

**КЫРГЫЗ РЕСПУБЛИКАСЫНЫН
БИЛИМ БЕРҮҮ ЖАНА ИЛИМ МИНИСТРЛИГИ**

**Ош мамлекеттик университети жана Б. Сыдыков атындагы
Кыргыз-Өзбек эл аралык университетинин К. 08.22.656
диссертациялык кеңеши**

Кол жазма укугунда:

УДК: 33.338.43 339.187:63-021.66

Исираилов Алимжан Алмаматович

**КЫРГЫЗСТАНДЫН ТҮШТҮГҮНДӨГҮ
АӨК ПРОДУКЦИЯЛАРЫН САТУУ КӨЙГӨЙЛӨРҮ
(Ош облусунун мисалында)**

08.00.05. – тармактык экономика

Экономика илимдеринин кандидаты илимий даражасын
изденип алуу үчүн жазылган диссертациянын
АВТОРЕФЕРАТЫ

Ош – 2024

Диссертациялык иш Ош мамлекеттик университетинин гуманитардык жана регионалдык изилдөөлөр институтунун регионалдык экономика бөлүмүндө аткарылды.

Илимий жетекчи: **Убайдуллаев Мирланбек Байдусенович,**

экономика илимдеринин доктору, доцент, Ош мамлекеттик университетинин «Экономика жана ишканалары башкаруу» кафедрасынын башчысы

Расмий оппоненттер: **Турдубаев Салыжан Кадырович,**

Экономика илимдеринин доктору, доцент, Ош шаарындагы Россия мамлекеттик социалдык университетинин филиалынын директору

Жоробаев Музаффар Ганыжанович,

Экономика илимдеринин кандидаты, Б. Сыдыков атындагы Кыргыз-Өзбек эл аралык университетинин адистештирилген колледжинин «Экономика жана укук» циклинин башчысы

Жетектөөчү мекеме: К. Скрябин атындагы Кыргыз улуттук агрардык университетинин «Менеджмент жана агромаркетинг» кафедрасы, адрес: Бишкек ш., Медерова көчөсү, 68

Диссертациялык ишти коргоо 2024-жылдын 27-сентябрында Ош мамлекеттик университетинин жана Б. Сыдыков атындагы Кыргыз-Өзбек эл аралык университетинин алдындагы экономика илимдеринин кандидаты окумуштуулук даражасын изденип алуу боюнча уюштурулган К. 08.22.656 диссертациялык кеңешинин жыйынында корголот (дареги: 723500 Кыргыз Республикасы, Ош шаары, А. Масалиев проспекти 80, 509 аудитория.

Диссертациялык ишти коргоонун онлайн режиминдеги идентификациялык коду <https://vc.vak.kg/b/082-ycm-vdp-yrv>.

Диссертациялык иш менен Ош мамлекеттик университетинин (дареги: 714000, Кыргыз Республикасы, Ош ш., Ленин көчөсү 331) жана Б. Сыдыков атындагы Кыргыз-Өзбек эл аралык университетинин (дареги: 714000, Кыргыз Республикасы, Ош ш., Г. Айтиев көчөсү 27) илимий китепканаларынан жана диссертациялык кеңештин сайтынан таанышууга болот https://stepen.vak.kg/k_08_22_656/isirailov-alimzhan-almamatovich/.

Автореферат 2024-жылдын 28 июнунда таркатылды.

Диссертациялык кеңештин окумуштуу катчысы,
Э.И.К.



Исманалиев К. И.

ИЗИЛДӨӨНҮН ЖАЛПЫ МҮНӨЗДӨМӨСҮ

Диссертациянын темасынын актуалдуулугу. Рыноктук мамилелердин шартында айыл чарба продукциясын сатуу маселеси актуалдуу болуп келет. Ал көптөгөн себептерден улам келип чыккан: учурдагы баа түзүүнүн начардыгы, агроөнөр жай комплексинин начар өнүккөн инфраструктурасы, өндүрүүчүлөр менен керектөөчүлөрдүн ортосундагы байланыштын бузулушу, рыноктун абалы жөнүндө зарыл маалыматтын жоктугу, айылдарды мамлекеттик колдоонун жетишсиздиги.

Ишканалардын сатуу ишмердүүлүгүндө товарды акыркы керектөөчүгө жеткирүү функцияларын ишке ашыруу маанилүү роль ойнойт. Чарбалардын өз продукциясын акыркы керектөөчүгө жеткирүү үчүн ар кандай каражаттары жана каналдары бар; айрым каражаттар жана каналдар бири-бири менен атаандашат, башкалары бири-бирин алмаштырат же толуктайт. Туура тандоо жасоо - маселелерди чечүүнүн жолу жана ишканалардын экономикалык абалын жакшыртуу үчүн натыйжалуу каражат болуп саналат.

Буга чейин колдонулган продукция өндүрүү жана ишке ашыруу көйгөйлөрүн чечүү жолдору рыноктук мамилелерге өтүү мезгилиндеги принципиалдуу жаңы жагдайга толук ылайык келбей калды. Рынок шарттарында маркетингдин мааниси кескин өстү, анткени ал рыноктун абалын изилдөөгө, товарларды керектөөчүлөргө тезирээк жеткирүүгө жана товарларды эң чоң пайда менен сатууга багытталган чаралар жана ишмердүүлүк комплекси болуп саналат.

Бул аспектилер диссертациялык иштин темасын жана изилдөөнүн негизги багыттарын тандоодо алдын ала аныктады. Айыл чарба продукцияларын сатууга байланыштуу көптөгөн маселелер экономикалык илимде да, практикалык ишмердүүлүктө да жетиштүү изилденбеген жана талаштуу бойдон калууда, бул аларды андан ары изилдөө зарылдыгын пайда кылат жана экономикалык илимдеги бул багытты актуалдаштырат.

Диссертациянын темасынын ири илимий программалар жана изилдөө иштери менен байланышы. Диссертациялык изилдөөнүн темасы төмөнкү программаларды ишке ашыруу менен тыгыз байланыштуу:

-2018-2040-жылдарга Кыргыз Республикасынын Улуттук өнүгүү стратегиясы;

-2018-2022-жылдарга Кыргыз Республикасынын регионалдык саясатынын концепциясы;

-2022-2025-жылдарга Кыргыз Республикасында микрофинансылоо секторун өнүктүрүүнүн негизги багыттары;

-2020-2023-жылдарга Кыргыз Республикасында эмгек жана калкты социалдык коргоо чөйрөсүн өнүктүрүү программасы;

- «Санариптик экономика» мамлекеттик программасы;

- «Санарип Кыргызстан 2019-2023» санариптик трансформация концепциясын ишке ашыруу боюнча «Жол картасы»;

- Кыргыз Республикасынын креативдүү экономикасын өнүктүрүү концепциясы;

- 2026-жылга чейин Кыргыз Республикасынын Улуттук өнүгүү программасы;

- 2026-жылга чейин Кыргыз Республикасынын бизнесин өнүктүрүү программасы.

Бул программалар жана концепциялар айыл чарба продукцияларын ишке ашыруу маселелерин, рыноктук мамилелер шарттарында маркетинг стратегияларын өнүктүрүүнү, айыл чарба секторунун жана жалпы экономиканын абалын жакшыртууну максат кылат. Диссертациялык изилдөөнүн темасы бул программалардын негизги максаттарына дал келет жана аларды ишке ашырууда маанилүү салым кошот.

Изилдөөнүн максаты жана милдеттери. Бул изилдөөнүн максаты - айыл чарба продукцияларын сатуунун шарттарынын учурдагы абалын жана өнүгүүсүн, негизги товар өткөрүү каналдарын жана айыл чарба продукцияларын ишке ашыруунун эң натыйжалуу жолдорун аныктоо боюнча теориялык-методологиялык жоболорду, концептуалдык негиздерди жана практикалык сунуштарды негиздөө.

Койулган максатка ылайык, изилдөөнүн **милдеттери** төмөнкүлөрдү камтыйт:

- айыл чарба продукциялары рыногунун учурдагы абалын изилдөө, анын калыптануу шарттарын жана өнүгүү өзгөчөлүктөрүн мүнөздөө;

- айыл чарба продукцияларын жана кайра иштетүү тармактарынын продукцияларын ишке ашыруу системасы боюнча чет өлкөлүк тажрыйбаны кароо;

- рынокто агропродукцияны сатуу процессин жана башка ишке ашыруу сатуу каналдарын уюштуруу процессин кароо;

- өндүрүлгөн продукцияны сатуунун кыйла натыйжалуу каналдарын тандоо боюнча негизги критерийлерди аныктоо жана негиздөө;

- жогорку сапаттагы жана атаандаштыкка жөндөмдүү продукцияларды өндүрүүнүн өсүшүн стимулдаштыруучу товар өндүрүүчүлөргө натыйжалуу мамлекеттик колдоо көрсөтүү боюнча практикалык чараларды иштеп чыгуу.

Изилдөөнүн объектиси - Кыргызстандын түштүгүндөгү агроөнөр жай комплексинин ишканалары.

Изилдөөнүн предмети рыноктук мамилелердин калыптануу жана өнүгүү шарттарында айыл чарба азыктарын сатуу боюнча теориялык жана практикалык маселелер болуп саналат.

Изилдөөнүн теориялык жана методологиялык базасын материалисттик диалектиканын жана экономикалык теориянын негизги жоболору түзөт. Диссертациялык изилдөөнүн жүрүшүндө ата мекендик жана чет өлкөлүк окумуштуулардын эмгектери төмөндөгү маселелер боюнча изилденген: экономика теориясы жана практикасы жана айыл чарба өндүрүшүн уюштуруу; айыл чарба азыктарын сатуу жана анын өндүрүшүнүн натыйжалуулугу; кызмат көрсөтүүлөр жана товар рыногунун статистикасы; башкаруу жана маркетингдик изилдөөлөр; экономикалык жана математикалык талдоо ыкмалары жана

рыноктук шарттарда айыл чарба ишканаларынын экономикалык жараяндарды моделдөө, аларды колдонуу мүмкүнчүлүктөрү.

Изилдөө ишинин натыйжаларынын илимий жаңылыгы АӨК ишканаларынын продукцияны сатуу процессинин объективдүү шарттарын, товардын кыймылын башкаруу жана жөнгө салуу боюнча автор тарабынан иштелип чыккан моделдердин призмасы аркылуу теориялык-методологиялык негиздөөдөн турат.

Диссертациялык изилдөөнүн төмөнкү жыйынтыктары **илимий жаңылыкка** ээ:

- интеграция шарттарында агропродукцияны ишке ашыруунун теориялык, концептуалдык негиздери тутумдаштырылды, "товардык продукция" түшүнүгүнө автордук толуктоолор киргизилди;

- агрардык сектордун продукциясын сатуунун методологиялык принциптери комплекстүү каралды жана толукталды;

- максаттуу рыноктун муктаждыктарына ылайык иш багыттарын тандоо эркиндиги үчүн факторлор жана каналдар аныкталды жана толукталды

- товар кыймылын башкаруу жана жөнгө салуу жана АӨК продукцияларын сатуу анын ичинде: өсүмдүк өстүрүү жана мал чарбачылыгы боюнча заманбап моделдер иштелип чыкты жана сунушталды;

- ички жана тышкы рыноктордо агро жана айыл чарба продукцияларын ишке ашыруунун инновациялык-натыйжалуу системасын түзүү сунушталды.

Диссертациядагы коргоого коюлуучу негизги жоболор:

1. рыноктук мамилелердин шартында агро жана айыл чарба азыктарын реализациялоого байланышкан негизги экономикалык категориялардын жана түшүнүктөрдүн жалпылыгын жана айырмачылыктарын аныктаган, ата мекендик айыл чарбасын өнүктүрүүнүн теориялык жана методологиялык маселелердин жыйындысы;

2. айыл чарбасын жана агроөнөржай комплексин өнүктүрүүгө багытталган изилдөө, агро жана айыл чарба азыктарын сатуу өзгөчөлүктөрү жана региондордо "жашыл" экономиканы өнүктүрүүгө өбөлгө болуучу белгилерди жана себептерди эске алуу менен товар кыймылынын каналдарын аныктоо боюнча комплекстүү изилдөө;

3. региондордо органикалык айыл чарбасын өнүктүрүүгө өбөлгө түзүүчү өсүмдүк өстүрүүчүлүк жана мал чарба продукцияларын өндүрүүчүдөн акыркы керектөөчүгө чейин сатуунун жана товар кыймылынын инновациялык тармактык-логистикалык моделдери иштелип чыкты;

4. региондордун, атап айтканда, Ош облусунун туруктуу инновациялык-жашыл өнүгүүсүнө жетишүүдө АӨК продукциясын өндүрүү, кайра иштетүү, сатуу, импорттоо жана экспорттоо маселелеринде мамлекеттик жөнгө салуунун жана координациялоонун ролу жана мааниси;

5. ата мекендик АӨК продукцияларын реализациялоодо салттуу, улуттук-классикалык (эски) технологияны сактоо менен жана акыркы жылдары пайдага умтулуу менен өзүнүн "жашыл" артыкчылыктарын жоготуп келе жаткан экологиялык жактан таза тамак-аш продукциясын "Кыргызстанда өндүрүлгөн"

брэнди менен өндүрүүнү уюштуруунун практикалык чаралары жана стратегиялык механизмдери

Изилдөөнүн натыйжаларынын практикалык маанүүлүлүгү. Ички айыл чарба продукцияларын өндүрүүчүлөр АӨК продукцияларын өндүрүүдө, товар өткөрүүдө жана сатуу процессинде инновациялык тармактык логистикалык моделдерди колдонушу мүмкүн. Бул аймакта органикалык айыл чарбачылыкты өнүктүрүүгө жана агро- жана айыл чарба продукцияларын өндүрүү, кайра иштетүү, сатуу, импорттоо жана экспорттоо процессинде "жашыл" стандарттарды сактоого өбөлгө түзөт. Бул чаралар ошондой эле Кыргызстандын аймактарында туруктуу, инновациялык, «жашыл» өнүгүүгө жетишүү максатын көздөйт. Диссертациянын негизги жоболору жана корутундулары, ошондой эле аймактык айыл чарба рыногун жөнгө салуу инструменттери Ош облусунун Администрациясы тарабынан облустун агро-өнөр жай комплексин өнүктүрүү боюнча комплекстүү программаны жана анын өнүктүрүү стратегиясын иштеп чыгууда колдонулган. Теориялык жана практикалык жоболор Ош мамлекеттик университетинде "Аймактык экономика" жана "Агро-өнөр жай комплекси экономикасы" курстарын окутуу процессинде колдонулат, бул сунушталган моделдердин, ыкмалардын жана сунуштардын практикалык маанилүүлүгүн жана ишке жөндөмдүүлүгүн тастыктайт.

Издөнүүчүнүн жекече салымы: АӨК продукциясын сатуунун заманбап проблемаларын илимий чагылдырууну изилдөөнүн теориялык-методологиялык негиздерин жалпылоодо; ошондой эле "товардык продукция" түшүнүгүнө автордук толуктоолорду киргизүү аракетинде; Кыргызстандын аймактарында органикалык айыл чарбасын сактоого жана өркүндөтүүгө, агро өндүрүш процессинде "жашыл" эрежелерди сактоого көмөктөшүүчү товар кыймылынын жана өсүмдүк өстүрүүчүлүк жана мал чарба продукцияларын акыркы керектөөчүгө чейин жеткирүүнүн инновациялык тармактык логистикалык моделдерин иштеп чыгууда; АӨК продукцияларын өндүрүү процессинде туруктуу өнүктүрүүнүн амбициялык максаттарына жана милдеттерине (ТӨМ) ылайык "жашыл" эрежелерди сактоодо деп белгилөөгө болот.

Илимий иштин жыйынтыгынын апробацияланышы.

Диссертацияда баяндалган илимий натыйжалар жана жоболор эл аралык, республикалык жана аймактык конференцияларда, тегерек столдордо баяндалган.

Диссертациянын жыйынтыктарынын басылмадагы толук чагылдырылышы. Диссертациялык изилдөөнүн жыйынтыктары боюнча 12 илимий макала жарыяланган, алардын ичинен 4 РФ РИНЦ системасында, 1 Scopus жана Кыргыз Республикасынын президентинин алдындагы УАК сунуштаган импакт фактору жогору мезгилдүү басылмаларында жарыяланган. Жарыяланган илимий эмгектердин жыйынтык баллы 167 баллды түздү.

Диссертациянын көлөмү жана түзүлүшү: Диссертациялык иш киришүүдөн, 9 параграфты камтыган үч бөлүмдөн, алардан келип чыккан жыйынтыктардан, сунуштардан, корутундулардан, колдонулган адабияттардын тизмесинен жана тиркемелерден, 21 сүрөт жана 23 таблицада турат. Библиографияны жана тиркемелерди кошкондо, иштин жалпы көлөмү 187 беттен турат.

ИШТИН НЕГИЗГИ МАЗМУНУ

Киришүүдө теманын тандалып алынышы жана анын актуалдуулугу белгиленип, максат, милдеттери аныкталды. Ошондой эле изилдөөнүн объектиси, предмети, илимий жаңылыгы, теориялык мааниси, иштин практикалык жана экономикалык мааниси, диссертанттын жеке салымы, изилдөөнүн жыйынтыктарын апробациялоо даражасы аныкталды, иштин структурасы жана көлөмү көрсөтүлдү.

Диссертациянын **биринчи бөлүмү “Рынок шарттарында агроөнөр жай комплексинин азыктарын сатуу маселелери боюнча теориялык жана методологиялык аспектилері”** деп аталып, агроөнөр жай комплексинин азыктарын сатуу проблемаларына теориялык жана методологиялык ыкмаларды, агро жана айыл чарба азыктарын сатуу каналдарынын өнөр жай өзгөчөлүктөрү, жана аларды ишке ашыруу процессине таасир этүүчү жагдайлар, агроөнөр жай комплексинин продукциясын сатуу көйгөйлөрүн изилдөө боюнча чет өлкөлүк тажрыйба изилденген.

Заманбап илимий категория катары азык-сатуу проблемаларын изилдөөнүн негизи чет өлкөлүк, орус жана ата мекендик окумуштуулардын эмгектеринде белгиленген. Өлкөнүн экономикасын инновациялык өнүктүрүү шартында АӨК продукциясын бөлүштүрүү системасын трансформациялоо жана сатып алуу- сатуу ишин жүзөгө ашыруучу жаңы структураларды түзүү зарылдыгы келип чыкты. Ушул себептен айыл чарба өндүрүшүнүн, кайра иштетүү комплексинин, ар кандай моделдеги соода чөйрөсүнүн жана продукцияны сатуунун методдору заманбап изилдөөчүлөрдүн жана практиктердин иштеринде көп чагылдырылып келет.

Товар алмашуу доору – бул продукцияны ишке ашыруу процесси өндүрүштүк күчтөрдүн жана коомдогу керектөөнүн өнүгүшүнүн негизи болуп саналат, анын объективдүүлүгү XVI–XVIII кылымдардагы экономикалык теориянын классиктери тарабынан каралган. Алар ар кандай аспектилерди жана алмашуунун мүмкүнчүлүктөрүн, керектөөлөрдү канааттандыруу жана бардык түрдөгү жыргалчылыктарды (баалуулуктарды) өндүрүү (же жаратуу) аркылуу коомду өнүктүрүү ыкмасы катары изилдешкен, анын ичинде соода мамилелери, алмашуу, жүгүртүү, товар алмашуу, базар, бөлүштүрүү чөйрөсү сыяктуу классикалык тушунуктор да бар. Англис экономисти Д. Рикардо алмашуу механизмин кеңейтип, товарларды өндүрүүнүн капиталдаштырылган баасын, ошондой эле ташуу, соода ортомчулугунун эмгеги жана башкаларды жалпы баага кошту. Ал белгилегендей, эгер адамдар өндүрүштө машиналарды колдонбосо, болгону эмгек гана колдонулса жана товарларын базарга жеткирүү үчүн бирдей убакыт талап кылынса, анда продукциянын алмашуу наркы жумшалган эмгектин санына так пропорционалдуу болмок. (*Рикардо, Д. Начала политической экономии и налогового обложения. Principles of political economy and taxation: избранное / Д. Рикардо; пер. с англ.; пред. П.Н. Клюкина. – М.: Эксмо, 2007. – 953 с., с. 96*). Саясий экономиянын дагы бир өкүлү А.Р.Ж. Тюрго сатып алуу жана сатуу боюнча жалпы эркиндик, бир жагынан, сатуучуга өндүрүштү колдоочу бааны камсыз кылуунун, экинчи жагынан, сатып алуучуга эң жакшы товарды

ылайыктуу баада тартуулоонун бирден-бир каражаты деп эсептеген. (Корнейчук, Б.В. *История экономических учений: учеб. пособие* / Б.В. Корнейчук. – СПб.: Изд-во СПбГТУ, 2001. – 124 с., с. 69). Д. Болтун сунуштаган ыкмасы шарттуу түрдө маржиналисттик-коммерциялык деп аталып, өзүнүн окууларында ишкананын продукциясын сатуу ишмердүүлүгүнүн чектүү пайдалуулук теориясын карап чыккан. Бул жерде борбордук милдет ишкананын товарларын кирешелүү реализациялоо болуп саналат, ал эми негизги функциялар – суроо-талапты изилдөө, өндүрүштүк кубаттуулуктарды толтуруу жана продукцияны базарга жылдыруу. Ошондуктан, бүтүндөй сатуучу ишмердүүлүк сатуунун көлөмүн көбөйтүүгө багытталган, ал эми сатуу өсүшү өз кезегинде зарыл (чектүү) кирешелүүлүктү камсыз кылганда гана максатка ылайыктуу деп таанылат. (Болт, Г.Д. *Практическое руководство по управлению сбытом* / Г.Д. Болт; пер. с англ. – М.: МТ-Пресс, 2001. – 268 с., 127).

Изилдөөлөр көрсөткөндөй, бир катар батыш жана КМШ өлкөлөрүнүн окумуштуулары тартылган ресурстарды пайдалануунун жогорку өндүрүмдүүлүгү, продукцияны өндүрүү жана акыркы керектөөчүгө жеткирүү убактысын кыскартуу менен мүнөздөлгөн өнүккөн рынок экономикасы бар өлкөлөргө мүнөздүү сатуу жана соода-ортомчулук ишин уюштурууда логистикалык ыкманы карманышат. Чет элдик тажрыйба көрсөткөндөй, логистикалык чыгымдарды 1% га кыскартуу фирманын сатуу көлөмүнүн дээрлик 10% өсүшүнө барабар. Эсептөөлөр логистикалык системаны жакшыртууга (сатып алуу, транспорт жана кампа) жумшалган 1 АКШ доллары 100 АКШ долларын кошумча сатуудан киреше алып келерин көрсөтүп турат. Эксперттик баа берүүлөр боюнча логистика методдорун колдонуу запастардын деңгээлин 30-50% га, ал эми продукциянын кыймыл убактысын 25-45% га кыскартууга мүмкүндүк берет. (Гайдаенко, Т.А. *Маркетинговое управление* / Т.А. Гайдаенко. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Эксмо, 2008. – 512 с.). Заманбап логистиканы бизнес практикасына киргизүү ишканаларга өндүрүштө, камсыздоодо жана сатууда продукциянын запастарынын бардык түрлөрүн кыйла кыскартууга, жүгүртүү каражаттарынын айланышын тездетүүгө, өндүрүштүн наркын жана дистрибьютордук чыгымдарды азайтууга, жана керектөөчүлөрдүн товарлардын жана тейлөөнүн сапаты менен толук канааттануусун камсыз кылууга мүмкүндүк берет.

Ошентип, ата мекендик агроөнөр жай комплексиндеги ишканаларды башкаруу процесси кабыл алынган башкаруучулук чечимдер аркылуу белгилүү бир акыркы жыйынтыкка жетүүгө багытталган. Бул жерде продукцияны өндүрүү жана ишке ашыруу менен гана чектелбестен, маселени социалдык жактан карап чыгууга да өзгөчө маани берилет. Кожоюндук маселелердин артында субъекттердин кызматкерлеринин бүтүндөй бир өзгөчө миссиясы, стратегиялык максаты жана тактикалык милдеттери бар социалдык бирикме турат. Ф. Котлердин классикалык үч тараптуу өз ара байланышкан жана өз ара аракеттенген кызмат моделин карап чыгып, биздин учурда агроөнөр жай комплексинде айыл чарба товар өндүрүүчү, соода ортомчусу жана акыркы керектөөчүнүн ортосунда социалдык багыттагы мамилелердин бар экенин

аныктоого болот. Бул өзгөчө агромаркетингди продукцияны ишке ашыруу саясатынын деңгээлинде ишке ашырат (1. сүрөт).



1. сүрөт Агрардык комплексте продукцияны сатууну уюштуруунун социалдык багыттагы аракеттери.

Эскертүү: сүрөт автор тарабынан төмөндөгү булактын негизинде түзүлгөн (193 -Марданова, Э.У. Необходимость социальной окраски бытовой политики предприятий или социальная концепция быта / Э.У. Марданова // Маркетинг в России и за рубежом. – 2003. – № 6(38). – С. 113–118., с. 116).

Маркетингде Ф. Котлер, Ф.И. Евдокимов жана В.М. Гавва товардык кыймылды материалдарды жана даяр продукцияларды алардын өндүрүлгөн жерлеринен колдонула турган жерлерине физикалык жылдырууну пландоо, ишке ашыруу жана көзөмөлдөө иши катары карашат. Бул ишмердүүлүктүн максаты керектөөчүлөрдүн муктаждыктарын канааттандыруу жана өзүнө пайда алуу болуп саналат. (114 - Евдокимов, Ф.И. *Азбука маркетинга: учеб. пособие* / Ф.И. Евдокимов, В.М. Гавва. – 3-е изд., перераб. и доп. – Д.: Сталкер, 1998. – 432 с., 165 - Котлер, Ф. *Маркетинг. Менеджмент* / Ф. Котлер, К.Л. Келлер. – СПб. Питер Пресс, 2014. – 800 с.). Ошол эле учурда, негизги чыгымдарына төмөнкүлөр кирет: транспорттоо чыгымдары, товарларды андан ары сактоо,

товардык-материалдык запастарды кармоо, товарларды кабыл алуу, жөнөтүү жана таңгактоо, административдик чыгымдар жана буйруктарды иштеп чыгуу чыгымдары. Товардык кыймыл жана дүң рыноктун абалы боюнча жүргүзүлгөн изилдөөлөрдүн жыйынтыктары көрсөткөндөй, камсыздоо жана сатуу чыгымдары булактары боюнча орточо төмөнкүдөй бөлүштүрүлөт: керектөөчүлөр – 24,3%, жеткирүүчүлөр – 13,5%, ортомчулар – 3,2%, транспорт – 54,0%. Товардын жылуусунун негизги этаптары боюнча, ташуу чыгымдары, анын ичинде транспорттук каражаттарды жүктөө жана түшүрүү – 62,5%, сактоо – 37,5%. Күндөлүк сарптоолор 86,1% түзсө, бир жолку чыгымдар 13,9% түзөт. [270 - Пурлик, В.М. *Логистика торгово-посреднической деятельности* / В.М. Пурлик. – М.: Высшая школа, 1995. – 202 с., с. 139].

Бул тема боюнча экономикалык булактарды изилдөө жана талдоо иши айыл чарба азыктарын сатууну уюштуруу негиздерин аныктоодо чет өлкөлүк жана ата мекендик изилдөөчүлөрдүн көз караштарында негизги айырма бар экенин айгинеледи. Батыш экономисттеринин илимий өнүгүүлөрүндө эки негизги багыт басымдуулук кылат – маркетинг жана логистика, башкача айтканда, сатуу иш-аракеттерин уюштуруу жана иштетүү үчүн таза рыноктук мамилелер жана мамлекет тарабынан жөнгө салуу.

Ошону менен бирге атамекендик окумуштуулар менен изилдөөчүлөрдүн агрардык чөйрөдө сатуу саясатын калыптандыруу жана өнүктүрүү принциптери же ишке ашыруу саясаты жөнүндө бирдиктүү пикири жок, ал глобалдуу дүйнөлүк өзгөрүүлөрдү эске алуу менен изилдөө стадиясында турат. Бул маселе боюнча жүргүзүлгөн изилдөөлөрдү талдоо алардын тизмеси жана мазмуну учурдагы мамлекеттик түзүлүшкө жараша өзгөртүлгөнүн көрсөтөт.

Диссертациялык иштин «**АӨЖ жана айыл чарба продукцияларын өндүрүүнүн учурдагы абалын диагностикалоо**» аттуу экинчи бөлүмүндө биздин өлкөнүн жана региондордун АӨК жана айыл чарбасынын өнүгүү абалы каралат, региондогу товарлардын кыймылынын жана агро- жана айыл чарба продукцияларын ишке ашыруунун каналдарынын анализи жүргүзүлөт, товар өндүрүүчүлөрдү колдоо боюнча атаандаштык рыногунун түзүлүү тенденциясына баа берилет.

Изилдөөнүн объектиси болуп Кыргызстандын түштүгүндөгү агроөнөр жай комплексинин ишканалары аталат.

Товар кыймылын уюштуруунун эффективдүү формаларын жана региондогу агро жана айыл чарба азыктарын өндүрүүчүдөн акыркы керектөөчүгө чейин сатуу маселелери боюнча экономикалык мамилелердин системасы **изилдөөнүн предмети** болуп саналат.

Кыргызстандын учурдагы айыл чарба өндүрүшүн өнүктүрүү үчүн инновациялык технологияларды киргизүү процесси зарыл, ал тиешелүү түрдө жаңы билимдерди, атамекендик айыл чарба өндүрүшүн өнүктүрүүгө, АӨКтү өнүктүрүү проблемаларын өз убагында аныктоого жана жер-жерлерде тийиштүү проблемаларды кесипкөй чечүүгө жөндөмдүү агрардык бизнес чөйрөсүндө инновациялык, креативдүү ой жүгүрткөн адистерди даярдоону талап кылат.

Ата мекендик АӨКтун негизги көйгөйлөрү агропродукциянын жашоо циклинин акыркы стадиясында түздөн – түз чагылдырылат-бул аларды сатуу процессинде, дал ушул этапта продукциянын андан аркы жашоого жөндөмдүүлүгү аныкталат, мында керектөө, суроо-талап бекемделет же тескерисинче керектөөчү

келечекте бул продукциядан баш тартат, бул чарбакер субъекттин өндүрүштүк жана финансылык-экономикалык ишине таасирин тийгизет.

АӨК продукциясын сатуу маселесин кароодо айыл чарба сырьесунун жана азык-түлүктүн ата мекендик рыногун диагностикалоо позициясынан изилдөө зарыл. Бул жерде АӨК тармактарынын дүң жана товардык продукциясы; АӨК продукциясын сатуунун түшүнүктөрү жана шарттары; продукцияны сатуунун негизги каналдары; айыл чарба продукциясынын рыногу жана аны өнүктүрүүнүн проблемалары талдоого алынууга тийиш. Биз койгон милдеттердин бири болгон изилдөөнүн "жол картасы" агропродукцияны сатуунун маанилүүлүгүн ачып берүүгө жана аны ички рыноктун сатуу түйүндөрүнө гана эмес, тышкы рынокторго дагы жылдырууга мүмкүндүк берет деп ишенебиз. 1-таблицада көрсөтүлгөндөй Кыргыз Республикасынын Улуттук статистика комитетинин расмий маалыматтарына ылайык 2018-2022-жылдарда ички дүң продуктунун көлөмү жалпысынан 1,2 эсеге өстү, ал эми 2022 – жылдын 2018-жылга карата катышы байкалаарлык өсүштү - 179,3% көрсөтүп турат, калктын жан башына 103,5% түздү, ал эми бул катыш да оң натыйжаларга жетти, ошону менен 156,5% га жетти.

Атамекендик айыл чарба секторуна келсек, Айыл чарба товар өндүрүүчүлөрүн жана агробизнеси колдоого багытталган маанилүү мамлекеттик иш-чаралардан кийин бул сектордогу оң тенденцияларды белгилөөгө болот. Айыл чарба сектору тарабынан ИДП 2022-жылы 2018-жылга караганда 1,7 пунктка көп өндүрүлгөн, өсүү темпи 100,1% дан 115,4% га чейин өстү. Ошол эле учурда ИДПнын жалпы көлөмүндө АЧС үлүшүнүн азайуу тенденциясы белгиленип, каралып жаткан мезгил аралыгында 2022-жылы 11,6% белгиге жеткен; 2019-жылы 13,6% түзүп, 2018-жылга салыштырмалуу өсүш 1,7 п. көп, ал эми 2020-жылы 0,6 П. га өсүү белгиленип, эң жогорку абал-14,2% жетти, тилекке каршы 2021-жылдан кийин 1,4 п. төмөндөп 12,8% түзгөн.

Таблица 1. – 2018-2022-жж. Кыргыз Республикасынын ИДПсынын өнүгүү тенденциясын жана ИДПнын жалпы көлөмүндө айыл чарба секторунун үлүшүн талдоо (АКК) (млн. сом, %)

Көрсөткүчтөр	2018	2019	2020	2021	2022	2022/ 2018
КР ИДП көлөмү, млн. сом	569385,6	654015,2	639688,6	782 854,3	1020744,6	179,3
Өсүү темпи, %	107,3	114,9	97,8	122,4	130,8	121,9
Калктын жан башына ИДП көлөмү, миң сом	93 836	99 241	95 098	114 265	146 339	156,0
Өсүү темпи, %	123,8	105,8	95,8	120,2	128,1	103,5
Айыл чарба секторунун ИДП көлөмү	66 477,4	67 846,9	77 847,9	97 169,7	112249,3	168,9
Өсүү темпи, %	100,1	102,1	114,7	124,8	115,5	115,4
Айыл чарба секторунун ИДПдагы үлүшү, %	11,9	13,6	14,2	12,8	11,6	98,3
Өсүү темпи, %	95,2	114,3	104,4	90,1	90,6	95,2

Булактар: 1. Кыргыз Республикасынын 2018-2022-жылдардагы статистикалык жылдык китеби.

<https://stat.kg/ru/publications/statisticheskij-ezhгодnik-kyrgyzskoj-respubliki/>

2. БУУ ЕЭКтин статистикалык маалыматтар базасы. Макроэкономикалык сереп эл аралык салыштырма бааларда <https://w3.unece.org/PXWeb/ru/Table?IndicatorCode=6>

Жогоруда белгиленген жагдай COVID-19 пандемиясына байланыштуу, экинчиден, айыл чарба продукцияларын жана агрардык бизнестин товарларын казак-кыргыз чек арасы аркылуу өткөрүү проблемалары, үчүнчүдөн, фермерлер жана айыл чарба товар өндүрүүчүлөрүнүн адекваттуу колдоосуз калуусу, бул өз учурунда сырьё жана продукцияга бааларды болжолдоо маселелери менен коштолуп, алардын экономикалык жашоосун дагы бир жолу татаалдаштырды ж. б.

Таблица 2. – 2018-2022-жж. Ош облусу боюнча айыл чарба продукцияларынын негизги түрлөрүнүн өндүрүшүн талдоо. (тонна, %)

Көрсөткүчтөр	2018	2019	2020	2021	2022	2022/ 2018, %
Айыл чарба продукциясынын негизги түрлөрүн өндүрүү:	-	-	-	-	-	-
Дан (иштетилгенден кийинки салмакта), тонна	294126,2	297288,8	308769,6	306 939,8	327810	111,4
Картошка, тонна	204418,1	206195,0	204947,3	207365,6	206648	101,1
Жашылчалар, тонна	167928,9	175935,7	173538,5	179111,8	186387,0	111,0
Эт (тирүү салмакта), тонна	83 008,8	84 656,8	86 155,5	87 256,6	88448,2	106,6
Союлган массадагы эт), тонна	45 820,0	36 950,3	46 853,0	47 342,0	50070,8	109,3
Чийки сүт, тонна	316156,1	321710,0	328068,0	335 023,5	340341,6	107,6
Физикалык салмактагы жүн, тонна	2 287,4	2 298,6	2 307,0	2 276,6	2263,6	99,0
Жумуртка, мин даана	57 800,5	58 516,2	61 683,1	64 196,9	65462,3	113,3

Булак: Ош облусунун мамлекеттик статистика комитети,

2-таблицада көрсөтүлгөндөй, каралып жаткан 2018-2022-жылдар үчүн Ош облусу боюнча айыл чарба продукцияларынын негизги түрлөрүн өндүрүүнүн темптерин талдоо негизинен оң көрсөткүчкө ээ, жүн сырьёсынан тышкары (99%), ал изилдөө мезгилинен бир аз артта калууда. Талданып жаткан убакыт аралыгында мамлекеттик жана жамааттык айыл чарба ишканаларынын агропродукция өндүрүшүндөгү үлүшү негизинен өзгөрүүсүз калды жана 2022- жылга карата 2% чегинде болду, мында $\Sigma = 5\,624$ млн.сомго продукция өндүрүлдү, бул 2021-жылга салыштырмалуу 48,7% га өстү, ошол эле учурда мамлекеттик айыл чарба ишканаларында өндүрүштүн 1,7% га төмөндөшү байкалууда ($\Sigma = 912,2$ млн. сом). Ошол эле учурда өндүрүлгөн айыл чарба продукциясынын калган олуттуу үлүшү – 94,5% га Дыйкан (фермер) чарбасы жана жеке көмөкчү чарбага туура келет, мында өндүрүштүн өсүүсү тийиштүү түрдө 8,3% га жана 10,8% га байкалат: Дыйкан (фермер) чарбачылыгында $\Sigma = 214\,279,5$ млн.сомго, жеке көмөкчү чарбачылыкта $\Sigma = 124\,478$ млн. сомдук айыл чарба продукциясы өндүрүлгөн. Негизинен айыл чарбасынын жана агробизнестин дүң продукциясы төмөнкүлөрдөн турат: 1) өсүмдүк өстүрүү; 2) мал чарбачылыгы.

Таблица 3. – 2018-2022-жылдары Кыргыз Республикасында өсүмдүк өстүрүүчүлүк жана мал чарбачылыгынын динамикасын талдоо.

№	Көрсөткүчтүн аталышы	2018	2019	2020	2021	2022	2022/ 2018
1.	Өсүмдүк өстүрүүчүлүктүн ИДП көлөмү, бардыгы болуп, учурдагы бааларда, млн. сом	100514,8	110782,2	125749,6	169701,3	177 432,8	176,5

2.	Өсүмдүк өстүрүүчүлүктүн ИДП көлөмү, бардыгы болуп, %	49,0	50,2	50,4	52,3	49,6	101,2
3.	Өсүмдүк өстүрүүнүн физикалык көлөмүнүн индекси, өткөн жылга карата % менен	103,2	102,8	100,2	88,4	111,5	108,0
4.	Мал чарбасынын ИДП көлөмү, бардыгы болуп, учурдагы бааларда, млн. сом	99019,3	104 063,1	116 345,7	145334,3	167860,8	169,5
5.	Мал чарбасынын ИДП көлөмү бардыгы болуп, %	48,3	47,1	46,6	44,8	46,8	96,9
6.	Мал чарбасынын физикалык көлөмүнүн индекси бардыгы болуп, өткөн жылга карата % менен	102,4	102,5	102,0	102,0	102,6	100,2

Автор тарабынан түзүлгөн жана эсептелген.

Булак: Кыргыз Республикасынын Айыл чарбасы 2018-2022-жж.

[<https://www.stat.kg/ru/publications/sbornik-selskoe-hozyajstvo-kyrgyzskoj-respubliki/>]

АӨК товардык продукциясы (ТП) – бул рынок шарттарынын эрежелери боюнча керектөө рынокторунда тиешелүү соода чарбалары, уюмдар жана жеке ишкердик түзүмдөрү тарабынан сатууга жана реализациялоого даяр болгон өзгөчө экономикалык категория, дүң продукциянын бөлүгү. Демек, ТП АӨК продукциясын сатуу процессинин бардык түрлөрүнөн жана типтеринен турат: продуктылар, жумуштар жана кызмат көрсөтүүлөр, анда товардык продукцияны ким, кантип жана кайда берээри эсепке алынбайт, башкача айтканда соода чарбаларынын категорияларына көз каранды эмес. Биздин оюбузча, АЧСда ТПнын мааниси баа жеткис, биринчиден, ал калкты азык-түлүк менен камсыз кылуунун булагы, экинчиден, өнөр жай үчүн чийки зат, үчүнчүдөн, экспорт үчүн резервдик булак.

АӨК продукциясынын товарлуулугун аныктоо механизми абсолюттук жөнөкөй, бул жерде эки агрокөрсөткүчтү: товардык продукциянын көлөмүн (ТПК) дүң продукциянын көлөмү менен салыштыруу жетиштүү, бул ыкма жалпы жана өз-өзүнчө тармактар боюнча жыйынтык алуу үчүн да жарайт.

$$\underline{U}_{АПК\text{ товарн}}^{ТП} = \frac{V_{ТП}}{V_{ВП}} \cdot 100\%; \quad (3)$$

Мында $\underline{U}_{АПК\text{ товарн}}^{ТП}$ - АӨК продукциясынын товарлуулугу, % менен;

$V_{ТП}$ – товардык продукциянын көлөмү, натур. өлчөмдө;

$V_{ВП}$ – дүң продукциянын көлөмү, натуралай. өлчөө.

Өндүрүлгөн бардык айыл чарба продукциялары, айыл чарба кызматтары жана айыл чарба жумуштары өз табияты боюнча товардык болуп саналган соода, маркетинг жана кайра иштетүү секторлорунда АЧСга салыштырмалуу товардык деңгээлдин 100%дык мааниси байкалат. Талдоо жүргүзүлүп жаткан мөөнөттө айыл чарба секторунда агро жана айыл чарба продукциясынын товардык жөндөмдүүлүгүнүн динамикасы аныкталды (4-таблица).

Таблица 4. – 2018-2022-жж. Кыргыз Республикасынын АЧСу боюнча айыл чарба жана агропродукциялардын товардык динамикасынын эсеби, % менен

Көрсөткүчтүн аталышы	2018	2019	2020	2021	2022	2022/2018
<i>U</i> айылчарба прод-сы, анын ичинен:						
<i>U</i> _{дан} , баары	56,8	59,8	57,5	51,2	55,4	97,5
<i>U</i> _{пахта-сырьесу} , баары	87,8	83,9	85,8	99,6	100,0	113,9
<i>U</i> _{тамеки} , баары	27,8	58,8	53,6	94,6	94,5	339,9
<i>U</i> _{кант кызылчасы (фабричной)} , баары	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
<i>U</i> _{май азыктары} , баары	55,6	73,3	71,2	61,4	54,1	97,3
<i>U</i> _{картошка} , баары	60,4	60,3	65,6	59,1	58,6	97,0
<i>U</i> _{жашылча} , баары	78,2	70,3	75,1	67,0	65,1	83,2
<i>U</i> _{жемиштер} , баары	73,7	77,8	79,6	72,8	69,1	93,8
<i>U</i> _{жузум} , баары	79,5	76,8	75,6	68,8	61,7	77,6
<i>U</i> _{бахча азыктары} , баары	97,9	95,7	93,8	86,9	87,9	89,8
<i>U</i> _{Союу үчүн мал жана канаттуулар (тирүү салмакта)} , баары	82,6	68,4	66,4	65,7	65,9	79,8
<i>U</i> _{чийки сут} , баары	80,5	82,0	82,0	77,9	79,3	98,5
<i>U</i> _{жумуртка} , баары	80,4	86,3	85,7	82,3	82,0	102,0
<i>U</i> _{жун в физикалык салмакта} , баары	46,2	57,9	58,0	52,8	43,7	94,6

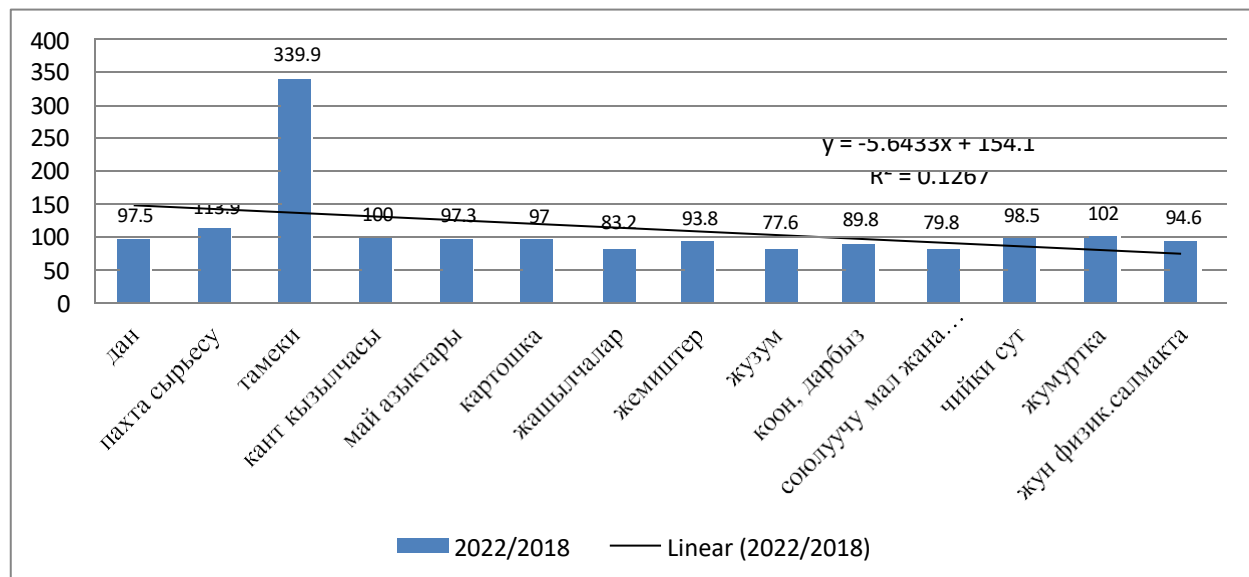
Автор тарабынан түзүлгөн жана эсептелген.

Булак: Кыргыз Республикасынын Айыл чарбасы 2018-2022-жж
[\[https://www.stat.kg/ru/publications/sbornik-selskoe-hozyajstvo-kyrgyzskoj-respubliki/\]](https://www.stat.kg/ru/publications/sbornik-selskoe-hozyajstvo-kyrgyzskoj-respubliki/)

Сатуучулуктун жеке деңгээлинин маанисин шарттуу түрдө 3 түргө классификациялоого болот (<https://studfile.net/preview/8989308/page:23/>):

- жогорку товардык – $50\% \leq$; - сапатсыз же төмөнкү товардык - $50\% \geq$; - товардык эмес.

4-таблицадан көрүнүп тургандай тамеки продукциясы 2018-жылы (27,8%), жана физикалык салмак боюнча жүндүн товардык деңгээли 2018-жылы (46,2%) жана 2022-ж (43,7%) төмөн болуп саналган.



Автор тарабынан түзүлгөн жана эсептелген.

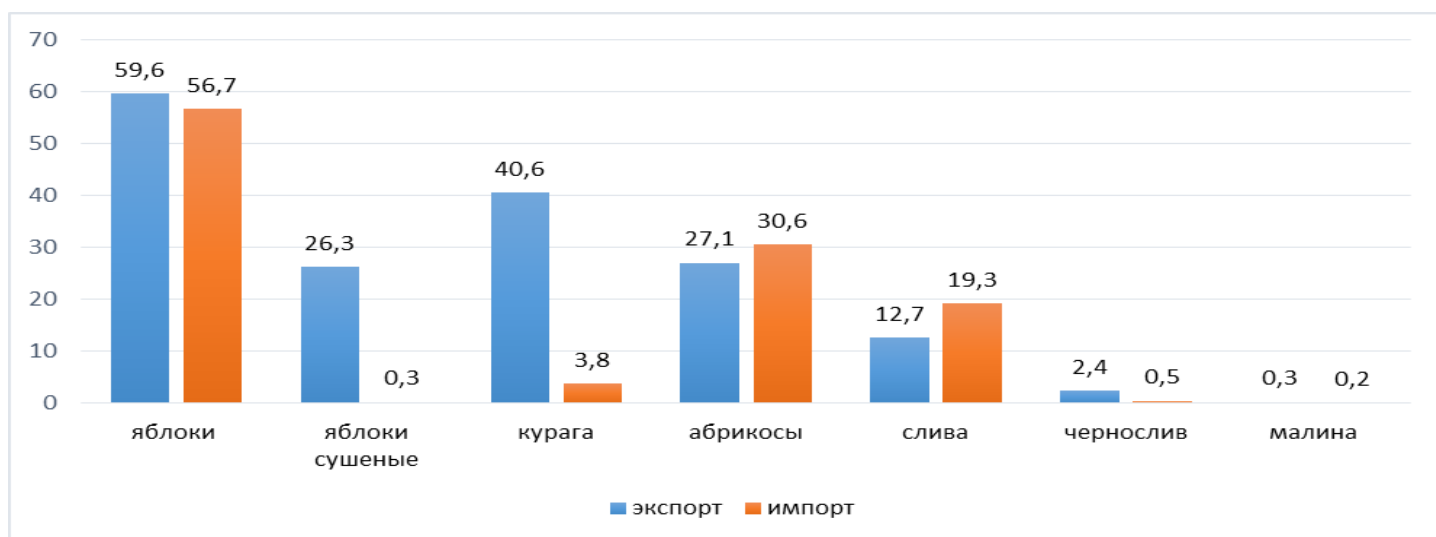
Булак: Кыргыз Республикасынын Айыл чарбасы 2018-2022-жж
[\[https://www.stat.kg/ru/publications/sbornik-selskoe-hozyajstvo-kyrgyzskoj-respubliki/\]](https://www.stat.kg/ru/publications/sbornik-selskoe-hozyajstvo-kyrgyzskoj-respubliki/)

2-сүрөт –Кыргыз Республикасынын айыл чарба продукциясынын түрлөрү боюнча товардык жана сатууга даярдуулуктун жеке деңгээлинин абалына талдоо, % менен

2-сүрөттөн көрүнүп тургандай 4. таблицада алынган натыйжалардын катышынын эсептөөлөрү. $y = -5,6433 + 154,1$ тренд сызыгын түзүү жана болжолдуу катанын ишенимдүүлүк маанисин аныктоо - $R^2 = 0,1267$, сызыктуу теңдеме ыкмасын колдонуу менен ар бир жеке айыл чарба продуктусунун товардык деңгээлин аныктоого мүмкүндүк берди, стабилдуу абалды дээрлик бардык айыл чарба жана айыл чарба продуктыларында байкоого болот

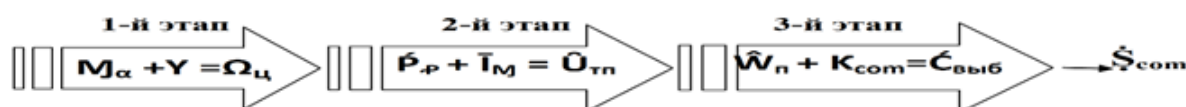
Кыргызстанда, тактап айтканда, Ош облусунда багбанчылык эки багытта өнүгүп жатат: салттуу жана интенсивдүү, багбан-фермерлердин 95% салттуу продукция өстүрүү менен алектенишет, көчөттөрдүн саны 1 гектарда 300 даанадан бир аз ашат, 5%ы. интенсивдуу чарба жүргүзүүгө адистешкен. Айта келсек, интенсивдүү бакчалар бак-дарактарды отургузуунун интенсивдүүлүгүнөн пайда болот, ал гектарына 3500 даанага чейин жетет. Ушундай эле жагдай мөмө-жемиш өсүмдүктөрүн өндүрүүдө байкалган, мында малина жана карагат акыркы жылдары салттуу түрдө атаандаштыкка жөндөмдүү лидерлик позицияны ээлеп келген, бул өзгөчө Жалал-Абад жана Чүй облустарынын өндүрүүчүлөрүнүн арасында популярдуу; жыл сайын кулпунай үчүн жаңы жерлер өздөштүрүлөт (5,6 сурот). Керектөөчүлөргө келсек, бул түшүм негизинен коңшу облустарга, Бишкек, Ош шаарларына өткөрүлөт.

Акыркы жылдарда ата мекендик мөмө-жемиш өсүмдүктөрүнө суроо-талаптын өсүшү өлкөнүн чегинен чыгып, экспорттук-импорттук мамилелерден тышкы рыноктордон керектөөчүлөр пайда болгондугу көрүнүп турат. Trade Map – ITC [<https://m.trademap.org/#/main>] маалыматына ылайык анализдеп жаткан 2018-2022 жж. мөмө-жемиш өсүмдүктөрүнүн жогоруда көрсөтүлгөн түрлөрү боюнча экспорттун жана импорттун көлөмүнүн орточо көрсөткүчү анын жакшыруусуна карай салыштырмалуу экспортко багытталган динамикасын көрсөтөт, мында алма азыктарын импорттоо көрсөткүчү дээрлик экспорттун деңгээлинде (3 сур.).



3-сүрөт- 2018-2022-жылдарга мөмө-жемиштердин экспортунун/импортунун көлөмү,
Булак Trademap/ITC <https://m.trademap.org/#/main>

Учурдагы сатуу саясаты маркетинг саясатынын креативдүү куралдарысыз элестетүүгө болбойт, бул жерде ишкананын коммуникациялык стратегиясы өзгөчө ролду ойнойт. Ошондуктан, бүгүнкү күндө учурдагы көйгөйлөрдү чечүү үчүн Росситер-Перси матрицалык ыкмасын (Росситер Дж. Л., Перси Л. "Реклама жана товарларды илгерилетүү": англис тилинен которгон / Л.А. Волкова ред. Санкт-Петербург: Питер, 2000) колдонууга болот. Аталган ыкманын негизинде, эгерде максаттуу аудитория белгилүү болсо, маркетинг ишмердүүлүгү түзүлгөн жана маалыматтык коммуникациялык система жакшы жолго коюлган болсо, эффективдүү коммуникациялык стратегияны иштеп чыгуу аракеттери көрүлөт. Бул стратегияны АПК тармагындагы сыр азыктарын өндүргөн ата мекендик ишканаларда сыноо, анын брендинин деңгээлин жана анын даамдык жана сапаттык касиеттери боюнча керектөөчүнүн кызыгуусун аныктоо мүмкүн. Росситер-Перси коммуникациялык стратегиясын куруу методикасы төмөнкүчө көрүнүшү мүмкүн (4-сүрөт).



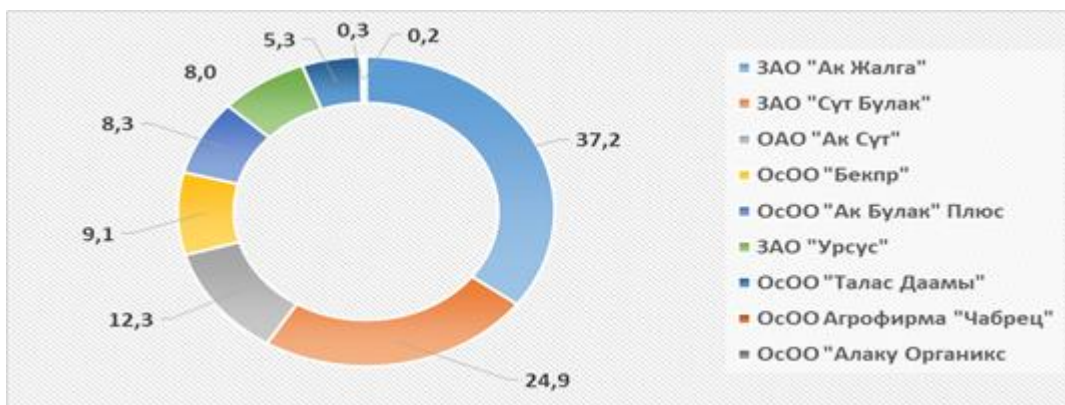
4- сүрөт Росситер-Перси матрицалык ыкмасы менен байланыш стратегиясынын "жол картасын" иштеп чыгуунун сунушталган алгоритми автор тарабынан иштелип чыккан.

Росситер-Перси методунун матрицасынын биринчи этабында көңүл АПК жана айыл чарба продукцияларын сатып алууга бурулат. Экинчи этабында — соода сунушунун оптималдуу пайдалуу варианты иштелип чыгат. Үчүнчү этабында — товардын керектөөчүгө жеткирилишинин каналы иштелип чыгат. Кыргыз Республикасында (Ош облусундагы “Алайку” агрофирмасы) сыр өндүрүү өсүүдө. Сыр өндүрүү менен негизинен агрофирмалар алектенип, ички рынокту камсыздап, продукцияны негизинен ЕАЭБ өлкөлөрүнө экспорттоодо. 5-сүрөттөн көрүнүп тургандай, КРда сыр продукциясынын негизги өндүрүүчүлөрү Чүй облусунун агрофирмалары болуп саналат – орточо 60-65% сыры, Ысык-Көл облусу – 22-25%, Талас жана Бишкек шаарлары – тиешелүү түрдө 15-17% жана 3-5%. Кыргызстанда 2019-жылы эле бюджетке 16,3 миллион сом которгон 17 сыр жасоочу ишкана бар. Биздин көз карашыбыз боюнча, рыноктук ниша али толук толгон эмес, атаандаштык ички жана тышкы рыноктордо уланып жатат.



5-сүрөт- 2018-2022-жылдары КР АПКсынын сыр продукциясынын кластердик өндүрүшүнүн динамикасы.

6-сүрөттөн көрүнүп тургандай, сыр продукциялары рыногунун структурасында олуттуу рыноктук үлүштү, тагыраак айтканда, 37,2% ЗАО “Ак Жалга” агрофирмасы ээлейт, андан кийин 24,9% ЗАО “Риха” агроишканасына туура келет, 8,3% – ОсОО “Ак Булак Плюс” (“Ак дарыя” бренди) жана башка ишканалар.



6-сүрөт- 2022-жылга Кыргыз Республикасындагы сыр өндүрүүчү агрофирмалар рыногунун структурасы, %. Автор тарабынан материалдардын негизинде эсептелген.

Объективдүүлүктү жогорулатуу үчүн Ош шаарында жайгашкан «GLOBUS», «Азия», «Ак Ниет» гипермаркеттеринде соода маркаларынын таанылышы боюнча керектөөчүлөр арасында сурамжылоо жүргүзүлдү. Сурамжылоого 38 кокустан тандалган (респондент) керектөөчү катышты, натыйжалары 5-таблицада көрсөтүлгөн.

	Критерии выбора продукции	% от числа респондентов	% от числа ответов	Критерии частого потребления
1.	Качество	42,7	75,0	88,9
2.	Мягкий сорт	7,3	35,8	69,1
3.	Твердый сорт	5,8	28,9	30,9
4.	25% жирности	5,7	17,9	58,3
5.	45% жирности	6,3	22,7	41,7
6.	Свежесть продукции	10,1	47,7	92,8
7.	Вкус продукции	6,5	22,1	68,7
8.	Цена продукции	10,4	42,5	76,5
9.	Внешний вид продукции	3,0	11,9	67,9
10.	Упаковка сырной продукции	2,3	7,8	72,8
	Итого:	100,0	-	-

Таблица 5 – Керектөөчүлөрдүн сыр продукциясын тандоосу боюнча жүргүзүлгөн сурамжылоонун жыйынтыктарынын анализи (тандоолордун негизинде). Автор тарабынан эсептелип түзүлдү.

Андан ары белгилеп кетсек, көптөгөн жергиликтүү агрокомпаниялар сунушталган продукциянын экологиялуулугуна жана пайдалуулугуна керектөөчүлөрдүн көңүлүн бурушат (6-таблица).

Изилденген агрофирмалардын маркетингдик коммуникацияларын анализдөө көрсөткөндөй, өндүрүүчүлөр продукциянын ассортименти менен тааныштырып, байланыштарды түзүшөт, арзандатуулар жана акцияларды өткөрүшөт; экинчиден, уникалдуу соода сунуштарын иштеп чыгышат; үчүнчүдөн, Росситер-Перси матрицалык ыкмасынын негизинде коммуникациялык стратегияны жана төмөнкү деңгээлдеги PR стратегиясын аныкташат, бул

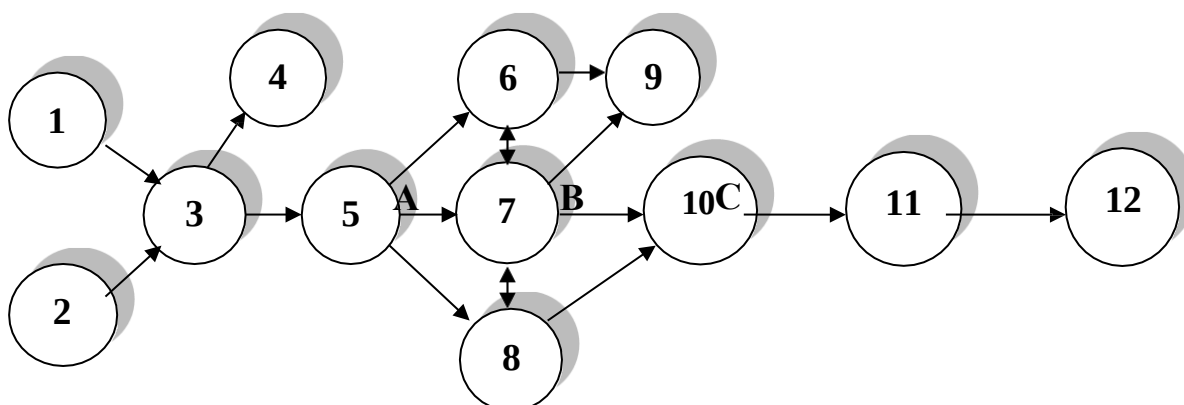
продукцияны сатуу деңгээлин жогорулатуу үчүн оптималдуу кийлигишүүнүн зарылдыгын белгилейт

“Алайку”	“Белая река”	“Талас даамы”
Качественный сыр из натуральных ингредиентов: навстречу вкусу и не изменяя традициям	Вкусный и разнообразный ассортимент сырных продуктов разной жирности 25% и 45% и высококачественных ингредиентов по технологиям длительного срока и разработки	Здоровый продукт с качественными вкусовыми свойствами, наполненный полезными витаминами 25%, 45% и 50% жирности, разработанные по технологии длительного срока. Имеет достаточно широкий ассортимент продукции

Составлен автором на основе проведенных исследований.

Таблица 6 – “Ак дарыя”, “Талас даамы”, “Алайку” соода маркаларын позициялоо

Мындан улам, айыл чарба өндүрүүчүлөрү мөмө-жемиш өсүмдүктөрүн тез сатуу үчүн негизинен контролдоонуучу каналдарга артыкчылык беришет, мында продуктунун да, аны сатууга катышуучунун да жүрүм-турумуна мониторинг жүргүзүү процесси мүмкүн, анда ишти жоопкерчиликсиз аткаруу жана жетишээрлик эмес натыйжалуулук үчүн жөнөтүүчү ортомчуга санкция жарыялай алат. Жогоруда айтылгандардын негизинде 7-сүрөттө айыл чарба продукциясын өндүрүүчүдөн акыркы керектөөчүгө чейин мөмө-жемиштерди жана жашылча-жемиштерди жеткирүү үчүн автордук тармактык логистикалык моделди берүүгө аракет кылабыз.



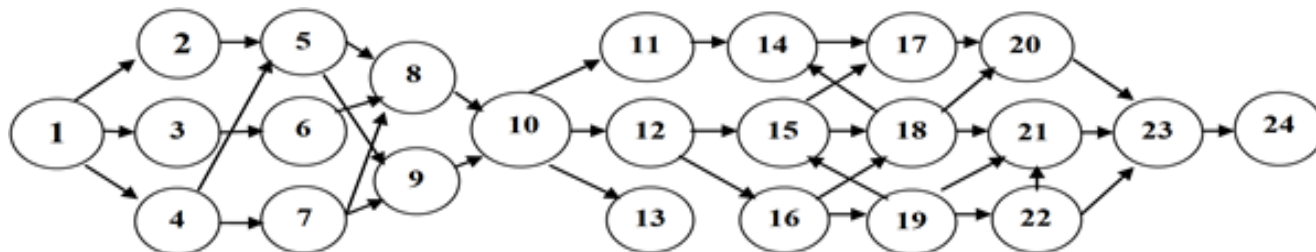
7-сүрөт - Мөмө-жемиш жана жашылча-жемиш азыктарын бөлүштүрүүнүн жана сатуунун схемасы, кадамдар

Иштелип чыккан товарды өткөрүү жана мөмө-жемиш жана жашылча-жемиш продукциясын сатуу схемасы ата мекендик айыл чарба продукциясына мүнөздүү, анда товарды өткөрүүнүн ар кандай процесстеринде айыл чарба товар өндүрүүчү продукцияны ишке ашыруунун каалаган тутумун, мисалы, **A**, **B** же **C**, тандап алууга укуктуу, анткени өндүрүлгөн продукциянын айрым өзгөчөлүктөрү жана касиеттери, сактоо мөөнөтүнүн өзгөчөлүгү бар.

Ата мекендик тамак-аш өнөр жайында жана мал чарбачылыгында акыркы жылдары "адал тамак-аш" өндүрүшү күч алууда. Учурда Кыргызстандагы халал индустриясынын абалы 130 өлкөнүн ичинен 25-орунда турат, өндүрүлгөн продукциялардын дээрлик баары Кыргыз Республикасынын «Кыргыз Республикасындагы техникалык жөнгө салуунун негиздери жөнүндө» мыйзамынын

негизинде сертификатталган. Кыргызстанда адал-продукция чыгаргандар "адал"сертификатына ээ. Даяр жана товардык халал-продукциянын (ГТХП) Кыргыз Республикасынын нормативдик-укуктук документтеринде көрсөтүлгөн техникалык регламенттердин талаптарына шайкеш келүүсүн жетекчиликке алган. (Кыргыз Республикасынын Өкмөтүнүн 22 июня 2015 ж. №385 «Кыргыз Республикасында халал индустриясын өнүктүрүү концепциялары» токтому) Адал- индустриянын абалы жөнүндө конкреттүү маалымат алуу үчүн эт, колбаса азыктарын жана полуфабрикаттарды өндүрүүгө адистешкен "Адал Азык" ЖЧКнын экономикалык ишмердигин карап көрөлү, колбаса азыктары "Тойбосс" маркасы менен чыгарылат, бул бөлүм 2012-жылдан бери иштеп келет. Бул колбаса жана тоок этин чыгаруучу ишкана, тоокту негизинен Балыкчы канаттуулар фабрикасынан алат. «Тойбосс» айыл чарба компаниясынын «Адал Азык» ЖЧКсынын продукциялары Халал сертификаттарынын ээлери болуп саналат жана ISO 22000, FSCC жана ХАССП эл аралык стандарттарына ылайык сертификацияланган. Компаниянын саясаты "кардарлар менен ачыктык" жана "талаадан текчеге чейин" принциптерине негизделет, бул жерде ден соолугу чың мал тандалып алынып, Халал стандарттары боюнча союлат.

Биздин оюбузча, “халал продуктулары” бул жөн гана диний маанидеги продукция эмес, алар “жашыл” жана экологиялык стандарттардын заманбап талаптарына жооп берген тамак-аш жана башка азыктар. Жогоруда айтылгандардын негизинде биз эт-сүт секторунда айыл чарба өндүрүүчүлөрүнөн акыркы керектөөчүгө чейин продукцияны бөлүштүрүү үчүн тармактык логистикалык моделди иштеп чыгууга аракет кылабыз. (8. сүр.).



8-сүрөт – Товар кыймылынын жана мал чарба продукциясын сатуунун тармактык логистикалык модели, кадамдар

Сунушталган тармактык логистикалык модель төмөнкү циклдик агымдардан турат:

1 – *маркетингдик*, төмөнкү окуялар тизмегинен турат:

1→2→3→19→20→24

2 – *уюштуруучулук*, төмөнкү окуялар тизмегинен турат:

6→10→11→14→15→16→17→21

3 – *өндүрүүчүлүк*, төмөнкү окуялар тизмегинен турат:

4→5→7→8→9→12→13→18→22→23

Ошентип, логистикалык ырааттуулукта өз ара байланышкан жана өз ара аракеттенген блокторду ала алабыз, алар түзүлгөн моделди гана түзбөстөн, тиешелүү рынокто иштешин камсыздайт, төмөнкүдөй сүрөттөлөт:

- *уюштуруу-маркетинг блогу* рынокту, рыноктун конъюнктурасын, товардын кыймыл каналдарын, рыноктук мүмкүнчүлүктөрдү изилдөөгө багытталган,

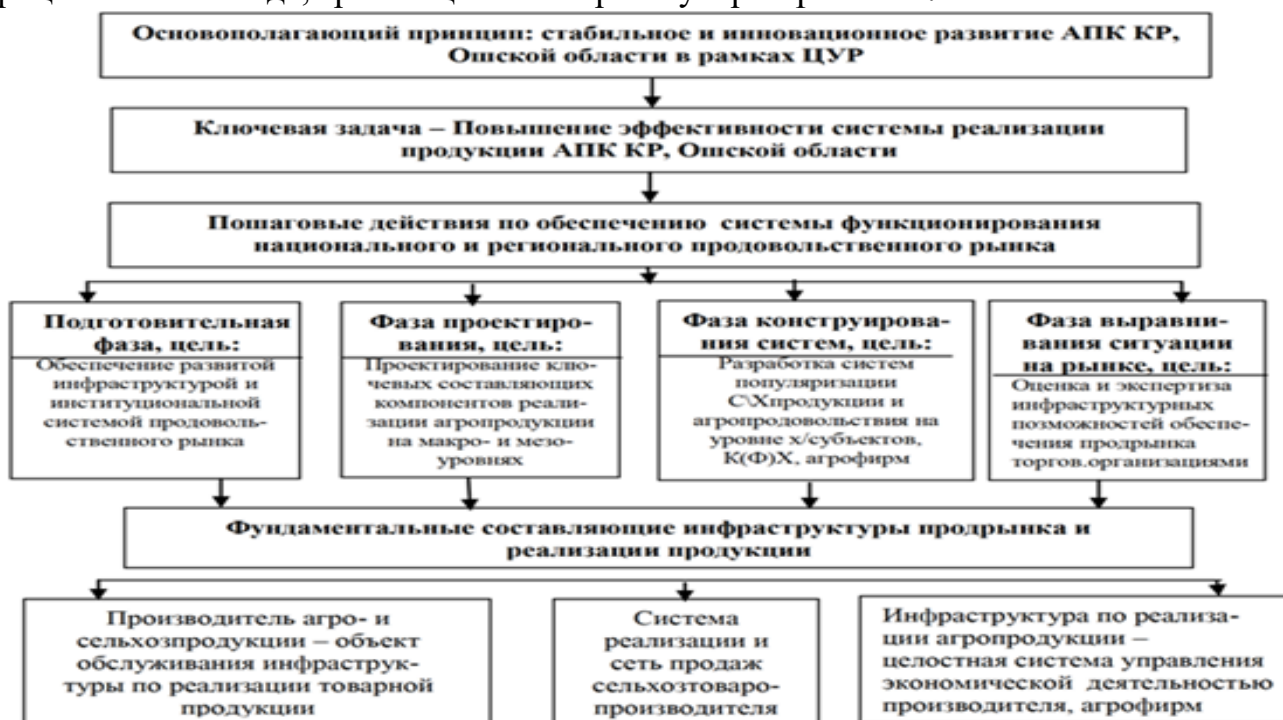
бул операциялардын комплексин камтыйт;

- *уюштуруу-менеджмент блогу* продукцияны ишке ашыруу процессинде материалдык-техникалык камсыздоону башкаруу процессине багытталган;

уюштуруу-аналитикалык блогу анализ, баалоо, диагностика жүргүзүү негизинде продукцияны ишке ашыруу ишмердүүлүгүн камсыздоого багытталган.

Диссертациянын «АӨК жана айыл чарба продукциясын ишке ашыруунун натыйжалуулугун жогорулатуу механизмдерин жакшыртуу» аттуу үчүнчү бөлүмү, ата мекендик товар өндүрүүчүлөрдү колдоо боюнча мамлекеттик чараларды иштеп чыгуу сунуштары жана рекомендацияларды иштеп чыгуу, ошондой эле АӨК ишканаларынын продукциясын өндүрүүнү жана сатууну стимулдаштыруу, айыл чарба продукциясын эффективдүү сатуу каражаты катары АӨК ишканаларынын маркетингдик ишмердүүлүгүн жакшыртуу маселелерине жана АӨКтун маалыматтык камсыздалышына арналган.

Коомдун социалдык-экономикалык өнүгүү деңгээлинин жогорулашы экологиялык жана социалдык маселелердин актуалдашуусу менен катар жүрөт, бул агроөнөр жай секторуна оорчулукту күчөтөт, ошондуктан азыркы агроөнөр жай комплексинин репродуктивдүү жана прогрессивдүү өнүгүүсү артыкчылыктуу макроэкономикалык көйгөйлөрдү чечүү шарты негизги болуп саналат. Изилдөөлөр көрсөткөндөй, рыноктук инфраструктураны калыптандыруу жана өнүктүрүү азыркы учурда бир катар себептерден улам артта калууда: чарба жүргүзүүчү субъекттердин финансылык ресурстарынын жетишсиздиги, кредиттөөнүн ылайыксыз системасы; соода жана транспорт уюмдарынын ишинде байланыштын жана координациянын жоктугу, складдык жайдын жетишсиздиги жана башкалар. Биздин көз карашыбыз боюнча, изилдөөлөр көрсөткөндөй, заманбап шарттарда Кыргызстандын АӨК рыноктук системалардын жана түзүмдөрдүн жай жана узак тизилиши жүрүп жатат, мында анын системасын түзүүчү улуттук инфраструктура жок, товарлардын кыймылынын процесси жай абалда, транзакциялык коромжулар өсүп жатат.



9--сүрөт Айыл чарба жана агропродукцияларды сатуу боюнча Ош облусунун азык - түлүк рыногунун инфраструктурасын түзүүнүн жана уюштуруунун кадамдык модели (жүргүзүлгөн изилдөөлөрдүн негизинде автор тарабынан түзүлгөн).

Товар айланышын активдештирүү боюнча азыркы процесс, баарына белгилүү болгон Товар-Акча Закону боюнча $A \rightarrow T \rightarrow A'$, маркетинг жана логистикада инновациялык иштеп чыгууларды киргизүү, өздөштүрүү жана колдонуу, ар түрдүү атаандаштык түрлөрүнүн жана формаларынын пайда болушу, чакан жана ири бизнес коллаборациясы – азыркы айыл чарба өндүрүшүн ишке ашыруу процессинин негизги базасын түзөт.

Айыл чарба продукциясын ишке ашыруу боюнча азык-түлүк рыногу инфраструктурасын теориялык-методологиялык изилдөөлөр комплекстүү жана системалуу ыкмаларды талап кылат (9-сүрөт). Мындай маселени чечүүнү тандоо товар өндүрүүчүнүн бөлүштүрүү системасын сатуу инфраструктурасынын, продукцияны керектөөчүгө жеткирүү системасынын бир бөлүгү катары кароого, ошондой эле айыл чарба жана кайра иштетүүчү ишканалардын инфраструктуралык чөйрөдөгү объекттерге жана элементтерге муктаждыктарын жана аларды канчалык деңгээлде канааттандырып жатканын аныктоого мүмкүндүк берет.

Биринчи даярдоо фазасында айыл чарба жана агроөнөр жай продукциясын ишке ашыруу системасын оптималдаштырууга жана натыйжалуу чечимдерди кабыл алууну камсыздоого багытталган иштер жүргүзүлөт. Проекттөө фазасында - агроөнөр жай продукциясын ишке ашыруу инфраструктурасынын жол картасын пландоо (проекттөө) каралган. Үчүнчү фаза айыл чарба жана агроазык-түлүк продукциясын илгерилетүү жана ишке ашыруу боюнча натыйжалуу жана эффективдүү стратегияларды түзүүнү көздөйт. Төртүнчү фаза сунушталган моделдин азык-түлүк рыногуна инфраструктуралык колдоо көрсөтүү боюнча айыл чарба жана агроөнөр жай продукциясын ишке ашырууга катышкан ар кандай уюмдар тарабынан баалоо иш-чараларынын комплексин камтыйт.

Ош облусунда чекене соода ортомчуларынын тармагын калыптандыруу жана өнүктүрүү базасында төмөнкүлөрдү өнүктүрүү сунушталууда:

- көз карандысыз чекене соода уюмдарынын;
- айылдык товар өндүрүүчүлөргө таандык фирмалык соода уюмдарынын;
- дүң соода уюмдарына таандык чекене соода уюмдарынын.

Сатуу иштерин өркүндөтүү максатында интеграциянын жана кооперациянын ролун күчөтүү, анда биздин пикирибиз боюнча продукцияны ири өндүрүүчүлөрдүн жана алардын бирикмелеринин кайра иштетүүчү ишканалар, ошондой эле айыл чарба продукциясын сатып алуу, сактоо жана кайра иштетүү менен алектенген ири коммерциялык түзүмдөр, логистикалык борборлор менен түздөн-түз байланышы болот. *Сатып алуу-керектөө кооперативдерин уюштуруу* калктын чарбаларынан жана башка майда өндүрүүчүлөрдөн ашыкча продукцияны чогултууну жеңилдетүүгө, кайра иштетүүчү ишканалардын транспортуна алуу пайдалуу болгон продукциянын ири партияларын түзүүгө мүмкүндүк берет.

Айылдык товар өндүрүүчүлөр менен рыноктун башка субъекттеринин ортосундагы өз ара пайдалуу кызматташтыктын схемаларынын бири болуп

кооперативдик негизде ассоциациялык типтеги стратегиялык өнөктөштүк бирикмелерди түзүү, ошондой эле сатып алуу-сатуу жана кредиттик кооперативдерди түзүү эсептелет. Кооперациянын бул формасы айылдык товар өндүрүүчүлөр үчүн эң пайдалуу, анткени ал өндүрүлгөн продукцияны жеткирүү боюнча узак мөөнөттүү келишимдерди түзүүгө мүмкүндүк берет, ал эми зарыл сандагы жана сапаттагы сырьёну алуунун гарантиялары бар кайра иштетүү ишканалары үчүн айыл чарба азык-түлүктөрүн өнүктүрүүгө эң аз тобокелдик менен акча салууга мүмкүнчүлүк түзүлөт.

Ошентип, мамлекеттин товарларды бөлүштүрүү системасын калыптандырууда жана өнүктүрүүдө негизги жөнгө салуучу ролу сооданын бардык формаларын, сатып алуу жана сатуу түзүмдөрүн (акционердик мамлекеттик коомдор, өндүрүш жана маркетинг жана даярдоо жана бөлүштүрүү кооперативдери, товардык жана адистештирилген товардык биржалар, соода үйлөрү, продукция чыгаруучу ар түрдүү коммерциялык фирмалар) иштин ушул чөйрөсүндө сергек конкуренцияны түзүү максатында.

КОРУТУНДУ

Диссертациялык изилдөөнүн жүрүшүндө автор алган эң маанилүү натыйжаларга төмөнкүлөр кирет:

1. Диссертация ата мекендик агроөнөр жай комплексин жана айыл чарбасын өнүктүрүү проблемаларынын теориялык жана методологиялык негиздерин аныктайт, анда агро жана айыл чарба продукциясын рыноктук мамилелер шартында сатуу процесси менен байланышкан негизги экономикалык категориялардын жана түшүнүктөрдүн жалпылыгы жана айырмачылыгы аныкталган. Диссертацияда иштелип чыккан айыл чарба ишканаларынын продукцияны сатууну башкаруунун теориялык мамилелери рыноктук өзүн-өзү жөнгө салуунун комплекстүү механизм, рынок ишин мамлекеттик жөнгө салуу жана маркетингди эске алат, бул өз учурунда процессти ийкемдүү башкарылуучу, керектөөчүлөрдүн рыноктук суроо- талабына жана андагы өзгөрүүлөргө багытталган кылат. Агроөнөр жай комплексинин дүң продукциясын эсептөөдө товардык продукция категориясынын мааниси жана товардык продуктулар теориясына төмөндөгүдөй аныктама катары автор тарабынан жогоруда айтылган толуктоолор менен негизделген.

Агроөнөр жай комплексинин товардык продукциясы (ТП) өзгөчө экономикалык категория, рынок конъюнктурасынын эрежелерине ылайык керектөө рынокторунда тиешелүү соода ишканалары, уюмдары жана айрым чарбалык структуралары тарабынан сатууга даяр жана сатылуучу дүң продукциянын бир бөлүгү. Биздин оюбузча, АЧСда ТПнын мааниси баа жеткис, биринчиден, ал калкты азык-түлүк менен камсыз кылуунун булагы, экинчиден, өнөр жайдын сырьёсу, үчүнчүдөн, экспорттун резервдик булагы.

2. Акыркы жылдарда кабыл алынган ата мекендик агрардык рыноктун жана анын инфраструктурасынын калыптанышына өбөлгө түзгөн мыйзам актыларына карабастан, рыноктун өнүгүшү көпчүлүк учурда баш аламан жүрүп жатат, ал эми кабыл алынган чечимдердин аткарылышын республикалык да, региондук да деңгээлдерде жетишээрлик болжолдоосуз.

Рыноктук инфраструктураны өнүктүрүүнүн дүйнөлүк тажрыйбасы көрсөткөндөй, экономикалык жактан өз алдынча ортомчу уюмдар болгондо гана товар кыймылы бир топ натыйжалуу болот. Белгилүү бир этаптарда бул звено менчик

ээсинин милдетин өзүнө алып, товардын ээси болуу менен бирге, күтүлгөн акыркы натыйжаларга жетишүү үчүн зарыл болгон ар кандай кызмат көрсөтүүлөрдүн комплексин: кайра иштетүүчү, транспорттук жана башка ишканалар менен келишимдик мамилелерге киришүүнү камсыз кылышат.

3. Изилдөөнүн натыйжалары Ош облусунда заманбап маалыматтык-консультативдик системалар көпчүлүк өндүрүүчүлөр үчүн жеткиликтүү эмес экендигин көрсөттү, бул агроөнөр жай комплексинде кайра өндүрүү процессинин катышуучуларынын ортосундагы өз ара аракеттенүүнү уюштуруунун жаңы формаларын издөөгө өбөлгө түзөт. Диссертацияда белгиленгендей, регион үчүн мындай формалар болуп маалыматтык-консалтинг кызматы, товардык-логистикалык кызмат жана дүң азык-түлүк базарлары болуп саналат. Ошону менен бирге айыл чарба рыногунун ар бир субъектинин, өзгөчө айыл чарба өндүрүүчүлөрүнүн заманбап шарттарда ишмердүүлүгүн потенциалдуу сатуу рынокторун комплекстүү изилдөөдөн, ошондой эле автордук тармактык логистикалык модели “Жол картасын” негиздөөдөн жана калыптандыруудан баштоо керектиги баса белгиленет. Анда жашылча, мөмө жана жемиштер (8-сүрөт) жана мал чарба продукциялары (9-сүрөт) айыл чарба өндүрүүчүсүнөн акыркы керектөөчүгө чейин айыл чарбасынын тиешелүү тармактарында айыл чарба өндүрүүчүлөрүнүн “рынок жүрүм-турумунун моделдерин” ылайык аныкталат.

1. Товарларды бөлүштүрүү системасынын натыйжалуулугун жогорулатууда интеграцияга жана кооперацияга өзгөчө роль таандык. Кийинки жылдарда айыл чарба продуктыларын ири өндүрүүчүлөрдүн жана алардын бирикмелеринин кайра иштетүүчү ишканалар менен, ошондой эле айыл чарба продукциясын сатып алуу, сактоо жана кайра иштетүү менен алектенген ири коммерциялык структуралар менен түз байланыштары эң маанилүү болуп кала берет. Айылдык товар өндүрүүчүлөр менен рыноктун башка субъекттеринин ортосундагы өз ара пайдалуу кызматташтык кооперативдик негиздеги стратегиялык өнөктөштүктүн негизинде, ассоциациялык типтеги бирикмелерди, сатып алуу-сатуу жана кредиттик кооперативдерди түзүү менен да ишке ашырылышы мүмкүн.

Кооперациянын бул формалары айылдык товар өндүрүүчүлөр үчүн эң пайдалуу, анткени алар биринчиден, өндүрүлгөн продукцияны сатуу боюнча узак мөөнөттүү келишимдерди түзүүгө мүмкүндүк берет; экинчиден, кайра иштетүү ишканалары үчүн зарыл болгон сандагы жана сапаттагы сырьену алуу кепилдиктери бар сырьелук базаны эң аз тобокелдик менен түзүүгө жана акча ресурстарын салууга мүмкүнчүлүктөр ачылууда; үчүнчүдөн, кооперативдик бирикмелерде өз ара эсептешүүлөр тез арада чечилүүчү факторинг (төлөө мөөнөтүн кийинкиге жылдыруу шарттарында берүүлөрдү күрөөлүк эмес каржылоо) жана кредиттөөнүн ар кандай схемалары сыяктуу финансылык инструменттерди максималдуу пайдалануу менен байланышкан.

2. Айыл чарба продукциясын сатуу системасынын азыркы абалы, бир жагынан алганда, каналдын түзүмүндөгү бартердик операциялардын жана продукцияны мамлекетке сатуунун үлүшүнүн кыскарышы; экинчи жагынан - сатуунун рыноктук каналдары боюнча: кайра иштетүүчү ишканалар, дүң соода уюмдары, рынокто, өздүк дүкөндөр аркылуу ж. б. сатуу үлүшүнүн көбөйүшү менен мүнөздөлөт.

Бул учурда, товар өндүрүүчүлөр өз продукцияларын сатууда жеке ортомчуларды, дүң рынокторду жана жарманкелерди колдонушат, түздөн-түз акчалай алмашуу мамилелерине артыкчылык беришет. Мындай ишканалардагы

башкаруудагы оордук борбору өндүрүштүк тапшырмалардан маркетинг тапшырмаларына өттү.

Агрардык рынокто товардык кыймыл системасын мамлекеттик колдоо жана айыл чарба ишканаларында сатууну башкаруу төмөнкүлөр аркылуу ишке ашырылууга тийиш: 1) кеңейтилген кайра өндүрүү үчүн зарыл болгон рентабелдүүлүктүн деңгээлин камсыз кылуучу айыл чарба продукциясына мамлекеттик сатып алуу бааларын белгилөө; 2) бюджеттик уюмдарга азык-түлүк жеткирүүнү кепилдеген жана айыл чарба өндүрүүчүлөрүнө колдоо көрсөтүү максатын көздөгөн мамлекеттик ишкананы түзүү; 3) мамлекеттик заказды мамлекеттик жана региондук муктаждыктар үчүн пайдалануу, бул заказдарды конкурстук жайгаштырууну өркүндөтүүнү талап кылат; 4) толук кандуу жана анык маалымат системасын түзүү; 5) консультациялык борборлордун тармагын уюштуруу; 6) күрөөлүк операцияларды жана интервенциялык сатып алууларды бир мезгилде жүргүзүү; 7) Айыл чарба продукциясынын экспортуна дем берүү; 8) атаандаштык чөйрөсүн түзүү, кайра иштетүү, соода жана Агросервис чөйрөсүндө монополияга каршы иш-чараларды жүргүзүү үчүн чараларды көрүү; 9) айыл чарбасы жана башка тармактар менен АӨК чөйрөлөрүнүн ортосунда баа паритетине жетишүү механизмдерин иштеп чыгуу; 10) Айыл чарба уюмдарын башкарууда маркетингдик Концепцияны бардык жерде киргизүү; 11) агро-жана айыл чарба продукцияларын сатууну кыйла натыйжалуу башкарууну калыптандыруучу адистештирилген маркетинг (же сатуу) кызматтарын түзүү.

ПРАКТИКАЛЫК СУНУШТАР

Изилдөөнүн жүрүшүндө алынган негизги тыянактар жана жыйынтыктар төмөнкү практикалык сунуштарды иштеп чыгууга мүмкүндүк берди:

1. Ата мекендик агроөнөр жай комплексинин продукциясын сатуу көйгөйлөрүн башкарууну изилдөөнүн тутумдук жана институционалдык ыкмаларынын алкагында айыл чарбасын жана агроөнөр жай комплексин өнүктүрүү деңгээлин, Айыл чарба жана айыл чарба продукцияларын сатуу өзгөчөлүктөрүн жана Ош облусунун жана бүтүндөй Кыргызстандын региондук өзгөчөлүктөрүн эске алуу менен "жашыл" экономиканы өнүктүрүүгө көмөктөшүүчү тармактык белгилерди жана факторлорду эске алуу менен товардык кыймылдын каналдарын аныктоону комплекстүү изилдөө боюнча чет өлкөлөрдүн оң тажрыйбаларын колдонуу сунушталат.

2. Продукт кыймылынын новатордук тармактык логистикалык моделдерин иштеп чыгуу менен байланышкан татаал маселелерди чечүү жана акыркы керектөөчүгө өсүмдүк жана мал чарба азыктарын сатуу, аймактагы органикалык айыл чарбасын өнүктүрүүгө өбөлгө түзөт.

Биздин оюбузча, Кыргызстандын рыногунда айыл чарба продукциясын (өсүмдүк өстүрүүчүлүк продукциясын) кандай гана болбосун натыйжалуу жылдыруу толугу менен товардын кыймылынын кылдат уюштурулган процессинен көз каранды, мында товар агымын оптималдаштыруунун ролу биринчи кезекте керектөөчүгө продукцияны минималдуу чыгымдар менен өз убагында жеткирүү менен байланышкан, ошону менен бирге региондо органикалык айыл чарбасын өнүктүрүүгө көмөктөшүүчү керектөө рыногу жөнүндө маалымат алат.

3. Салттуу улуттук-классикалык (эски) технологияны сактоону жана, тилекке каршы акыркы жылдары пайданын артынан түшүү менен өзүнүн «жашыл» позицияларын

жоготуп бара жаткан "Кыргызстанда өндүрүлгөн" артыкчылыктуу бренди менен экологиялык жактан таза тамак-аш продукциясын өндүрүүнү уюштуруунун стратегиясынын практикалык иш-чаралары жана механизмдери, "жашыл" агро өнөр жайын өндүрүү, кайра иштетүү, сатуу, импорттоо жана экспорттоо маселелеринде мамлекеттик жөнгө салуунун жана координациялоонун ролун жана маанисин жоготууда- региондордун туруктуу инновациялык-жашыл өнүгүүсүнө жетишүүдө, атап айтканда, Ош облусунда айыл чарба продукциялары заманбап шарттарда АӨК продукциясын сатуу маселелеринде натыйжалуулукка жетишүүгө мүмкүндүк берет.

ДИССЕРАЦИЯНЫН ТЕМАСЫ БОЮНЧА ЖАРЫЯЛАНГАН ИШТЕРДИН ТИЗМЕСИ:

1. Исираилов, А. А. Влияние аграрной реформы на некоторые проблемы развития агропромышленной системы в Кыргызстане [Текст] / А. А. Исираилов // Вестник Кыргызской государственной юридической академии. – Бишкек, 2017. – № 1. – С. 182-187.
2. Исираилов, А. А. Агрардык реформанын Кыргызстандагы агроөнөр жайдын өнүгүүсүнүн айрым маселелерине таасири [Текст] / А. А. Исираилов // Вестник Кыргызской государственной юридической академии. – Бишкек, 2017. – № 4. – С. 207-211.
3. Исираилов, А. А. Современное состояние и проблемы эффективного использования водных ресурсов Кыргызстана и ее влияние на уровень жизни населения [Текст] / М. Б. Убайдуллаев, А. А. Исираилов // Вестник Ошского государственного университета. – Ош, 2017. – № 4. – С. 186-190.
4. Исираилов, А. А. Проблемы государственного регулирования агропромышленной системы в Кыргызстане [Текст] / А. А. Исираилов // Вестник Кыргызской государственной юридической академии. – Бишкек, 2018. – № 1. – С. 175-184.
5. Исираилов, А. А. Земельные и водные ресурсы в системе повышения урожайности сельскохозяйственных культур [Текст] / А. А. Исираилов // Территория науки. – Воронеж, 2018. – № 4. – С. 12-17.
6. Исираилов, А. А. Некоторые аспекты формирования территориальных доходов местных органов самоуправления в условиях рыночной системы хозяйствования [Текст] / А. А. Исираилов // Вестник Ошского государственного университета. – Ош, 2018. – № 4. – С. 21-26.
7. Исираилов, А. А. Современные проблемы эффективного использования земельных ресурсов и сбыта сельскохозяйственной продукции Кыргызстана [Текст] / А. А. Исираилов // Устойчивое развитие науки и образования. – Воронеж, 2018. – № 2. – С. 238-245.
8. Isirailov, A. A. State and development trends of agricultural markets in the region [Text] / A. A. Isirailov // International Electronic Scientific and Practical Journal “Way Science”. – 2022. – Vol. 5, № 1. – P. 4-25.
9. Исираилов, А. А. К вопросам некоторых проблем производства продукции агропромышленного комплекса Кыргызстана [Текст] / А. А. Исираилов // Известия ВУЗов Кыргызстана. – Бишкек, 2022. – № 6. – С. 102-105.
10. Исираилов, А. А. Некоторые экономические аспекты модернизации аграрного сектора Кыргызстана [Текст] / А. А. Исираилов // Известия ВУЗов Кыргызстана. – Бишкек, 2022. – № 6. – С. 106-109.
11. Исираилов, А. А. Некоторые аспекты проблем государственной поддержки аграрного сектора экономики Кыргызской Республики [Текст] / М. Убайдуллаев, М. Кенджиева, А. А. Исираилов, Г. Алимова, С. Сарыева, Э. Саматова, М. Турдуматов // International Journal of Professional Business Review. – Флорида, 2023. – Том. 8, № 5. – PP. 01-10.
12. Исираилов, А. А. Современные проблемы реализации продукции агропромышленного комплекса Кыргызстана: реалии и необходимые пути решения через применение инновационных методов [Текст] / А. А. Исираилов // Известия ВУЗов Кыргызстана. – Бишкек, 2024. – № 1. – С. 106-109.

РЕЗЮМЕ

08.00.05 - тармактык экономика адистиги боюнча экономика илимдеринин кандидаты окумуштуулук даражасын алуу үчүн аткарылган Исираилов Алимжан Алмаматовичтин "Кыргызстандын түштүгүндөгү АӨЖ продукцияларын сатуу көйгөйлөрү (Ош облусунун мисалында)" темасындагы диссертациясы боюнча

Негизги сөздөр: агроөнөр жай комплекси, агро жана айыл чарба продукциясы, продукцияны сатуу, Айыл чарба продукциясынын товарлуулугу, товар кыймылынын каналдары, сатуу, регион, базарлар, мамлекеттик жөнгө салуу, маркетинг, "жашыл" продукция, өсүмдүк өстүрүү, мал чарбачылыгы, керектөөчүлөр

Изилдөөнүн объектиси болуп Кыргыз Республикасынын Ош облусунун АӨК ишканалары жана айыл чарба товар өндүрүүчүлөрү саналат.

Изилдөөнүн максаты: Айыл чарба продукцияларын сатуу шарттарынын азыркы абалын жана өнүгүүсүн, негизги товар өткөрүү каналдарын жана АӨК продукцияларын сатуунун эң натыйжалуу жолдорун аныктоонун теориялык-методологиялык негиздерин, концептуалдык негиздерин жана практикалык сунуштарын негиздөө.

Изилдөө методдору: салыштыруу жана айкалыштыруу ыкмасы, абстракттуу-логикалык, экономикалык-математикалык, экономикалык-статистикалык, болжолдоо, социологиялык, тарыхый, аналогия ыкмасы, бириктирүү ыкмасы жана башкалар.

Алынган натыйжалар: интеграция шартында агро-продукцияларды сатуу боюнча теориялык жана концептуалдык негиздери тутумдаштырылды; - "товардык продукция" түшүнүгүнө автордук толуктоолор киргизилди; - агрардык сектордун продукциясын сатуунун методологиялык принциптери комплекстүү каралды жана толукталды; - максаттуу рыноктордун керектөөлөрүнө ылайык ишмердүүлүктүн багыттарын эркин тандоо үчүн факторлор жана каналдар аныкталды жана толукталды; - өсүмдүк өстүрүү жана мал чарбачылыгы продукцияларын өткөрүү жана сатуу боюнча заманбап моделдер иштелип чыкты жана сунушталды; - ички жана тышкы рыноктордо агро жана айыл чарба продукцияларын ишке ашыруунун инновациялык - натыйжалуу системасын түзүү сунушталды.

Колдонуу даражасы: илимий натыйжалар жана сунуштар ички айыл чарба продукцияларын өндүрүүчүлөрдүн агро- жана айыл чарба продукцияларын өндүрүүдө, товар өткөрүүдө жана сатуу процессинде инновациялык тармактык логистикалык моделдер колдонулушу мүмкүн. Бул аймакта органикалык айыл чарбачылыкты өнүктүрүүгө жана агро- жана айыл чарба продукцияларын өндүрүү, кайра иштетүү, сатуу, импорттоо жана экспорттоо процессинде "жашыл" стандарттарды сактоого өбөлгө түзөт. Бул чаралар ошондой эле Кыргызстандын аймактарында туруктуу, инновациялык, «жашыл» өнүгүүгө жетишүү максатын көздөйт. Диссертациянын негизги пункттары жана корутундулары, ошондой эле аймактык айыл чарба рыногун жөнгө салуу куралдары Ош облусунун Администрациясы тарабынан облустун агро-өнөр жай комплексин өнүктүрүү боюнча комплекстүү программаны жана анын өнүктүрүү стратегиясын иштеп чыгууда колдонулган. Теориялык жана практикалык жоболор Ош мамлекеттик университетинде "Аймактык экономика" жана "Агро-өнөр жай комплекси экономикасы" курстарын окутуу процессинде колдонулат, бул сунушталган моделдердин, ыкмалардын жана сунуштардын практикалык маанилүүлүгүн жана ишке жөндөмдүүлүгүн тастыктайт.

Колдонуу чөйрөсү: диссертациялык изилдөөнүн жоболору жана жыйынтыктары аймактык башкаруу органдары тарабынан аймактык экономиканы инновациялык өзгөртүүлөр боюнча программаларды иштеп чыгууда, жумушчулардын атаандаштыкка жөндөмдүүлүгүн жана кесиптик мобилдүүлүгүн жогорулатууда, эмгек рыногун өнүктүрүү, иш менен камсыз кылууну башкаруу, социалдык-экономикалык өнүгүү программаларында колдонулат, бул сунушталган моделдердин, ыкмалардын жана сунуштардын практикалык маанилүүлүгүн жана ишке жөндөмдүүлүгүн тастыктайт.

РЕЗЮМЕ

диссертации Исираилова Алимжана Алмаматовича тему: «Проблемы реализации продукции АПК Юга Кыргызстана (на примере Ошской области)», выполненной для соискания ученой степени кандидата экономических наук по специальностям 08.00.06 - отраслевая экономика

Ключевые слова: агропромышленный комплекс, агро- и сельхозпродукция, реализация продукции, товарность Сельхозпродукции, каналы товародвижения, сбыт, регион, рынки, государственное регулирование, маркетинг, «зеленая» продукция, растениеводство, животноводство, потребители

Объектом исследования выступают предприятия АПК и сельхозтоваропроизводители Ошской области Кыргызской Республики.

Цель исследования: обоснование теоретико-методологических положений, концептуальных основ и практических рекомендаций современного состояния и развития условий реализации сельскохозяйственной продукции, основных каналов товародвижения и определение наиболее эффективных путей реализации сельскохозяйственной продукции.

Методы исследования: метод сравнения и сопоставления, абстрактно-логический, экономико-математический, экономико-статистический, прогнозный, социологический, исторический, метод аналогии, метод агрегирования и др.

Полученные результаты: обобщены систематизированы теоретические, концептуальные основы реализации агропродукции в условиях интеграции, введены авторские дополнения в понятия «товарная продукция»; - комплексно рассмотрены и дополнены методологические принципы реализации продукции аграрного сектора; - определены и дополнены факторы и каналы для свободы выбора направлений деятельности в соответствии с потребностями целевых рынков;- разработаны и предложены современные модели по управлению и регулированию товародвижения и реализации продукции АПК: растениеводства и животноводства; - предложено создать инновационно-эффективную систему реализации агро- и сельхозпродукции на внутреннем и внешних рынках.

Степень использования: научные результаты и предложенные рекомендации могут быть использованы применение в процессе реализации агро- и сельхоз продукции отечественными сельхозтоваропроизводителями предложенных инновационных сетевых логистических моделей товародвижения и реализации продукции растениеводства и животноводства от производителя до конечного потребителя, могут способствовать развитию органического сельского хозяйства в регионе и соблюдению «зеленых» стандартов в процессе производства переработки, реализации, импорта и экспорта агро- и сельхозпродукции, а также достижению устойчивого инновационно-зеленого развития территорий Кыргызстана и его регионов. Основные положения и выводы диссертации, инструменты регулирования регионального рынка сельскохозяйственной продукции использованы Администрацией Ошской области при выработке комплексной программы развития АПК области и стратегии развития АПК. Теоретические и практические положения используются в учебном процессе в Ошском государственном университете при изучении курсов «Региональная экономика» и «Экономика АПК», что подтверждает практическую значимость и работоспособность предложенных моделей, методик, рекомендаций.

Область применения: Положения и выводы диссертации исследования приняты к использованию региональными органами управления при разработке программ инновационного преобразования региональной экономики, повышения конкурентоспособности и профессиональной мобильности работников, развития рынка труда, управления занятостью, программ социально-экономического развития, что подтверждает практическую значимость и работоспособность предложенных моделей, методик, рекомендаций.

SUMMARY

Dissertation by Alimzhan Israilov on the theme: "Issues in the Marketing of Agro-industrial Products in Southern Kyrgyzstan (Case Study of Osh Region)". This dissertation is submitted for the Candidate of Economic Sciences degree, specializing in 08.00.06 - Sectoral Economics.

Keywords: agro-industrial complex, agro- and agricultural products, product marketing, marketability of agricultural products, distribution channels, sales, region, markets, government regulation, marketing, "green" products, crop production, livestock, consumers

Research Object: Enterprises of the agro-industrial complex and agricultural producers in the Osh region of the Kyrgyz Republic.

Research Goal: To substantiate the theoretical and methodological principles, conceptual foundations, and practical recommendations for the current state and development of conditions for marketing agricultural products, and the main distribution channels, and to determine the most effective ways of marketing agricultural products.

Research Methods: Comparison and contrast method, abstract-logical method, economic-mathematical method, economic-statistical method, forecasting method, sociological method, historical method, analogy method, aggregation method, and others.

Results Obtained:

Theoretical and conceptual foundations of marketing agro-products under integration conditions have been summarized and systematized.

The author's additions to the concept of "marketable products" have been introduced.

Methodological principles of marketing products from the agricultural sector have been comprehensively reviewed and supplemented.

Factors and channels for freedom of choice in activity directions according to target market needs have been identified and supplemented.

Modern models for managing and regulating the distribution and marketing of agro-industrial products, including crop and livestock products, have been developed and proposed.

An innovative and efficient system for marketing agro- and agricultural products in domestic and external markets has been suggested.

Degree of Utilization: The scientific results and proposed recommendations can be applied in marketing agro- and agricultural products by domestic agrarian producers, using the proposed innovative network logistics models for the distribution and marketing of crop and livestock products from producer to final consumer. This can contribute to the development of organic farming in the region and adherence to "green" standards in the production, processing, marketing, import, and export of agro- and agricultural products. These measures also aim at achieving sustainable innovative green development in the territories of Kyrgyzstan and its regions. The administration of Osh region has used the main points and conclusions of the dissertation, as well as tools for regulating the regional agricultural market, in developing a comprehensive development program for the region's agro-industrial complex and its development strategy. The theoretical and practical provisions are also used in the educational process at Osh State University in courses such as "Regional Economy" and "Economy of the Agro-industrial Complex," confirming the practical significance and feasibility of the proposed models, methods, and recommendations.

Application Field: The provisions and conclusions of the dissertation research are adopted by regional management bodies for developing programs for the innovative transformation of the regional economy, enhancing competitiveness and professional mobility of workers, labor market development, employment management, and socio-economic development programs, which confirms the practical significance and feasibility of the proposed models, methods, and recommendation.

