 до простого превышения показателя товарного предложения, то есть:

$$W \text{ т.р.} = V \text{ с., или от } 1,1 \text{ до } 1,5 \text{ } V \text{ т.п.}$$

В условиях развивающегося товарного рынка происходит наполнение товарного рынка отечественными товарами; отечественные товары оцениваются достаточно приличными качественными и потребительскими параметрами; цены реализации товаров ниже предыдущего состояния

товарного рынка, но все же выше приемлемого значения для массового покупателя; часть спроса перемещается на другие товарные рынки, преимущественно на зарубежные или центры страны; растут объемы отечественного товарного производства.

Развитый товарный рынок: показатель товарного предложения превышает величину спроса, в пределах от простого превышения до 1,5 раз, то есть:

$$W \text{ т.р.} = V \text{ т.п., или от } 1,1 \text{ до } 1,5 \text{ } V \text{ с.}$$

В условиях развитого товарного рынка спрос полностью, то есть по ценовым, качественным и потребительским параметрам, удовлетворяется на местном товарном рынке; преобладающая доля спроса удовлетворяется на рынке товарами отечественного производства; формируется конкуренция, выполняющая регулируемую функцию товарного рынка.

Гиперразвитый товарный рынок: величина товарного предложения на рынке в 1,5 и более раз превышает показатель спроса, то есть:

$$W \text{ т.р.} = V \text{ т.п. или более } 1,5 \text{ } V \text{ с } (K_{ка} = > + 1,5),$$

В условиях гиперразвитого товарного рынка: отечественное товарное производство достигает высокого уровня развития по всем параметрам: объему выпуска продукции, качественным и потребительским; отечественные товары интенсивно экспортируются; товарный рынок ограничивает поступление импортных товаров; конкуренция выступает как действенный инструмент регулирования поведения участников товарного рынка и самого товарного рынка в целом.

Рассмотрим состояние товарного рынка в Кыргызстане в 2004 и в 2006 г г. В 2004 г рынок по состоянию показателей товарного предложения, способного удовлетворить спрос покупателей, можно определить как слаборазвитый. Такое определение подтверждается следующими данными: показатель спроса, был определен расчетным путем, по официальным данным Нацстаткома КР, и на территории республики в 2004 г. составил около 87,5 млрд. сом. Показатель товарного предложения нами рассчитан сложением объема розничной продажи товаров и товарных запасов на конец года. В 2004 г. показатель товарного предложения рынку составил 47,1 млрд. сом. Следовательно, в 2004 г. сумма спроса в 87,5 млрд. сом. превысила сумму товарного предложения в 1,85 раза, то есть:

$$W \text{ т.р.} = V \text{ с. } (87,5 \text{ млрд. сом. }), \text{ или } 1,85 \text{ } V \text{ т.п.,}$$

если учесть, что $V \text{ т.п.} = 47,1 \text{ млрд. сом.}$

В 2006г. объем спроса составил 115,9 млрд. сом. Объем товарного предложения составил 69 млрд. сом. Следовательно, в 2006г. спрос на рынке превысил товарное предложение в 1,67 раза:

$$W \text{ т.р.} = V \text{ с. } (115,9 \text{ млрд. сом.}) : V \text{ т.п. } (69 \text{ млрд. сом.}) = 1,67 \text{ раза}$$

Таким образом, товарный рынок Кыргызстана характеризуется как слаборазвитый рынок, на котором емкость рынка по спросу ($W \text{ с.}$) в 1,85 в 2004 г. и в 1,67 раза в 2006 г. превысила объем рынка ($V \text{ т.п.}$).

Когда методические основы формирования рынка хорошо разработаны и правильно претворяются в практической деятельности, то организация работы товарного рынка происходит с оптимальными затратами времени, средств и

ресурсов и, наоборот, без методических основ сформировать устойчиво действующий товарный рынок невозможно, к тому же в этом случае неизбежны значительные потери и чрезмерные затраты. Между тем независимо от особенностей организации и функционирования товарного рынка, — это одновременное или параллельное формирование товарного предложения и покупательского спроса, а также связующего звена между ними, состоящего из торговли и конкуренции.

В действительности, в особенности в условиях свободного предпринимательства, действуют многочисленные факторы, оказывающие в большей или меньшей степени влияние на формирование и состояние товарного рынка: правовое регулирование, налогообложение, система кредитования, управление рыночными процессами, профессиональная подготовленность населения и т.д. Однако рассмотрению, изучению и решению, подлежат прежде всего основополагающие факторы, от правильного методологического формирования которых зависит успешное функционирование товарного рынка:

- 1) предложение товаров;
- 2) спрос;
- 3) коммерция (коммерческая деятельность);
- 4) конкуренция.

В третьей главе «Экономические условия формирования и развития товарного рынка в Кыргызской Республике» рассматриваются факторы, влияющие на формирование спроса и товарного предложения, результаты комплексного анализа товарного рынка республики и особенности региональных рынков страны.

Какие факторы и каким образом они действуют на формирование товарного рынка определяется тем, какая существует зависимость между признаками, составляющими товарный рынок, и факторами их формирующими. Такая зависимость, как нам представляется, может быть двух вариантов:

- 1) в зависимости от состояния регулирования товарного рынка;
- 2) в зависимости от пропорции на рынке соотношения товарного предложения и спроса.

В зависимости от состояния государственного регулирования формирование товарного предложения и спроса, исходя из мирового опыта, происходило и происходит тремя способами:

- 1) стихийное формирование;
- 2) стихийно — регулируемое формирование;
- 3) регулируемое формирование.

При стихийном формировании рынокообразующих факторов товарного предложения и спроса, а по этому пути прошли все экономически развитые государства Западной Европы и США, эволюционный процесс охватил период в 250-300 лет. По второму направлению, то есть по пути стихийно-регулируемого формирования рынокообразующих факторов, были предприняты усилия в послевоенной ФРГ и Японии (20—25 лет). По третьему направлению, то

есть путем регулирования формирования рынокообразующих факторов, были предприняты решительные действия в Китайской Народной Республике, что позволило стране в течение 15 лет добиться впечатляющих результатов по развитию товарного производства и росту покупательной способности населения.

Необходимость такой предварительной классификации участия (неучастия) государства в формировании товарного предложения и спроса, с позиций формирования и развития товарного рынка, объясняется следующим образом:

при стихийном процессе формирования рынокообразующих параметров товарного рынка нет необходимости выделять какие-либо факторы, поскольку они не подвергаются государственному регулированию;

при стихийно-регулируемом процессе формирования рынокообразующих параметров товарного рынка государство из всей совокупности факторов, регулирует лишь отдельные из них, которые определяют действие на формирование;

при регулируемом процессе формирования рынокообразующих факторов государство регулирует все или преобладающую часть формирующих факторов.

В условиях сформировавшегося товарного рынка пропорции рынокообразующих параметров могут быть в пределах от превышения спроса над товарным предложением, относительного равенства между ними и до превышения товарного предложения над спросом. Соответственно, состоянию пропорции товарного предложения и спроса, прежде всего, подлежат рассмотрению и развитию факторы, формирующие категорию рынка, уступающей в пропорции. Если товарный рынок характеризуется как рынок продавца, то первоочередному регулированию подлежат факторы, формирующие товарное предложение. При рынке покупателя регулированию подлежат факторы, формирующие спрос.

В условиях трансформации экономики, в частности в Кыргызстане, когда розничный товарный рынок оценивается как слоборазвитый рынок продавца, то первоочередному регулированию подлежат факторы, формирующие товарное предложение рынку (факторы товарного производства). Товарное производство обеспечивает товарами внутренний рынок и экспортирование за рубеж, поступление в страну валюты, пополнение государственного бюджета, приличные доходы персонала, решение социальных вопросов трудового коллектива производственных предприятий.

Процесс достижения преобладания на рынке товарного предложения, как было обнаружено, может быть двух вариантов:

- последовательным;
- радикальным.

При последовательном (в пределах 15—20 и более лет) достижении преобладания на рынке товарного предложения над спросом сам процесс такого формирования осуществляется на планомерном, постепенном и предсказуемом продвижении вперед, разрешая очередные задачи развития

товарного предложения, разумно распределяя и используя ресурсы и потенциал страны. Именно таким путем развивается товарное предложение в Китае, безусловные успехи которого очевидны. Этот вариант развития товарного предложения для Кыргызстана, пожалуй, предпочтительнее остальных.

При радикальном (в пределах 5–10 лет) достижении преобладания товарного предложения на рынке потребуются колоссальные совокупные издержки государства, понимание этого и напряжение всего населения. Мало найдется в мире стран, способных реализовать такой вариант формирования товарного предложения внутреннему рынку.

Товарный рынок Кыргызстана, как и рынок любого территориального образования, характеризуется совокупностью товарных групп, реализация которых на рынке чрезвычайно динамична. Следовательно, при изучении состояния товарного рынка исходим из необходимости получить ответы на следующие вопросы:

- 1) Какова динамика товарного рынка и происходящих на нем изменений?;
- 2) Какие факторы воздействуют на динамику товарного рынка?

Динамика объема товарного рынка определена в соответствии с официальными данными Нацстаткома Кыргызской Республики. При этом под показателем товарного рынка или, точнее, рынка потребительских товаров республики, в сумме рассматриваются статистические данные по розничной реализации товаров. Мы осознаем, что фактическая реализация товаров в розничной торговой сети превышает официальные отчетные данные, но эта разница между фактическим и статистическим объемами нигде не регистрируется и потому оперировать ими невозможно. Нами приведены данные, характеризующие состояние товарного рынка Кыргызстана за постсоветский период, с ввода в 1993 г. собственной валюты (сому). Период 1994–2006 г.г. был разделен на четыре оценочных года:

1) 1994 г. был первым полновесным годом после введения республикой собственной валюты;

2) 1999 г. был первым годом после известных финансовых потрясений по республикам СНГ, в 1998 г.;

3) 2003 г., с которого начинается период стабилизации экономики Кыргызстана;

4) 2006 г. - последний год, по которому есть официальные статистические данные по республике.

За период с 1994 по 2006 годы прирост оборота розничной торговли республики составил 61123,4 млн. сом. Среднегодовой прирост реализации составил 5093,6 млн. сом. Однако показатели среднегодового прироста розничной реализации по отдельным периодам были различны. Между 1999 и 1994 г.г. среднегодовой прирост розничной продажи товаров по республике составил 3192,2 млрд. сом., 1999–2003 годы – 4209,1 млрд. сом. и в 2003–2006 годы – 9775,2 млн. сом. Таким образом, в республике наблюдается позитивная тенденция нарастающего прироста розничной реализации товаров, что, безусловно, характеризует улучшение экономического состояния товарного рынка республики. Еще одно подтверждение такого вывода исходит из

показателей индексов розничных цен. Так, за период 1994–1999 г.г. индексы по отношению к предыдущему году составили в пределах: максимальный показатель – 135,9% в 1999 г. и минимальный – 110,5% в 1998 г.; за период 2000–2003 годы индексы составили: максимальный – 118,7% в 2000 г. и минимальный – 101,9% в 2002 году; в 2004 – 2006 г.г. максимальный показатель составил в 2006 г. – 105,1% и минимальный в 2004 г. – 102,8%. Следовательно, прирост реализации товаров в республике за рассматриваемый период происходил путем увеличения физического количества продажи товаров, хотя в девятилетние годы розничные цены росли довольно интенсивно. Однако то, что индексы розничных цен в республике изменяются непоследовательно и рывками – от 135,9% до 110,5%; в следующем периоде от 118,7% до 102%, затем от 102,8% до 105,1% характеризует отсутствие стабильности в области розничного ценообразования, что чрезвычайно негативно отражается на удовлетворении покупательского спроса и, соответственно, на состоянии розничной реализации товаров.

Рассмотрим товарную структуру розничного товарооборота республики. Поскольку только с 1997 г. Нацстатком КР публикует развернутую товарную структуру розничной реализации товаров, то, соответственно, мы анализируем данные двух статсборников (Потребительский рынок КР 1997–2001 и 2002 – 2006 г.г.) (см. таблицу 1).

Таблица 1

**Товарная структура розничного оборота Кыргызстана
в 1997 – 2006 гг**

(млн. сом.)

Товар	1997 г.	2001 г.	2001 г.	2006 г.	2006 г.	2006 г.
			к 1997 г., в %		к 1997 г., в %	к 2001 г., в %
Продовольственные	6852,6	17218,5	251,2	37067,2	540,9	215,2
Мясо и мясопродукты	1123,4	3034,6	270,1	6150,2	547,4	202,6
Масло животное	249,1	409,5	164,3	958,4	384,7	234,2
Масло растительное	140,8	334,5	237,4	1373,4	975,4	410,5
Молоко и молпродукты	199,2	448,2	225,0	1361,3	683,3	303,7
Сахар	368,6	818,4	222,0	1662,1	450,9	203,0
Мука, хлеб	1362,3	3902,4	286,4	8288,0	608,3	212,3
Картофель	84,7	246,3	290,8	925,0	1092,0	375,5
Алкогольные напитки	1043,9	3174,9	304,1	5130,5	491,4	161,5
Непродовольственные	6723,4	15208,1	226,2	33808,4	502,8	222,3
Швейные изделия	678,3	1368,5	201,7	3263,2	481,0	238,4
Трикотажные изд.	340,7	855,7	251,1	2264,2	664,5	264,6
Мыло и моющие	180,6	388,5	215,1	968,9	536,4	249,3
Парф. – космет. изд.	74,1	146,1	197,1	233,6	315,2	159,8
Табачные изд.	464,0	1556,5	335,4	2641,8	569,3	169,7
Автомобили	1316,5	2482,6	188,5	4337,7	329,4	174,7
Строительные матер.	66,7	254,2	381,1	1462,6	2192,8	575,3
Обувь	724,7	1662,9	229,4	3253,2	448,9	195,6
Все товары	13376,0	32426,6	242,4	70875,6	529,8	218,5

По данным таблицы 1 можно сделать следующие выводы:

1. На товарном рынке Кыргызстана сохраняется тенденция опережающего роста реализации продовольственных товаров. Так за период с 1997 по 2006 годы рост продажи продовольственных товаров составил 540,9%, тогда как по реализации непродовольственных товаров – 502,8%, что не лучшим образом характеризует состояние товарного рынка.

2. В составе продовольственных товаров наименее полезны для питания мука, хлеб, картофель и алкогольные напитки. В условиях здорового питания реализация перечисленных товаров не должна расти высокими темпами. Мы же наблюдаем в республике опережающий рост продажи на рынке этих товаров. Так, за период 1997-2006 гг. рост их реализации составил 575,8%, при общем росте реализации продовольственных товаров 540,9%, что также не лучшим образом характеризует состояние товарного рынка республики.

3. В 1997 г. удельный вес реализации муки, хлеба, картофеля и алкогольных напитков к общей сумме реализации продовольственных товаров составил 36,3%, в 2006 г. – 38,7%, что дополнительно негативно характеризует состояние товарного рынка республики.

4. По данным табл. 1 за рассматриваемый период происходят и очевидные позитивные изменения товарного рынка. Так, по отношению к 1997 г. в 2001 г. разница между приростами реализации продовольственных (151,2%) и непродовольственных (126,2%) товаров составила 25%, то в 2006 г. по отношению к 2001 г. наблюдается превышение прироста реализации непродовольственных товаров в 7,1% (122,3% - 115,2%). Следовательно, при сохранении такой тенденции в перспективе объемы реализации непродовольственных товаров должны превысить объемы продажи продовольственных товаров.

Далее, рассмотрим состояние товарного рынка республики по признаку реализации отдельных товаров в единицах измерения. Ограниченность таких показателей (отдельных товаров) объясняется тем, что оперировать можно лишь официальными данными, а такие данные Национальный статистический комитет Кыргызской Республики сообщает по ограниченному перечню товаров в годовой публикации («Потребительский рынок Кыргызской Республики» 1997 – 2001 и 2002 – 2006 годы). Вместе с тем и по перечню товаров по данным Нацстаткома КР можно сделать обоснованные выводы по оценке состояния товарного рынка республики, установить тенденцию реализации отдельных товаров в физических единицах, если она прослеживается (табл. 2).

Если учесть, что за рассматриваемый период рост суммарного розничного товарооборота в 2001 г. по отношению к 1997 г. составил 238,9% и в 2006 г. по отношению к 2001 г. составил 218,5%, то данные табл. 2 характеризуют существенно уступающие темпы развития товарного рынка республики по продаже товаров в натуральных единицах измерения.

Второй вывод по данным таблицы 2 – поскольку темпы роста продажи товаров в сумме намного превышают темпы роста продажи товаров в

Таблица 2

Продажа товаров в единицах измерения

Товар	1997 г.	2001 г.	2001 г. в % к 1997 г.	2006 г.	2006 г. в % к 2001 г.
Мясо и птица, тыс. т	26,5	29,0	109,4	30,3	104,4
Масло животное, тыс. т	4,6	4,9	106,5	5,1	104,0
Масло растительное, тыс. т	9,6	11,6	120,8	16,4	141,3
Яйца, млн. шт.	36,9	39,1	105,9	36,5	93,3
Сахар, тыс. т	35,7	39,1	109,5	43,0	109,9
Кондитер. изделия, тыс. т	16,5	18,4	111,5	22,8	123,9
Хлебные продукты (в пересчете на муку), тыс. т	358,1	569,0	158,8	647,4	113,7
Картофель, тыс. т	20,0	21,0	105,0	19,9	94,7
Овощи, тыс. т	60,0	66,5	110,8	57,3	86,1
Фрукты, тыс. т	12,0	14,2	118,3	22,8	160,5
Телевизоры, тыс. шт.	5,6	6,5	116,0	8,8	135,3
Холодильники, тыс. шт.	3,5	5,8	165,7	8,8	151,7
Стир. машины, тыс. шт.	7,2	7,5	104,1	8,3	110,6
Электропылесосы, тыс. шт.	2,2	2,4	109,1	2,7	112,5
Автомобили, тыс. шт.	45,2	43,1	95,3	56,4	130,8

натуральном измерении, то это происходит по причине приличной инфляции и повышения розничных цен. Несколько подтверждающих примеров. В 2001 г. по отношению к 1997 г. рост реализации составил:

мяса в сумме – 251,7% (табл. 1), в весе – 104,4%;
 масла животного в сумме – 164,3%, в весе – 106,5%;
 сахара в сумме – 222,0% и в весе – 109,5%.

В 2006 г. по отношению к 2001 г. рост продажи составил:
 мяса в сумме – 202,6%, в весе – 104,4%;
 масла животного в сумме – 234,2%, в весе – 104,0%;
 сахара в сумме – 203,0%, в весе – 109,9%.

При анализе состояния товарного рынка Кыргызстана особый интерес представляет соотношение в розничной реализации товаров отечественного производства и поступающих по импорту. Было специально отобрано несколько товарных групп, которые производятся сельскохозяйственными и промышленными предприятиями республики. Отобранные товарные группы являются весьма важными в потреблении населением республики. Производство этих товаров достаточно обеспечено сырьевыми ресурсами страны. В таблице 3 приведены данные, характеризующие удельный вес товаров отечественного производства в объеме продажи этих товаров в натуральных единицах измерения, за исключением швейных товаров, которые указаны в сумме. Показатели по продаже и поставкам товаров приводятся по официально опубликованным данным Нацстаткома КР («Потребительский рынок КР», 1997 – 2001 гг., 2002 – 2006 гг.).

Данные таблицы 3 позволяют сделать следующие выводы:

Таблица 3

Удельный вес отечественных товаров в реализации отдельных товаров на потребительском рынке Кыргызстана

Товар	1997 г.	2001 г.	2001 г. в % к 1997 г.	2006 г.	2006 г. в % к 2001 г.
Мясопродукты, тыс.т:					
продажа	26,5	29,0	109,4	30,3	104,4
поставки	16,0	18,9	118,1	19,6	103,7
уд. вес поставки, в %	60,3	65,1		64,6	
Масло живот., тыс.т:					
продажа	4,6	4,9	106,5	5,1	104,0
поставки	1,14	1,18	103,5	1,25	105,9
уд. вес поставки, в %	24,7	24,0		24,5	
Масло растит., тыс. г.					
продажа	9,6	11,6	120,8	16,4	141,3
поставки	2,9	2,6	89,6	2,56	98,4
уд. вес поставки, в %	30,2	22,4		15,6	
Сахар, тыс.т:					
продажа	35,7	39,1	109,5	43,0	109,9
поставки	37,6	36,4	96,8	5,4	148,3
уд. вес поставки, в %	105,3	93,0		12,5	
Яйца, млн. шт:					
продажа	36,9	39,1	105,9	36,5	93,3
поставки	9,4	11,8	125,5	15,0	127,1
уд. вес поставки, в %	25,4	30,1		41,0	
Швейные изд., млн. сом:					
продажа	678,3	1368,5	201,7	2790,7	203,9
поставки	39,5	27,7	70,1	7,0	25,2
уд. вес поставки, в %	5,8	2,0		0,25	

1. Даже по тем товарам, производство которых в республике сформировалось в советский период, когда республика производила продукцию, достаточную для внутриреспубликанской реализации и поставкам в республики СССР, обеспечение розничной торговли товарами отечественного производства совершенно неудовлетворительное. Нельзя понять и объяснить такое положение, когда аграрная страна не в состоянии обеспечить розничную торговлю собственной продукцией.

2. Существует граница продовольственной безопасности государства, когда доля импортного продовольствия в розничной торговле не может превысить 70% товарооборота. У нас, как видно из данных табл. 3, порог в 70% превысили уже в 2006 г. по доле импорта в розничном обороте масла животного и растительного, сахара.

3. Очевидная негативность обеспечения розничного оборота отечественными товарами состоит и в том, что за период с 1997 по 2006 г. наблюдается тенденция снижения доли отечественных товаров в розничной торговле:

масла животного – с 24,7% в 1997 г. до 24,5% в 2006 г.;
 масла растительного – с 30,2% в 1997 г. до 15,6% в 2006 г.;
 швейных изделий – с 5,8% в 1997 г. до 0,25% в 2006 г.

4. По мясопродуктам доля отечественной продукции в розничной торговле, в течение рассматриваемого периода, составила 60,3% в 1997 г., 65,1% в 2001 г. и 64,6% в 2006 г., что не столь тревожно, как показатели по животному и растительному маслам. Однако и эти показатели нельзя признать удовлетворительными, поскольку Кыргызстан был и остается республикой с животноводческой специализацией сельского хозяйства.

5. По существу, наша республика, при увеличении доли импортных товаров в объеме розничного оборота, финансирует развитие зарубежного товарного производства. Официальные статистические данные, характеризующие производство и импорт товаров, ограничены лишь несколькими видами продукции, тем не менее, и по ним можно отследить соотношение импорта и отечественного производства. Пива в 2001 г. было изготовлено в республике 871,1 тыс. декалитров (т. дал) и поступило по импорту 761,9 т. дал, что составило 87,4% к объему отечественного производства; в 2006 г. было произведено 1094,7 т. дал, поступило в страну по импорту 2453,1 т. дал, что составило 224,0% к объему собственного производства страны. Очевидное ухудшение положения. Показатель 2001 г. должен был вызвать обеспокоенность состоянием обеспечения рынка отечественной продукцией, а показатель 2006 г. характеризует катастрофическое положение на рынке пивной продукции республики. По коньяку, в 2001 г. было выпущено в республике 20,7 т. дал, поступило по импорту 1,8 т. дал, доля импорта составила 8,7%; в 2006 г. у нас произведено 49,0 т. дал, поступило по импорту 21,7 т. дал, доля импорта – 44,2%, или очевидный высокий прирост доли импортного коньяка на рынке республики. Даже по водочной продукции, производство которой прилично представлено повсеместно по всей территории республики, доля импорта с 0,2% в 2001 г. выросла до 1,6% в 2006 г. И с экономических, и с социальных позиций для Кыргызстана было бы разумнее финансировать собственное производство республики.

Далее, проведем сравнительный анализ состояния реализации отдельных товаров на рынке потребительских товаров советского периода и суверенной республики. Для сопоставления используем данные 1975, 1985 и 2006 гг. (табл. 4). Данные реализации товаров в 1975 и 1985 годах взяты из статистического ежегодника ЦСУ Киргизской ССР «Народное хозяйство Киргизской ССР в 1985 г.».

Как видно (табл. 4), в 2006 г. реализация на рынке указанных пяти наименований продуктов питания по отношению к 1985 г., то есть к показателям 20-летней давности, составила 35,6% по мясопродуктам, 45,5% по животному маслу, 54% по сахару, 13,1% по яйцу и только по растительному маслу – 103,2%. Из пяти показателей по четырем реализация в 2006 г. была ниже показателей даже тридцатилетней давности. Вывод очевиден, товарный

рынок республики по состоянию реализации товаров все ещё прилично уступает данным советского периода экономики республики.

Реализация товаров

Таблица 4

Товар	(тыс. т)		
	1975 г.	1985 г.	2006 г.
Мясопродукты	85,3	85,0	30,3
Масло животное	7,5	11,2	5,1
Масло растительное	11,6	18,2	18,8
Сахар	72,4	79,8	43,1
Яйца, млн. шт	183,5	282,0	36,9

В чем причина очевидного негативного состояния товарного рынка Кыргызстана? Как нам представляется, причин тому несколько:

1. Формирование и функционирование товарного рынка республики происходит на стихийной основе. Фактор стихийности неизбежно приводит к перегибам и недостаткам в формировании и дальнейшем функционировании рынка.

2. В результате стихийного функционирования в составе товарного оборота рынка доля импортного товара превышает разумные границы, а по отдельным видам продовольствия уже превысила рамки продовольственной безопасности республики. Следовательно, вместо того, чтобы финансировать отечественное товарное производство, мы нарастающими темпами финансируем зарубежных товаропроизводителей.

3. Похоже на то, что в республике отсутствует понимание того, что товарный рынок, по существу, является индикатором экономики страны и уровня жизни населения, и как индикатор он у нас не отслеживается и не используется при планировании развития экономики страны, составлении государственных программ развития отдельных её отраслей.

4. В республике отсутствует целевая государственная программа целенаправленного развития внутреннего товарного рынка: по объему, товарной структуре, физическим показателям, соотношению на рынке товаров отечественного и зарубежного производства.

5. Непонятно, какой в Кыргызстане государственный орган управления, каковы его функции и полномочия и каким образом этот орган должен заниматься решением проблем товарного рынка республики.

Республиканский товарный рынок – это сумма региональных рынков. Рассмотрим состояние рынка потребительских товаров Чуйской, Таласской, Ысыккольской, Нарынской, Ошской, Жалалабатской, Баткенской областей, городов Бишкек и Ош по динамике розничного товарооборота, включая общественное питание, по регионам (табл. 5). Расчеты сделаны здесь и по следующим таблицам по данным сборника Нацстаткома КР «Потребительский рынок КР 2000–2005, 2002–2006гг.» - Бишкек, 2006, 2007. Как видно из данных таблицы 5, в 2003 г. по отношению к 2001 г. прирост розничной

Таблица 5

Динамика розничного товарооборота по регионам

(млн. сом)

Регионы КР	2001 г.	2003 г.	2003 г. в % к 2001 г.	2006 г.	2006 г. в % к 2003 г.
Кыргызская Республика	32426,6	40205,4	123,9	70875,6	176,2
Баткентская обл.	1059,1	1329,6	125,5	2258,8	169,9
Жалалабатская обл.	2392,4	2994,6	125,1	6419,2	214,3
Ысыккольская обл.	2047,1	2387,0	116,6	3645,3	152,7
Нарынская обл.	665,2	755,3	113,5	1232,2	163,1
Ошская обл.	2585,7	3410,1	131,8	5252,9	154,0
Таласская обл.	656,3	855,8	130,3	1614,2	188,6
Чуйская обл.	7305,2	7848,8	107,4	12575,7	160,2
г. Бишкек	11936,2	16035,4	134,3	31433,1	196,0
г. Ош	3779,4	4588,8	121,4	6444,2	140,4

реализации товаров составил по республике 23,9%, из 9 регионов 5 добились прироста превышающего общереспубликанский: Баткентская область - 25,5%, Жалалабатская - 25,1, Ошская - 31,8, Таласская - 30,3 и Бишкек - 34,3%. В 2006 г. по отношению к 2003 г. превышения общереспубликанского прироста реализации товаров в 76,2% добились лишь три региона из десяти: Жалалабатская область - 114,3%, Таласская - 88,6 и Бишкек - 96,0%. По существу, как в 2003 г. по отношению к 2001 г., так и в 2006 г. по отношению к 2003 г. более половины прироста розничного оборота было достигнуто за счет прироста реализации товаров в столице, в 2003 г. из суммы прироста по республике в 7778,8 млн. сом. прирост Бишкека составил 4099,2 млн. сом. или 52,6% и в 2006 г. по отношению к 2003 г. из прироста в 30670,2 млн. сом. доля Бишкека составила 15397,7 млн. сом. или 50,2%. Высокие показатели прироста продажи товаров в Бишкеке объясняются тем, что столица интенсивно пополняется внутриреспубликанскими мигрантами, а также более высокими доходами горожан.

Большой разрыв между показателями прироста продажи товаров по регионам республики (от 7,4% по Чуйской области и до 34,3% по Бишкеку в 2003 г. и от 40,4% по г. Ош и до 114,3% по Жалалабатской области в 2006 г. по отношению к 2003 г., можно объяснить следующими факторами:

1. В результате внутренней и внешней миграции населения численность жителей Бишкека растет высокими темпами, а остальные территории теряют трудоспособное население, в особенности это относится к Нарынской и Ысыккольской областям.

2. Жители разных регионов республики обладают различной покупательной способностью. Понятно, что в Бишкеке самая высокая покупательная способность, поскольку здесь сосредоточены органы государственного управления, многочисленны чиновники, гости столицы, вращаются финансовые ресурсы страны. К тому же, трудоспособная часть жителей Бишкека, Ошской и Жалалабатской областей выезжают на заработки

в Россию, Казахстан или иные страны, в которых высокая оплата труда и возможность большую часть заработанных денег направлять домой родным. В то же время жители Нарынской и Ысыккольской областей преимущественно мигрируют в Бишкек, где возможности заработка весьма ограничены. Таким образом, если мигранты из южных областей и г. Бишкека, работающие за рубежом, способствуют повышению покупательной способности родственников, то мигранты северо-восточных областей республики лишены возможности финансовой поддержки родственников.

3. Как в целом по республике, так и по регионам функционирование товарного рынка происходит на стихийной основе, по существу, никто из региональных органов управления не занимается целевым регулированием рынка.

4. Поскольку темпы прироста реализации товаров по регионам страны различны, то из этого следует, что в большинстве областей есть приличные резервы по росту продажи потребительских товаров.

Далее, рассмотрим соотношение удельных весов населения и реализации товаров по регионам, чтобы определить, насколько между этими показателями существует соответствие. Такое сравнение позволяет определить материальный уровень жизни и потребление товаров населения по каждому региону, городам Бишкек и Ош. По нашим расчетным данным можно сделать следующие выводы:

1. В течение рассматриваемого периода из девяти регионов республики в шести (Баткентской, Жалалабатской, Ысыккольской, Нарынской, Ошской и Таласской областях) доли численности населения заметно превышают такой же показатель по реализации товаров, что из-за низкого уровня покупательной способности населения характеризует эти области как неблагополучные.

2. Из семи указанных неблагополучных областей особое беспокойство вызывают Жалалабатская и Ошская из-за чрезмерной разницы между двумя показателями доли. В 2001 г. по Жалалабатской области разница между удельным весом численности населения и удельным весом продажи товаров составила 11% (18,3%-7,3%) и по Ошской – 12% (19,9%-7,9%); в 2006 г. по Жалалабатской – 9,6% (18,7%-9,1%) и Ошской – 13% (20,4%-7,4%);

3. На трех территориях (Чуйская область, г. Бишкек и г. Ош) показатели удельных весов продажи товаров опережают данные удельных весов численности населения, что характеризует эти регионы республики, как благополучные.

4. Наибольшая разница между показателями удельных весов реализации товаров и численности населения была достигнута в столице. В 2001 г. разница составила 20,8% (36,8%-16%) и в 2006 г. – 27,6% (43,6%-16%). При этом разница 2006 г. превышает показатель 2001 г. на 6,8%, что, безусловно, позитивно характеризует состояние товарного рынка Бишкека. Однако именно по Бишкеку следует учесть то, что между статистическими и фактическими данными по численности городского населения остаются существенные расхождения. По отдельным оценкам расхождение составляет от 30 до 50%. К

тому же часть товаров в столице приобретают туристы, командированные лица и гости.

Рассмотрим состояние реализации на рынке товаров потребительского назначения по регионам на душу населения. Такой показатель характеризует состояние покупательной способности населения по регионам (табл. 6). По данным, приведенным в таблице 6, можно сделать следующие выводы: в 2001, 2003 и в 2006 г. только три региона (Чуйская область, города Бишкек и Ош) из девяти добились стабильного превышения показателя реализации товаров на душу населения выше среднего республиканского показателя; из девяти территорий страны в четырех (Баткентская, Жалалабатская, Нарынская и Ошская области) в течение анализируемого периода показатель реализации товаров на душу населения был более чем в два раза меньше среднего показателя по республике.

Таблица 6

Реализация товаров на душу населения по регионам республики
(сом)

Регионы КР	2001 г.	2003 г.	2003 г. в % к 2001 г.	2006 г.	2006 г. в % к 2001 г.
Кыргызская республика	6544	7979	121,9	13114	200,3
Баткентская область	2689	3290	122,3	5061	188,2
Жалалабатская область	2656	3230	121,6	6369	239,7
Ысыккольская область	4861	5626	115,7	8140	167,4
Нарынская область	2600	2882	110,8	4563	175,5
Ошская область	2647	3385	127,8	4789	180,9
Таласская область	3198	4081	127,7	7421	232,0
Чуйская область	9572	10420	108,8	16357	170,8
г. Бишкек	15033	20029	133,2	35721	237,6
г. Ош	15483	18363	118,6	24397	157,5

Таким образом, по данным табл. 6, все регионы, товарный рынок которых оценивается через показатель реализации товаров на душу населения, можно сгруппировать в четыре категории:

1 категория - это благополучные территории, когда показатели суммарного и процентного прироста продажи товаров на душу населения превышают показатели по республике. Таким требованиям соответствует лишь г. Бишкек;

2 категория – это относительно благополучные территории, у которых показатель реализации товаров на душу населения в сумме превышает республиканский, но при этом темпы прироста реализации отстают от темпов прироста по республике. К регионам второй категории следует отнести Чуйскую область и г. Ош;

3 категория – это относительно неблагополучные территории, по которым показатель реализации товаров на душу населения в сумме менее чем в два раза ниже республиканского. К числу относительно неблагополучных регионов следует отнести две области – Ысыккольскую и Таласскую;

4 категория – это неблагополучные территории, по которым показатель реализации товаров на душу населения в сумме в два и более раз ниже республиканского показателя. К этой категории территорий следует отнести Баткентскую, Жалалабатскую, Ошскую и особенно Нарынскую области.

Совершенно очевидно, что при необходимости целенаправленного развития товарного рынка по регионам начинать следует с территорий, отнесенных к 4-й категории, и далее – 3, 2-й и в заключение регионы 1-й категории.

В состав каждой области входят сельские районы (40) и города (20), столица республики с четырьмя городскими районами. Очевидно, что объем реализации товаров по региональным территориям, за исключением г. Ош, складывается из суммы продажи товаров по районам и городам. Поскольку показатели реализации товаров по территориям внутри регионов различны, то следует рассмотреть такой показатель, чтобы получить дополнительную характеристику региональных товарных рынков, выявить наиболее неблагополучные товарные рынки.

По данным Нацстаткома КР был рассчитан по областям и г. Бишкек средний показатель реализации товаров населению по районам и городам областного подчинения. Понятно, что по территориям регионов не могут быть одинаковыми показатели реализации товаров, поскольку в каждом районе или городе действуют объективные факторы, воздействующие на состояние покупательского спроса и покупательной способности населения. Вместе с тем не может и не должно быть столь контрастных различий реализации товаров между регионами, например, средний показатель продажи товаров по территориям Нарынской области (203,9 тыс. сом. в 2006 г.) в 5 раз ниже показателя Чуйской области (1033,5 тыс. сом.). Вызывает тревогу то, что в течение 2001-2006 гг. темпы прироста продажи по территориям регионов чрезмерно разнятся – от 148,9% по Бишкеку до 69,7% по Чуйской области, при республиканском показателе 137,5%. При этом показатели по пяти областям ниже республиканского показателя, и только по трем регионам (Жалалабатской, Таласской областям и г. Бишкек) прирост был выше. К сожалению, нет оснований надеяться на выравнивание темпов прироста реализации товаров по территориям регионов страны в ближайшее время, поскольку слишком большой разрыв между показателями по регионам республики.

В четвертой главе «Проблемы развития товарного предложения» анализируется состояние и рассматриваются методологические, а также прагматичные основы развития промышленного, сельскохозяйственного и индивидуального товарного производства в республике.

Насколько товарное предложение в Кыргызстане соответствует и способствует формированию полномасштабно функционирующего товарного рынка в республике? Так, в результате реализации программы PESAC, потери таковы, что и спустя почти 10 лет, в 2006 г. объем производства потребительских товаров по республике в отпускных ценах составил всего лишь 18414,4 млн. сом., тогда как объем розничного товарооборота составил

70875,6 млн. сом. Был взят за основу максимальный показатель розничной торговой наценки в размере 40%, но и тогда объем производства потребительских товаров, в том числе экспортируемых, в розничных ценах, составил бы 25780,1 млн. сом. (18414,4 млн. сом. x 1,4) или 36,3% по отношению к розничному обороту. Очевидно, собственное производство потребительских товаров не способствует формированию полномасштабного товарного рынка в республике.

Мы установили, что формирование товарного производства в условиях любых преобразований предполагает четыре варианта действий:

- 1) сохранение успешно действующих промышленных предприятий;
- 2) сохранение предприятий, при условии частичной модернизации;
- 3) ликвидация предприятий, как неспособных функционировать в современных условиях;
- 4) создание новых промышленных предприятий и производств, способных успешно работать в условиях текущей экономики.

При сопоставлении совокупных расходов создания нового производственного предприятия и обновления технологии производства соотношение их составляет 2-2,5 – 1. Соотношение времени строительства нового завода и обновления технологии производства составляет 3,5 – 1. Соотношение привлеченного персонала к созданию нового промышленного предприятия или обновлению технологии существующего предприятия составляет 5-7 – 1. Таким образом, производство новых товаров в экономическом, финансовом, социальном и техническом отношении предпочтительнее путем обновления технологии производства действующих предприятий.

По результатам опроса 47 руководителей и специалистов действующих промышленных производственных предприятий в 2005 г. на вопрос перечислить наиболее сдерживающие развитие производства факторы на первое место поставили проблему банковского кредита (45 из 47), на второе место – чрезмерное налогообложение (43 из 47).

Республиканская практика кредитования промышленных предприятий содержит три негативных последствия, а именно:

- высокая банковская ставка кредита;
- краткосрочность кредитования;
- отсутствие льготных условий кредитования приоритетных сфер

промышленного товарного производства.

В течение переходного этапа банковская ставка в республике с первоначальной 300-380% в год снизилась до текущей 18-22%. Если учесть, то обстоятельство, что рентабельность, по официальным данным Нацстаткома КР, в промышленности республики составила 15% в 2004 г., 3,4% в 2005 г. и была убыточна в 2006 г., и если учесть, что оборачиваемость оборотных средств составляет от 4 до 8 раз в год, то становится очевидным невозможность использования банковского кредита при финансировании текущего товарного производства. Следовательно, если учесть среднюю рентабельность в 6-8% и среднюю оборачиваемость средств до 6 раз в год, то приемлемой банковской

ставка для действующих предприятий Кыргызстана может быть в пределах 9-12% годовых. Такая величина может быть обоснована следующим образом. Всякое промышленное предприятие, в целях самосохранения, обязано не менее 75% объема прибыли направлять на укрепление и развитие. Так, если средняя рентабельность промышленности составит 6-8%, то на выплату процента по кредиту можно направить не более 25% прибыли. Следовательно, в лучшем случае, при восьмикратной оборачиваемости оборотных средств, получается следующий процентный по ставкам банка результат:

$$1,5 - 2\% \times 6 \text{ раз} = 9 - 12\%.$$

Между тем, в действительности, положение с банковским кредитованием еще хуже, поскольку нестабильная экономика и непредсказуемая динамика инфляции ограничивают сроки банковского кредитования от 1 до 6 месяцев. За столь короткий период времени в условиях промышленного предприятия очень сложно, а фактически невозможно эффективно использовать кредиты. Закупки сырья, его транспортировка, подготовка к переработке, технология изготовления, хранение готовой продукции и сбыт требуют достаточно много времени - от 4-5 до 8 и более месяцев. Следовательно, подъем промышленности совершенно невозможен, если не пересмотреть действующие сроки кредитования (до 6 месяцев) до приемлемых для производственных предприятий в 24-36 и более месяцев.

Существующие в Кыргызстане проблемы налогообложения промышленных предприятий можно объединить в две группы:

- 1) виды налогов;
- 2) ставки налогообложения.

Из видов налогов наибольшую озабоченность у товаропроизводителей вызывает налог на добавленную стоимость (НДС). По официальным статистическим данным, если все налоговые поступления в бюджет Кыргызстана взять за 100%, то за последние годы налог на добавочную стоимость устойчиво составляет в объеме налогов немногим менее 50%, а удельный вес подоходного налога за последние годы устойчиво сохраняется на уровне немногим более 10%. Очевидно, такие показатели налоговых поступлений в доходную часть государственного бюджета нельзя признать правильным решением. Соотношение налогов НДС и подоходного как 5:1 само по себе объясняет неразумность такого подхода к формированию источников налогообложения.

Налог на добавочную стоимость, совсем не случайно, во многих странах мира вовсе не введен. Что значит НДС в 20% в нашем государстве? Это значит, что цена реализации товара, если учесть, что доля продавца в розничной цене товара у нас составляет в среднем около 30%, то общая доля наценки, при НДС в 20%, в цене реализации товара составляет 56%, т.е. доля наценки составляет более половины оптовой цены товаропроизводителя. При таком подходе к формированию розничной цены лишь на отдельные товары, например, модные или новые, особых проблем со сбытом, скорее всего не будет, но когда такой подход применяется по отношению ко всем товарам, то тогда большая часть таких товаров становится малопривлекательным для

массового покупателя. Только за последние четыре года показатели НДС у нас выросли в 3,1 раза - с 2,9 в 2000 г. до 9,1 млрд. сом. в 2006 году, тогда как сумма подоходного налога за этот же период с 0,7 возросла до 1,8 млрд. сом. или в 2,5 раза. Таким образом, сохраняется тенденция преимущественного прироста НДС, что, естественно, вызывает тревогу, так как сохраняется опасность дальнейшего снижения конкурентоспособности отечественных товаров и ухудшения финансового положения наших товаропроизводителей. Такая опасность тем более очевидна, если сравнить темпы прироста производства товаров, значительно уступающих темпам прироста НДС. Для сравнения, НДС в Казахстане составляет 14%, в Российской Федерации - 18%.

По официальным статистическим данным Нацстаткома КР, сельское население республики в 2006 г. составило 3,3 млн. человек, или 64% от общей численности кыргызстанцев. Из 3,3 млн. жителей села 920 тыс. или около 28,0 процентов занято сельскохозяйственным производством. По состоянию на 1 января 2007 г. на долю сельхозпроизводства приходится 62,4% численности, прошедших государственную регистрацию хозяйствующих субъектов. Сельское хозяйство в 2006 г. произвело 62,8% ВВП республики. Занято трудом около 39% от общей численности трудящихся республики. Тем не менее, сельскохозяйственное производство не обеспечивает продукцией потребности страны, сырьем перерабатывающую промышленность. И тем самым не является надежным источником товарного предложения рынку. Между тем сельское хозяйство, в совокупности с перерабатывающей промышленностью, определяют состояние продовольственной безопасности государства (табл. 7). Расчеты выполнены по данным Нацстаткома КР.

Таблица 7

Потребление населением, минимальные нормы потребления и производство основных продуктов питания в Кыргызстане в 2006г.

Продукты питания	Потребление населением	Минимальные нормы		Производство		
		кол-во	в % к потреблению	кол-во	в % к потреблению	в % к миним. нормам
Хлебопродукты, тыс. т	946,6	462,7	48,9	1562,2	165,0	337,6
Картофель, тыс. т	541,8	297,6	54,9	1254,8	231,6	421,6
Овощи, бахчевые, тыс. т	379,8	780,3	205,4	859,0	226,1	110,0
Фрукты, ягоды, тыс. т	99,6	583,5	585,8	186,6	187,3	31,9
Мясо, мясопродукты, тыс. т	180,6	203,0	112,4	182,0	100,7	89,6
Молоко, молпродукты, тыс. т	959,0	959,0	100,0	1212,1	126,4	126,4
Яйца, млн. шт	305,1	861,2	282,2	343,2	112,4	39,8
Жиры растительные, тыс. т	24,9	49,8	200,0	15,0	60,2	30,1

Как видно из таблицы 7, по наиболее ценным для питания продуктам даже минимальные нормы потребления, а это не самые высокие показатели, не

обеспечиваются производством, в частности, по мясу на 10,4%, яйцу – 60,2%, жиру растительному – 69,9%. Еще хуже обстоит дело с потреблением этих продуктов населением. По наименее ценным в питании продуктам (хлебу и картофелю) потребление почти в два раза превышает минимальные нормы, тогда как по более ценным продуктам питания потребление ниже показателя минимальной нормы по овощам и бахчевым более чем в 2 раза, по фруктам и ягодам – почти в 6 раз, по яйцу – в 2,8 раза, жиру растительному – в 2 раза. По существу, по наиболее ценным в питании продуктам объем их производства в республике должен составить величину не менее показателя, рассчитанного по минимальным нормам питания населения.

По нашим расчетам, чтобы обеспечить рынок продуктами отечественного производства в 2010 г. и затем в 2015 г. потребуется произвести (тыс. т): овощей и бахчевых – 830 и 900, фруктов и ягод – 620 и 675, мяса и мясопродуктов – 215 и 235, растительного масла – 53 и 60, яиц – 915 и 1000 млн. шт.

До развала Советского Союза в сельском хозяйстве существовали две основные организационные формы товарного сельхозпроизводства: колхозы и совхозы, которые более или менее обладали основными качествами, необходимыми для производителей сельхозпродукции – общественное хозяйство владело землей, соблюдалась технология сельхозпроизводства, существовала инфраструктура, действовала организация труда.

В ходе построения суверенного государства сельское хозяйство подверглось коренной реорганизации, с повсеместной ликвидацией колхозов и совхозов, с распределением колхозной и государственной собственности между членами трудового коллектива и местными сельскими жителями, с массовой повсеместной организацией крестьянских и фермерских хозяйств. В действительности, оказались ликвидированными не столько колхозы и совхозы, сколько в целом вся сфера сельхозпроизводства, поскольку в итоге революционных действий одни жители сельской местности оказались без достаточной земли, другие – без сельхозтехники, третьи – без скота, большинство – без ремонтной базы сельхозтехники и почти все – без оборотных средств. Как нам представляется, важнейшая проблема реорганизации сельхозпроизводства страны – это ускорение процесса укрупнения производителей сельхозпродукции, если учесть то, что преобладающая численность фермерских (крестьянских) хозяйств обладает пашней в пределах 2–5 га.

Потенциальные возможности сельского хозяйства страны определяются объективными, субъективными и временно объективными факторами. Объективные факторы, в частности, такие, как предельные в государстве площади пашни или предельные водные ресурсы, которые неизбежно ограничивают возможности развития сельхозпроизводства.

Рассмотрим содержание субъективных и временно объективных факторов. Субъективные факторы – это те причины и условия, которые действуют как результат непрофессионализма или недобросовестности людей, труд которых связан с выполнением сельхозработ, с организацией, управлением или

регулированием производства сельскохозяйственной продукции. Для примера можно привести практику неудовлетворительного состояния фермерского хозяйства в Кыргызстане, когда в результате ликвидации колхозов и совхозов ударными темпами создавались крестьянские и фермерские хозяйства, которые возглавляла в массе сельская интеллигенция, массовые работники сельхозпроизводства, горожане и другие лица, которые мало или вообще не владели навыками и знаниями сельхозпроизводства. Очевидно, в таких условиях ждать успехов не приходится.

Временно объективные факторы – это такие факторы, которые действуют в течение определенного времени и затем могут быть изменены. К таким факторам можно отнести урожайность сельхозкультур или продуктивность скота. Действительно, урожайность культур или продуктивность скота не может повыситься одним решением или действием, поскольку для этого требуется время достаточно длительное по продолжительности, в частности, на повышение продуктивности коров в Дании (надой молока до 16 т. в год) потребовалось около 200 лет. Даже при наличии благоприятных условий, например, можно использовать зарубежные семена с высокой урожайностью или племенной скот высокой продуктивности, но и в этом случае потребуются годы и десятилетия.

Рассмотрим состояние отдельных, возможно, для наших условий наиболее существенных объективных факторов. Как оказывается, Кыргызстан обладает удивительным потенциалом: сельское население составляет 65% жителей республики; 66% пахотных земель орошаемые; около 1500 куб. м воды приходится на одного жителя; в среднем на одного работоспособного сельского жителя приходится около 3 га пахотной земли. Для сравнения, в Узбекистане на одного работоспособного сельского жителя приходится менее 0,1 га пахотной земли, а на одного жителя республики приходится около 100 куб.м воды в год. Очевидно, сельское хозяйство у нас обладает достаточными объективными возможностями.

Построение суверенного государства и переход на основы рыночной экономики, наверное, и в сельском хозяйстве должны были обернуться новыми решениями и, возможно, коренными преобразованиями. Но для таких изменений, как минимум, необходимы следующие условия:

массовая культура сельхозпроизводства;
отлаженная система ипотечного кредитования;
развитая инфраструктура обслуживания производителей сельхозпродукции.

Как нам представляется, на то и существует переходный этап в экономике, чтобы преобразования происходили последовательно, эволюционным путем. Результаты реорганизации сельского хозяйства, наверное, были бы более привлекательными, когда колхозы и совхозы, успешно работающие, следовало сохранить, а работающие убыточно преобразовать в частные предприятия сельхозпроизводства.

Всякая сфера предпринимательства имеет свои особенности финансового обеспечения: по объему привлекаемых средств, по продолжительности

использования средств, по оборачиваемости привлекаемых средств, по степени риска возвратности привлеченных средств. Специфика сельского хозяйства заключается в том, что сезонность производства определяет предсезонную потребность в финансах и постсезонную оборачиваемость привлеченных средств.

Исходя из указанных особенностей потребности в кредитных средствах производителей сельхозпродукции, можно сформулировать условия формирования системы кредитования сельского хозяйства, а именно: кредитные учреждения должны быть приближены к территориям сельхозпроизводителей; должны выполнять все банковские операции с привлечением средств самих сельхозпроизводителей; могут быть небольшими по объему оборота кредитных средств, но специализированными в сфере сельского хозяйства; такие финансовые учреждения, с учетом их специализации, должны формировать штат сотрудников, сочетающих профессиональную подготовку финансиста и специалиста сельского хозяйства, способного со знанием дела проанализировать реальность предпринимаемых шагов, а также проконсультировать клиента по использованию выделенных средств, так и по организации сельхозпроизводства.

Что происходит в действительности? По месту проживания создаются кредитные кооперативы (союзы), объединяющие местных сельхозпроизводителей, с последующим кредитованием участников такого кооператива. Кредитные кооперативы ограничены тем, что операции осуществляют лишь для участников кооператива и не выполняют большинство банковских функций.

В последние годы активно обсуждалась проблема необходимости организации сельского банка, в целях кредитования сельских товаропроизводителей. Наконец, в 2005 году в республике создали «Айыл банк» (сельский банк). Однако ожидаемого конечного результата целевого шадящего кредитования сельских товаропроизводителей пока нет. Нет и других признаков сельского банка (кадры, сельские филиалы).

Система государственного кредитования сельхозпроизводства, в частности «Айыл банк», несмотря на то, что специально предназначен для кредитования крестьянских (фермерских) хозяйств, устанавливают ставки кредита свыше 15%. Приемлем ли для сельхозпредпринимателей кредит при 15 и более процентов ставки, когда большинство сельских хозяйств если и неубыточно, то в лучшем случае низкорентабельно? Очевидно, совершенно неприемлемо. Вообще, рассматривая проблему кредитной политики государства, приходится констатировать одно печальное обстоятельство – не система кредитов действует в интересах экономики, а экономика, в том числе и аграрная, функционирует в интересах кредитной системы. Мы говорим о том, что есть отрасли с высокой оборачиваемостью финансовых средств, а есть и такие, у которых, в частности в аграрном секторе, оборачиваемость весьма замедленная. Следовательно, ставки по кредитам должны быть дифференцированы, что позволило бы всем без исключения кредиторам равно пользоваться услугами кредитных учреждений.

В проблемах кредитования есть одна, пожалуй, основополагающая проблема – должно или не должно государство регулировать ставки кредитования. Если судить по роли системы кредитования в формировании рыночной экономики, то государство, непременно, должно регулировать. Такое утверждение объясняется тем, что по предназначению кредитные учреждения призваны способствовать развитию экономики, а не разрушать ее в собственных интересах. Отсюда и необходимость участия государства, поскольку, если государство не будет устанавливать максимальную планку ставки, то сами кредитные организации, в силу субъективности коммерческого поведения, неизбежно, будут устанавливать максимально высокие ставки. Для примера, в 30-е годы в США государство ограничило кредитование фермеров банками в размере 5% годовой ставки кредита, что и позволило вывести сельхозпроизводителей из кризиса.

Экономическая эффективность производства сельхозпродукции определяется как рентабельность от совокупности прибыли работы производителей сельхозпродукции. Так, по данным Нацстаткома КР, сальдированный финансовый результат (прибыль минус убытки) предприятий и организаций в сельском хозяйстве в 1999 г. составил примерно 35 млн. сом., в 2000 г. – 12,9 млн. сом. и в 2006 г. – (-10) млн. сом. Если учесть объем валовой продукции в сельхозпроизводстве, в 1999 г. он составил 30283 млн. сом., в 2000 г. – 40386 и в 2006 г. – 71181 млн. сом., то рентабельность по объему производства сельхозпродукции составила:

$$\begin{aligned} & \text{в 1999 г.} - 0,1 \% : \\ & (35 \text{ млн. сом.} : 30283 \text{ млн. сом.} \times 100 \%); \\ & \text{в 2000 г.} - 0,03 \% : \\ & (12,9 \text{ млн. сом.} : 40386 \text{ млн. сом.} \times 100 \%); \\ & \text{и в 2006 г.} - (-0,01) \% : \\ & (-10 \text{ млн. сом.} : 71181 \text{ млн. сом.} \times 100 \%). \end{aligned}$$

Очевидно, когда уровень прибыли в объеме валовой продукции составляет 0,1%, или еще меньший показатель, то это характеризует крайне низкую экономическую эффективность производства сельхозпродукции в республике. Низкая экономическая эффективность хозяйствования никак не способствует привлекательности сельхозпроизводства для массового предпринимательства на селе, не позволит улучшить обеспеченность страны сельхозпродукцией. В таком случае становится очевидной необходимость государственного дотирования сельхозпроизводства. Это тем более становится очевидным, если учесть то, что в сельском хозяйстве около 50% предприятий являются убыточными (по данным 2001 и 2006 годов).

К индивидуальным товаропроизводителям (ИТ), с учетом их участия в товарном производстве, относятся отдельные лица или семьи, которые своими силами, собственными средствами и в домашних условиях производят потребительские товары.

Индивидуальные товаропроизводители всегда занимали особое место в сфере товарного производства, поскольку:

1) высокий уровень ручного труда, ограниченность в средствах и небольшие объемы производства делают ИТ чрезвычайно незащищенным от негативных воздействий товарного рынка;

2) ИТ, в силу ограниченных возможностей функционирования, вынуждены углублять специализацию производства товарной продукции. Такое положение объясняется следующим образом. ИТ вынужден одновременно учитывать три требования: привлекательность продукции; конкурентоспособность на рынке; приемлемые совокупные удельные издержки. Выдержать такие требования возможно, когда ИТ ограничивает число выполняемых производственных операций, избегает сырьевых отходов, обходится меньшим количеством и разнообразием сырья и т.д. Например, ИТ производит швейные изделия. В таком случае специализация, скорее всего, будет происходить следующим образом: швейные изделия → мужские швейные изделия → мужские костюмы → мужские брюки → брюки определенной модели → пошив брюк наиболее востребованного размера;

4) разрозненность ИТ и скрытый характер их труда делает проблематичной государственную поддержку;

5) по мере развития промышленного товарного производства усилия ИТ из сферы товарного производства перемещаются в сферу розничной торговли и оказания услуг населению. Потребительские товары массового потребления должны производиться в многочисленном количестве, поскольку только приличные объемы производства обеспечивают приемлемую доходность такого производства и удовлетворение массового спроса.

Исходя из природы ИТ было бы ошибочно ожидать:

значительных объемов товарного предложения, так как индивидуальные товаропроизводители имеют весьма ограниченные возможности производства, ввиду незначительных производственных помещений, высокого уровня ручного труда, упрощенной технологии производства, ограниченного объема оборотных средств, высоких удельных издержек на единицу продукции, многочисленных потерь рабочего времени;

низких цен на продукцию, так как в условиях индивидуального изготовления продукции себестоимость, в результате высоких удельных издержек, достаточно высокая, соответственно, и цена реализации высокая. Совсем не случайно ИТ преимущественно изготавливают такую продукцию, технология которых требует высокого профессионального мастерства. В частности, это изготовление изделий художественного промысла и сувениров;

стабильного поступления на рынок продукции ИТ, так как в условиях преимущественно свободного характера труда и преимущественно ручного труда серийное производство продукции невозможно, следовательно, и стабильное поступление продукции также невозможно.

В пятой главе «Проблемы спроса товарного рынка КР» рассматриваются возможности и пути улучшения покупательского спроса и совершенствования коммерции на товарном рынке.

Покупательский спрос – это реальные материальные потребности покупателей, прежде всего населения, в потребительских товарах или услугах, обеспеченные денежными средствами или иными средствами расчета.

В действительности, денежные доходы следует рассматривать не в целом, так как общая сумма доходов всегда превышает ту ее часть, которая направлена на приобретение товаров (табл. 8).

Таблица 8

Расходы на покупку товаров в составе денежных доходов населения
(млрд. сом.)*

	2000 г.	2002 г.	2006 г.
Денежные доходы	42,2	52,9	106,1
Расходы на покупку товаров	28,9	34,0	68,0
Уд. вес расходов в доходах, %	68,4	64,2	64,1

* Расчеты сделаны по официальным данным Нацстаткома КР.

На самом деле, данные таблицы 8 не полностью раскрывают величину покупательского спроса, т.к. реальный объем спроса складывается из пяти источников:

- расходы на покупку товаров;
- части накоплений и сбережений;
- части покупки валюты;
- части денег, поступающих в республику от работающих за рубежом;
- части денег, полученных незаконными способами.

Расходы на покупку товаров известны. Вопрос в том, какая доля сбережений, валюты и денег на руках населения может быть направлена на покупку потребительских товаров? Поскольку готовых таких данных нет, то нами было проведено исследование в этом направлении. Для этого методом случайного отбора были отобраны 250 мужчин и женщин разного возраста и социального положения, которым в устной форме был задан следующий вопрос – Какова доля предполагаемых расходов на приобретение потребительских товаров по трем указанным источникам? Были получены следующие данные: предполагаемые расходы в сумме сбережений составляли 63%, покупки валют – 47% и в сумме денег, оставшихся на руках населения, – 87%.

По нашим расчетам, исходя из статистических данных, оценок экспертов, в 2006 г. объем потенциальных расходов (покупательский спрос) населения республики составил 115,9 млрд. сом. (без учета расходов гостей, командированных и приезжих туристов), тогда как розничный оборот республики составил лишь 69 млрд. сом. (без общепита) или 59,5%.

С переходом Кыргызстана на построение рыночной экономики из сферы обсуждения и практического использования полностью вытеснен покупательский спрос. В публикациях, выступлениях и официальных документах речь, как правило, идет о маркетинге и маркетинговой деятельности на товарном рынке, которая, как считается в республике, обладает достаточными инструментами для успешного выхода товарного предложения на рынок. В действительности же, происходит не совсем так или

совсем не так, поскольку всякая попытка предложения товара рынку может быть успешной только в том случае, когда товар, на самом деле, предназначен для удовлетворения не потребностей потребителя, а спроса потребителя товара.

Без основательного изучения покупательского спроса, то есть без знаний объема, структуры и качественно-потребительских предпочтений населения невозможно удовлетворить спрос потребителей товаров и тем самым правильно и обоснованно, то есть при минимальных потерях сил, усилий и времени сформировать рынок потребительских товаров.

Полные знания состояния покупательского спроса невозможны без соответствующего методологического подхода к изучению спроса.

Изучением покупательского спроса должны заниматься те из участников рынка, которые непосредственно контактируют с носителями покупательского спроса, то есть продавцы товаров (торговля). Такая необходимость объясняется тем, что их деятельность и благополучие зависят от поведения покупателя, от его намерений по реализации спроса. Если работа продавцов не будет основана на материалах изучения спроса, то они окажутся в очень сложном экономическом положении, так как начнется процесс замедления продажи товаров, роста их запасов, накопления неходовых товаров, замедления оборачиваемости оборотных средств и т.д. Дело в том, что какие бы ни были масштабы рынка потребительских товаров, они всегда ограничены локальными параметрами (конкретная территория или местность, местные потребители товаров, соответственно, местные масштабы и особенности покупательского спроса). Следовательно, розничный продавец потребительских товаров просто не имеет выбора покупателя, кроме как массового местного покупателя.

Проблемы развития спроса. Поскольку покупательский спрос, как объемный суммовый показатель, состоит из трех категорий: потребностей населения; денежного дохода населения; и численности покупателей, то, соответственно, развитие спроса зависит от того, насколько успешно решаются указанные составные категории спроса.

Потребности населения весьма подвержены изменениям под влиянием внешних воздействий. Такое внешнее воздействие может оказать двойное влияние на состояние потребности населения:

- 1) формирование новых потребностей;
- 2) изменение очередности возможности удовлетворения потребности.

Следовательно, заинтересованные в регулировании потребностей населения товаропроизводители и продавцы товаров должны использовать такие приемы, которые позволят формировать новые потребности потенциальных покупателей.

Существуют только два приема формирования новых потребностей населения:

- 1) путем производства новых товаров, с новыми или обновленными потребительскими признаками;
- 2) путем организации эффективных рекламных действий.

Производство товаров с новыми потребительскими признаками. Эти новые потребительские признаки (свойства) и формируют новые потребности

населения. Новые потребительские свойства товаров изменяют поведение населения, быт семьи, сокращают потери времени населения на непроизводительные домашние операции, сберегают свободное время граждан. Проведенный нами анализ состояния формирования новых потребностей населения за последние годы в нашей республике показал следующее:

продавцы товаров, осуществляющие завоз товаров из-за рубежа, завозят в массовом количестве новые товары с новыми потребительскими свойствами и тем самым активно и результативно формируют у потенциальных покупателей новые потребности;

товаропроизводители республики не отличаются изобретательностью по части обновления потребительских признаков произведенных товаров и тем самым мало способствуют формированию новых потребностей населения.

Организация эффективных рекламных действий. Торговая реклама, пропагандируя полезность товаров для населения, безусловно, формирует новые потребности потенциальных потребителей товаров.

Повышение доходов населения. Рассматривая проблему повышения доходов населения, следует сначала определиться с существующими в республике источниками доходов населения и затем с теми источниками, которые могут быть включены в перечень регулируемых государством, то есть по ним государство может принять решение по их повышению или иному изменению.

На сегодняшний день в республике действуют следующие источники формирования денежных доходов населения:

- заработная плата по месту работы;
- пенсии, пособия и стипендии;
- ставки по вкладам в банки, по ценным бумагам;
- поступления денег родственникам от работающих за рубежом членов семей;
- доход по результатам предпринимательской деятельности;
- коррупционные доходы;
- криминальные доходы.

Из перечисленных семи источников формирования доходов населения лишь один регулируется государством (пенсии, пособия и стипендии). Три источника могут частично регулироваться государством (заработная плата, ставки по вкладам в банки и ценным бумагам, доход по результатам предпринимательской деятельности). Три источника проблематичны по регулированию государством (поступление денег родственникам от работающих за рубежом членов семей, коррупционные и криминальные доходы).

Возможности повышения пенсий, пособий и стипендий определяются показателями государственного бюджета и средствами Социального фонда республики, что и определяет прямое участие государства в их регулировании.

Частичное регулирование государством заработной платы на территории республики, как нам представляется, может быть в трех вариантах:

1. Государство в законодательном порядке утверждает показатель минимальной оплаты труда за один час работы и порядок корректирования показателя в зависимости от показателя инфляции. Тем самым будет достигнута гарантированная государством почасовая оплата труда населения. Конечная же оплата труда каждого работающего, в любой сфере деятельности, будет определяться количеством отработанных часов в день, неделю, месяц и т.д. – это от государства уже не зависит, поскольку время работы наемного сотрудника согласуется с работодателем. В Кыргызстане этого нет. По нашим расчетам, показатель часовой оплаты труда в республике должен составить в сумме 25 сом.

2. Есть смысл определиться в республике по установлению ограничения в соотношении между размерами максимального и минимального показателями оплаты труда в условиях организаций, предприятий и учреждений, действующих на территории республики в любой сфере деятельности. Тем самым собственник или руководитель, повышая размер собственного вознаграждения, будет вынужден до кратного соотношения поднимать оплату труда своих сотрудников.

Частичное регулирование государством доходов населения по вкладам в банки и по ценным бумагам должно происходить следующим образом:

1. Национальный банк Кыргызской Республики должен обладать достаточными полномочиями по регулированию показателей ставки по кредитам банков, действующих на территории республики, и ставки по вкладам населения, в целях целесообразного ограничения маржи банков и защиты интересов вкладчиков банков. Величина же дохода населения будет зависеть от суммы вклада. Этого у нас нет.

2. Государство регулирует минимальные ставки по доходности ценных бумаг. Известно, что в соответствии с законом КР об акционерных обществах, дивиденды от суммы прибыли должны составить не менее 20%, с чем можно согласиться, так как это выше показателя ставки банков по вкладам.

Рост численности покупателей. Привлечение большего числа потенциальных покупателей, естественно, способствует росту покупательского спроса. В практическом содержании могут действовать три варианта привлечения дополнительного числа потенциальных покупателей, путем:

- 1) дополнительного привлечения к покупке товаров местного населения;
- 2) привлечения к приобретению товаров гостей, деловых людей, временно находящихся на территории товарного рынка;
- 3) привлечения на товарный рынок потенциальных покупателей с иных территорий (иногородних и зарубежных потенциальных покупателей).

Основным приемом привлечения дополнительного числа покупателей служит торговая реклама товаров и пропаганда привлекательности работы продавцов товаров.

От того, насколько рационально и результативно функционирует коммерция настолько результативно формируется и функционирует товарный рынок. Эффективность коммерческой деятельности на рынке, следовательно, результативность катализирующего воздействия на формирование

рынка зависит от того, насколько удачно подготовлены и решены вопросы организации и управления коммерческой деятельностью, в особенности по формам функционирования и методам организации торговли.

Коммерция, как и рынокообразующие факторы, может формироваться и функционировать в условиях отсутствия организационного регулирования государством (стихийный процесс) или в условиях участия государства в организационном регулировании предпринимательства. Разница между вариантами состоит в том, что процесс стихийного формирования предпринимательства потребует довольно длительного времени, с неизбежными приличными совокупными издержками и возможностями самоустранения государства от организационного регулирования и, соответственно, без его поддержки и ответственности. Второе направление, предпочтительное для транзитной экономики Кыргызстана, предполагающее привлечение государства к организационному регулированию предпринимательства, путем ее формализации и, соответственно, повышения ответственности государства за состояние формирования и функционирования предпринимательства в стране.

Формализация или закрепление организационной формы предпринимательского или иного образования – это не просто прием бюрократизации, хотя элементы бюрократизации, безусловно, присутствуют, а фактическое определение категории предпринимательства, с конкретными содержаниями, характеристиками, оценочными показателями, особенностями функционирования и другими признаками. Другими словами, объективная формализация образования позволяет определить границы допустимости действий, оценить его работу и установить меру ответственности.

Проблема формализации, пожалуй, в особенности актуальна для сферы коммерческого предпринимательства, отличающейся многочисленностью, повсеместностью и разнообразными масштабами деятельности, а также чрезвычайной зависимостью населения от функционирования торговой отрасли. Действительно, ни одна сфера жизнедеятельности населения в республике не представлена в каждом городе, поселке или аиле, как сфера торговли. И именно торговля оказывается наименее формально организована в республике, практически выпав из поля внимания государства. Наверное, не очень разумно, когда одна из самых жизненно важных для населения сфер экономики республики формируется на стихийной основе, без учета требований государственных интересов, потребностей населения и элементарных правил организации торговли.

Рассмотрим состояние в республике форм организации розничной торговли. Стихийность формирования розничной торговли очевидна. От лотошников и мелкой розницы до крупных крытых рынков, преобладающее большинство которых не соответствует формальным требованиям и соответственно не выполняют своего предназначения. Вот тому несколько примеров из столичной розничной торговли. Начнем с одной из крупнейших в Бишкеке розничных организаций – ЦУМа «Айчурек». Как известно, универсальные магазины (универмаги) – это розничная торговая организация,

осуществляющая реализацию широкого ассортимента непродовольственных товаров большинства товарных групп, оказывающая разнообразные услуги покупателям. Наш универсальный магазин, вместо торговой деятельности и оказания услуг покупателям, сдает торговые площади в аренду. В таком случае, ЦУМ не универсальный магазин, а универсальный крытый рынок, у которого торговая площадь максимально раздроблена, с целью привлечения большего числа продавцов-арендаторов. В Кыргызстане, на наш взгляд, есть несколько вариантов управления формализацией коммерческого предпринимательства:

1. Создание в составе Правительства республики Министерства экономического развития и торговли позволяет на уровне отрасли изучить состояние и содержание действующих форм коммерческого предпринимательства, с последующей системной формализации в соответствии с общепринятыми нормами или, по крайней мере, в интересах страны. Примером может быть Министерство здравоохранения КР, утвердившее порядок, правила и нормы формализации сети аптек на территории республики.

2. Другой вариант формализации коммерческой деятельности - создание республиканской ассоциации розничной торговли, которая и должна затем выполнять функцию формализации розничной сети и предприятий, утвердив свод правил и норм, которым должны соответствовать действующие и в особенности новые торговые предприятия и розничная сеть.

В шестой главе «Совершенствование регулирования товарного рынка КР» рассматриваются пути развития конкуренции как инструмента регулирования товарного рынка и условия совершенствования государственного регулирования развитием товарного предложения, спроса и в целом рынка Кыргызстана.

В теории конкуренции «добросовестная» и «недобросовестная» конкуренции рассмотрены весьма обстоятельно. Мы предлагаем в теорию конкуренции ввести новый термин - «ложная конкуренция», под которым подразумеваем преступные по содержанию действия отдельных конкурентов на рынке. Примеры откровенно ложной конкуренции мы наблюдаем, когда конкурент рекламирует лекарство как универсальное и эффективное лечебное средство, тогда как это средство оказывает разрушительное действие на здоровье человека, когда конкурент реализует контрафактный товар под известной торговой маркой, или когда реализует товар с очевидным нарушением права интеллектуальной собственности. Преступность всех трех вариантов поведения конкурента на рынке очевидна. Ложная конкуренция исключает соревновательность между конкурентами, поскольку ложный конкурент применяет преступные приемы поведения на рынке.

Для конкурента, применяющего приемы ложной конкуренции, всегда результат один - уголовное или административное преследование, а для его предпринимательской деятельности - вхождение в тупик. Совершенно очевидно, ложная конкуренция подлежит пресечению и жесточайшему преследованию со стороны государственных органов власти и принятыми по этому поводу нормативными документами. Следовательно, в условиях транзитной экономики Кыргызстана при формировании эффективной

конкуренции на рынке потребительских товаров следует учесть, что всякая попытка внедрения на товарном рынке ложной конкуренции должна немедленно пресекаться и преследоваться нормами уголовного и гражданского законодательства республики.

Рассмотрев основные положения Закона «О внутренней торговле в Кыргызской Республике», как одного из методов государственного правового (и только) регулирования рынка, следует указать на следующее:

1) определяя принцип государственной поддержки торговой (коммерческой) деятельности, Закон не содержит механизма такой поддержки со стороны государства;

2) определяя принцип поддержки отечественных товаропроизводителей по реализации продукции, Закон не содержит механизма такой поддержки государством;

3) определяя взаимодействие органов исполнительной власти и местного самоуправления по развитию торговли, Закон не содержит механизма такого взаимодействия.

Как нам представляется, в целях эффективного государственного регулирования товарного рынка следует:

создать отраслевой государственный орган по регулированию и поддержке рынка;

необходим Закон о товарном рынке;

необходимо в составе приоритетных направлений развития экономики страны предусмотреть 2-3 направления по сферам промышленного производства потребительских товаров (текстильная, швейная и перерабатывающая сельхозпродукцию), по которым требуется участие государства (финансирование, льготное налогообложение, правовая защищенность, подготовка профессиональных кадров).

В заключении содержатся выводы проведенного диссертационного исследования, основное содержание которого изложено в автореферате.

Список опубликованных работ по теме диссертации

1. Самигуллин Э.В., Алымбеков К.А. Организация коммерческой деятельности. Учебное пособие для вузов. - Б.: КЭУ, 2008. - 177 с.
2. Самигуллин Э.В. Формирование товарного рынка переходной экономики. - Б., 2004. - 222 с.
3. Самигуллин Э.В. Организация коммерческой деятельности. - Б.: РЦПП, 1996. - 112 с.
- 4) Самигуллин Э.В. Рынок потребительских товаров: теория и практика формирования. Учебное пособие. - Б.: КГНУ, 1994. - 125 с.
- 5) Самигуллин Э.В. Предпринимательская деятельность в торговле. Рекомендации по изучению курса для студентов. - Б.: КГУ, 1993. - 51 с.
- 6) Самигуллин Э.В. Формирование и регулирование рынка потребительских товаров. - М.: Знание, 1991. - 50 с.

- 7) Самигуллин Э.В. Покупательский спрос населения: проблемы удовлетворения. – Ф.: Кыргызстан, 1989. - 111 с.
- 8) Самигуллин Э.В. Проблемы снабжения населения потребительскими товарами. – Ф.: Кыргызстан, 1985. - 101 с.
- 9) Самигуллин Э.В. Повышение эффективности управления торговлей.- Ф.: Кыргызстан, 1981. – 124 с.
- 10) Исламов С.У., Самигуллин Э.В. Совершенствование планирования и организации товароснабжения розничных торговых предприятий. Учебное пособие. – Ф.: Мектеп, 1977. – 92 с.
- 11) Самигуллин Э.В. Многовариантность зависимости формирования товарного рынка // Вестник БГУЭП.– 2007.- № 2(5). - С. 102–104.
- 12) Самигуллин Э.В. Региональные товарные рынки Кыргызстана // Вестник БГУЭП. - 2007. - №4. – С. 30–33.
- 13) Самигуллин Э.В. Товарный рынок: «объем» и «емкость» // Вестник Академии управления при Президенте КР. – 2007. - Вып.7.- С.10-16.
- 14) Самигуллин Э.В. Состояние рынка потребительских товаров Кыргызской Республики // Вестник БГУЭП. – 2007. - №4 – С. 69 – 72.
- 15) Самигуллин Э.В. Индивидуальные товаропроизводители: проблемы и возможности // Вестник КНУ им. Ж. Баласагына. – 2005. - Вып.1. – С. 230 – 233.
- 16) Самигуллин Э.В. Методологическая сущность коммерческого фактора товарного рынка // Вестник КРСУ. - 2004. - т.4. - №4. – С. 3–6.
- 17) Самигуллин Э.В., Бекманова Ф.К. Перспективы развития малого бизнеса в экономике Кыргызстана // Сборник научных трудов КТУ. - Б., 1999 – С. 14 – 16.
- 18) Самигуллин Э.В. Проблемы подготовки кадров предпринимателей малого бизнеса // Сборник научных трудов Международного центра экономических, социальных и региональных инициатив. – Б., 1999 – С. 203 – 205.
- 19) Самигуллин Э.В., Сабиржанова Д.К. Торговля в переходный период к рынку // Сборник научных трудов КГУ. - Б., 1992 – С. 25–38.
- 20) Самигуллин Э.В. Факторы сельскохозяйственного производства Кыргызстана // Материалы международной научно-практической конференции «Эффективность управления как основной фактор социальной мобилизации и развития национальной экономики», КРСУ, 2004.– С. 32–36.
- 21) Самигуллин Э.В. Потенциал и проблема товарного производства суверенного Кыргызстана // Материалы международной научной конференции, . Университет «Туран», Алматы, 2001. - ч.1. - С. 107–109.
- 22) Самигуллин Э.В. Результаты переходного периода не впечатляют // Научно-академический журнал «Алатоо», Международный университет «Ататюрк – Алатоо». – 2006. - №1. – С. 145–147.
- 23) Самигуллин Э.В. Общественные формы на сотрудничество на промышленность с торговлей – важен фактор за удовлетворение на потребителското търсене // Журнал «Вътрешна търговия», София.-1976. - №6. – С. 43-44.

- 24) Самигуллин Э.В., Якышык Х. Аграрная экономика. Деловые вести: - 2001. - № 5. – С. 18–20.
- 25) Самигуллин Э.В. Безопасность для торков: не остаться бы на задворках современной цивилизации // Научно-педагогический журнал Университета иностранных языков и деловой карьеры. – Алматы. – 2006. - №2. - С. 122-124.
- 26) Самигуллин Э.В. Аграрная экономика Кыргызстана: ресурсы, перспективы // Научно – педагогический журнал Университета иностранных языков и деловой карьеры. – Алматы. – 2006. - №2. – С. 258–260.
- 27) Самигуллин Э.В. Формализация коммерческой деятельности: состояние, проблемы управления Материалы международной научно-практической конференции. – ИЭМ при КГУ им. И. Арабаева. - 2007. – С. 17–19.
- 28) Самигуллин Э.В. Сущность приоритетности товарного рынка // Материалы межвузовской научно-практической конференции «Качественное образование как фундаментальная основа ускорения социально – экономических реформ в КР», МАУПФиБ. – Б., 2006. – С. 78–83.
- 29) Самигуллин Э.В. Методология обоснования приоритетности товарного рынка переходной экономики // Итоговые материалы «Товарный рынок и адаптация населения», МАУПФиБ. – Б., 2005. – С. 108–119.
- 30) Самигуллин Э.В. Особенности формирования рыночной экономики // Материалы международной научной конференции, посвященной году социальной мобилизации и добросовестного управления, ИСРиП, - Б., 2005 – С. 176–180.
- 31) Самигуллин Э.В. Переходная экономика: шаг за шагом // Материалы республиканской научно-практической конференции «Проблемы обеспечения экономических и правовых основ устойчивого развития Кыргызстана», БГИЭК, 2003. - ч. 2. – С. 94–97.
- 32) Самигуллин Э.В., Касымова Э.Р. Потенциал и концепции развития малого и среднего бизнеса Кыргызстана // Материалы научно-практической конференции «Социально-экономические механизмы реализации программы КОР КР», МАУПФиБ, 2001. - ч.1. – С. 130–134.

Самигуллин Эльдар Валиевич

Экономиканын кайра жаралуу шартында базар товар экономикасынын өсүп өнүүгү жана кайра түзүлүү проблемалары (Кыргыз Республикасы боюнча)

08.00.05.- Экономика жана айыл чарбаны башкаруу адистиги боюнча экономика илимдеринин доктору окумуштуулук даражасын алуу үчүн жазылган диссертация.

Негизги сөздөр : Товар базары, базарды жаратуу факторлору, базар сыйымдуулугу, базар көлөмү, товарларды сунуштоо, суроо талап, коммерция, атаандаштык, метод, анализ, методология.

Изилдөө темасынын актуалдуулугу: Кыргызстандагы экономиканын товар базары бул бир канча кенири, ар түрдүү проблемалуу жана өзгөчө чоң маанидеги көп изилдениле элек бөлүгү. Базар экономикасынын түп тамырынан бери теоретикалык жана методикалык түзүлүшүнүн негизин изилдебей туруп, Кыргыз Республикасынын экономикасын тез арада эффективдүү өнүктүрүү жолдорун иштеп чыгуу мүмкүн эмес.

Диссертациялык изилдөөнүн максаты: Кайрадан түзүлүп жаткан Кыргызстандын экономикасын түзүүчү товар базарынын өз ара байланышын, өзгөчүлүгүн изилдөөнүн үлгүсүн аныктоо жана базарды түзүүчү факторлорду өнүктүрүүнүн методдорун жана жолдорун табуу.

Изилдөө объектиси: Кыргыз Республикасынын кайра түзүлүүдөгү базарды жаратуу жана базарды жандандыруучу факторлору.

Илимий иштин жаңылыгы жана анын жыйтыныгы:

- Республиканын экономикасынын негизги өзөгү жана анын абалынын индикаторлору катары товар базарын аныктоочу теоретикалык маңызы изилденип, корутунду чыгарылган;
- товардын базардын сыйымдуулук көрсөткүчүнүн товардын көлөмдөн ашып келүү экономикалык закону иштелип чыккан;
- базар «сыйымдуулугу» жана «көлөмү» деген терминдер жана алардын мааниси сунушталган;
- «товар базарынын коммерциялык активтүүлүк коэффициенти» деген көрсөткүч сунушталган жана анын аныктоо боюнча методикалары иштелип чыккан;
- базарды түзүүчү факторлордун ролу жана мааниси ачылган;
- товар базарынын базарды жандандыруучу факторунун ролу жана мааниси аныкталган;
- Кыргызстандын товардык базарын түзүүчү жана базар жаратуучу факторлорун өнүктүрүүнүн теоретикалык – методологиялык негиздери иштелип чыккан;
- Кыргызстанда базарды жандандыруу факторлорун өнүктүрүүнүн теоретикалык – методологиялык негиздери иштелип чыккан.

САМИГУЛЛИН ЭЛЬДАР ВАЛИЕВИЧ

Проблемы формирования и развития товарного рынка в условиях трансформации экономики (на примере Кыргызской Республики)

Диссертация на соискание ученой степени доктора экономических наук по специальности 08. 00. 05 - Экономика и управление народным хозяйством

Ключевые слова: Товарный рынок, рынокообразующие факторы, рынокоактивизирующие факторы, емкость рынка, объем рынка, товарное предложение, спрос, коммерция, конкуренция, метод, анализ, методология

Актуальность темы исследования. Товарный рынок является наиболее масштабным, разнообразным, проблемным и наименее исследованным разделом экономики Кыргызстана. Без основательных исследований теоретических и методических основ формирования и развития рынка ускоренно и эффективно завершить формирование рыночной экономики в Кыргызстане невозможно.

Целью диссертационного исследования является выявление тенденций, взаимосвязей и особенностей товарного рынка, определение форм, методов и путей развития составляющих рынок факторов и в целом рынка трансформирующейся экономики Кыргызстана.

Объектом исследования являются рынокообразующие и рынокоактивизирующие факторы переходной экономики Кыргызской Республики.

Научная новизна работы и полученные результаты:

- исследованы и обобщены теоретические положения, раскрывающие сущность товарного рынка, как важного звена экономики республики и индикатора ее состояния;
- формулируется экономический закон опережения показателя емкости товарного рынка к показателю его объема;
- предлагаются термины «емкость» и «объем» рынка, их содержание;
- предложен показатель «коэффициент коммерческой активности товарного рынка» и разработана методика его определения;
- раскрыта сущность и роль рынокообразующих факторов;
- раскрыта сущность и роль рынокоактивизирующих факторов товарного рынка;
- разработаны теоретически–методологические основы формирования и развития рынокообразующих факторов товарного рынка Кыргызстана;
- разработаны теоретически–методологические основы развития в Кыргызстане рынокоактивизирующих факторов.

RESUME

SAMIGULLIN ELDAR VALIEVICH

Problems of formation and development of goods market at the transformation economy conditions (on example of Kyrgyz Republic)

Dissertation on research work for Doctor of Economical Science on specialty 08.00.05 – Economics and management of national economy.

Key words: Goods market, market formative factors, market activated factors, market capacity, commodity offer, demand, commerce, competition, method, analysis, methodology.

Actuality of theme research. Goods market is more scaled, various, problem and less investigated section of economy of Kyrgyzstan. It is impossible to conclude formation of market economy in Kyrgyzstan rapidly and effectively without substantial researches of theoretical and methodological foundations of formation and market development.

Goal of research work is to discover tendencies, interrelations and peculiarities of goods market, determination of forms, methods and the ways of development of market factors components and as a whole market transforming economy of Kyrgyzstan.

Subject of research is the market formative and market activated factors of transitional economy of Kyrgyz Republic.

Scientific novelty of work and received results:

- investigated and generalized theoretical regulations discovered the essence of goods market, as an important part of economy of the Republic and indicator of its state;
- formulated economical law of capacity index advance of goods market to the index of its volume;
- offered terms “capacity” and “volume” of the market, their contents;
- offered index “coefficient of commercial activity of goods market” and developed the method of its determination;
- disclosed the essence and the role of rank formative factors;
- disclosed the essence and the role of market formative factors of goods market;
- developed theoretical-methodological foundations of formation and development market formative factors of goods market of Kyrgyzstan;
- developed theoretical-methodological foundations of market activated factors in Kyrgyzstan.

Подписано в печать 12.02.2008 г. Формат 60x84 1/16. Бумага офсетная. Гарнитура Times.
 Объем 48 стр. Печать ризография. Тираж 100 экз. Заказ 93.
 Кыргызская Республика, г. Бишкек, ул. Кулатова, 1а.
 Полиграфический центр «ДЭМИ»