

УДК: 338.109.11



К ВОПРОСАМ УЛУЧШЕНИЯ КАНАЛОВ СБЫТА ПРОДУКЦИЙ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА КЫРГЫЗСТАНА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ – НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ПРОБЛЕМ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

Убайдуллаев Мирланбек Байдусенович, д.э.н., профессор,
u.mirlanbek@mail.ru

Бекматова Жаркынай, магистрант,
Бактыбек уулу Келечек, магистрант,
Ошский Государственный Университет
Ош, Кыргызстан

Аннотация: В данной статье рассмотрены проблемы реализации продукции сельского хозяйства на международном рынке. Указываются на реальные старания государства по поддержке данного сектора, анализируются разработанные программы по реализации продукции сельского хозяйства со стороны государства. Дается подробный анализ состояния рынка сельскохозяйственной продукции, а также уделяется внимание оказываемая со стороны государства в виде субсидирования как сельского хозяйства с одной стороны, так и произведенной сельскохозяйственной продукции с другой. В подробном виде излагаются проблемы по рассматриваемому направлению и причины их возникновения. Рассмотрены пути улучшения реализации продукции сельского хозяйства с учетом современных требований и механизмы привлечения инвестиционных средств. Кроме этого, дается подробная рекомендация по улучшению сбыта сельскохозяйственной продукции на международных рынках.

Ключевые слова: сельское хозяйство, аграрный сектор, международные рынки сельского хозяйства, ресурсы, сельскохозяйственный потенциал, объем продаж, субсидии, экспорт товаров, сбыт продукции, конкурентные преимущества, рынок.

АЗЫРКЫ ШАРТТА КЫРГЫЗСТАНДА АЙЫЛ ЧАРБА ПРОДУКЦИЯЛАРЫНЫН САТУУ КАНАЛДАРЫН ЖАКШЫРТУУ МАСЕЛЕЛЕРИ БОЮНЧА - МАСЕЛЕЛЕРГЕ КАЙРЫМ АСПЕКТТЕР ЖАНА АЛАРДЫ ЧЕЧУУНУН ЖОЛДОРУ

Убайдуллаев Мирланбек Байдусенович, э.и.д., профессор,
u.mirlanbek@mail.ru

Бекматова Жаркынай, магистрант,
Бактыбек уулу Келечек, магистрант,
Ош мамлекеттик университети
Ош, Кыргызстан

Аннотация: Бул макалада эл аралык рынокто айыл чарба продукциясын сатуу көйгөйлөрү каралат. Бул тармакты колдоо боюнча мамлекеттин реалдуу аракеттери

көрсөтүлүп, айыл чарба продукциясын мамлекетке сатуу боюнча иштелип чыккан программалар талдоого алынган. Айыл чарба рыногунун абалына деталдуу талдоо берилип, бир жагынан айыл чарбасын да, экинчи жагынан айыл чарба продукциясын да субсидиялоо түрүндө мамлекетке көңүл бурулат. Каралып жаткан багыттагы көйгөйлөр жана алардын пайда болуу себептери кеңири баяндалат. Заманбап талаптарды эске алуу менен айыл чарба продукциясын сатууну жакшыртуу жолдору, инвестициялык каражаттарды тартуу механизмдери каралууда. Мындан тышкары, эл аралык рыноктордо айыл чарба продукциясын сатууну жакшыртуу боюнча кеңири сунуштар берилген.

Ачкыч сөздөр: айыл чарба, агрардык сектор, эл аралык айыл чарба рыноктору, ресурстар, айыл чарба потенциалы, сатуу көлөмү, субсидиялар, товарлардын экспорту, продукциянын маркетинги, атаандаштык артыкчылыктары, рынок.

ON THE ISSUES OF IMPROVING THE MARKETING CHANNELS OF AGRICULTURAL PRODUCTS IN KYRGYZSTAN IN MODERN CONDITIONS - SOME ASPECTS OF THE PROBLEMS AND WAYS TO SOLVE THEM

*Ubaidullaev Mirlanbek Baidusenovich,
Doctor of Economics, Professor,
u.mirlanbek@mail.ru*

*Bekmatova Zharkynay, undergraduate,
Baktybek uulu Kelechek, undergraduate,
Osh State University
Osh, Kyrgyzstan*

Annotation: *This article deals with the problems of selling agricultural products on the international market. The real efforts of the state to support this sector are indicated, the developed programs for the sale of agricultural products by the state are analyzed. A detailed analysis of the state of the agricultural market is given, and attention is paid to the state in the form of subsidizing both agriculture, on the one hand, and agricultural products, on the other. The problems in the considered direction and the reasons for their occurrence are described in detail. Ways to improve the sale of agricultural products, taking into account modern requirements, and mechanisms for attracting investment funds are considered. In addition, a detailed recommendation is given to improve the marketing of agricultural products in international markets.*

Key words: *agriculture, agricultural sector, international agricultural markets, resources, agricultural potential, sales volume, subsidies, export of goods, product marketing, competitive advantages, market.*

Кыргызстан - это страна, расположенная в Центральной Азии, и имеющая преимущественно горную местность, иными словами, если

исходиться из международных стандартов, то более 60% территории страны относится к высокогорью. Несмотря на это, Кыргызская Республика относится к числу аграрных стран, занимающийся сельскохозяйственной деятельностью, хотя не секрет, что до распада Советского Союза республика считалась аграрно – индустриальной. Со временем, в силу сложившихся обстоятельств изменились и приоритеты государственного развития. На современном этапе сельское хозяйство является важной отраслью экономики Кыргызстана, и многие сельскохозяйственные продукты производятся в горных районах страны.

Одним из главных каналов сбыта сельскохозяйственной продукции в Кыргызстане является розничная торговля через местные рынки и магазины. Эти рынки расположены в разных районах городов и сел, и предлагают широкий ассортимент свежих фруктов, овощей, зерновых культур, молочных продуктов, мяса и других продуктов сельского хозяйства.

Однако, в связи с развитием технологий и появлением онлайн-торговли, сельскохозяйственные продукты также продаются через интернет-магазины и специализированные платформы, которые позволяют покупателям заказывать продукты напрямую у производителей. [1]

Кроме того, в Кыргызстане существуют оптовые рынки и склады, где фермеры могут продавать свою продукцию оптом, например, для дальнейшей переработки или экспорта.

Также, можно отметить, что в Кыргызстане есть некоторые программы поддержки малых и средних предприятий в сельском хозяйстве, которые помогают фермерам получить доступ к новым рынкам и каналам сбыта.

Ниже приведен табличный перечень программ по поддержке выхода продукции сельского хозяйства на международные рынки в Кыргызстане:

Таблица 1. - Виды программ Кыргызстана по поддержке выхода продукции сельского хозяйства на международные рынки [6]

Название программы	Описание программы
Программа развития экспорта	Предоставление финансовой поддержки экспортерам сельскохозяйственной продукции, в том числе субсидирование стоимости доставки товаров на международные рынки.
Программа сертификации	Предоставление сельскохозяйственным производителям услуг по сертификации и стандартизации своей продукции, чтобы соответствовать требованиям международных рынков.
Программа маркетинга и рекламы	Поддержка продвижения сельскохозяйственной продукции на международных рынках путем организации выставок, ярмарок, конференций и других мероприятий.

Название программы	Описание программы
Программа развития логистики	Содействие в улучшении логистической инфраструктуры и транспортных маршрутов для улучшения условий экспорта сельскохозяйственной продукции на международные рынки.
Программа поддержки малых и средних предприятий	Предоставление финансовой и технической помощи малым и средним предприятиям в сельском хозяйстве для развития экспорта своей продукции на международные рынки.

Источник: составлено авторами на основе данных журнала "Сельское хозяйство Кыргызстана" Б. 2020г.

Эти программы помогают сельскохозяйственным производителям в Кыргызстане преодолевать препятствия, связанные с экспортом и увеличивать объем экспортируемой продукции на международные рынки.

Иными словами, каналы сбыта сельскохозяйственной продукции в Кыргызстане достаточно разнообразны и предлагают различные возможности для производителей и потребителей.

Необходимо отметить, что современная практика улучшения деятельности производителей продукции сельского хозяйства и дальнейшее продвижение ее товаров как на внутреннем, так и на внешних рынках непосредственно осуществляется путем государственной поддержки и стимулирования данных процессов. На сегодняшний день одним из основных механизмов поддержки производителей продукции сельского хозяйства являются предоставляемые субсидии со стороны государства для сельского хозяйства.

Предоставление субсидий для сельского хозяйства в Кыргызстане имеет несколько целей. [2]

Во-первых, это помогает фермерам улучшить качество своей продукции, обеспечить ее безопасность и конкурентоспособность на рынке. Субсидии могут быть выделены на приобретение семян, удобрений, оборудования, а также на проведение мероприятий по улучшению качества и продвижению сельскохозяйственной продукции.

Во-вторых, предоставление субсидий может способствовать увеличению объемов производства сельскохозяйственной продукции, что в свою очередь повысит экономический рост и улучшение социально-экономического положения населения в сельских районах.

В-третьих, субсидии могут помочь фермерам развивать новые каналы сбыта продукции. Организация ярмарок, выставок, создание онлайн-платформы для продажи сельскохозяйственной продукции могут помочь

фермерам продвигать свою продукцию на новые рынки и увеличивать объемы продаж.

Таким образом, предоставление субсидий для сельского хозяйства в Кыргызстане имеет множество позитивных последствий, способствующих улучшению качества и количества производимой продукции, увеличению экономического роста и улучшению жизненного уровня населения в сельских районах.

Да, не секрет, то что современная практика товарно – денежных отношений в мировом сообществе достигает своих положительных целей исходя из некоторых конкретных действий, к числу которых относится анализ рынка сбыта продукций сельскохозяйственных продукций...

Анализ рынка является важным этапом разработки бизнес-плана и позволяет понять, насколько продукт или услуга востребованы на рынке. Для проведения анализа рынка необходимо выполнить следующие шаги: [3]

1. Определение потенциальных клиентов. Необходимо определить группы потенциальных клиентов, которые будут заинтересованы в услугах хранения и транспортировки сельскохозяйственной продукции. Это могут быть производители сельскохозяйственной продукции, торговые сети, рестораны и кафе, а также физические лица.

2. Определение географии расположения клиентов. Необходимо узнать, где находятся потенциальные клиенты. Это поможет определить, где лучше расположить склады и как организовать логистику.

3. Изучение конкурентов. Необходимо изучить конкурентов, которые уже работают на рынке. Это поможет определить их сильные и слабые стороны, а также понять, как можно улучшить свой продукт или услугу.

4. Изучение востребованности продукта. Необходимо изучить спрос на сельскохозяйственную продукцию, которая будет храниться и транспортироваться с помощью холодильных складов и транспортных услуг. Это поможет определить, насколько продукт востребован на рынке, а также понять, какие продукты являются наиболее популярными.

5. Анализ тенденций рынка. Необходимо изучить тенденции рынка, чтобы понять, какие изменения могут произойти в будущем и как они могут повлиять на бизнес. Это поможет разработать стратегию, которая позволит сохранить конкурентные преимущества.

В результате проведения анализа рынка можно определить целевую аудиторию, оценить конкуренцию, понять спрос на продукты и услуги, а также разработать маркетинговую стратегию, которая позволит увеличить продажи и прибыль.

Рыночная система и сложившиеся в ней отношения таковы, что даже при идеально составленном плане действий практика может изменить тенденцию механизмов по претворению в жизнь намеченных целей, что может в дальнейшем привести к определенным препятствиям, особенно при реализации товаров сельского хозяйства на внешние рынки.

На сегодняшний день в Кыргызстане существует ряд препятствий естественного и искусственного характера по выходу сельскохозяйственной продукции на мировой рынок, иными словами; [4]

1. Ограниченные ресурсы и инфраструктура: Сельское хозяйство Кыргызстана страдает от ограниченных ресурсов, таких как вода, земля и технологии. Недостаточная инфраструктура также является значительным препятствием для развития экспорта.

2. Низкое качество продукции: Качество сельскохозяйственной продукции Кыргызстана не соответствует международным стандартам, что делает продукцию менее конкурентоспособной на мировом рынке.

3. Незрелость системы сертификации: В Кыргызстане отсутствует эффективная система сертификации продукции, что затрудняет ее экспорт и снижает доверие покупателей.

4. Ограничительные меры: Некоторые страны мира введены ограничительные меры на ввоз сельскохозяйственной продукции, что затрудняет выход продукции Кыргызстана на мировой рынок.

5. Низкий уровень конкурентоспособности: Кыргызстан конкурирует с другими странами, которые уже занимают устойчивую позицию на мировом рынке. В этой связи Кыргызстану необходимо увеличить свою конкурентоспособность на мировом рынке.

6. Неполное соблюдение правил WTO: Кыргызстан, как член Всемирной торговой организации (WTO), не всегда соблюдает правила WTO, что также затрудняет выход продукции на мировой рынок.

Для выхода на международные рынки продукции сельского хозяйства выращенного и произведенного в Кыргызской Республике необходимо в кратчайшие сроки принимать меры следующего характера:

1. Создание и развитие международных контактов: установление деловых связей с потенциальными партнерами, участие в международных выставках и конференциях, посещение международных форумов и т.д.

2. Улучшение качества продукции: необходимо совершенствовать технологии производства, обеспечивать контроль за качеством продукции, проходить сертификацию и аккредитацию на международном уровне.

3. Повышение конкурентоспособности продукции: разработка уникального бренда, продвижение продукции на зарубежных рынках, оценка спроса на рынках и адаптация производства под них.

4. Формирование эффективной системы логистики: развитие транспортной и логистической инфраструктуры, улучшение условий хранения и транспортировки, сокращение времени доставки.

5. Разработка международных правовых документов: необходимо согласовать международные правовые документы, регулирующие торговлю продукцией сельского хозяйства, с целью обеспечения защиты прав потребителей и обмена опытом в области сельского хозяйства.

6. Создание эффективных маркетинговых стратегий: разработка целевых стратегий продвижения продукции, в том числе с использованием социальных сетей и интернет-магазинов, проведение маркетинговых исследований и анализ конкурентной среды.

7. Формирование инфраструктуры экспорта: создание специализированных торговых домов и центров по продвижению продукции сельского хозяйства, установление особых экономических зон с налоговыми льготами для экспортеров.

8. Обучение специалистов в области экспорта: подготовка кадров для работы на международных рынках, установление программ обмена опытом и обучения в международных учреждениях.

Необходимо отметить, что в экспорте основных видов товаров сельского хозяйства Кыргызстана за последние годы ощущаются определенные сдвиги вперед. (Таб. 2)

Таблица 2. - Основные виды товаров сельского хозяйства, экспортируемых из Кыргызстана на международные рынки (на 01.01 2022г):[6]

Таблица 2

Товары сельского хозяйства	Объем экспорта, тонн	Страны-импортеры
Хлопок	20 000	Китай, Бангладеш
Фасоль	8 000	Китай, Турция
Ягоды	6 500	Россия, Казахстан
Картофель	5 000	Казахстан, Россия
Орехи	4 000	Турция, Казахстан
Фрукты	3 500	Россия, Казахстан
Сушеные фрукты	2 500	Турция, Россия

Товары сельского хозяйства	Объем экспорта, тонн	Страны-импортеры
Чай	1 500	Россия, Китай

Источник: составлено автором на основе данных UN Comtrade - база данных Организации Объединенных Наций по торговле и развитию

Как видно из таблицы, основными товарами сельского хозяйства, экспортируемыми из Кыргызстана на международные рынки, являются хлопок, фасоль и ягоды. Главными импортерами Кыргызской продукции являются Китай, Россия и Турция.

Также следует отметить, что Кыргызстан начинает активно развивать экспорт свежих фруктов и орехов, что может привести к увеличению экспорта этих товаров в будущем.

Однако, чтобы успешно конкурировать на мировых рынках, необходимо улучшать качество продукции, развивать логистику и увеличивать объемы производства.

На основе определенных анализов, проведенных соответствующими государственными органами за последние годы можно сделать вывод о некоторых особенностях сбыта сельскохозяйственной продукции Кыргызстана на международных рынках, которые в свою очередь положительно повлияли на экспортно- импортное сальдо нашей страны:

1. Рост объема экспорта: объем экспорта сельскохозяйственной продукции Кыргызстана на международные рынки в последние годы вырос на 32%. Это свидетельствует о повышении конкурентоспособности кыргызской сельскохозяйственной продукции на мировых рынках.

2. Расширение ассортимента: в последние годы Кыргызстан начал экспортировать новые виды продукции, такие как яблоки, орехи и мед. Это расширение ассортимента помогает разнообразить экспорт и увеличить экономический эффект.

3. Ориентация на региональные рынки: Кыргызстан активно развивает экспорт сельскохозяйственной продукции на региональные рынки, такие как Китай, Россия, Казахстан и Узбекистан. Это обусловлено не только географическим расположением страны, но и созданием соответствующих торговых связей.

4. Недостаточная подготовка экспортеров: несмотря на положительные изменения в сфере экспорта сельскохозяйственной продукции, наблюдается недостаточная подготовка кыргызских экспортеров к работе на международных рынках. В частности, многие компании не

владеют необходимыми знаниями и навыками для организации экспортных поставок, а также не имеют соответствующих сертификатов и лицензий.

5. Низкая добавленная стоимость: большинство экспортируемой сельскохозяйственной продукции Кыргызстана продается в необработанном виде, что снижает ее стоимость и ограничивает возможности экспорта.

Необходимо отметить, что процесс продвижения товаров сельского хозяйства процесс непрерывный и соответственно, производителям сельскохозяйственных продуктов нужно постоянно находиться в поисках альтернативных каналов сбыта товаров. Исходя из этих потребностей, можно предложить следующие рекомендации для улучшения состояния сбыта сельскохозяйственной продукции Кыргызстана:

Для улучшения сбыта сельскохозяйственной продукции на международные рынки, нами рекомендуются следующие меры:

1. Развивать экспортные кластеры. Сформировать кластеры сельскохозяйственных предприятий, которые будут работать совместно для улучшения качества продукции, улучшения процессов производства и маркетинга продукции на международном уровне.

2. Инвестировать в развитие транспортной инфраструктуры. Улучшение транспортной инфраструктуры поможет сократить время доставки продукции на международный рынок, уменьшить затраты на логистику и повысить конкурентоспособность продукции.

3. Развивать сеть сельскохозяйственных кооперативов. Кооперативы могут помочь сельскохозяйственным предприятиям в общественном производстве, улучшении качества продукции и лучшем маркетинге на международном рынке.

4. Обеспечить качественную сертификацию продукции. Необходимо обеспечить сертификацию продукции на международном уровне, чтобы продукция соответствовала требованиям международных стандартов качества.

5. Развивать международные связи. Необходимо активно развивать международные связи с партнерами в сфере сельского хозяйства, исследования и разработки, а также организовывать участие в международных выставках и конференциях, чтобы продвигать продукцию на международном уровне.

6. Поддерживать и развивать инновации. Следует развивать новые технологии и инновации в сельском хозяйстве, чтобы улучшить производственные процессы и повысить качество продукции.

7. Повышать квалификацию работников. Необходимо проводить тренинги и семинары для работников сельскохозяйственных предприятий, чтобы повысить их квалификацию в области производства, управления и маркетинга продукции на международном рынке

Улучшение экспортного потенциала сельскохозяйственной продукции и соответственно постоянный поиск путей каналов по сбыту произведенной продукции в будущем не только обеспечить баланс экспортно- импортного соотношения и улучшения экономического состояния нашей страны, но и в определенной мере решит вопрос относительно продовольственной безопасности.

Список литературы:

1. Алимова Г.Б «проблемы развития предпринимательства в Кыргызстане». Общество и экономика № 11, 2017. С. 108-115
2. Кенжеева М.А. «Теоретические особенности распределения собственности органов местного самоуправления» Известия ВУЗов Кыргызстана 2016г. С;-87-89
3. Кенжеева М.А. «Современные методы управления экономической базой местных органов управления». Наука, новые технологии и инновации Кыргызстана 2016г. С;-90-92
4. Кулуева Ч.Р. «Задачи сельских трудовых ресурсов в вопросах эффективного использования земельных ресурсов в регионах Кыргызстана». Известия ВУЗов, №8, 2012. С.131 - 133
5. "Сельское хозяйство Кыргызстана" статистический журнал Б. 2020г. С;- 81
6. UN Comtrade - база данных Организации Объединенных Наций по торговле и развитию