

**Э. В. Самигуллин**

**Социальная экономика Кыргызстана:  
теория, анализ, оценка**

**Бишкек – 2010**

УДК 338

ББК 65.9 (2)

Рецензенты:

Атышов К.А., доктор экономических наук, профессор

Кумскова Н.Х., доктор экономических наук, профессор

Самигуллин Э.В.

С17 Социальная экономика Кыргызстана: теория, анализ, оценка – Б.:  
2010. – 140с.

ISBN 978 – 9967 – 417 – 70 - 0

По материалам исследований, автор раскрывает сущность социальной экономики, как одной из составляющих экономики республики, вместе с индустриальной и аграрной экономиками. Анализирует и оценивает состояние социальной экономики Кыргызстана и ее составляющих по территориям республики.

С 0605010411 – 10 УДК 338

ББК 65.9 (2)

ISBN 978 – 9967 – 417 – 70 - 0

с Э.В. Самигуллин, 2010

Введение .....	4
1. Социальная экономика республики .....	7
2. Покупательский спрос .....	20
3. Товарный рынок .....	40
4. Состояние сферы коммерции .....	73
5. Услуги, оказываемые населению .....	93
6. Структура и качество народного потребления товаров .....	119
Заключение .....	126
Литература .....	131

## Введение

Экономика Кыргызстана, как экономика любого государства, при рассмотрении с позиций товарного функционального содержания, представляет собой совокупность трех экономик:

- индустриальная (промышленность, транспорт, строительство, связь);
- аграрная (сельское хозяйство, лесное хозяйство и рыбное хозяйство);
- социальная (торговля, общественное питание, услуги).

Индустриальная промышленность является фундаментальной основой экономики государства, экспортным потенциалом страны.

Аграрная экономика является базовой основой продовольственной безопасности государства, источником сырья для легкой и пищевой промышленности.

Социальная экономика обеспечивает удовлетворение покупательского спроса, структуру и качество народного потребления.

При рассмотрении проблем и путей развития экономики Кыргызстана, лица, интересующиеся и публикующие рекомендации и решения, уделяют внимание развитию, прежде всего, аграрной экономики, как преобладающей в экономике республики, затем проблемам индустриальной экономики и практически оставляют вне поля зрения развитие социальной экономики.

Вообще социальная экономика, как одна из трех составляющих экономики страны, рассматривается автором этой книги впервые в республике.

Очевидная недооценка значения социальной экономики, в особенности, в среде лиц, принимающих решения, и в среде ученых экономистов, способных профессионально исследовать состояние и возможности развития, может привести к основательным социальным недостаткам в республике. Дело в том, что социальная экономика способна удовлетворить покупательский спрос, и тем самым повысить уровень жизни

населения, но может и не справиться с удовлетворением спроса и тогда произойдет неизбежное ухудшение жизни.

Отсутствие публичных выступлений по проблемам социальной экономики и очевидная актуальность и своевременность исследований ее содержания, роли и состояния побудили автора к работе по рассмотрению основ теории социальной экономики, а также анализу и оценке показателей по территориям и в целом по Кыргызстану, экономика которого находится на переходном этапе к рыночной.

При анализе показателей социальной экономики и ее составляющих, нами проводится оценка в целом по республике, по территориям республики (области и города Бишкек и Ош), на душу населения по территориям.

При оценке показателей услуг, оказываемых населению по территориям республики, для нас интерес представили две позиции:

- 1) каков рост или прирост показателей по республике и по территориям республики?
- 2) каков уровень обеспеченности услугами по территориям на душу населения?

Показатель роста или прироста объема услуг, оказываемых населению по территориям республики, позволяет оценить изменение масштабов оказания услуг.

Показатель услуг на душу населения позволяет оценить уровень обеспеченности населения услугами. Действительно, чем выше показатель услуги на душу населения, тем выше уровень обеспеченности населения услугами.

Для определения уровня обеспеченности населения услугами мы использовали методику:

- 1) определили средний показатель объема услуги по каждой территории на душу населения;
- 2) определили средний показатель по данным восьми территорий, за исключением Бишкека, у которого исключительные условия;

3) соотношением среднего показателя услуг, оказанных населению по каждой территории, к показателю среднего показателя по восьми территориям мы определили уровень обеспеченности населения услугой.

Понятно, что среднего показателя услуг, оказываемых населению по территориям, отдельные территории по объективным или субъективным причинам в ближайшие годы не достигнут. Однако и бесконечно отдаляться от среднего показателя они не должны.

Без успешного решения проблем социальной экономики у республики возникнут многочисленные сложности по формированию рыночной экономики. При этом, очевидно, что достижение высот экономического развития страны будет невозможным.

Учитывая то, что предлагаемая читателям книга является первой попыткой рассмотрения основ теории социальной экономики, определения ее содержания, анализа показателей и оценке ее состояния по территориям и в целом Кыргызстана, автор будет благодарен замечаниям и рекомендациям по дополнению содержания книги.

Автор выражает искреннюю благодарность рецензентам, замечания и предложения которых были учтены при подготовке книги

## 1. Социальная экономика республики

В условиях мировой глобализации экономики страна может быть развитой и конкурентной при обязательном условии параллельного развития индустриального, аграрного и социального содержания экономики государства, но, разумеется, при первичном развитии индустриальной экономики, как фундаментальной основы в целом экономики страны. Примером тому являются Япония, Германия и другие страны из числа развитых постиндустриальных и пострыночной экономикой стран мира.

Развитие аграрной экономики страны, основное предназначение которой состоит в обеспечении продовольственной безопасности государства, невозможно без развития индустриальной экономики, что объясняется ее убыточностью и потребностью в дотациях со стороны государства. Действительно, нет ни одного государства, которое, благодаря развитой аграрной экономике, вошло в категорию экономически развитых стран мира. В тоже время, все без исключения индустриально развитые страны имеют развитую аграрную экономику. Даже Япония, у которой весьма и весьма ограниченные ресурсы пашни.

Социальная экономика, обеспечивающая удовлетворение покупательского спроса, занимает особое положение в экономике государства. Особое положение социальной экономики заключается в том, что ее развитие может происходить несколькими вариантами:

- 1) на основе самостоятельного развития, независимо от развития аграрной или индустриальной экономики (Кыргызстан);
- 2) совместно с аграрной экономикой (Болгария);
- 3) совместно с индустриальной экономикой страны (Чехия);
- 4) совместно с аграрной и индустриальной экономикой страны (Германия).

Формирование индустриальной экономики, как известно, требует объемных капиталовложений, привлечения крупных инвестиций, напряжения сил и ресурсов страны, времени в пределах 20-25 лет.

Формирование индустриальной экономики возможно, когда руководители государства способны проявить политическую волю, осознав необходимость индустриализации страны. Когда программа развития страны будет последовательно осуществляться сменившимися лидерами. Когда население будет готово в течение 20-25 лет осознанно трудиться на создание индустриальной экономики и при этом жить в границах многочисленных ограничений потребления, чтобы в дальнейшем, т.е. в условиях индустриальной экономики, страна и ее население будут благополучными. Примеры Японии, Германии после второй Мировой войны, Южной Кореи в шестидесятых-семидесятых годах прошлого века, Китая в настоящее время, подтверждают ожидания развития индустриальной экономики.

Беда в том, что не каждая слаборазвитая страна выбирает путь формирования индустриальной экономики. По причине отсутствия политической воли руководителей страны, по причине отсутствия у предпринимателей страны стратегического мышления, по причине непонимания гражданами страны необходимости ограничения потребления, по причине отсутствия понимания населением страны необходимости производительного труда, по причине отсутствия общенациональной идеологии формирования конкурентной индустриальной экономики страны, или по иным причинам.

Формирование аграрной экономики, которая по месту и роли в экономике государства должна быть вторичной после индустриальной, тем не менее, в слаборазвитых странах, как правило, определяется наиболее приоритетным, поскольку обеспечивает занятость многочисленного сельского населения и натуральное потребление жителями страны.

Как видно из новейшей истории постсоветских республик, все еще сохраняется проблематичность аграрной экономики. По существу ни одна



республика еще не достигла уровня развитой аграрной экономики ни в области животноводства, ни в области растениеводства. Такое состояние аграрной экономики как раз и объясняется тем, что очевидно переоценивается роль аграрной экономики, как экономики натурального потребления и очевидно недооценивается значение аграрной экономики, как экономики товарного производства на селе.

При формировании аграрной экономики, как экономики товарного производства, государство обязано стимулировать сельскохозяйственное товарное производство: дотации, оптовые закупки продукции, подготовка аграрных кадров, щадящее налогообложение, льготное кредитование и т.п.

Когда государство пытается создать индустриальную экономику, то от государства потребуется:

- целевая программа формирования индустриальной экономики;
- масштабные капиталовложения и инвестиции;
- стимулирование участия и производительного труда граждан страны.

Когда государство намерено сформировать аграрную экономику, то от государства потребуется решение вопросов по материальному стимулированию сельскохозяйственного товарного производства.

Таким образом, при формировании аграрной экономики и при формировании индустриальной экономики в особенности, обязательным условием является участие государства: целевые программы, капиталовложения, дотации, подготовка профессиональных кадров и т.п.

Социальная экономика, в отличие от индустриальной и аграрной, обеспечивает прямое удовлетворение покупательского спроса или является экономикой для населения страны. Формируется социальная экономика, преимущественно, силами и средствами самого населения, практически без материального и финансового участия государства.

Таким образом, социальная экономика, в условиях транзитной экономики, тем более, в условиях рыночной экономики, включает такие сферы деятельности, которые обеспечивают удовлетворение

покупательского спроса населения: торговля, общественное питание, сервис и услуги, формирование которых в мировой практике, так и в Кыргызстане, происходит по инициативе, силами и средствами предпринимателей.

Ограничение участия государства в деле формирования социальной экономики лишь регулируемыми функциями, дополнительно стимулирует инициативу, но и повышает ответственность предпринимателей по организации социальной экономики.

Экономика страны – это совокупность экономического содержания ее составляющих – индустриальной, аграрной и социальной экономик. В свою очередь, каждая из них состоит из собственных экономических составляющих.

Индустриальная экономика страны - это совокупность экономического содержания промышленности, транспорта, строительства и связи. Очевидно, лишь при параллельном развитии экономического содержания каждой составляющей возможно развитие индустриальной экономики.

Аграрная экономика страны состоит из экономического содержания сельскохозяйственного производства, лесного хозяйства, рыбного хозяйства и цветочного хозяйства. Понятно, что развитие аграрной экономики будет достигнуто, при условии развития экономических составляющих, прежде всего, сельского хозяйства, а также лесного, рыбного и цветочного хозяйства страны.

Мы не рассматриваем подробно внутренние характеристики и показатели экономического содержания составляющих индустриальной и аграрной экономики, поскольку это не входит в тему нашего исследования. К тому же, индустриальная и аграрная экономика, каждая в отдельности, столь масштабны, что могут и должны рассматриваться углубленно в отдельности по внутренним разделам и внутри этих разделов.

Социальная экономика страны также представляет собою совокупность экономического содержания ее составляющих, а именно:

1) покупательского спроса на товары и услуги (ориентиры социальной экономики);

2) внутренней розничной торговли (товарная продукция социальной экономики), которая представлена в республике:

- розничная торговля;
- торговля автомобилями, мотоциклами, принадлежностями к ним;
- торговля автомобильным и моторным топливом;
- услуги предприятий общественного питания;

3) сервиса и услуг, оказываемых населению (товарная продукция социальной экономики), которая представлена в республике:

- ремонт бытовых изделий;
- техническое обслуживание и ремонт автомобилей;
- услуги гостиниц;
- бытовые услуги;
- услуги транспорта;
- услуги связи;
- услуги жилищного хозяйства;
- коммунальные услуги;
- услуги системы образования;
- услуги культуры;
- услуги туристско-экскурсионные;
- услуги физической культуры и спорта;
- услуги медицинские;
- услуги ветеринарные;
- услуги санитарно-курортные и оздоровительные;
- услуги правового характера и банковские;
- другие платные услуги.

В таблице 1.1 приведены данные 2007 г. по количественным показателям указанных услуг (см. таблицу 1.1).

Таблица 1.1

(млн. сом)

Услуги	2007 г.
1. Розничная торговля	67580.3
2. Торговля автомобилями, мотоциклами, принадлежностями к ним	5202.8
3. Торговля моторным топливом	9878.1
4. Ремонт бытовых изделий	357.2
5. Техническое обслуживание и ремонт автомобилей	840.9
6. Услуги предприятий общественного питания	4102.0
7. Услуги гостиниц	974.5
8. Бытовые услуги	3605.0
9. Услуги транспорта	4680.4
10. Услуги связи	4888.0
11. Услуги жилищного хозяйства	1266.3
12. Коммунальные услуги	3466.9
13. Услуги системы образования	2672.6
14. Услуги культуры	387.3
15. Услуги туристско-экскурсионные	371.6
16. Услуги физической культуры и спорта	68.7
17. Услуги медицинские	379.5
18. Услуги ветеринарные	64.3
19. Услуги санитарно-курортные и оздоровительные	389.8
20. Услуги правового характера и банковские	687.9
21. Другие платные услуги	3203.0

4) потребления населения товаров и услуг (конечные показатели социальной экономики).

Совершенно очевидно, развитие социальной экономики будет происходить при условии успешного развития экономического содержания каждой из перечисленных составляющих.

Нет каких-либо нормативных или оценочных показателей, позволяющих оценить состояние или определить уровень развития социальной экономики отдельной территории, региона или страны в целом.

Используя данные по рыночным услугам в целом или по отдельным услугам, оказываемых населению, можно путем сравнения таких данных за ряд лет выяснить что происходит, развитие услуг, с ростом их реализации,

или же в стране (территории) происходит снижение показателей оказания услуг.

Оценку состояние страновой социальной экономики в целом, отдельных видов услуг можно путем сравнения показателей двух или более государств, с близкими социально-экономическими показателями. К примеру, можно сравнить показатели Литвы и Латвии, Татарстана и Башкортостана, Кыргызстана и Таджикистана, Казахстана и Узбекистана.

Изучая показатели социальной экономики высоко конкурентных стран, таких как Япония, США или Германия, мы имеем возможность определить для менее развитых стран ориентировочные показатели социальной экономики или отдельных видов услуг. Ориентировочные показатели могут быть достигнуты, если и не в целом по государству, поскольку могут быть не сравнимыми масштабы государств, то хотя бы в расчете на душу населения.

Нами был выбран вариант оценки состояния социальной экономики Кыргызстана в целом и по отдельным видам услуг, оказываемых населению, методом сравнения показателей:

- 1) за период 2004, 2006 и 2008 годы по республике;
- 2) по территориям республики;
- 3) доли территорий республики по видам услуг, оказываемых населению.

Таким образом, мы намерены оценить состояние социальной экономики Кыргызстана, определить потенциал развития, в особенности по территориям республики.

Каковы показатели социальной экономики республики? В составе ВВП, в объемном показателе экономики республики, по численности занятого населения, по территориям Кыргызстана.

За последние годы заметно возросла доля производства услуг в ВВП, с 38,3% в 2004 г. до 43,9% в 2008 г. Для сравнения, доля производства товаров в ВВП с 51,6% в 2004 г. снизилась до 42,9% в 2008 г. Таким образом, в 2008

г. доля сферы производства услуг в ВВП превысила показатель сфер производства товаров на 1%.

Повышение доли сфер услуг в ВВП, безусловно, характеризует успешное развитие социальной экономики, но такое положение должно происходить при одном условии, при условии, когда товарные сферы производства достигли приличного развития в стране. Дело в том, что при росте доли товарного производства в ВВП, что возможно при условии успешного развития индустриальной и аграрной экономики, происходит развитие экономики государства или вернее обратный исход. В условиях развитой экономики товарного производства и социальная экономика, неизбежно, получает развитие, хотя бы потому, что растут денежные доходы населения страны и соответственно покупательский спрос.

При росте доли социальной экономики в ВВП, но когда падает доля товарного производства, как результат замедления ее развития, вполне возможны негативные последствия экономики государства. Дело в следующем, покупательская способность населения формируется путем поступлений средств из-за рубежа от соотечественников, привлечения зарубежных кредитов и иными способами, но не в результате развития товарного производства, что было бы предпочтительней, в частности и для Кыргызстана.

В 2008 г. объемные показатели производства промышленности, строительства, транспорта и связи (индустриальная экономика) составили 127,9 млрд. сом.

Валовый выпуск продукции сферами сельского хозяйства, охоты, лесного и рыбного хозяйства (аграрная экономика) составил 112,4 млрд. сом.

Объем рыночных услуг, оказываемых населению (социальная экономика), составил 156,0 млрд. сом.

Таким образом, показатель социальной экономики в 2008 г. превысил показатели как индустриальной (+28,1 млрд. сом), так и аграрной экономики (+43,6 млрд. сом) страны.

По численности занятого населения к общей численности занятого в экономике Кыргызстана, социальная экономика (36,3%) лишь немного уступает аграрной (36,8%), с заметным превышением показателя индустриальной экономики (26,9%).

В таблице 1.2 приведены показатели социальной экономики Кыргызстана, характеризующие удельные показатели по занятости населения и объему производства в 2008 г. (здесь и далее расчеты сделаны по материалам Национального статистического комитета КР, см. табл. 1.2). Ограничение одним годом объясняется тем, что мы анализируем не динамику показателей, а место социальной экономики в экономике производства страны.

Таблица 1.2

**Показатели численности занятого населения и социальной экономики Кыргызстана в 2008 г.**

Экономика	Численность занятого населения		Показатели производства	
	тыс. чел.	уд. вес, в %	млрд. сом	уд. вес, в %
Индустриальная	540	26,9	127,9	32,3
Аграрная	740	36,8	112,4	28,3
Социальная	730	36,3	156,0	39,4
	2010	100,0	396,3	100,0

Как и следовало ожидать, по численности занятого населения социальная экономика (730 тыс. чел.) немногим уступает аграрной (740 тыс. чел.), но с более высоким показателем производительного труда.

По показателю производительного труда социальная экономика (+ 3,1% = 39,4% - 36,35%) занимает промежуточное место между индустриальной (+ 5,4% = 32,3% - 26,9%) и аграрной экономиками (- 8,5% = 28,3% - 36,8%).

Каково положение социальной экономики по территориям республики? Насколько население территорий обеспечено услугами? Какие территории обладают лучшими показателями по потреблению услуг, по сравнению с

другими? Тем самым, можно оценить текущее состояние и определить возможности по более или менее равномерному распределению услуг по территориям страны.

Таблица 1.3

**Численность населения и показатели услуг, оказываемых населению, по территориям Кыргызстана в 2008 г.**

Территории республики	Численность населения		Объем рыночных услуг, оказываемых населению	
	тыс. чел.	уд. вес, в %	млн. сом	уд. вес, в %
Баткенская область	428.8	8.1	4614.9	3.0
Джалал-Абадская область	994.0	18.7	14959.7	9.6
Иссык-Кульская область	437.2	8.2	8634.6	5.5
Нарынская область	271.0	5.1	3170.3	2.0
Ошская область	1086.0	20.5	10772.8	6.9
Таласская область	219.8	4.1	3625.3	2.3
Чуйская область	763.9	14.4	23390.0	15.0
г. Бишкек	849.2	16.0	73629.8	47.2
г. Ош	253.9	4.8	13211.4	8.5
	5303.8	100.0	156008.8	100.0

В таблице 1.3 приведены данные, характеризующие численность населения и объем рыночных услуг, оказываемых населению по территориям Кыргызстана в 2008 г. (см. табл. 1.3). Для анализа мы привлекли показатели в абсолютных величинах и в относительных значениях, что позволяет объективно оценить состояние услуг. К примеру, объем услуг по территории может превысить показатель другой территории, но при сравнении с численностью населения оказывается, что население другой территории приобретает больший объем услуг, что подтверждают относительные показатели.

Из таблицы видно, что рыночные услуги населению значительно разнятся по территориям республики.

Понятно, что в столице самые высокие показатели по услугам, т.к. здесь выше уровень жизни горожан и множество гостей и приезжих. В тоже время, удельный вес показателя рыночных услуг, оказываемых населению, Баткенской, Джалал-Абадской и в особенности Ошской области не должны



быть столь низкими по отношению к удельному весу численности населения (см. табл. 1.4).

Таблица 1.4

**Разница показателей удельных весов численности населения и рыночных услуг по территориям Кыргызстана в 2008 г.**

Территории республики	Численность населения (уд. вес, в %)	Объем рыночных услуг, оказываемых населению (уд. вес, в %)	Разница показателей удельного веса (3 – 2)
1	2	3	4
Баткенская область	8.1	3.0	- 5.1
Джалал-Абадская область	18.7	9.6	- 9.1
Иссык-Кульская область	8.2	5.5	- 2.7
Нарынская область	5.1	2.0	- 3.1
Ошская область	20.5	6.9	- 13.6
Таласская область	4.1	2.3	- 1.8
Чуйская область	14.4	15.0	0.6
г. Бишкек	16.0	47.2	31.2
г. Ош	4.8	8.5	3.7
	100.0	100.0	

Наглядно демонстрируют соответствие услуг и численности населения данные, характеризующие порядковое место территории республики по этим двум показателям (см. табл. 1.5).

Таблица 1.5

**Занимаемые порядковые места территорий республики по численности населения и рыночным услугам, оказываемых населению, в 2008 г.**

Территории республики	Место по численности населения	Место по рыночным услугам населению
Баткенская область	6	7
Джалал-Абадская область	2	3
Иссык-Кульская область	5	6
Нарынская область	7	9
Ошская область	1	5
Таласская область	9	8
Чуйская область	4	2
г. Бишкек	3	1
г. Ош	8	4

Понятно, что показатели удельных весов территорий по численности населения и рыночных услуг, оказываемых населению, не могут быть равными по всем территориям, что было бы идеально, но и чрезмерно разниться не должны.

Как видно из данных таблицы 1.5, все территории республики можно разделить на три группы:

- 1) благополучные (г. Бишкек, Чуйская область, г. Ош);
- 2) относительно благополучные (Иссык-Кульская, Джалал-Абадская, Таласская области);
- 3) неблагополучные (в меньшей степени Нарынская, Баткенская и в большей степени Ошская области).

Данные таблицы 1.6 позволяют оценить состояние социальной экономики по территориям республики, но для нас этого недостаточно, поскольку нам необходимо определиться с показателями ориентирами ближайшего развития рыночных услуг, оказываемых населению. Для этого потребуются ориентиры развития.

Таблица 1.6

**Объем рыночных услуг, оказываемых населению, по территориям Кыргызстана на душу населения, в 2008 г.**

(тыс. сом)

Территории республики	Объем рыночных услуг на душу населения	Ранжирование территорий
г. Бишкек	86,7	1
г. Ош	52,0	2
Чуйская область	30,6	3
Иссык-Кульская область	19,7	4
Таласская область	16,5	5
Джалал-Абадская область	15,0	6
Нарынская область	11,7	7
Баткенская область	10,7	8
Ошская область	9,9	9
Средний показатель территории, без показателя г. Бишкек*	20,7	

\* Столица республики располагает исключительными условиями.

Как нам представляется, ориентирами ближайшего развития рыночных услуг, оказываемых населению, можно использовать показатели рыночных услуг по территориям в среднем на душу населения (см. табл. 1.6)

Средний показатель рыночных услуг на душу населения по территориям Кыргызстана (20-21 тыс. сом) вполне можно использовать ориентировочным показателем для расчета социальной экономики по территориям страны. Действительно, если показатель Таласской области (16,5 тыс. сом) достаточно близкий к среднему, то, что мешает Нарынской области (11,7 тыс. сом) приблизиться хотя бы к показателю Таласской области? Что или кто мешает Ошской области (9,9 тыс. сом) подтянуться до показателя соседней Джалал-Абадской области (15 тыс. сом) или хотя бы до величины Баткенской области (10,7 тыс. сом), у которой нет никаких преимуществ по сравнению с Ошской областью?

## 2. Покупательский спрос

Для начала следует определиться с категорией «спрос». Какой спрос? Покупательский или потребительский? Покупательский спрос и потребительский спрос имеют одно содержание или разное? Дело в том, что в специальной литературе, в особенности по маркетингу, коммерции и предпринимательству отдельные авторы «покупательский спрос» и «потребительский спрос» рассматривают как адекватные термины. К тому же, носителями спроса признаются не только население, но и учреждения и даже предприятия, приобретающие потребительские товары для внутреннего потребления.

Действительно, между терминами «покупательский спрос» и «потребительский спрос» существенных различий нет, они довольно близкие по содержанию, но и адекватными они не являются, поскольку они реализуются различно по времени.

Нельзя согласиться и с тем, что носителями покупательского спроса могут быть учреждения и предприятия, поскольку, в отличие от населения, учреждения и предприятия, если и приобретают потребительские товары, то для производственных нужд.

На самом деле, как нам представляется, при рассмотрении спроса следует учесть три категории спроса: «спрос населения или потенциальный спрос населения», «покупательский спрос населения или покупательский спрос», «потребительский спрос населения или потребительский спрос».

«Спрос населения» - это совокупность «покупательского спроса» и «потребительского спроса».

«Покупательский спрос» - спрос, реализованный на товарном рынке.

«Потребительский спрос» - это спрос, подлежащий реализации через какое-то время. Спрос отложен по времени в расчете на то, что будут

снижены розничные цены на товар, изменятся потребительские признаки товара, улучшится качество товара или по иным причинам.

Таким образом, покупательский спрос представляет собой спрос товарного рынка (рынка потребительских товаров) или является фактором, формирующим товарный рынок.

Потребительский спрос по сущности является большей или меньшей по объему долей спроса населения по отношению к доле покупательского спроса.

Далее мы будем рассматривать «покупательский спрос», как категорию социальной экономики, как ориентировочный показатель развития социальной экономики, что актуально для развивающихся и в особенности слаборазвитых стран.

Действительно, когда рассматривается развитая экономика конкурентного государства, то качественные и количественные показатели реализации товаров и рыночных услуг на товарном рынке, а это рынок «покупателя», должны быть, как минимум, равными или, что предпочтительнее, немного превысить показатель покупательского спроса. Некоторое превышение величины реализации товаров и рыночных услуг на товарном рынке показателя покупательского спроса необходимо для удовлетворения покупательского спроса собственного населения и плюс спроса иностранцев, находящихся на территории страны.

При внимательном изучении специальной литературы, изданной на территории постсоветских республик, в частности в России, Казахстане и Кыргызстане, и научных статей университетских изданий по теме товарного рынка, то обнаруживается, что термин «покупательский спрос» выведен из обращения. Зато весьма обстоятельно рассматриваются вопросы маркетинга. Между тем, покупательский спрос является одним из активных рынокообразующих факторов. Не так ли? Следовательно, без основательного рассмотрения проблем удовлетворения покупательского спроса, как одного из трех (товарное предложение, спрос и территория) образующих рынок

факторов, невозможно исследование товарного рынка, исследование социальной экономики.

В розничной торговле дело дошло до того, что в профессиональном лексиконе специалистов и торгового персонала отсутствует термин «покупательский спрос». В таком случае возникает вопрос, каким образом должен формироваться товарный ассортимент в розничной торговой сети, если никто толком не знает состояние покупательского спроса? Разве, к примеру, в Кыргызстане, все население способно предъявить на рынке высокий покупательский спрос, при котором способно приобрести предлагаемый ассортимент товаров? Между тем, даже в развитых странах население стратифицируется по уровню покупательского спроса.

Между прочим, покупательский спрос весьма интересный показатель, содержащий различные характеристики населения, которые могут быть исследованы с позиций:

- экономики;
- социологии;
- культуры;
- медицины;
- демографии;
- географии;
- конфессионального;
- национального;
- предпринимательства;
- государства.

С позиции **экономики** (материального уровня жизни населения). Между развитой экономикой государства и материальным уровнем жизни населения действует прямая зависимость. В свою очередь, между материальным уровнем жизни населения и показателем (объем и структура) покупательского спроса также действует прямая зависимость. К примеру,

дешевые подделки китайского производства, пользующиеся спросом в Кыргызстане, в Германии не пользуются спросом.

С позиции **социологии** (структуры покупательского спроса). Покупательский спрос весьма подвержен влиянию признака стратификации населения. Это условие объясняется тем, что признак стратификации населения представляет собой комплексный показатель, включающий в определение социальную иерархию, уровень дохода, семейный быт, особенности потребления товаров, потребительские привычки различных социальных групп населения страны.

С позиции **культуры** (культуры покупательского поведения). Между культурой населения и культурой покупательского поведения существует прямая зависимость.

Наблюдая за основами формирования культуры народов мира, мы обнаружили лишь три варианта формирования культуры нации:

1) на основе образования, к примеру, государства Европы, США, Япония, Австралия;

2) на стыке образования и воспитания, к примеру, республики Центральной Азии, Российская Федерация и республики Закавказья. При этом, когда преобладает воспитание, то воспитательно-образовательное формирование, при преобладании образования, то образовательно-воспитательное формирование, что лучше;

3) на основе воспитания, к примеру, большинство государств Африки и Азии.

Сравнительный анализ трех вариантов подтверждает предпочтительность формирования культуры нации на основе образования. Такой вывод определяется следующим образом.

Образование было и будет, всегда и повсеместно, т.е. и в Европе, наиболее образованной, и в Африке, наименее образованной, является объективным фактором, поскольку в образовании действуют достаточно жесткие стандарты, нормы и правила обучения и усвоения знаний,

обязательные для всех учебных заведений (системность образования). К тому же, образование имеет тенденцию совершенствования и развития. И потому, культура, сформированная образованием, характеризуется достаточно высоким уровнем цивилизации: поведение, в том числе покупательское, отношение к труду, законопослушание и другие полезные качества. Тому много примеров в истории, к примеру, Западная Европа, Канада и Япония.

В отличие от образования (объективного фактора), воспитание всегда и повсеместно является субъективным фактором, поскольку в воспитании состояние и результаты воспитания определяются состоянием и уровнем воспитания самих воспитателей (родителей, родственников, сотрудников дошкольных учреждений, преподавателей школ, руководителей и т.д.). Воспитание характеризуется стохастичностью, поскольку в процессе воспитания нет единых норм, правил и показателей воспитания (отсутствует системность воспитания). К тому же, сложившаяся практика традиционного воспитания, весьма подверженная ментальным качествам нации, не подвергается существенным изменениям, в том числе и изменениям покупательского поведения.

Поскольку в конечном итоге качество жизни, труда, производства, управления, состояние покупательского поведения и в целом жизнедеятельность человека определяется уровнем культуры, то становится очевидным предпочтительность культуры нации на основе образования, позволяющего формировать более высокий и цивилизованный уровень спроса и потребления товаров.

С позиции **медицины** (качество потребления товаров). Качество, состав и калорийность продовольственных товаров, компоненты непродовольственных товаров должны соответствовать санитарно-гигиеническим требованиям, действующим на территории страны. Потребительские товары не должны разрушать здоровье населения. Таковы медицинские признаки покупательского спроса.



С позиции **демографии** (половая и возрастная структура спроса). При значительной численности многодетных семей в составе населения формируется объемный спрос на продукты детского питания и непродовольственные товары детского ассортимента.

С позиции **конфессионального** (соответствие спроса нормам религии). Примеры. Ислам и иудаизм запрещают потребление свинины. Православие запрещает потребление конины. В исламе действует запрет на потребление алкоголя. Буддизм запрещает потребление телятины. Соответственно, такие требования проецируются в покупательском спросе.

С позиции **национального** (национальные традиции потребления). Национальные традиции потребления в особенности проявляются на территории южных областей Кыргызстана, в частности в женской и мужской национальной одежде, головных уборах, обуви, потреблении сухофруктов, риса и т.д. Соответственно, национальные особенности потребления также проецируются в покупательском спросе.

С позиции **географии** (территориальные особенности покупательского спроса). К примеру, в Нарынской области, с высокогорной территорией, соответственно, с высоким уровнем индивидуальных затрат энергии в жизнедеятельности населения, приличный покупательский спрос на теплую одежду, высококалорийные продукты питания - мясопродукты и жиры;

С позиции **предпринимательства** (состояние удовлетворения спроса). Очевидная практика, между развитым предпринимательством, в особенности в сфере рыночных услуг, и удовлетворением спроса действует прямая зависимость. К примеру, в Кыргызстане, в условиях недостаточного развития производства потребительских товаров, 70 – 75% объема покупательского спроса удовлетворяется импортными товарами в результате и благодаря усилиям предпринимателей сферы коммерции;

С позиции **государства** (ориентировочный показатель развития социальной экономики страны). Социальная политика государства, вне зависимости от уровня экономического развития, непременно

предусматривает повышение уровня и качества жизни граждан страны. Уровень и качество жизни населения не абстрактные, а вполне конкретные показатели, достижение которых предполагается в течение планируемой перспективы. Следовательно, при разработке государственной социальной программы, потребуются данные, в том числе характеризующие покупательский спрос на товары и услуги.

В плоскости социальной экономики покупательский спрос представляет интерес в следующем содержании:

- 1) по стране в целом и по ее территориям;
- 2) собственного населения и приезжих;
- 3) состояние удовлетворения;
- 4) факторы, формирующие спрос;
- 5) источники дохода населения.

Для начала следует определиться с показателями покупательского спроса, которые были бы одновременно официальны, доступны и достаточны для характеристики и оценки спроса. Очевидно, наиболее соответствуют этим требованиям публичные материалы Национального статистического комитета Кыргызстана.

Под показателем покупательского спроса мы рассматриваем показатель, оказанных населению рыночных услуг: торговля, общественное питание и все виды платных услуг. Или под показателем покупательского спроса мы рассматриваем, так называемый, реализованный покупательский спрос на рынке потребительских товаров.

Анализировать и оценить состояние рыночных услуг, оказываемых населению, можно двумя вариантами, используя показатели:

- 1) в сомах;
- 2) индексные.

## Покупательский спрос по стране в целом и по территориям

Общая статистика рыночных услуг, в т.ч. оказываемых населению по территориям, Нацстатком КР публикует, начиная с 2007 г. Понятно, по показателям рыночных услуг лишь двух годов невозможно определить закономерность изменений. Тем не менее, в 2008 г., как по республике, так и по территориям показатели рыночных услуг для населения превысили данные 2007 г.

По официальным данным Нацстаткомитета КР, показатели рыночных услуг по территориям составили (см. таблицу 2.1).

Таблица 2.1

### Рыночные услуги, оказанные населению по территориям Кыргызстана

(млн. сом)

Территории республики	2007 г.	2008 г.	2008 г. к 2007 г. в %
Баткенская область	3639.2	4614.9	126.8
Джалал-Абадская область	9503.8	14959.7	157.4
Иссык-Кульская область	6161.5	8634.6	140.1
Нарынская область	2303.1	3170.3	137.6
Ошская область	7914.1	10772.8	136.1
Таласская область	2708.2	3625.3	133.8
Чуйская область	17169.8	23390.0	136.2
г. Бишкек	52785.2	73629.8	139.4
г. Ош	9842.9	13211.4	134.2
Всего	112027.8	156008.8	139.2

Даже с учетом инфляции, в 2008 г. показатель покупательского спроса как в целом по республике, так и по территориям вырос. Лишь по трем территориям показатель выше среднереспубликанского (39.2%), в г. Бишкек (39.4%), Иссык-Кульской области (40.1%), и в особенности по Джалал-Абадской области (57.4%). По шести территориям показатель реализованного спроса оказался ниже среднереспубликанского, в особенности по Баткенской области (26.8%) (см. табл.1).

Таким образом, по территориям страны разница между максимальным и минимальным показателями прироста спроса составила 30.6 %. Понятно, что потенциальные возможности по формированию спроса территорий различны, тем не менее столь приличных отклонений не должно быть.

Показатели инфляции по территориям республики значительно отличаются от среднего показателя инфляции по республике. К тому же, показатель инфляции по территориям, как представляется, не совсем соответствуют действительности. Отсюда, проводить сравнительный анализ рыночных услуг населению по территориям лишь в сомовом измерении будет недостаточно.

Для проведения сравнительного анализа и оценки состояния рыночных услуг, оказываемых населению, по территориям нами были использованы индексные показатели.

Поскольку рыночные услуги, оказываемые населению, составляют часть рыночных услуг, то следует определить какова доля услуг, оказываемых населению за 2007 и 2008 годы (см. табл. 2.2).

Из таблицы 2.2 видно, что в целом по республике удельный вес услуг, оказываемых населению, в составе рыночных услуг составила 61.5% в 2007 г. и 63.4% в 2008 г. Из 9 территорий республики в 6 в составе рыночных услуг преобладают услуг населению, от 85.8% в 2007 г. и 89.6% в 2008 г. (Таласская область), до 97.5% и 98.4% (Нарынская область).

Бишкек: доля услуг населению в 2007 г. составила 46.9%, в 2008 г. - 48.6%.

Иссык-Кульская область и г. Ош занимают промежуточное положение между территориями с высоким уровнем показателя доли услуг для населения и территориями показателем Бишкека (78.5 и 76.9% по области; 70.8 и 74.0% по г. Ош).

Таким образом, территории Кыргызстана с преобладанием сельского населения и аграрной экономикой рыночные услуги в преобладающем

оказываются населению (Нарынская, Баткенская, Ошская, Джалал-Абадская, Таласская области).

Таблица 2.2

**Доля услуг, оказываемых населению, в рыночных услугах по территориям Кыргызстана**

(млн. сом)

Территории республики	2007 г.			2008 г.		
	объем рыночных услуг	в т.ч., услуги населению	уд. вес услуг населению	Объем рыночных услуг	в т.ч., услуги населению	уд. вес услуг населению
Баткенская область	3704.0	3639.2	98.2	4719.2	4614.9	97.7
Джалал-Абадская область	10400.3	9503.8	91.3	16422.4	14959.7	91.0
Иссык-Кульская область	7840.7	6161.5	78.5	11217.4	8634.6	76.9
Нарынская область	2360.0	2303.1	97.5	3219.2	3170.3	98.4
Ошская область	8568.9	7914.1	92.3	11701.0	10772.8	92.0
Таласская область	3153.8	2708.2	85.8	4045.1	3625.3	89.6
Чуйская область	19556.5	17169.8	87.7	25685.3	23390.0	91.0
г. Бишкек	112530.4	52785.2	46.9	151196.0	73629.8	48.6
г. Ош	13896.3	9842.9	70.8	17839.9	13211.4	74.0
Всего	182010.9	112027.8	61.5	246045.5	156008.8	63.4

Меньший показатель доли услуг, оказываемых населению, объясняется тем, что на территории:

Иссык-Кульской области (78.5% и 76.9%) расположены многочисленные пансионаты и лечебно-курортные учреждения, которые оптом закупают продовольственные товары для приготовления пищи, организуют производственную прачечную работу в период летнего купального сезона;

г. Ош – вторая столица республики (70.8% и 74.0%), здесь сосредоточены услуги, оказываемые организациям, предприятиям и учреждениям Юга Кыргызстана.

Наименьший показатель доли рыночных услуг, оказываемых населению, в Бишкеке (46.9% в 2007 г. и 48.6% в 2008 г.) объясняется тем, что в столице функционируют многочисленные государственные, правительственные и столичные организации и учреждения, предпринимательские структуры, приобретающие рыночные услуги.

Понятно, по показателям рыночных услуг лишь двух годов невозможно определить закономерность изменений. Тем не менее, в 2008 г., как по республике, так и большей части территорий показатели рыночных услуг для населения превысили данные 2007 г.:

- по республике на 1.9%,
- Нарынской области – 0.9%,
- г. Бишкек – 1.7%,
- г. Ош – 3.2%,
- Чуйской области – 3.3%,
- Таласской области – 3.8%.

По четырем территориям показатели 2008 г. оказались ниже показателя 2007 г.:

- Джалал-Абадская область (-0.3%),
- Ошская область (-0.3%),
- Баткенская область (- 0.5%),
- Иссык-Кульская область (-1.6%).

Для оценки показателей рыночных услуг, оказываемых населению, рассмотренных данных явно недостаточно. Поэтому в таблице 2.3 проводятся дополнительные данные, характеризующие доли территорий республики в общем объеме рыночных услуг и услуг, оказываемых населению, в 2007 и 2008 годах (см. табл. 2.3).

**Доля территорий республики в общем объеме рыночных услуг и услуг, оказываемых населению, в 2007 г. и 2008 г.**

(млн. сом)

Территории республики	2007 г.		2008 г.	
	объем рыночных услуг	в т.ч., услуги населению	объем рыночных услуг	в т.ч., услуги населению
Баткенская область, уд. вес, в %	3704.0 2.0	3639.2 3.2	4719.2 1.9	4614.9 2.9
Джалал-Абадская область, уд. вес, в %	10400.3 5.7	9503.8 8.4	16422.4 6.6	14959.7 9.6
Иссык-Кульская область, уд. вес, в %	7840.7 4.3	6161.5 5.5	11217.4 4.5	8634.6 5.5
Нарынская область, уд. вес, в %	2360.0 1.3	2303.1 2.0	3219.2 1.3	3170.3 2.0
Ошская область, уд. вес, в %	8568.9 4.7	7914.1 7.0	11701.0 4.7	10772.8 6.9
Таласская область, уд. вес, в %	3153.8 1.7	2708.2 2.4	4045.1 1.6	3625.3 2.3
Чуйская область, уд. вес, в %	19556.5 10.7	17169.8 15.3	25685.3 10.4	23390.0 15.0
г. Бишкек, уд. вес, в %	112530.4 61.8	52785.2 47.1	151196.0 61.4	73629.8 47.1
г. Ош, уд. вес, в %	13896.3 7.6	9842.9 8.8	17839.9 7.2	13211.4 8.4
Всего	182010.9 100%	112027.8 100%	246045.5 100%	156008.8 100%

Как видно из таблицы 2.3, удельный вес рыночных услуг, оказываемых населению, превышает показатель доли территорий по рыночным услугам, что, безусловно, является позитивной характеристикой. При этом, в течение двух лет сохраняется доля территорий, как по показателю рыночных услуг, так и по показателю рыночных услуг, оказываемых населению.

Исключение составляет столица республики, в которой доля города в рыночных услугах меньше доли города в услугах, оказываемых населению (61.8% и 47.1% в 2007 г.; 61.4% и 47.1% в 2008 г.).

Краткий вывод, который можно сделать по табличным данным:

1) объем покупательского спроса населения республики вырос на 33.9 млрд. сом, без учета инфляции;

2) все территории республики добились прироста показателя покупательского спроса, без учета инфляции.

### **Покупательский спрос собственного населения и приезжих в республику лиц**

Покупательский спрос на рыночные услуги формируется в республике населением и иностранцами (иностранцами туристами, зарубежными командировочными лицами, гостями из-за рубежа и другими лицами), временно находящимися на территории Кыргызстана. Покупательский спрос иностранцев является величиной весьма переменной, поскольку трудно предсказать численность иностранцев, могущих быть на территории республики.

По экспертным оценкам, в том числе и нашим расчетам, в 2008 г. по отдельным территориям Кыргызстана покупательский спрос собственного населения составил следующие величины (см. табл. 2.4).

Таблица 2.4

### **Покупательский спрос населения по отдельным территориям республики в 2008 г.**

(млн. сом)

Территория республики	Покупательский спрос	Покупательский спрос населения	Удельный вес покупательского спроса населения, в %
Кыргызстан	156008.8	117006.6	75.0
в т.ч.: г. Ош	13211.4	10569.1	80.0
г. Бишкек	73629.8	47859.3	65.0
Иссык-Кульская область	8634.6	3453.8	40.0
Ошская область	10772.8	75540.9	70.0

По данным таблицы 2.4 можно сделать следующие выводы:

1) покупательский спрос Иссык-Кульской области зависит от численности и доходов туристов, отдыхающих в летний купальный сезон;



2) покупательский спрос в г. Бишкек и Ошской области зависит от численности и покупательской способности приезжих покупателей;

3) при некоторой условности расчетных удельных показателей покупательского спроса населения страны в 2008 г., тем не менее, эти данные вполне можно использовать как минимальные ориентировочные показатели, поскольку год был не самым успешным.

### **Состояние удовлетворения покупательского спроса**

В действительности, под содержанием покупательского спроса подразумевается потенциальный покупательский спрос (Ппс), который представляет собой совокупность показателей потребительского спроса (Пс) и реализованного покупательского спроса (Рс):

$$\text{Ппс} = \text{Рс} + \text{Пс}$$

Мы рассматривали рыночные услуги, оказываемые населению, как реализованный покупательский спрос или как фактор, образующий социальную экономику, как показатель, позволяющий оценить уровневое состояние социальной экономики.

Между тем, понимая, что реализованный спрос является частью потенциального покупательского спроса, то для нас представляет интерес величина разницы между показателями потенциального покупательского спроса и реализованного спроса. Каково соотношение величин реализованного и потребительского спроса населения?

Дело в том, что мы предлагаем ввести в оценку социальной экономики методику, основанную на определении разницы показателей между потенциальным покупательским спросом и реализованным покупательским спросом, которая позволяет оценить уровневое состояние социальной экономики страны или отдельной ее территории.

Теоретически может быть три уровня состояния социальной экономики:

- 1) при разнице равной нулю, т.е.

$$П_{пс} - P_c = 0,$$

социальная экономика, к примеру, страны характеризуется очень высоким уровнем развитого состояния;

- 2) при разнице, когда показатель потребительского спроса превышает показатель реализованного спроса, т.е.

$$П_{пс} - P_c = \max П_c$$

когда

$$P_c > P_c$$

социальная экономика характеризуется довольно низким уровнем состояния или как неразвитая;

- 3) при разнице, когда показатель реализованного спроса превышает показатель потребительского спроса, т.е.

$$П_{пс} - P_c = \min П_c$$

когда

$$P_c > P_c$$

социальная экономика характеризуется приличным уровнем развитого состояния, чем больше разница, тем выше уровень состояния ее развития и наоборот.

Рассмотрим уровневое состояние социальной экономики Кыргызстана в 2008, который был наиболее благополучным в постсоветской истории

республики. Предварительно нами были рассчитаны показатели потенциального покупательского спроса и потребительского спроса населения республики. По нашим данным, они не бесспорны, потенциальный покупательский спрос(Ппс) в 2008 г. составил 189,3 млрд. сом; потребительский спрос (Пс) – 31,3 млрд. сом. Объем рыночных услуг (Рс) (статданные) составил 156,0 млрд. сом.

Таким образом:

$$189,3 \text{ млрд. с. (Ппс)} - 156,0 \text{ млрд.с. (Рс)} = 33,3 \text{ млрд.с.(Пс)}$$

следовательно,

$$Рс (156,0 \text{ млрд.с.}) > Пс (33,3 \text{ млрд.с.})$$

или

$$Рс = 4,6Пс$$

Вывод очевиден. При том состоянии экономики Кыргызстана, которое было достигнуто в 2008 г., социальная экономика страны характеризуется высоким уровнем состоянием.

### **Факторы, формирующие покупательский спрос**

Между формированием покупательского спроса и состоянием экономики государства наблюдается прямая зависимость. Общеизвестно, в стране со слаборазвитой экономикой основным или главным фактором формирования спроса населения является денежный доход, а по товару его розничная цена.

По мере развития экономического положения страны и высокого уровня доходов населения, по данным многочисленных зарубежных исследований факторов, влияющих на формирование спроса, доходы населения отодвигаются на третье место. На первом месте находится фактор,

определяемый созданием и дальнейшим улучшением бытовых удобств жизни преобладающего большинства населения. На втором месте фактор, определяющий качественное питание населения. При этом розничная цена товара не столь важна как качественные параметры товара: потребительские признаки непродовольственных товаров; пищевая ценность продовольственных товаров.

Каким образом определить ту границу, которая определяет факторов, влияющих на формирование покупательского спроса на территории развитых стран, развивающихся и слаборазвитых государств?

При некоторой условности, тем не менее, можно установить градацию факторов формирования спроса в зависимости от материального благополучия жизни населения и экономического развития страны (см. таблицу 2.5).

Таблица 2.5

**Факторы формирования спроса в зависимости от экономического положения страны**

Экономическое положение страны	Месячный доход семьи (долл. США)	Факторы формирования спроса
Развитая страна	5000 и более 1000 – до 5000  до 1000	Создание бытовых удобств Качественное питание → создание бытовых удобств Денежные доходы
Развивающаяся страна	3000 и более 1000 – до 3000  до 1000	Создание бытовых удобств Качественное питание → создание бытовых удобств Денежные доходы
Слаборазвитая страна	2000 и более 500 – до 2000  до 500	Создание бытовых удобств Качественное питание → создание бытовых удобств Денежные доходы

К примеру, в Кыргызстане для преобладающей части населения главным фактором формирования спроса является денежный доход, а по товару - главным признаком выбора товара является его розничная цена.

## **Источники дохода населения**

В любом государстве, в большем или меньшем масштабе, источниками формирования доходов населения являются:

- официальные денежные доходы;
- теневые денежные доходы;
- зарубежные денежные поступления;
- пенсионные доходы;
- государственные социальные выплаты населению;
- коррупционные доходы;
- криминальные доходы, возможно, и другие.

Наверное, следует определиться с содержанием перечисленных источников формирования доходов населения, в частности с таким объемным и масштабным источником как официальные денежные доходы населения.

Масштабность и объемность официальных денежных доходов населения определяется многочисленностью прозрачных и открытых для учета, мы имеем в виду органами статистики, источников их формирования:

- заработная плата;
- премиальные выплаты;
- суммы процента по банковским вкладам;
- прибыль предпринимателей, направленная на потребление;
- доходы по акциям;
- доходы по облигациям, и другие прозрачные источники доходов.

Действительно, перечисленные источники формирования официальных денежных доходов населения учитываются статистическими органами, периодически публикуются и публично доступны.

По существу все перечисленные источники формирования доходов населения можно разделить на две группы:

- 1) регулируемые и подверженные учету;

2) не регулируемые и не подверженные учету.

В перечень регулируемых и подверженных учету источников формирования доходов населения входят:

официальные доходы населения;

пенсии;

государственные социальные выплаты населению.

По источникам формирования первой группы имеются публичные статистические материалы, которые достаточно объективно характеризуют их параметры.

В перечень не регулируемых и не подверженных учету источников формирования доходов населения входят:

теневые доходы;

зарубежные денежные поступления;

коррупционные доходы;

криминальные доходы.

По этой группе источников параметры определяются экспертным путем, объективность которых весьма условна. Следовательно, при использовании их в расчетах следует учитывать возможность приличной погрешности.

Как известно, существует высокая зависимость между экономическим развитием страны, с одной стороны, и перечнем и градацией источников формирования доходов населения, с другой стороны. Между ними действует обратная зависимость. Чем выше уровень экономического развития страны, тем большее влияние основных (подлежащих учету) и меньшее влияние дополнительных (не подлежащих учету) источников, и наоборот (см. таблицу 2.6).

Каковы источники формирования денежных доходов населения Кыргызстана? По расчетам специалистов, у населения республики, без учета поступления денежных средств из других стран, соотношение между объемами денежных средств подверженных учету источниками

формирования доходов населения и не подверженных учету источниками в республике сложилось в пользу не подверженных учету источников. Такое положение сохраняется в течение всего времени суверенного Кыргызстана.

Таблица 2.6

Экономическое положение страны	Градация источников доходов населения
Развитая страна	<p>Основные источники:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) официальные денежные доходы;</li> <li>2) пенсионные доходы;</li> <li>3) государственные социальные выплаты населению;</li> <li>4) зарубежные денежные поступления.</li> </ol> <p>Незначительные дополнительные источники:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>5) теневые денежные доходы;</li> <li>6) коррупционные доходы;</li> <li>7) криминальные доходы.</li> </ol>
Развивающаяся страна	<p>Основные источники:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) официальные денежные доходы;</li> <li>2) пенсионные доходы;</li> <li>3) государственные социальные выплаты населению;</li> <li>4) зарубежные денежные поступления.</li> </ol> <p>Дополнительные источники:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>5) теневые денежные доходы;</li> <li>6) коррупционные доходы;</li> <li>7) криминальные доходы.</li> </ol>
Слаборазвитая страна	<p>Основные источники:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) официальные денежные доходы;</li> <li>2) теневые денежные доходы;</li> <li>3) зарубежные денежные поступления.</li> <li>4) коррупция;</li> <li>5) пенсионные доходы;</li> <li>6) государственные социальные выплаты населению;</li> <li>7) криминальные доходы.</li> </ol>

### 3. Товарный рынок

Товарный рынок является важным регулятивным фактором соотношения предложения рыночных услуг и покупательского спроса, и тем самым является важным регулятивным фактором социальной экономики.

Зная экономический закон товарного рынка, его сущность и содержание, параметры функционирования, рынокообразующие и рынокоактивизирующие факторы, можно оптимально, без излишних потерь и совокупных издержек, формировать рынок, регулировать его показатели, прогнозировать развитие, повысить регулирующие возможности рынка по развитию социальной экономики.

В специальной литературе по товарному рынку между авторами прослеживаются отличные определения и суждения по признакам товарного рынка. Поскольку большая часть определений и суждений авторов по товарному рынку весьма спорны, то мы посчитали необходимым высказать собственное мнение и изложить результаты наших исследований по теории и практике товарного рынка.

В экономической теории товарный рынок занимает фундаментальное положение, поскольку состояние любой экономики определяется показателями и состоянием функционирования товарного рынка. Существует очевидная истина – не может быть экономически развитого государства без соответствующего развитого товарного рынка, или развитый товарный рынок возможен лишь в условиях экономически развитого государства.

Товарный рынок чрезвычайно динамичная категория, поскольку формирование, а затем успешное функционирование которого, находится под воздействием многочисленных крупномасштабных или небольших, объективных или субъективных составляющих факторов. Зная, какие факторы и как они воздействуют на рынок, можно реально оценить и целенаправленно регулировать состояние и развитие товарного рынка.



Необходимость целенаправленного регулирования состояния и последующего развития товарного рынка становится востребованной, в особенности, когда процесс формирования товарного рынка сопровождается многочисленными проблемами в экономике слаборазвитых и развивающихся стран. Это имеет место в большинстве республик бывшего Советского Союза, в частности и в Кыргызской Республике.

Экономическая теория рассматривает товарный рынок как совокупность товарного предложения и спроса, которые рассматриваются как факторы, формирующие товарный рынок. Как нам представляется, рассматривая суть формирования товарного рынка нельзя ограничиваться лишь двумя факторами – товарным предложением и спросом, поскольку для начала следует разделить все факторы, имеющие отношения к формированию и развитию рынка, на факторы, образующие рынок (рынкообразующие) и на факторы, активизирующие рынок (рынкоактивизирующие).

Дело в том, что законченное формирование товарного рынка возможно лишь при наличии трех rynкообразующих факторов, т.е. с товарным предложением и спросом одновременно учитывается и такой фактор как территория. Совершенно очевидно, без территории не может быть товарного рынка. Именно через призму территориального признака рассматривается мировой, региональный, местный или иной территориальный товарный рынок.

Из трех rynкообразующих факторов два – товарное предложение и спрос являются активными rynкообразующими факторами, а территория – пассивный фактор. Действительно, при совершенно равных по площади и одинаковых по географии двух территориях действуют различные по количественным параметрам и интенсивности функционирования товарные рынки. Или, территория остается неизменной, но товарный рынок такой территории непрерывно и динамично преобразуется в пределах от прироста до снижения.

Однако, пассивность территории, как рынообразующего фактора, совсем не значит, что территория вообще не имеет значения при формировании товарного рынка. Пассивность территории значит только то, что на неизменной территории товарный рынок весьма изменчив, но с любыми, даже незначительными, изменениями площади территории, неизбежно, изменяются параметры товарного рынка. Тем самым можно сделать вывод о том, что в определенных условиях и территория является, изменяющим состояние товарного рынка, рынообразующим фактором, хотя и не столь активным и динамичным как товарное предложение или спрос.

Все три указанных фактора формирования товарного рынка оцениваются количественными параметрами.

Разница в количественных параметрах товарного предложения, спроса и территории состоит в том, что площадь территории есть величина постоянная, тогда как параметры предложения и спроса непрерывно колеблются. Следовательно, состояние товарного рынка, в каждом конкретном отрезке времени, характеризуется и оценивается соотношением товарного предложения и спроса на определенной территории.

Под товарным предложением мы рассматриваем предложение рынку потребительских товаров и услуги, оказываемые населению.

Однако определение товарного рынка факторами товарного предложения и спроса несколько ограничено, поскольку, в действительности, товарный рынок образуется на территории и тогда, когда есть товарное предложение, есть спрос и когда между ними действуют, связывающие их и активизирующие факторы: коммерческая деятельность, с коммерческим ценообразованием и конкуренция.

Вполне реальна такая ситуация, когда на какой-то территории присутствует товарное предложение в пассивном состоянии и спрос присутствует, также в пассивном состоянии, но рынок, в таком случае, не будет действующим. Дело в том, что товар должен быть доставлен

(предложен) на рынке, он должен быть продан, а спрос не только вынесен на рынок, но и удовлетворен системой доведения товара.

Товарное предложение всегда выступает на рынке в товарной форме, в расчете на удовлетворение спроса потребителей, тогда как сами потребители удовлетворение продукцией производства (товаров и услуг) могут осуществлять в двух формах:

- покупательского спроса, который удовлетворяется товарным предложением на рынке;
- натурального потребления, которое удовлетворяется путем натурального производства продукции самими потребителями.

В таком случае полезно знать о следующем:

- в составе потребления продукции производства соотношение между покупательским спросом и натуральным потреблением, на наш взгляд, может быть четырех вариантов:

- 1) спрос  $>$  натурального потребления,
- 2) спрос = натуральному потреблению,
- 3) спрос  $<$  натурального потребления,
- 4) спрос, без натурального потребления;

- товарное предложение всегда действует как весьма активный фактор на рынке, т.к. товаропроизводитель вынужден активизировать кругооборот оборотных средств, тогда как спрос может иметь амплитуду от весьма активного до весьма пассивного поведения, поскольку покупатель вполне может большую или меньшую долю спроса временно отложить или перенести на более поздние сроки.

Как известно, параметры товарного предложения на рынке образуются двумя участниками:

- товаропроизводителями;
- коммерческими предпринимателями.

Под товаропроизводителями подразумеваются предприятия и индивидуальные изготовители товарной продукции и услуг, поставляющие на определенный территориальный рынок для реализации.

На самом же деле, территориальный рынок формируется не только товаропроизводителями, но и усилиями коммерческих предпринимателей, организующих поступление на рынок импортных товаров.

При оценке по данным многих стран обнаруживается, что соотношение на рынке отечественных и импортных товаров зависит от экономического развития страны или ее региона. Как правило, в слаборазвитых странах импортные товары преобладают в соотношении отечественных и импортных товаров на рынке и, следовательно, главными участниками предложения товаров на рынке являются коммерческие предприниматели. В экономически развитых странах наблюдается иное положение - преимущественное товарное предложение на рынке осуществляется усилиями отечественных товаропроизводителей.

Параметры спроса на товарном рынке также формируются усилиями двух участников:

- местные носители спроса;
- приезжие носители спроса.

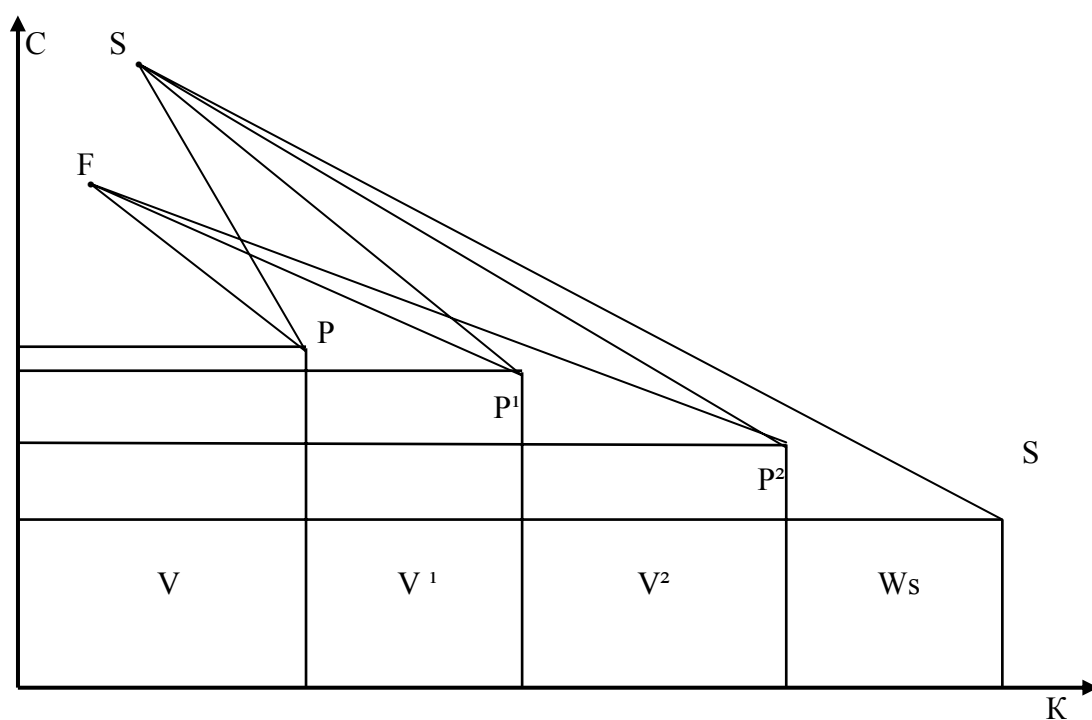
Под местными носителями спроса подразумеваются отечественные покупатели, которыми могут быть население, предприятие, организации и учреждения, покупающие товары на рынке. Вместе с тем, на всяком территориальном товарном рынке всегда присутствует спрос приезжих потребителей: туристы, деловые люди, гости, транзитные пассажиры и т.п. Объем спроса приезжих потребителей товаров во многом, формируется усилиями и активностью коммерческих предпринимателей (продавцов товаров и услуг) - рекламирование, выставки, товарные ярмарки и т.п.

Установлено, в отношении формирования фактора спроса на товарном рынке существует определенная закономерность – рынок слаборазвитых

стран более привлекателен для иностранного спроса: доступными ценами, выбором товаров и услуг и т.п.

Таким образом, оказывается, коммерческая составляющая рынка присутствует как при формировании товарного предложения, так и при формировании спроса на товарном рынке. В таком случае, должна существовать оценка коммерческого фактора, как посредника между двумя активными рынокообразующими факторами (товарное предложение и покупательский спрос). Значение коммерческого фактора товарного рынка мы предлагаем обозначить как «коммерческая активность или пассивность товарного рынка» (см. рис. 3.1).

**Рис. 3.1. Коммерческая активность товарного рынка**



Где:  $C$  – цена товаров;

$K$  – сумма реализованных товаров;

$S$  и  $F$  – рынокообразующие факторы товарного рынка.

Из рис. 3.1 видно, что

$$V^2 > V^1 > V$$

или

$$V \rightarrow V^1 \rightarrow V^2 \rightarrow W$$

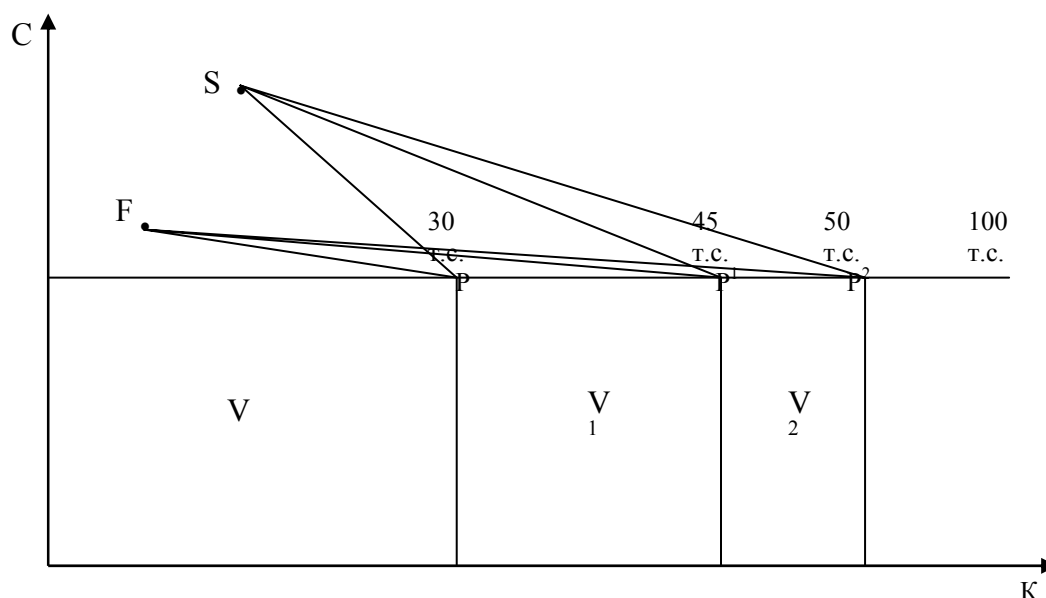
при этом

$$SPF > SP^1F > SP^2F$$

Угол  $SPF$ ,  $SP^1F$  или  $SP^2F$  – это показатель коммерческой активности товарного рынка. Показатель коммерческой активности рынка является обратной величиной соотношения объема и емкости товарного рынка (термины «объем» и «ёмкость» будут нами рассмотрены далее).

Рассмотрим определение показателя коммерческой активности рынка (см. рис. 3.2).

**Рис. 3.2. Показатель коммерческой активности товарного рынка**



Из рис. 3.2 видно:

в точке  $P$  при объеме товарного рынка в 30 т.с. ( $V = 30$  т.с.) и емкости 100 т.с. ( $W = 100$  т.с.) значение соотношения  $V$  к  $W$  составляет 0,3;

в точке  $P^1$ , при  $V = 45$  т.с. и  $W = 100$  т.с., соотношение составляет 0,45;

в точке  $P^2$ , при  $V = 50$  т.с. и  $W = 100$  т.с., соотношение составляет 0,5. Следовательно, показатель коммерческой активности или вернее коммерческой пассивности товарного рынка равен:

$SPF = - 0,7$ , т.е. до полного насыщения товарного рынка или дефицит объема рынка составляет  $- 0,7 (0,3 - 1)$ ;

$$SP^1F = - 0,55 (0,45 - 1);$$

$$SP^2F = - 0.5 (0.5 - 1)$$

Таким образом, показатель коммерческой активности товарного рынка (SPF) увеличивается при расхождении показателей объема (V) и емкости рынка (W), т.е. первый вариант:

$$\text{при } W - V \rightarrow >,$$

происходит:  $SPF \rightarrow$  к максимальному значению, тогда как, при сближении показателей объема и емкости рынка, значение показателя коммерческой активности товарного рынка уменьшается, т.е. второй вариант:

$$\text{при } V \rightarrow W,$$

происходит:  $SPF \rightarrow$  к минимальному значению.

Следовательно, показатель коммерческой активности (пассивности) товарного рынка в первом варианте характеризует негативное положение рынка, во втором варианте состояние рынка характеризуется позитивно.

Рынок потребительских товаров и услуг, оказываемых населению, в дальнейшем потребительский рынок, является наиболее масштабным, разнородным, разнovidным и разнообразным. Этим, обстоятельством и определяется дальнейшее рассмотрение нами научных, методологических и прагматичных аспектов потребительского рынка (ПР).

Потребительский рынок можно классифицировать по следующим признакам:

По уровню снабжения товарами рынка:

- а) натурально-товарный;
- б) товарно-натуральный;
- в) товарный.

Уровень снабжения товарами рынка характеризует то, насколько товары рынка по объему, структуре и качеству удовлетворяют покупателей или насколько потребности населения удовлетворяются товарами рынка. При натурально-товарном рынке товарное предложение обеспечивает лишь небольшую часть потребления, тогда как основная доля потребления удовлетворяется путем натурального потребления. Примером натурально-товарного рынка служат большая часть слаборазвитых государств африканского, латиноамериканского и азиатского континентов. Товарно-натуральный рынок определяется нарастающим удовлетворением спроса товарами, при стабильном снижении натурального потребления, например, в Литве, Болгарии, Словении и т.д. При товарном рынке удовлетворение спроса происходит полностью в товарной форме, что подтверждает опыт Германии, США, Японии, т.е. экономически развитых странах.

Таким образом, в условиях натурально-товарного рынка потребности потребителей в большем объеме удовлетворяются в форме натурального потребления и в меньшем объеме в форме удовлетворения спроса. При товарно-натуральном рынке растут темпы прироста удовлетворения спроса, при снижении удовлетворения потребностей в форме натурального потребления. Наконец, в условиях товарного рынка удовлетворение потребностей потребителей происходит в форме удовлетворения спроса.

По иному можно сказать следующим образом. В странах первого мира, т.е. экономически развитых, соответственно и рынок товарный. В странах второго мира – развивающихся, рынок товарно-натуральный. Наконец, в странах третьего мира - слаборазвитых странах, рынок характеризуется как натурально-товарный.

По территориальному признаку ПР может быть:

- местный,
- региональный,
- в масштабе государства,
- межгосударственный,



- континентальный,
- мировой.

Территориальный признак характеризует величину территории, охваченную товарным рынком: местный – территория города, района; региональный – область или регион государства; страны; межгосударственный – два и более государств, независимо от их территориального нахождения.

Необходимость классификации товарных рынков по территориальному признаку объясняется тем, что состояние территориальных рынков значительно отличаются. Очевидно, товарный рынок Северной Америки достиг высочайшего уровня развития, тогда как рынок Южной Америки в целом можно определить как развивающийся. Товарный рынок Чуйской области Кыргызстана можно определить развивающимся, тогда как рынок Нарынской области республики определяется как слаборазвитый. Даже в пределах области товарные рынки сельских районов имеют разные характеристики.

По товарному признаку:

- а) специализированный,
- б) универсальный.

Специализированный товарный рынок характеризуется товарным ассортиментом в пределах от узкоспециализированного до крупномасштабной товарной специализации. Например, рынок обуви может быть в пределах от рынка детской спортивной обуви (узкая специализация) до рынка обуви (специализация в масштабе товарной группы). Специализация товарного рынка возможна лишь в условиях развивающегося рынка, когда товарное удовлетворение превышает натуральное. Чем выше уровень развития товарного производства, тем большая глубина специализации товарного рынка. Например, в условиях развивающегося рынка Кыргызстана продовольственные товары распределены по рынкам в пределах товарных групп (хлебный, молочный, кондитерский и т.п.). А в

условиях развитого рынка функционируют узкоспециализированные продовольственные рынки (диетические продукты, продукты детского питания и т.п.).

Универсальный товарный рынок имеет место в условиях слаборазвитого рынка, поскольку ограниченное товарное предложение сдерживает формирование специализированных товарных рынков.

По состоянию государственного участия в управлении рынком потребительских товаров:

- а) регулируемый государством,
- б) свободный,
- в) частично регулируемый государством.

Абсолютно нерегулируемого государством товарного рынка не может быть в природе. Однако участие государства в регулировании рынка возможно в различных пределах: от объективно необходимого законодательного регулирования (свободный товарный рынок) до всеохватного регулирования (регулируемый государством). Свободный рынок в Западноевропейских государствах, США, Японии, а также в Кыргызстане. В Казахстане и Российской Федерации товарный рынок частично регулируется государством, т.е. законодательная необходимость дополняется государственным регулированием отдельных цен на жизненноважные для населения товары. При государственном регулировании товарного рынка практически все процессы функционирования рынка управляются государством (Беларусь, Туркменистан).

В зависимости от соотношения товарного предложения и спроса:

- а) рынок «продавца»,
- б) рынок «покупателя».

Рынок «продавца» или «покупателя» определяется соотношением предложения и спроса на рынке. При превышении товарного предложения над спросом рынок характеризуется рынком «покупателя». Такие рынки

функционируют в экономически развитых государствах. При превышении спроса над товарным предложением рынок превращается в рынок «продавца». Рынки «продавца» действуют в слаборазвитых государствах, в частности во всех бывших союзных республиках СССР – ныне суверенных государств. В связи с этим, преобразование рынка «продавца» в рынок «покупателя» оценивается как экономический успех государства. Если преобразование рынка «продавца» в рынок «покупателя» желательный и даже обязательный процесс, то переход рынка «покупателя» в состояние рынка «продавца» оценивается как очевидное негативное явление.

По соотношению отечественных и импортных товаров;

а) с преобладанием отечественных товаров;

б) с преобладанием импортных товаров.

При преобладании отечественных товаров рынок способствует развитию отечественных товаропроизводителей и повышению спроса, тогда как превышение на рынке импортных товаров содействует развитию зарубежных товаропроизводителей, в ущерб отечественным предприятиям, и снижению спроса на товарном рынке. Очевидна неприемлемость для товарного рынка, преобладания в предложении импортных товаров.

Рассмотрим сущность рынка Кыргызстана:

по уровню наполнения товарами рынка - рынок республики относится к категории товарно-натурального рынка, т.к., по нашим расчетным данным, соотношение удовлетворение спроса и натуральное потребление составляет в городах республики 90 % к 5 %, в сельской местности 65 % к 35 %, а в целом по республике 80 % к 20 %;

по территориальному признаку в Кыргызстане функционируют местные товарные рынки (в пределах городов и сельских районов), региональные (в масштабе области) и в масштабе государства в целом. Однако местные и региональные рынки значительно отличаются между собой. Так параметры потребительского рынка Чуйской области значительно выше показателей таких же рынков Ыссыккольской, Нарынской и Таласской

областей вместе взятых. В свою очередь, Иссык-Кульский областной рынок значительно превышает показатель Таласской и тем более Нарынской области (см. таблицу 3.1).

Таблица 3.1

**Показатели регионального (областного) потребительского рынка в расчете на душу населения, в 2008 г.**

	Чуйская область	Иссык-Кульская область	Нарынская область	Ошская область	Таласская область
Население, тыс. чел.	764	437	271	1084	219
Розничный оборот, млн. сом	23390	8634.6	3170.3	10772.8	3625.3
Розничный оборот на душу населения, т. сом	30.6	19.7	11.6	9,9	16.5

Действительно, и данные таблицы 3.1 подтверждают, что в Чуйской области показали объема потребительского рынка в 2008 г. на душу населения (30.6 т.с.) почти в 1.5 раза выше показателя Иссык-Кульской области (19.7 т.с.) и более чем в 3 раза выше показателя Нарынской (9.9 т.с.);

по товарному профилю— рынок потребительских товаров Кыргызстана является преимущественно универсальным, т.к. в условиях товарно-натуральной сущности рынка нет достаточных возможностей по формированию развитых специализированных сегментов рынка;

по состоянию государственного участия в управлении рынком - товарный рынок Кыргызстана практически освобожден от участия государства в управлении им. Отстранение государства от управления рынком, в условиях начального периода формирования, чревато серьезными недостатками и перекосами в функционировании рынка;

по признаку соотношения товарного предложения и спроса - на товарном рынке Кыргызстана объем спроса значительно превышает объем товарного предложения. Если судить по нашим расчетным данным, в 2008 году объем покупательского спроса на рынке превысил объем товарного

предложения примерно в 1,2 раза. Следовательно, товарный рынок Кыргызстана, безусловно, является рынком «продавца»;

по соотношению отечественных и импортных товаров - на рынке Кыргызстана сохраняется высокий удельный вес импортных товаров. По непродовольственным товарам доля, поступивших по импорту, составляет более 90 % общего объема предложения на рынке, по продовольственным товарам – до 65 %, а по отдельным продуктам питания показатель уже превысил порог продовольственной безопасности страны, перевалив за 75% (рассмотрим далее).

Таким образом, из шести рассматриваемых признаков, влияющих на состояние потребительского рынка Кыргызстана, пять оценивается негативными показателями. Следовательно, проблема формирования и развития потребительского рынка республики все еще остается чрезвычайно актуальной и потому решение этой проблемы требует научного и методологического подхода, с учетом реальных условий транзитной экономики Кыргызстана.

Товарный рынок в условиях любой экономической формации, в том числе и в переходной экономике между экономическими формациями, является фундаментальной основой экономики, обеспечивающей жизнеспособность отдельной территории или страны в целом. Одновременно с этим товарный рынок является индикатором состояния экономики. Особая роль товарного рынка в условиях переходной экономики, как нам представляется, характеризуется следующим образом:

1. В период переходной экономики происходят экономические преобразования, которые сопровождаются или вполне могут привести к разрушительным последствиям, если посмотреть на опыт прохождения переходной экономики Кыргызстаном, сопровождаемый высоким уровнем безработицы населения. В этих условиях именно товарный рынок становится областью массовой занятости населения. В результате развала индустриально – аграрной экономики Кыргызстана советского периода, как последствия

«шоковой терапии» перевода экономики на рыночные основы, без работы оказалось около 1,5 миллионов работоспособного населения (при общей численности населения страны немногим более 5 миллионов граждан). По официальным статистическим данным, на товарном рынке советского периода реализацией товаров было занято около 60 тысяч человек в течение года. В настоящее время на товарном рынке Кыргызстана реализацию товаров осуществляют более 300 тысяч человек, уступая по численности лишь сфере сельского хозяйства. Если в советский период соотношение населения, занятого трудом на товарном рынке и занятого в сфере товарного производства было 1 : 5, то в настоящее время соотношение составляет 1 : 1,3;

2. В условиях переходной экономики, в результате новых экономических решений, неизбежны первоначальные потери товарного производства. По этому насыщение рынка товарами происходит в преобладающей массе импортными товарами. Тем самым товарный рынок способствует формированию многочисленных зарубежных коммерческих связей с товаропроизводителями и торговыми предпринимателями. Как известно, в условиях советской экономики в Кыргызстане ни одно предприятие, в том числе и самые крупные в республике, самостоятельно, без согласования с центральными органами Советского Союза, не могли заключать внешнеторговые соглашения. В условиях же переходной экономики Кыргызстана оптовыми закупками товаров за рубежом могут осуществлять юридические и даже физические лица. Такое положение наблюдается во всех бывших союзных республиках;

3. Товарный рынок переходной экономики, в результате активного наполнения отечественными и импортными товарами, обеспечивает удовлетворение спроса всех категорий населения, с разными уровнями доходов. По существу только в условиях переходной экономики, впервые в истории Кыргызстана, на товарном рынке улучшается положение с удовлетворением покупательского спроса;

4. Товарный рынок в условиях переходной экономики, как место реализации коммерческого предпринимательства, по существу становится постоянно действующей школой прагматичного обучения активной части населения коммерческому предпринимательству – это сотни тысяч граждан Кыргызстана, с обновлением предпринимателей и вовлечением все новых предпринимательских кадров;

5. Привлекательность товарного рынка для массового предпринимательства определяется тем, что коммерческое предпринимательство не требует сложного технологического оборудования и соответственно не требует масштабных капиталовложений. Действительно, если сравнить одномоментное соотношение сумм основных и оборотных средств в сфере среднего промышленного товарного производства и торговли, оказывается, в промышленном предприятии соотношение составляет 17 : 1, а в торговом предприятии - 6 : 1. Это значит, что в сфере товарного производства требуются капиталовложения, по отношению к оборотным средствам, в три и более раз превышающие капиталовложения в сферу торговли. В условиях ограниченных совокупных финансовых ресурсов страны в переходный период возможности развития предпринимательства, при минимальных капиталовложениях, безусловно, становятся предпочтительным фактором;

6. При ограниченных финансовых ресурсах переходной экономики привлекательной может быть такая сфера предпринимательской деятельности, которая, во-первых, позволяет начинать деятельность при минимальных финансовых вложениях, а во-вторых, обеспечивает высокую оборачиваемость вложенных в оборот средств. Именно коммерческая деятельность на товарном рынке соответствуют указанным двум требованиям в наибольшей степени.

Как видно из практики коммерческих предпринимателей Кыргызстана, успешно действующих на товарном рынке, в зависимости от использования полученной прибыли, их можно разделить на 4 группы:

направляющие прибыль на потребление;

направляющие прибыль на дальнейшее развитие коммерческого предпринимательства;

преобразующие прибыль в капитал, с последующим инвестированием в экономику страны или зарубежные проекты;

диверсифицирующие деятельность, путем вложения прибыли в новую для коммерческого предпринимателя сферу деятельности, в том числе и в сферу товарного производства.

Таким образом, три группы коммерческих предпринимателей из четырех групп, являются активными участниками формирования переходной экономики. Следовательно, очевидна, привлекательность активного участия в формировании и развитии переходной экономики коммерческих предпринимателей. В отличие:

от производственных предпринимателей, нуждающихся в приличных начальных капиталовложениях;

от предпринимателей сельхозпроизводства, нуждающихся в приличных предсезонных оборотных средствах и высоком риске конечных результатов;

от предпринимателей сферы услуг, прибыль которых незначительна в силу небольшой численности клиентов;

коммерческие предприниматели обходятся собственными средствами, многочисленны в количественном отношении, имеют массовых покупателей, обладают приличными суммами прибыли, предсказуемы в дальнейшем предпринимательстве.

Рынок потребительских товаров переходной экономики является существенным источником средств, поступающих в государственный бюджет. Действительно, участники товарного рынка исчисляются сотнями тысяч юридических и физических лиц, которые вносят таможенные платежи, платят налоги с прибыли и подоходный, выкупают патенты, оплачивают местные налоги. По существу, в условиях отсутствия развитого



отечественного товарного производства в Кыргызстане продавцы товаров (предприятия коммерции) стали одними из основных источников налоговых поступлений в бюджет страны.

Товарный рынок переходной экономики, при успешном формировании, становится существенным фактором привлечения на рынок зарубежных предпринимателей и покупателей товаров. Для примера, на товарном рынке Кыргызстана приобретают товары жители России, Казахстана, Узбекистана, Таджикистана, Китая и других стран, а предприниматели этих стран организуют коммерческую деятельность товарами, произведенных в своих странах или осуществляют реэкспорт товаров. Тем самым товарный рынок переходной экономики получает дополнительный приток товаров и денежных средств на рынок региона или страны в целом.

Начиная с переходной экономики и далее, товарный рынок служит индикатором экономики страны или конкретной территории.

По источникам товарного предложения на рынке можно определить состояние отечественного товарного производства - фундаментальной основой экономики.

По соотношению на рынке импортных и отечественных товаров можно определить уровень отечественного товарного производства.

По соотношению отечественных товаров на рынке промышленного или сельхозпроизводства можно определить уровень индустриализации экономики.

По потребительским свойствам и количеству отечественных товаров можно определить состояние технологического уровня товарного производства.

По темпам изменения розничных цен на товарном рынке можно определить показатель инфляции.

По разнообразию цен на товары можно определить состояние конкуренции на рынке.

Как было изложено выше, из трех рынокообразующих факторов (территория, товарное предложение и покупательский спрос) два фактора – товарное предложение и спрос являются активными факторами, т.к. они являются динамичными параметрообразующими товарный рынок факторами, тогда как территория, на которой действуют товарное предложение и спрос, остается пассивным рынокообразующим фактором.

Действительно, территория может быть небольшой, но товарный рынок весьма развитый. Территория может быть огромной, но рынок этой территории может быть в зачаточном состоянии. На одной и той же территории состояние товарного рынка из пассивного может преобразоваться в активное состояние, но может быть и обратное движение, когда рынок развитый, со временем, под воздействием каких-либо причин, преобразовался в пассивный – слабо развитый.

Таким образом, параметры рынка должны определяться соотношением товарного предложения и покупательского спроса. При этом товарное предложение исторически выступало первичным фактором, поскольку лишь с момента изготовления продукции труда для обмена, т.е. товарной продукции, одновременно у обоих участников процесса обмена, возникала потребность в обмене. Каждая из обменивающихся сторон по отношению к другому участнику выступает с товарным предложением и в то же время предъявляет спрос на товары другого участника обмена (рынка). Товарный рынок, до возникновения денег, формировался путем взаимного товарного предложения обеими сторонами, с последующим обменом. После возникновения денег рынок формируется товарным предложением, со стороны продавца, и спросом в денежной форме, со стороны покупателя.

До возникновения денег параметры рынка определялись показателями двухстороннего предложения товаров и их обмена, то в процессе денежной формы оплаты параметры рынка характеризуются показателями товарного предложения и массой денег, направленной на оплату стоимости товаров (спрос).

Исторически оценки параметров товарного рынка складывались в два этапа. На первом этапе, т.е. в условиях простого товарного рынка, обмен товарами происходил в товарной форме, в слаборазвитых странах и сегодня мы наблюдаем между двумя партнерами обмен товарами по бартеру.

На втором этапе, в условиях сложного товарного рынка или рынка развитых и большей части успешно развивающихся стран: предложение – в товарной форме, спрос – в денежной.

Поскольку параметры товарного рынка определяются двумя активными рынообразующими факторами, то их соотношение на рынке возможно в трех вариантах:

1. Показатель предложения товаров превышает показатель спроса;
2. Показатель спроса превышает показатель товарного предложения;
3. Существует равновесие между показателями товарного предложения и спроса (что возможно только теоретически).

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

Поскольку по категориям «объем» и «емкость» товарного рынка нет определенности, а мы делаем такое заключение на основе изучения научных трудов известных отечественных и зарубежных ученых экономистов, то мы предлагаем использовать обе категории, что позволит правильно оценить параметры, а также функциональное состояние товарного рынка:

1. «Емкость» товарного рынка;
2. «Объем» товарного рынка.

Как нам представляется, термины «емкость рынка» и «объем рынка» имеют разные определения, т.к. они обладают отличными характеристиками

и содержанием. Термины «емкость» и «объем» товарного рынка, имея разные значения, характеризуют два состояния одного рынка.

В условиях действующего, а не теоретического, товарного рынка никогда и ни при каких условиях не может быть стабильного равновесия между показателями товарного предложения и покупательского спроса. Под воздействием многочисленных причин (объективных и субъективных, явных и скрытых, сильно- и слабодействующих, местных и иных территорий и т.п.) один из факторов, по своим показателям, непременно превышает показатель другого фактора.

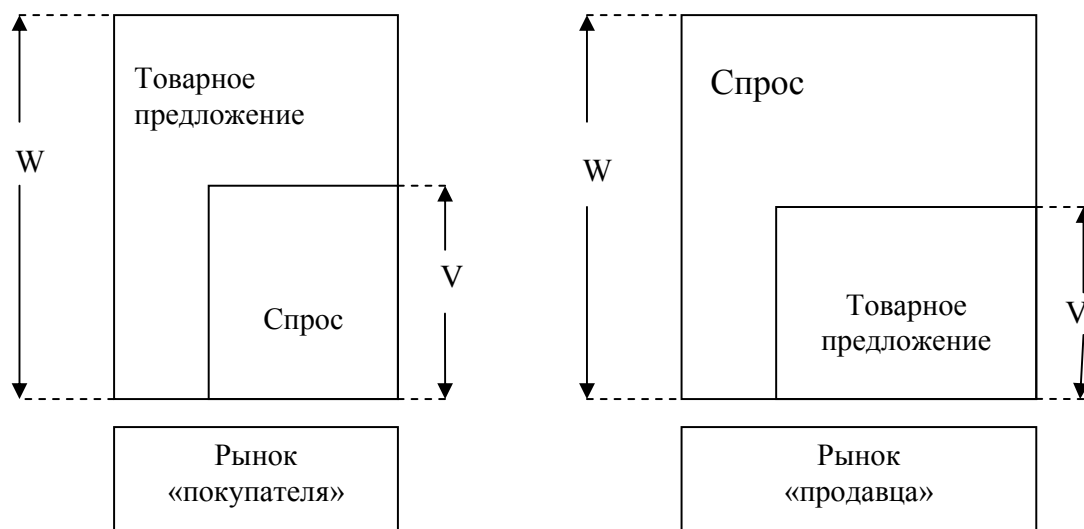
Как известно, маркетинговая теория, в зависимости от соотношения товарного предложения и спроса, рассматривает товарный рынок как рынок «продавца», когда параметры спроса превышают параметры товарного предложения или как рынок «покупателя», когда товарное предложение превышает спрос. Однако эти определения товарного рынка недостаточно характеризуют действительное состояние рынка.

На самом деле, состояние рынка (формирование и функционирование) определяется не элементарным соотношением предложения товаров и спроса, а уровнем соотношения товарного предложения и спроса, как результат неадекватных воздействий рынокообразующих и рынокоактивизирующих фактов.

Под термином «ёмкость» товарного рынка мы предлагаем рассматривать потенциальный показатель рынка по товарному предложению или спросу. Словари определяют термин «ёмкость» как вместительность рассматриваемого объекта, т.е. емкость – это вместительность.

Под термином «объём» товарного рынка мы предлагаем рассматривать показатель, характеризующий совмещение товарного предложения и спроса (см. рис. 3.3). Словари определяют термин «объём» как наполнение рассматриваемого объекта, т.е. объем – это наполнение.

**Рис. 3.3. «Объем» и «Емкость» товарного рынка**



где:

$W$  – «емкость» рынка,

$V$  – «объем» рынка.

В условиях рынка «покупателя» «емкость» рынка определяется по величине товарного предложения, на рынке «продавца» - спроса. В любом случае, в условиях любого государства, экономически развитого или экономически бедствующего, величина емкости всегда превышает величину объема рынка. Различие в том, что в условиях экономически развитого государства емкость товарного рынка определяется товарным предложением, а в условиях страны со слаборазвитой экономикой – показателем спроса. Исходя из такого вывода, **мы предлагаем сформулировать экономический закон превышения показателя емкости товарного рынка к показателю его объема, т.е.**

$$W > V, (3.1)$$

поскольку

$$W = V + V(x - 1), (3.2)$$

где:

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

$$x = \frac{100 \text{ т. сом.}}{75 \text{ т. сом.}} = 1,33$$

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

величина  $75 \text{ т. сом.} (1,33 - 1)$  или  $24,75 \text{ т. сом.}$  и есть недостающая доля «объема» товарного рынка к его «емкости», т.е.

$$100 \text{ т. сом.} (W) = 75 \text{ т. сом.} (V) + 24,75 \text{ т. сом.} (V(x-1))$$

В действительности соотношение между «емкостью» и «объемом» товарного рынка, в методологической плоскости, содержит три содержательных значений:

1. В зависимости от соотношения товарного предложения и спроса соотношение между «емкостью» и «объемом» товарного рынка может быть:

а) на рынке «покупателя» спрос  $\rightarrow$  товарному предложению и предпочтительное соотношение между «емкостью» и «объемом» характеризуется следующим образом:

$$W - V \rightarrow >; (3.3)$$

б) на рынке «продавца» наблюдается обратная ситуация: товарное предложение  $\rightarrow$  спрос и отношение между «емкостью» и «объемом» формируется так:

$$W - V \rightarrow o; (3.4)$$

Таким образом, в условиях  $W - V \rightarrow >$ , а это имеет место в экономически развитых странах, товарный рынок характеризуется высоким уровнем развития, тогда как  $W - V \rightarrow o$  характеризует слабую развитость рынка, что мы и наблюдаем в странах с низким уровнем экономического развития;

2. В условиях глобализации экономики начинает действовать тенденция, которую можно изобразить следующим образом:

$$(W - V \rightarrow o) \rightarrow (W - V \rightarrow >), (3.5)$$

т.е. товарный рынок «продавца», неизбежно, преобразуется в рынок «покупателя», если не произойдут какие – либо крупномасштабные разрушительные события;

3. И на рынке « продавца» и на рынке «покупателя» соотношения между «емкостью» и «объемом» товарного рынка может быть в пределах

$$\text{от } W > V, \text{ (3.6)}$$

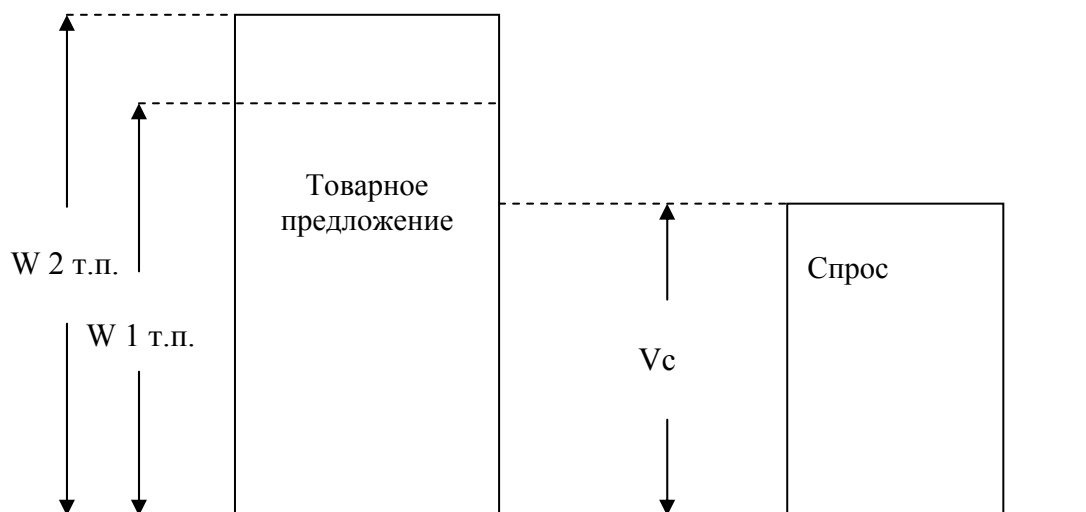
до (теоретически)

$$V = W. \text{ (3.7)}$$

В условиях рынка «покупателя» емкость рынка определяется по величине товарного предложения. На рынке «продавца» - по величине спроса. При любой характеристике и любом состоянии товарного рынка «емкость» всегда превышает «объем» рынка, но величина отклонения (превышения) «емкости» над «объемом» рынка может иметь значения от малых до достаточно высоких показателей.

Показатель превышения «емкости» над «объемом» рынка характеризуют состояние товарного рынка (активность или пассивность) и одновременно служит индикатором привлекательности или не привлекательности рынка для предпринимателей (см. рис. 3.4 и 3.5).

**Рис. 3.4. Соотношение «емкости» и «объема» рынка (1)**



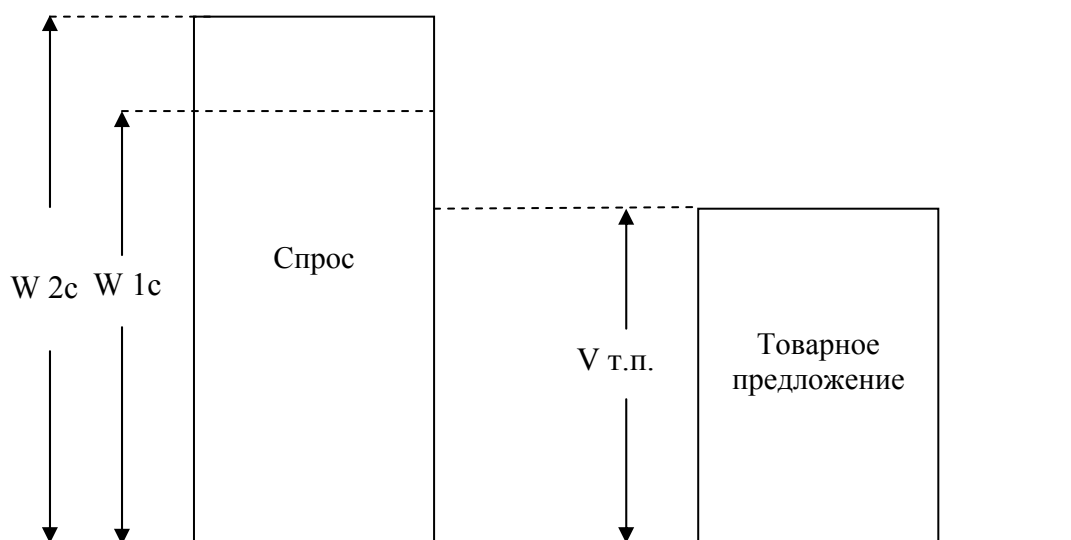
Из двух соотношений, когда емкость рынка определяется величиной товарного предложения, а объем рынка определяется величиной спроса и товарного предложения:

$$1) V_c \rightarrow K W_1 \text{ т.п.}, (3.8)$$

$$2) V_c \rightarrow K W_2 \text{ т.п.}, (3.9)$$

второе соотношение характеризует более высокое, по сравнению с первым соотношением объема и емкости, состояние развитости товарного рынка.

**Рис. 3.5. Соотношение емкости и объема рынка (2)**



Из двух соотношений, когда емкость рынка определяется величиной спроса, а объем рынка определяется величиной товарного предложения и спроса:

$$1) V_{\text{т.п.}} \rightarrow K W_1 \text{ с.}, (3.10)$$

$$2) V_{\text{т.п.}} \rightarrow K W_2 \text{ с.}, (3.11)$$

второе соотношение характеризует более негативное состояние развитости товарного рынка по сравнению с первым соотношением спроса и товарного предложения.

При сравнении рыночной ситуации на рис. 3.3 и 3.4 можно сделать очевидное заключение о том, что при соотношении «объема» рынка по товарному предложению ( $V_{\text{т.п.}}$ ) и «емкости» рынка по спросу ( $W_2 \text{ с.}$ ),



товарный рынок характеризуется высоким уровнем пассивности. В этих условиях представители товарного предложения вольготно действуют на рынке, а большая доля покупательского спроса остается неудовлетворенной.

При соотношении «объема» рынка по спросу ( $V$  с) и «емкости» рынка по товарному предложению ( $W$  т.п.) товарный рынок характеризуется высоким уровнем активности, при котором представители товарного предложения вынуждены действовать чрезвычайно агрессивно.

Совершенно очевидно, ситуация по товарному рынку, изображенная на рис. 3.4, т.е. когда  $V$  т.п.  $<$   $W$  с. характеризует рынок, как весьма привлекательный для предпринимателей, тогда как при  $V$  с.  $<$   $W$  т.п. (рис. 3.5) рынок для предпринимателей теряет свою привлекательность.

Мы рассматриваем соотношение показателей емкости и объема товарного рынка как результат коммерческой активности или пассивности рынка, который предлагаем оценить коэффициентом коммерческой активности (пассивности) товарного рынка:

$$K_{ка} = W : V, (3.12)$$

который может быть в пределах:

от  $> - 1$  (коммерчески пассивный рынок, на котором спрос превышает товарное предложение);

до  $> +1$  (коммерчески активный рынок, на котором товарное предложение превышает спрос).

Очевидно, коммерческая активность рынка развивается по мере преобразования розничного рынка от рынка продавца к рынку покупателя, что определяется соотношением товарного предложения и спроса в пользу товарного предложения. При этом для товарного рынка одинаково неприемлемы обе крайности, как высокий коэффициент коммерческой пассивности, так и высокий коэффициент коммерческой активности.

При высоком показателе коэффициента коммерческой пассивности розничного товарного рынка (ниже -1), характеризующего приличное превышение спроса над товарным предложением, экономика территории оценивается как слаборазвитая, с ограниченными ресурсами товарного производства, с преобладанием на рынке импортных товаров. Не удовлетворяется покупательский спрос. При дефиците собственных товарных ресурсов, поступление импортных товаров, приводит к финансированию зарубежного товарного производства, что в конечном итоге способствует росту розничных цен и обнищанию населения территории, формированию примитивных форм и методов реализации товаров. Как нам представляется, критическое значение коэффициента пассивности розничного рынка находится в пределах  $-(1,2 - 1,25)$ .

При высоком показателе коэффициента коммерческой активности рынка (выше +1), характеризующего приличное превышение товарного предложения над спросом, экономика территории оценивается как развитая, с приличными ресурсами собственного товарного производства. Покупательский спрос удовлетворяется полностью. На рынке функционируют цивилизованные формы и методы торговли. Между тем, приличное превышение товарного предложения к спросу рынка чревато накоплением чрезмерных запасов, что неприемлемо для товаропроизводителей, в особенности, когда они ограничены возможностями освоения зарубежных товарных рынков. Критическая величина коэффициента активности розничного рынка не должна превысить показатель + 1,3.

Рассчитанный нами показатель коэффициента коммерческой активности (пассивности) розничного товарного рынка Кыргызстана по данным 2006 г. составил – 1,67: в 2006 г. объем спроса составил 115,9 млрд. сом, объем товарного предложения - 69 млрд. сом. Таким образом, в 2006 г. спрос на рынке превысил товарное предложение в 1,67 раза. Следовательно, в 2006 г. коэффициент – 1,67 характеризовал чрезвычайно высокий уровень

коммерческой пассивности розничного рынка. В 2008 г. объем спроса составил 230 млрд. сом, объем товарного предложения – 183 млрд. сом. При соотношении 1,25 рынок по-прежнему остается пассивным, но с улучшением по сравнению с 2006 годом.

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

Следовательно, показатель «емкости» товарного рынка определяет максимальную величину рынка, которая может быть достигнута при целенаправленном регулировании товарного предложения и спроса:

при «емкости» рынка по показателю величины товарного предложения, на такой рынок следует привлечь покупателей (спрос) с других рынков;

при «емкости» по показателю величины спроса, на рынок следует привлечь продавцов (товарное предложение) с других рынков.

В зависимости от уровня развития товарного рынка, что в свою очередь зависит от уровня развития экономики, «объем» рынка может быть высоким, когда его показатель приближается к показателю «емкости» рынка или объем рынка может быть низким, когда его показатель отдален от показателя «емкости» рынка.

Следовательно, по показателям «емкости» рынка (по спросу или по товарному предложению) и «объему» рынка, можно определить насколько «объем» рынка занимает его «емкость», какой из двух факторов сдерживает

увеличение «объема» и какие могут быть реальные действия по наполнению «емкости» товарного рынка. При этом необходимо учесть и то, что в соответствии с исторической закономерностью «емкость» рынка по спросу по мере развития экономики и соответственно развития рынка, неизбежно, должна преобразоваться в «емкость» рынка по товарному предложению. Такая неизбежность объясняется тем, что производство непрерывно совершенствуется и развивается, что позволяет увеличить товарное предложение и качество продукции, установить доступные для массового покупателя цены, развивать товарное предложение.

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

1. Слаборазвитый;
2. Развивающийся;
3. Развитый;
4. Гиперразвитый.

#### Слаборазвитый товарный рынок:

величина спроса на рынке превышает в 1,5 и более раз величину товарного предложения, т.е.  $W_{т.р.} = V_{с.}$  или  $1,5$  и более  $V_{т.п.}$ ,

где:  $W_{т.р.}$  – «емкость» товарного рынка;

$V_{с.}$  – величина спроса;

$V_{т.п.}$  – величина товарного предложения.

В условиях слаборазвитого товарного рынка:

- отечественных товаров катастрофически недостаточно в товарном предложении на рынке;
- местные товарные рынки преимущественно наполняются привозными товарами, в особенности товарами зарубежного производства;
- цены реализации отечественных, а в особенности импортных товаров, высокие;

- спрос, в результате невозможности удовлетворения на местном рынке, перемещается на рынки других территорий, в т.ч. зарубежных.

#### Развивающийся товарный рынок:

величина спроса на рынке превышает от 1,5 до простого превышения показателя товарного предложения, т.е.

$W_{т.р.} = V_{с.}$  или от 1,5 до более 1,0  $V_{т.п.}$

В условиях развивающегося товарного рынка:

- происходит наполнение товарного рынка отечественными товарами;
- отечественные товары оцениваются достаточно приличными качественными и потребительскими параметрами;
- цены реализации товаров ниже предыдущего состояния товарного рынка, но все же выше приемлемого значения для массового покупателя;
- часть спроса перемещается на другие товарные рынки, преимущественно на зарубежные или центры страны;
- растут объемы отечественного товарного производства.

#### Развитый товарный рынок:

показатель товарного предложения превышает величину спроса, в пределах необходимых величин товарных запасов продавца, когда превышение составляет от простого превышения до 1,5 раз, т.е.

$W_{т.р.} = V_{т.п.}$  или от более 1,0 до 1,5  $V_{с.}$

В условиях развитого товарного рынка:

- спрос полностью, т.е. по ценовым, качественным и потребительским параметрам, удовлетворяется на местном товарном рынке;
- преобладающая доля спроса удовлетворяется на рынке товарами отечественного производства. По данным наших исследований, преобладающая доля спроса, удовлетворяемая отечественными товарами, по продовольственным товарам должна составить 80-85 процентов, по непродовольственным товарам - 60-65 %, а в среднем по потребительским товарам - 70-75 процентов;

- формируется конкуренция, выполняющая регулируемую функцию товарного рынка.

Гиперразвитый товарный рынок:

величина товарного предложения на рынке в 1,5 и более раз превышает показатель спроса, т.е.

$W_{т.р.} = V_{т.р.}$  или от 1,5 и более  $V_{с.}$

В условиях гиперразвитого товарного рынка:

- отечественное товарное производство достигло высокого уровня развития по всем параметрам: объему выпуска продукции, качественным и потребительским;

- отечественные товары интенсивно экспортируются;

- товарный рынок ограничивает поступление импортных товаров;

- конкуренция выступает как действенный инструмент регулирования поведения участников товарного рынка и самого товарного рынка в целом;

- на местный рынок привлекается иногородний спрос.

Рассмотрим состояние товарного рынка в Кыргызстане в 2004, 2006 и в 2008 годах.

В 2004 г. рынок по состоянию показателей товарного предложения, способного удовлетворить спрос покупателей, можно определить как слаборазвитый. Такое определение подтверждается следующими данными: показатель спроса, был определен нами расчетным путем, по официальным данным Нацстаткома КР, и на территории республики в 2004 г. составил около 87.5 млрд. сомов. Показатель товарного предложения нами рассчитан сложением объема розничной продажи товаров и товарных запасов на конец года. В 2004 г. показатель товарного предложения рынку составил 47.1 млрд. сом. Следовательно, в 2004 г. сумма спроса в 87.5 млрд. сома превысила сумму товарного предложения в 1,85 раза, т.е.

$W_{т.р.} = V_{с.}$  (87,5 млрд. сом)

или 1,85  $V_{т.п.}$ ,

если учесть, что

$$V_{т.п.} = 47.1 \text{ млрд. сом.}$$

В 2006 г. объем спроса составил 115.2 млрд. сом. Объем товарного предложения составил 69 млрд. сом. Следовательно, в 2006 г. спрос на рынке превысил товарное предложение в 1.67 раза:

$$W_{т.п.} = V_{с.}(115.2 \text{ млрд. сом}),$$

следовательно,

$$V_{с.} (115.2 \text{ млрд. сом}) : V_{т.п.} (69 \text{ млрд. сом}) = 1.67 \text{ раза}$$

Таким образом, розничный товарный рынок Кыргызстана характеризовался как слаборазвитый рынок, на котором ёмкость рынка по спросу ( $V_{с.}$ ) в 1.85 в 2004 г. и в 1.67 раза в 2006 г. превысил объем рынка ( $V_{т.п.}$ ).

В 2008 г. объем спроса составил 189.3 млрд. сом. Объем товарного предложения – 183 млрд. сом. В таком случае, в 2008 г. спрос рынка превысил товарное предложение в 1,03 раза. Следовательно, состояние товарного рынка республики в 2008 г. можно определить как развивающийся рынок потребительских товаров.

Теперь рассмотрим в целом по рыночным услугам, оказываемых населению, по данным 2008 г. В составе рыночных услуг, оказываемых населению, показатель товарных запасов розничной торговли не учитывается.

Объем рыночных услуг ( $V_{р.у.}$ ), оказываемых населению республики, составил 156 млрд. сом. Рассчитанный нами показатель спроса населения ( $V_{с.}$ ) был равен 189.3 млрд. сом.

В таком случае,

$$W_{т.п.} = V_{с.} (189.3 \text{ млрд. сом}),$$

следовательно,

$$V_{с.} (189.3 \text{ млрд. сом}) : V_{р.у.} (156 \text{ млрд. сом}) = 1.21$$

или

$$V_{с.} = 1.21V_{р.у.}$$

Таким образом, в 2008 г. по Кыргызстану объем спроса населения превысил показатель рыночных услуг, оказываемых населению, в 1.21 раза. При оценке состояния рынка услуг республики, по предлагаемой нами шкале, рынок оценивается как развивающийся.



#### 4. Состояние сферы коммерции

Под сферой коммерции социальной экономики мы рассматриваем те виды предпринимательства во внутренней торговле, которые удовлетворяют покупательский спрос населения на товары:

розничная торговля,  
деятельность предприятий общественного питания,  
торговля автомобилями и мотоциклами, запчастями и принадлежностями к ним,  
торговля автомобильным и моторным топливом.

Указанные виды торгового предпринимательства нами были выбраны не только потому, что по ним публикуются статистические данные, поскольку по ним статистическая отчетность принята в мировой практике, но еще и потому, что эти виды коммерции на розничном товарном рынке различаются формами и методами коммерческой деятельности и удовлетворения покупательского спроса. К примеру, в розничной торговле реализуются продовольственные и непродовольственные товары в сети магазинов и мелкорозничной торговой сети. В общественном питании приготовленные блюда и покупные товары реализуются в сети ресторанов, кафе и столовых. Торговля автомобилями и мотоциклами происходит на автомобильных рынках и салонах. Автомобильное и моторное топливо реализуется в сети автозаправочных станций (АЗС).

С другой стороны, как нам представляется, было бы уместным определиться с отнесением разных видов предпринимательства к торговле, с включением объемных показателей деятельности в состав оборота торговли. К примеру, следует ли оборот по ремонту бытовых изделий включать в состав оборота торговли?

Разделы торговли (виды коммерческого предпринимательства) далее мы будем рассматривать по Кыргызстану за период с 2004 по 2009 год.

2004 г. отобран нами как предыдущий год перед годом смены президентов (2005 г.).

2006 г. как первый полный год после смены президентов.

2008 г. характеризуется официальными статистическими данными.

2009 г. полный год (перед текущим 2010 г.), который оценивается Нацстатком КР предварительными показателями.

Рассмотрим показатели внутренней торговли (розничной) за указанный период (см. таблицу 4.1).

Таблица 4.1

**Показатели оборота внутренней (розничной) торговли  
Кыргызстана в 2004-2009 гг.**

(млрд. сом)

Разделы торговли	2004 г.	2006 г.	2008 г.	2009 г.	2009 г. к 2004 г., в %
Розничная торговля, уд. вес, в %	38.7 80.4	55.1 77.8	96.7 78.5	102.6 79.3	265.1 - 1.1
Общественное питание, уд. вес, в %	1.7 3.5	2.8 3.9	6.0 4.9	6.5 5.0	382.3 1.5
Торговля автомобилями, мотоциклами, и принадлежностями к ним, уд. вес, в %	3.3 6.9	4.3 6.1	6.0 4.9	6.7 5.2	203.0 - 1.7
Розничная торговля моторным топливом, уд. вес, в %	4.4 9.2	8.6 12.2	14.4 11.7	13.5 10.5	306.8 1.3
Всего: в сумме в %	48.1 100.0	70.8 100.0	123.1 100.0	129.3 100.0	268.8

Если учесть, что за рассматриваемый период показатель инфляции по республике, по статистическим данным, составил около 50%, то в сопоставимых ценах, оборот:

розничной торговли вырос в 2.1 раза;

общественного питания – в 3.3 раза;

торговли автомобилями и мотоциклами – в 1.5 раза;

торговля моторным топливом – в 2.5 раза;

в целом по розничному рынку – в 2.1 раза.

Прирост оборота в сопоставимых ценах в 2 и более раза лишь за 5 лет, безусловно, позитивно характеризует развитие розничной торговли Кыргызстана. Однако, если в обороте внутренней торговли удельный вес оборота общественного питания вырос на 1.5%, торговли моторным топливом на 1.3%, то оборот розничной торговли в удельном показателе снизился на 1.1%, торговли автомобилями и мотоциклами на 1.7%.

Далее рассмотрим состояние внутренней торговли отдельно по ее составляющим и по территориям.

#### Розничная торговля.

Уточним. Под розничной торговлей подразумевается реализация продовольственных и непродовольственных потребительских товаров в розничной торговой сети.

Доля розничной торговли в составе внутренней торговли за период 2004-2009 гг. составляла около 80%. Рассмотрим показатели розничной торговли республики и территорий (см. таблицу 4.2).

Из таблицы видно, что из 9 территорий республики шесть по темпам роста оборота розничной торговли превысили средний республиканский показатель (265.1%) от 430.0% по Джалал-Абадской области до 270.0% по Таласской области. По трем территориям рост оборота оказался меньше среднего по республике, от 255.1% по г. Бишкек до 216.2% по Чуйской области.

Из таблицы видно также то, что по территориям произошли заметные изменения по доле в обороте розничной торговли. Наибольших успехов достигли Джалал-Абадская область (с 7.7% в 2004 г. до 12.6% в 2009 г.), меньше Ошская, Нарынская, Баткенская и Иссык-Кульская области.

Три территории снизили долю в розничном товарообороте, с худшим показателями по Чуйской области (с 19.1% в 2004 г. до 15.6% в 2009 г.), меньше города Бишкек и Ош.

Таблица 4.2

**Розничная торговля республики и территорий в 2004-2009 гг.**

(млрд. сом)

Территории	2004 г.	2006 г.	2008 г.	2009 г.	2009 г. к 2004 г., в %
Кыргызская Республика	38.7 100.0	55.1 100.0	96.7 100.0	102.6 100.0	265.1
Баткенская область, уд. вес, в %	1.2 3.1	1.9 3.4	3.3 3.4	3.6 3.5	300.0 0.4
Джалал-Абадская область, уд. вес, в %	3.0 7.7	5.4 9.8	11.7 12.1	12.9 12.6	430.0 4.9
Иссык-Кульская область, уд. вес, в %	1.8 4.6	2.6 4.7	4.6 4.7	5.1 5.0	283.3 0.4
Нарынская область, уд. вес, в %	0.7 1.8	1.1 2.0	2.2 2.3	2.4 2.3	342.8 0.5
Ошская область, уд. вес, в %	3.4 8.8	4.6 8.3	8.8 9.1	9.7 9.4	285.3 0.6
Таласская область, уд. вес, в %	1.0 2.6	1.3 2.3	2.4 2.5	2.7 2.6	270.0 -
Чуйская область, уд. вес, в %	7.4 19.1	9.5 17.2	14.9 15.4	16.0 15.6	216.2 - 3.5
г. Бишкек, уд. вес, в %	15.6 40.3	23.1 41.9	39.1 40.4	39.8 38.8	255.1 - 1.5
г. Ош, уд. вес, в %	4.2 10.8	5.1 9.2	9.2 9.5	10.1 9.8	240.4 - 1.0

Понятно, что территории республики обладают разными экономическими потенциалами, но, тем не менее, столь значительные отклонения, как от предыдущих периодов, так и между территориями не может быть.

Далее рассмотрим показатели розничного оборота по территориям на душу населения (см. таблицу 4.3).

Из таблицы видно, что показатели Джалал-Абадской (11.8 т.с.) и Таласской (11.3 т.с.) областей приближаются к среднему значению (13.2 т.с.). Показатели Нарынской (8.4 т.с.), Ошской (8.1 т.с.) и в особенности Баткенской (7.8 т.с.) областей значительно ниже среднего значения.

**Розничная торговля по территориям Кыргызстана на душу населения**

(тыс. сом)

Территории республики	2004 г.	2006 г.	2008 г.	2008 г. к 2004 г., в %
г. Бишкек	19.2	27.9	46.1	240.1
г. Ош	16.6	20.4	36.2	218.1
Чуйская область	9.8	12.5	19.5	199.0
Джалал-Абадская область	3.2	5.6	11.8	368.7
Таласская область	4.7	6.7	11.3	240.4
Иссык-Кульская область	4.2	6.0	10.7	254.7
Нарынская область	2.7	4.2	8.4	311.1
Ошская область	3.3	4.4	8.1	245.4
Баткенская область	3.0	4.6	7.8	260.0
Средний показатель территории, без показателя г. Бишкек*	5.9	8.0	13.2	224.1

\* Столица республики располагает исключительными условиями.

Понятно, территории республики обладают разными возможностями, но тем не менее, не может быть столь значительная разница между к примеру Таласской областью (11.3 т.с.) и Ошской областью (8.1 т.с.), если учесть, что в Таласской области нет никаких преимуществ по сравнению с Ошской областью.

Рассмотрим соотношение реализации продовольственных и непродовольственных товаров в розничном обороте по территориям страны, поскольку такое соотношение характеризует качественное состояние розничной торговли (см. таблицу 4.4).

Как известно, в слаборазвитых странах в розничном обороте выше доля реализации продовольственных товаров, в развитых странах - непродовольственных товаров.

Статистические данные по реализации продовольственных товаров по республике и по территориям, указанные в таблице, приведены нами без учета оборота предприятий общественного питания. 2009 г. мы не рассматриваем, так как в предварительных статистических данных обороты

по территориям отдельно по продовольственным и непродовольственным товарам не приводятся.

Из таблицы 4.4 видно, что за рассматриваемый период в целом по республике наблюдается закономерность: доля реализации продовольственных товаров снижается, с 52.7% в 2004 г. до 50.7% в 2008 г., но все-таки пока с превышением доли реализации продовольственных товаров. Однако, по отдельным территориям республики сложилась иное положение. Так, по Иссык-Кульской области доля реализации продтоваров растет, с 45.8% в 2004 г., 47.0% в 2006 г. и до 52.4% в 2008 г. В Таласской области наоборот, доля продтоваров снижается, с 60.0% в 2004 г., 56.2% в 2006 г. до 53.6% в 2008 г., оставаясь по-прежнему чрезмерно высокой

Таблица 4.4

## Реализация продовольственных и непродовольственных товаров по территориям Кыргызстана

(млрд. сом)

Год	Кыргызстан	Баткенская область	Джалал-Абадская область	Иссык-Кульская область	Нарынская область	Ошская область	Таласская область	Чуйская область	Бишкек	Ош
<b>2004 г.</b>										
Продтовары,	24.5	0.7	1.8	1.1	0.6	1.9	0.6	5.1	10.1	2.4
уд. вес, в %	52.7	51.1	53.4	45.8	76.9	51.9	60.0	58.6	50.5	49.0
Непродтовары,	22.0	0.67	1.57	1.3	0.18	1.76	0.4	3.6	9.9	2.5
уд. вес, в %	47.3	48.9	46.6	54.2	23.1	48.1	40.0	41.4	49.5	51.0
<b>2006 г.</b>										
Продтовары,	34.2	1.1	4.0	1.6	0.7	2.75	0.9	6.9	13.3	2.8
уд. вес, в %	50.3	52.4	64.5	47.0	58.3	54.4	56.2	56.1	44.9	45.9
Непродтовары,	33.8	1.0	2.2	1.8	0.5	2.3	0.7	5.4	16.3	3.3
уд. вес, в %	49.7	47.6	35.5	53.0	41.7	45.6	43.8	43.9	55.1	54.1
<b>2008 г.</b>										
Продтовары,	59.4	1.7	7.75	3.2	1.5	4.0	1.5	11.9	21.8	5.7
уд. вес, в %	50.7	47.2	58.9	52.4	62.5	42.1	53.6	59.5	45.0	54.3
Непродтовары,	57.8	1.9	5.4	2.9	0.9	5.5	1.3	8.1	26.6	4.8
уд. вес, в %	49.3	52.8	41.1	47.6	37.5	57.9	46.4	40.5	55.0	45.7

По существу, за исключением г. Бишкек (50.5% в 2004 г., 44.9% в 2006 г., 45.0% в 2008 г.), ни одна из территорий республики не достигла закономерного позитивного показателя в соотношении реализации

продовольственных и непродовольственных товаров. Во всяком случае, в 2008 г. только три территории из девяти добились значительного снижения реализации доли продовольственных товаров по отношению к реализации непродовольственных товаров: Баткенская область 47.2%, г. Бишкек 45.0% и в особенности Ошская область 42.1%.

В республике и по территориям растет численность предприятий розничной торговли. По данным Нацстаткома республики «Потребительский рынок КР. 2004-2008», с 2000 по 2007 годы динамика числа предприятий розничной торговли выглядит следующим образом (см. таблицу 4.5).

Таблица 4.5

### Число предприятий розничной торговли территорий республики

(на конец года)

Территории Кыргызстана	2000 г.	2003 г.	2007 г.	2007 г. к 2000 г., в %
Кыргызстан	13148	13886	19578	148.9
Баткенская обл., уд. вес в %	604 4.6	539 3.9	1610 8.2	266.5 3.6
Джалал-Абадская обл., уд. вес в %	2451 18.6	2217 16.0	3866 19.7	157.7 1.1
Иссык-Кульская обл., уд. вес в %	688 5.2	719 5.2	1009 5.1	146.6 - 0.1
Нарынская обл., уд. вес в %	569 4.3	765 5.5	1074 5.5	188.7 1.2
Ошская обл., уд. вес в %	1821 13.8	1678 12.1	2570 13.1	141.1 - 0.7
Таласская обл., уд. вес в %	360 2.7	595 4.3	927 4.7	257.5 2.0
Чуйская обл., уд. вес в %	2424 18.4	2877 20.7	3169 16.2	130.7 - 2.2
г. Бишкек, уд. вес в %	3469 26.4	3660 26.3	3758 19.2	108.3 - 7.2
г. Ош, уд. вес в %	762 5.8	836 6.0	1595 8.1	209.7 2.3

Примечание: В число предприятий розничной торговли включены предприятия торговли, АЗС и гостиничного хозяйства. Целесообразно ли гостиничное хозяйство включать в состав предприятий розничной торговли?



Из таблицы 4.5 видно, что наибольшего роста численности предприятий розничной торговли за 2000 – 2007 годы добились г. Ош – 209.9%, Таласская область – 257.5% и в особенности Баткенская – 266.5%, при среднем росте по республике 148.9%. Четыре территории из девяти показали рост меньше, в особенности Чуйская область – 130.7% и еще ниже столица – 108.3%.

#### Общественное питание.

В составе внутренней торговли доля общественного питания за период с 2004 по 2008 годы с 3.5% увеличилась до 5.0%.

В таблице 4.6 приведены показатели оборота предприятий общественного питания по республике и территориям в течение 2004 – 2008 годы (см. таблицу 4.6).

Таблица 4.6

### **Оборот предприятий общественного питания по территориям Кыргызстана**

(млн. сом)

Территории	2004 г.	2006 г.	2008 г.	2008 г. к 2004 г., в %
Кыргызская Республика	1787.1 100.0	2814.5 100.0	6020.9 100.0	336.9
Баткенская область, уд. вес, в %	105.5 5.9	128.8 4.6	288.8 4.8	273.7 - 1.1
Джалал-Абадская область, уд. вес, в %	90.0 5.0	216.8 7.7	458.6 7.6	509.5 2.6
Иссык-Кульская область, уд. вес, в %	46.2 2.6	119.0 4.2	306.1 5.1	664.0 2.5
Нарынская область, уд. вес, в %	3.5 0.2	8.3 0.3	18.8 0.3	537.1 0.1
Ошская область, уд. вес, в %	118.3 6.6	165.8 5.9	369.1 6.1	312.0 - 0.5
Таласская область, уд. вес, в %	5.9 0.3	7.7 0.3	98.3 1.6	1666.1 1.3
Чуйская область, уд. вес, в %	107.9 13.7	173.5 6.1	725.0 12.0	671.9 - 1.7
г. Бишкек, уд. вес, в %	1106.9 61.9	1723.3 61.2	2988.4 49.6	270.0 - 12.3
г. Ош, уд. вес, в %	202.8 11.3	271.7 9.6	767.6 12.7	378.5 1.4

Рост оборота предприятий общественного питания в течение 2004 – 2008 годов составил 336.9%. Для сравнения, рост оборота розничной торговли за этот же период составил 249.8%. С учетом инфляции оборот общепита вырос в 2.9 раза, розничной торговли – в 2 раза.

Опережение темпов роста оборота предприятий общественного питания, по отношению к темпам роста оборота розничной торговли характеризует позитивные изменения в социальной экономике страны.

Как видно из таблицы 5.6, из 9 территорий республики 6 территорий добились прироста оборота предприятий общественного питания с превышением среднего республиканского показателя (236.9%), в особенности Иссык-Кульская область (564.0%), Чуйская (571.9%) и еще больший прирост в Таласской области (1566.1%).

Лишь в Иссык-Кульской области, из девяти территорий республики, в течение 2004-2006-2008 годов удельный вес оборота общественного питания растет (2.6%; 4.2%; 5.1%).

Понятно, что возможности каждой территории республики по развитию общественного питания различны, тем не менее, такого разброса прироста показателей от 2.7 раза по г. Бишкек до 16.6 раза по Таласской области не должно быть. Такое положение стало результатом стихийного развития общественного питания.

Рассмотрим состояние оборота общественного питания по территориям Кыргызстана на душу населения (см. таблицу 4.7).

Средний показатель услуг общественного питания на душу населения по территориям, без данных Бишкека, в 800 сом в 2008 году, а это более чем в 4 раза выше показателя 2004 г., все еще не характеризует высокий уровень развития отрасли. На этом фоне 70 сомов услуг общественного питания на душу населения в год по Нарынской области явно слишком низкий показатель. Обнадёживает то, что темпы роста услуг общественного питания в областях с низким показателем душевого потребления позволит в ближайшие годы существенно повысит этот показатель.

**Оборот общественного питания по территориям Кыргызстана на  
душу населения**

(тыс. сом)

Территории республики	2004 г.	2006 г.	2008 г.	2008 г. к 2004 г., в %
г. Бишкек	1.3	2.0	3.5	269.2
г. Ош	0.8	1.0	3.0	375.0
Чуйская область	0.14	0.22	0.9	642.8
Иссык-Кульская область	0.1	0.27	0.7	700.0
Баткенская область	0.25	0.3	0.67	268.0
Джалал-Абадская область	0.09	0.2	0.46	511.1
Таласская область	0.027	0.35	0.4	1481.5
Ошская область	0.1	0.15	0.3	300.0
Нарынская область	0.01	0.03	0.07	700.0
Средний показатель территории, без показателя г. Бишкек*	0.19	0.3	0.8	421.0

\* Столица республики располагает исключительными условиями.

Рассмотрим количество предприятий общественного питания по территориям республики (см. таблицу 4.8).

Из таблицы видно, за период с 2000 по 2007 год число предприятий общественного питания по республике выросло на 35.1% или на 997 предприятий. Для сравнения, число предприятий розничной торговли за этот же период увеличилось на 48.9% или на 6430 предприятий.

Лишь 4 территории из 9 добились превышения прироста предприятий питания по отношению к республиканскому показателю (35.1%): Бишкек (41.4%), Баткенская область (62.6%), Ошская область (81.5%), и в особенности Таласская область (153.6%).

Удивительно, но исторически отличавшийся успешным общественным питанием г. Ош уменьшил число предприятий питания на 5 единиц.

Из 9 территорий только 2 территории добились устойчивого роста удельного веса числа предприятий питания: Таласская область (с 2.4%; 2.5%; до 4.5%) и в особенности Ошская область (с 15.6%; 18.4%; до 21.0%).

**Число предприятий общественного питания по территориям**

(на конец года)

Территории Кыргызстана	2000 г.	2003 г.	2007 г.	2007 г. к 2000 г., в %
Кыргызстан	2834 100.0	3198 100.0	3831 100.0	135.1
Баткенская обл., уд. вес в %	214 7.5	224 7.0	348 9.0	162.6 1.5
Джалал-Абадская обл., уд. вес в %	570 20.1	464 14.5	595 15.5	104.3 - 4.6
Иссык-Кульская обл., уд. вес в %	118 4.1	132 4.1	153 4.0	129.6 - 0.1
Нарынская обл., уд. вес в %	71 2.5	73 2.2	78 2.0	109.8 - 0.5
Ошская обл., уд. вес в %	444 15.6	591 18.4	806 21.0	181.5 5.4
Таласская обл., уд. вес в %	69 2.4	81 2.5	175 4.5	253.6 2.1
Чуйская обл., уд. вес в %	396 13.9	436 13.6	433 11.3	109.3 - 2.6
г. Бишкек, уд. вес в %	594 20.9	763 23.8	840 21.9	141.4 1.0
г. Ош, уд. вес в %	408 14.3	434 13.5	403 10.5	98.8 - 3.8

Розничная торговля республики чрезмерно зависима от импортных товаров (по большей части товаров от 60-70 до 100%), что неизбежно сдерживает ее развитие. В отличие от розничной торговли, общественное питание, используя в большей части местное сырье для приготовления пищи, вполне могло бы как в целом по республике, так и в особенности по территориям добиться больших масштабов развития.

Торговля автомобилями и мотоциклами, запчастями и принадлежностями к ним.

По данным таблицы 4.1 видно, торговля автомобилями и мотоциклами, запчастями и принадлежностями к ним (далее торговля автомобилями и мотоциклами) развивается темпами, уступающими всем остальным составляющим внутреннюю розничную торговлю. К тому же, снижается ее

удельный вес в обороте внутренней торговли, с 6.9% в 2004 г., 6.1% в 2006 г. до 4.9% в 2008 г.

Что происходит по территориям республики?

В таблице 4.9 приведены показатели реализации автомобилей и мотоциклов по территориям Кыргызстана (см. таблицу 4.9). Из таблицы видно, четыре территории республики из девяти добились роста реализации автомобилей и мотоциклов превышающего показатель по республике (179.7%): Чуйская область (206.7%); Джалал-Абадская (240.0%); Баткенская (326.9%) и в особенности Ошская область (776.4%).

Из 9 территорий республики только Джалал-Абадская область в течение рассматриваемого периода добилась повышения удельного веса в показателе реализации автомобилей и мотоциклов республики: 1.9% в 2004 г.; 2.1% в 2006 г.; и 2.57% в 2008 г.

Таблица 4.9

**Реализация автомобилей и мотоциклов по территориям  
Кыргызстана**

(млн. сом)

Территории	2004 г.	2006 г.	2008 г.	2008 г. к 2004 г., в %
Кыргызская Республика	3386.1 100.0	4337.7 100.0	6086.7 100.0	179.7
Баткенская область, уд. вес, в %	31.2 0.9	39.3 0.9	102.0 1.6	326.9 0.7
Джалал-Абадская область, уд. вес, в %	65.2 1.9	94.1 2.1	156.5 2.57	240.0 0.67
Иссык-Кульская область, уд. вес, в %	119.6 3.5	121.6 2.8	124.9 2.0	104.4 - 1.5
Нарынская область, уд. вес, в %	1.9 0.05	2.3 0.05	2.7 0.04	142.1 -0.01
Ошская область, уд. вес, в %	6.8 0.2	7.5 0.17	52.8 0.8	776.4 0.6
Таласская область, уд. вес, в %	21.2 0.6	24.0 0.5	26.7 0.4	125.9 - 0.2
Чуйская область, уд. вес, в %	611.7 18.0	659.2 15.2	1264.7 20.8	206.7 2.8
г. Бишкек, уд. вес, в %	2065.6 61.0	2672.3 61.6	3521.0 57.8	170.4 - 3.2
г. Ош, уд. вес, в %	462.6 13.6	717.1 16.3	835.1 13.7	180.5 0.1

Две территории республики постепенно снижают долю в показателе республики: Таласская область с 0.6%, 0.5% до 0.4%; Иссык-Кульская с 3.5%, 2.8% до 2.0%.

Наибольшее снижение доли в реализации автомобилей и мотоциклов произошло в Бишкеке с 61.0% в 2004 г. до 57.8% в 2008 г., или на 3.2%. Видимо, горожане столицы удовлетворили первичный спрос на автомобили и мотоциклы.

В таблице 4.10 помещены данные по реализации автомобилей и мотоциклов на душу населения по территориям республики, рассчитанные нами по официальным опубликованным сведениям Национального статистического комитета Кыргызской Республики («Кыргызстан в цифрах» 2009 г.) (см. таблицу 4.10).

Таблица 4.10

**Реализация автомобилей и мотоциклов по территориям  
Кыргызстана на душу населения**

(тыс. сом)

Территории республики	2004 г.	2006 г.	2008 г.	2008 г. к 2004 г., в %
г. Бишкек	2.5	3.2	4.1	164.0
г. Ош	1.8	2.8	3.3	186.6
Чуйская область	0.8	0.87	1.6	206.9
Иссык-Кульская область	0.28	0.28	0.28	100.0
Баткенская область	0.07	0.09	0.2	339.8
Джалал-Абадская область	0.068	0.096	0.15	231.5
Таласская область	0.1	0.11	0.12	121.4
Ошская область	0.006	0.007	0.048	810.3
Нарынская область	0.007	0.008	0.009	142.3
Средний показатель территории, без показателя г. Бишкек*	0.39	0.5	0.7	182.8

\* Столица республики располагает исключительными условиями.

Наверное, в Баткенской области по сравнению с Ошской нет никаких преимуществ, между тем, в Баткенской (0.2 т.с.) реализация автомобилей и

мотоциклов на душу населения в 2008 г. в 4.1 раза была выше, чем в Ошской области (0.048 т.с.).

Мы рассматриваем состояние социальной экономики республики и ее составляющих, чтобы получить общую характеристику. Поэтому, мы не рассматриваем влияние каких-либо факторов на состояние социальной экономики республики и ее составляющих. Однако, по состоянию реализации автомобилей и мотоциклов следует указать, что на общее ухудшение состояния реализации автомобилей и мотоциклов в республике (самые низкие темпы прироста и снижение доли во внутренней розничной торговле) повлияло ужесточение таможенных обложений на ввоз автомобилей на территорию республики.

По мнению экспертов, фактическая реализация автомобилей и мотоциклов по республике примерно в 1.6 – 1.8 раза превышает статистические данные. Дело в том, что перепродажа владельцами легковых автомашин и мотоциклов оформляется по доверенности на право управления или реализации, и по существу выводится из статистического учета.

#### Торговля автомобильным и моторным топливом.

По удельному весу во внутренней розничной торговле реализация автомобильного и моторного топлива (далее моторного топлива) занимает второе место после розничной торговли.

На самом деле, вряд ли оборот предприятий общественного питания и реализация автомобилей и мотоциклов намного меньше реализации моторного топлива. Видимо, дело в том, что топливо реализуется в сети автозаправочных станциях, на которых продажа регистрируется с большей ответственностью, чем в сети общественного питания или в сети реализации автомобилей и мотоциклов.

В таблице 4.11 приводятся данные по реализации моторного топлива по территориям республики в течение 2004 – 2008 годов, извлеченные из опубликованных данных Национального статистического комитета Кыргызстана (см. таблицу 4.11).

Из таблицы 4.11 видно, что лишь три территории из девяти добились роста реализации моторного топлива по сравнению с республиканским показателем (321.3%): Джалал-Абадская область (495.5%); Чуйская (550.3%) и в особенности Таласская область (742.6%).

Лишь одна территория – Джалал-Абадская область - последовательно повысила долю в республиканском показателе, с 5.9% в 2004 г., 7.4% в 2006 г. до 9.1% в 2008 г.

Таблица 4.11

**Реализация моторного топлива по территориям Кыргызстана**

(млн. сом)

Территории	2004 г.	2006 г.	2008 г.	2008 г. к 2004 г., в %
Кыргызская Республика	4492.6 100.0	8601.8 100.0	14436.5 100.0	321.3
Баткенская область, уд. вес, в %	119.2 2.6	148.7 1.7	280.4 1.9	235.2 - 0.7
Джалал-Абадская область, уд. вес, в %	265.1 5.9	635.8 7.4	1313.6 9.1	495.5 3.2
Иссык-Кульская область, уд. вес, в %	540.2 12.0	782.0 9.1	1408.0 9.7	260.6 - 2.3
Нарынская область, уд. вес, в %	50.7 1.1	81.0 0.9	151.9 1.0	299.6 - 0.1
Ошская область, уд. вес, в %	246.7 5.5	393.2 4.57	658.6 4.5	267.0 - 1.0
Таласская область, уд. вес, в %	50.9 1.1	223.8 2.6	378.0 2.6	742.6 1.5
Чуйская область, уд. вес, в %	715.9 15.9	2216.5 25.7	3939.7 27.3	550.3 11.4
г. Бишкек, уд. вес, в %	2241.3 49.9	3841.8 44.6	5790.7 40.1	258.3 - 9.8
г. Ош, уд. вес, в %	262.5 5.8	278.5 3.2	515.7 3.57	196.4 - 2.23

Из таблицы 4.11 видно, что из 9 территорий снизили долю в реализации моторного топлива 6 территорий. Из шести территорий лишь г. Бишкек последовательно уменьшил долю, с 49.9% в 2004 г., 44.6% в 2006 г. до 40.1% в 2008 г. При этом Бишкек показал наибольшее снижение доли реализации моторного топлива в республиканском показателе (-9.8%).



Высокие темпы роста продажи моторного топлива по Джалал-Абадской, Таласской и Чуйской областям объясняются ростом покупки топлива фермерскими хозяйствами.

Далее рассмотрим состояние реализации моторного топлива по территориям на душу населения (см. таблицу 4.12).

Таблица 4.12

**Реализация моторного топлива по территориям Кыргызстана на душу населения**

(тыс. сом)

Территории республики	2004 г.	2006 г.	2008 г.	2008 г. к 2004 г., в %
г. Бишкек	2.7	4.6	6.8	252.5
Чуйская область	0.9	2.9	5.1	573.0
Иссык-Кульская область	1.26	1.8	3.2	255.6
г. Ош	1.0	1.1	2.0	203.1
Таласская область	0.2	1.0	1.7	859.8
Джалал-Абадская область	0.28	0.65	1.3	471.9
Баткенская область	0.29	0.35	0.65	225.5
Ошская область	0.24	0.37	0.6	250.0
Нарынская область	0.19	0.3	0.56	295.0
Средний показатель территории, без показателя г. Бишкек*	0.5	1.0	1.9	377.7

\* Столица республики располагает исключительными условиями.

Из таблицы 4.12 видно, что показатели лишь трех территорий (Баткенская - 0.65 т.с., Ошская - 0.6 т.с., Нарынская - 0.56 т.с.) из девяти значительно меньше среднего показателя (1.9 т.с.), что характеризует низкий уровень приобретения населением моторного топлива по двум причинам:

- 1) низким уровнем механизации фермерского хозяйства;
- 2) малым числом личных автомобилей.

Что значит среднедушевое приобретение моторного топлива на 560 сомов в Нарынской области? Это менее 20 литров в год или менее 100 литров в год на одну семью.

Для оценки вклада территорий в формирование оборота внутренней торговли республики рассмотрим удельные показатели территорий по

численности населения, обороту розничной торговли и общественного питания, реализации автомобилей, мотоциклов и моторного топлива в 2008 г. (см. таблицу 4.13).

Понятно, что численность населения территории не является показателем ее потенциала. Тем не менее, такого разброса показателей по доли территорий по составляющим внутренней розничной торговли все же не должно быть, в особенности это относится к таким территориям как Джалал-Абадская и Ошская области.

Данные таблицы 4.13 позволяют сделать заключение о том, что усилия республики по дальнейшему развитию рассмотренных составляющих социальной экономики необходимо перенаправить с двух городов Оша и в особенности Бишкека на территории областей.

Таблица 4.13

**Доля территорий Кыргызстана в 2008 г.**

(в %)

Территория Кыргызстана (области)	Население	Оборот розничной торговли	Оборот общественного питания	Реализация авто и мотоциклов	Реализация моторного топлива
Кыргызстан	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Баткенская	8.1	3.4	4.8	1.6	1.9
Джалал-Абадская	18.7	12.1	7.6	2.57	9.1
Иссык-Кульская,	8.2	4.7	5.1	2.0	9.7
Нарынская,	5.1	2.3	0.3	0.04	1.0
Ошская,	20.5	9.1	6.1	0.8	4.5
Таласская,	4.1	2.5	1.6	0.4	2.6
Чуйская,	14.4	15.4	12.0	20.8	27.3
г. Бишкек,	16.0	40.4	49.6	57.8	40.1
г. Ош,	4.8	9.5	12.7	13.7	3.57

Выводы по данным таблицы 4.13 по территориям:

Баткенская область: по всем 4 видам реализации показатели доли ниже показателя доли населения (8.1%), от 1.6% по реализации автомобилей и мотоциклов и до 4.8% по обороту общественного питания;

Джалал-Абадская область: доля населения – 18.7%. Из 4 видов реализации по всем показатели доли были ниже доли населения, от 2.57% по реализации автомобилей и мотоциклов и до 12.1% по обороту розничной торговли;

Иссык-Кульская область: доля населения – 8.2%. По трем видам реализации показатели доли были ниже доли населения, от 2% по реализации автомобилей и мотоциклов и до 5.1% по обороту общественного питания;

Нарынская область: доля населения – 5.1%. По всем 4 видам реализации показатели доли были меньше доли населения, от 0.04% по реализации автомобилей и мотоциклов (самый низкий показатель среди территорий) и до 2.3% по обороту розничной торговли;

Ошская область: доля населения – 20.5%. По всем 4 видам реализации показатели доли были ниже доли населения, от 0.8% по реализации автомобилей и мотоциклов и до 9.1% по обороту розничной торговли;

Таласская область: доля населения – 4.1%. По всем 4 видам реализации показатели доли были меньше доли населения, от 0.4% по реализации автомашин и мотоциклов и до 2.6% по реализации моторного топлива;

Чуйская область: доля населения – 14.4%. Лишь один показатель доли оборота общественного питания (12%) был ниже доли населения;

г. Бишкек: доля населения – 16%. По всем 4 видам реализации показатели доли превысили долю населения. У Бишкека самые лучшие показатели долей, при рассмотрении соотношения удельных весов численности населения и реализации товаров, продукции общественного питания, автомобилей, мотоциклов и моторного топлива, но столица обладает исключительными возможностями по участию в приобретении указанных товаров иногородними покупателями;

г. Ош: доля населения – 4.8%. Лишь по реализации моторного топлива показатель доли (3.57%) был меньше показателя доли населения.

Таким образом, по соотношению доли показателей реализации и населения территории республики можно разделить на три группы:

1. Территории, у которых по всем 4 видам реализации показатели доли были ниже доли населения:

Баткенская область,

Джалал-Абадская область,

Нарынская область,

Ошская область,

Таласская область;

2. Территории, у которых по 1-3 видам реализации показатели доли были ниже доли населения:

Иссык-Кульская область,

Чуйская область,

г. Ош;

3. Территории, у которых по всем видам реализации показатели доли были выше доли населения:

г. Бишкек.

Итоговое заключение по данным таблицы 4.13 очевидно, территориям, указанным в первой группе, следует уделить особое внимание развитию внутренней розничной торговле, прежде всего тем сферам реализации товаров, по которым самые низкие показатели доли реализации в масштабе республики. Затем территориям второй группы.

## 5. Услуги, оказываемые населению

Как было отмечено выше, показатели рыночных услуг, оказываемых населению, Национальный статистический комитет республики публикует лишь с 2007 года. При этом, данные 2007 г. представлены в развернутом виде, с указанием 20 видов, из них услуги, оказываемые населению, или рыночные услуги минус составляющие внутреннюю розничную торговлю, составили 16 видов.

С 2008 г. Нацстатком республики публикует рыночные услуги в сокращенном варианте. Услуги, оказываемые населению, публикуются лишь по 7 видам.

Мы понимаем, насколько усложняется сбор и подготовка развернутых данных по рыночным услугам, оказываемых населению. Такая работа требует дополнительных средств, труда и времени. Однако, для пользователей, которыми являются государственные и муниципальные органы управления, ученые, специалисты, преподаватели, студенты и т.д., нужны развернутые данные. Кстати, опубликованные статданные, реализуемые пользователям, стоят недешево, что вполне должно позволить восстановить затраты на подготовку статданных.

Рассмотрим состояние услуг, оказываемых населению, по Кыргызстану (см. таблицу 5.1).

Для нас данные таблицы 5.1 представляют интерес не столько с позиций прироста объема каждого вида услуги, тогда следовало бы учесть показатель инфляции, сколько в сравнении прироста объема между видами услуг.

Как и следовало ожидать, более высокими темпами растут услуги связи (552.6%), в результате развития сотовой связи, и финансовые (525.0%), в результате развития потребительских кредитов и ипотечного кредита.

Наименьший рост оказания услуг по ремонту бытовых изделий и предметов личного пользования (160.6%) объясняется тем, что нарастающая численность обеспеченного населения республики вместо ремонта поддержанных предметов быта предпочитает приобрести новые предметы.

Таблица 5.1

**Объемы услуг, оказываемых населению, по Кыргызстану**

(млн. сом)

Услуги	2004 г.	2006 г.	2008 г.	2008 г. к 2004 г., в %
Техническое обслуживание и ремонт автомобилей	455.3	617.3	1068.8	234.7
Ремонт бытовых изделий и предметов личного пользования	294.5	345.2	473.1	160.6
Гостиницы	715.6	860.4	1196.3	167.1
Транспорт	2981.8	4233.7	9532.5	319.7
Связь	1469.5	1988.8	8121.2	552.6
Финансовая деятельность	299.6	610.4	1570.1	525.0
Операции с недвижимостью, аренда и предоставление услуг потребителям	998.7	1240.5	3750.3	375.5
Образование	1754.8	2244.8	3468.0	197.6
Здравоохранение и предоставление социальных услуг	684.8	768.0	1071.7	456.5
Предоставление коммунальных, социальных и персональных услуг	2068.7	2796.2	2558.5	123.6
Всего	15732.4	21514.7	29342.5	186.5

Из таблицы 5.1 видно, рост оборота услуг, оказываемых населению за период 2004-2008 годы, составил 186.5%. Для сравнения, рост оборота внутренней (розничной) торговли республики составил 255.9%.

Похоже на то, что в области гостиничных услуг, и в особенности коммунальных, социальных и персональных услуг, в республике резервы более чем достаточны.

Далее рассмотрим состояние видов услуг, оказываемых населению по территориям республики.

В таблице 5.2 приведены данные по техническому обслуживанию и ремонту автомобилей, по территориям Кыргызстана (см. таблицу 5.2).

**Техническое обслуживание и ремонт автомобилей по территориям  
Кыргызстана**

(тыс. сом)

Территории	2004 г.	2006 г.	2008 г.	2008 г. к 2004 г., в %
Кыргызская Республика	455331	617313	1068755	234.7
Баткенская область, уд. вес, в %	6167 1.3	8242 1.3	30152 2.8	488.9 1.5
Джалал-Абадская область, уд. вес, в %	13702 3.0	16207 2.6	26079 2.4	190.3 - 0.6
Иссык-Кульская область, уд. вес, в %	3750 0.8	3764 0.6	4361 0.4	116.2 - 0.4
Нарынская область, уд. вес, в %	109 0.02	232 0.03	885 0.08	811.9 0.06
Ошская область, уд. вес, в %	24821 5.4	35189 5.7	58732 5.5	236.6 0.1
Таласская область, уд. вес, в %	3166 0.7	7008 1.1	13648 1.27	431.0 0.57
Чуйская область, уд. вес, в %	181835 39.9	256574 41.5	392097 36.68	215.6 - 3.22
г. Бишкек, уд. вес, в %	164238 36.0	221347 35.8	451278 42.2	274.7 6.2
г. Ош, уд. вес, в %	57543 12.6	68750 11.1	91523 8.5	159.0 - 4.1

Как видно из данных таблицы 5.2, весьма сложно выявить закономерность в развитии услуг по техническому обслуживанию и ремонту автомобилей. К примеру, в объеме технического обслуживания и ремонта автомобилей доля столицы с 36% в 2004 г. возросла до 42.2% в 2008 г. или на 6.2%, что можно объяснить развитой сетью станций технического обслуживания (СТО) автомобилей. В Оше, сеть СТО также развита, однако доля города с 12.6% в 2004 г. снизилась до 8.5% или на 4.1%. Общий вывод по данным таблицы: в республике и по территориям растет число «великовозрастных» легковых автомобилей, нуждающихся в текущем ремонте.

Рассмотрим показатели технического обслуживания и ремонта автомобилей по территориям на душу населения (см. таблицу 5.3).

**Техническое обслуживание и ремонт автомобилей по территориям  
на душу населения**

(сом)

Территории республики	2004 г.	2006 г.	2008 г.	2008 г. к 2004 г., в %
г. Бишкек	201.2	266.1	531.4	264.1
Чуйская область	241.0	338.4	513.3	213.0
г. Ош	226.4	271.6	360.4	159.2
Баткенская область	15.0	19.5	70.3	468.8
Галасская область	14.9	32.9	62.1	416.7
Ошская область	24.1	33.1	54.1	224.4
Джалал-Абадская область	14.4	16.6	26.2	182.2
Иссык-Кульская область	8.7	8.7	10.0	114.6
Нарынская область	0.4	0.86	3.26	816.4
Средний показатель территории, без показателя г. Бишкек*	68.1	47.9	137.4	201.7

\* Столица республики располагает исключительными условиями.

По данным таблицы 5.3 можно сделать выводы:

- 1) высокие темпы прироста ремонта автомобилей, должны негативно оцениваться, поскольку это результат роста численности у населения изношенных автомобилей;
- 2) в целом по республике, за исключением Бишкека, Оша и Чуйской области, ремонт автомобилей осуществляется в домашних условиях, вне сети СТО;
- 3) на территориях Нарынской, Иссык-Кульской и Джалал-Абадской областях, в результате непрофессионального ремонта автомобилей, следует ожидать роста аварий.

В таблице 5.4 приведены данные по ремонту бытовых изделий и предметов личного пользования по территориям страны (см. таблицу 5.4).



**Ремонт бытовых изделий и предметов личного пользования по территориям Кыргызстана**

(тыс. сом)

Территории	2004 г.	2006 г.	2008 г.	2008 г. к 2004 г., в %
Кыргызская Республика	294550	345554	473076	160.6
Баткенская область, уд. вес, в %	4945 1.6	6897 2.0	9952 2.1	201.2 0.5
Джалал-Абадская область, уд. вес, в %	6382 2.1	9765 2.8	21436 4.5	335.9 2.4
Иссык-Кульская область, уд. вес, в %	11694 3.9	12520 3.6	15355 3.2	131.3 - 0.7
Нарынская область, уд. вес, в %	61 0.02	144 0.04	441 0.09	722.9 0.07
Ошская область, уд. вес, в %	5536 1.8	11991 3.4	27888 5.9	503.7 4.1
Таласская область, уд. вес, в %	1616 0.5	2244 0.6	4822 1.0	298.4 0.5
Чуйская область, уд. вес, в %	26303 8.9	57831 16.7	82040 17.3	311.9 8.4
г. Бишкек, уд. вес, в %	193444 65.6	186263 53.9	249158 52.6	128.8 - 13.0
г. Ош, уд. вес, в %	44669 15.1	57899 16.7	61984 13.1	138.7 - 2.0

По данным таблицы 5.4 можно сделать следующие выводы:

1) за 2004-2008 годы показатели роста услуг по ремонту бытовых изделий и предметов личного пользования оказались самыми низкими в составе услуг, оказываемых населению:

2) специалисты сферы коммерческого предпринимательства отмечают, что за последние 5-6 лет происходит активное обновление в семьях бытовых изделий, и тем самым уменьшается потребность в их ремонте, что подтверждают и наши расчетные данные в таблице;

3) по Бишкеку показатель услуг по ремонту бытовой техники, скорее всего, достиг предельной величины;

4) похоже на то, что лишь малая часть населения Нарынской области пользуется в быту домашнюю технику.

Рассмотрим состояние ремонта бытовых изделий и предметов личного пользования по территориям Кыргызстана на душу населения (см. таблицу 5.5).

Таблица 5.5

**Ремонт бытовых изделий и предметов личного пользования по территориям Кыргызстана на душу населения**

(сом)

Территории республики	2004 г.	2006 г.	2008 г.	2008 г. к 2004 г., в %
г. Бишкек	237.0	223.9	346.4	146.1
г. Ош	175.8	228.7	244.1	138.8
Чуйская область	34.8	76.2	107.4	308.6
Иссык-Кульская область	27.2	28.9	35.1	129.1
Ошская область	5.3	11.3	25.6	484.5
Баткенская область	12.0	16.3	23.2	193.4
Таласская область	7.6	10.3	21.9	288.6
Джалал-Абадская область	6.7	10.0	21.5	321.8
Нарынская область	0.2	0.5	1.6	813.6
Средний показатель территории, без показателя г. Бишкек*	33.3	45.7	60.0	180.3

\* Столица республики располагает исключительными условиями.

Выводы по данным таблицы 5.5:

- показатели ремонта бытовых изделий и предметов личного пользования на душу населения по территориям республики не дают прямой оценки состояния этого обслуживания, поскольку бытовая техника используется не отдельными членами семьи, а в целом семьей;

- тем не менее, из таблицы следует, что на шести территориях, в особенности в Нарынской области, развитие услуг все еще далеко от максимальных величин.

В таблице 5.6 приведены показатели услуг гостиниц по территориям Кыргызстана, с указанием доли территорий в общем объеме услуг (см. таблицу 5.6).

**Услуги гостиниц по территориям Кыргызстана**

(тыс. сом)

Территории	2004 г.	2006 г.	2008 г.	2008 г. к 2004 г., в %
Кыргызская Республика	715590	860362	1196321	167.1
Баткенская область, уд. вес, в %	1553 0.2	2347 0.27	8018 0.67	516.3 0.47
Джалал-Абадская область, уд. вес, в %	4061 0.5	6880 0.8	15905 1.3	391.6 0.8
Иссык-Кульская область, уд. вес, в %	2690 0.37	6970 0.8	18505 1.5	687.9 1.13
Нарынская область, уд. вес, в %	461 0.06	930 0.1	1967 0.16	426.7 0.1
Ошская область, уд. вес, в %	5179 0.7	7136 0.8	16165 1.3	312.1 0.6
Таласская область, уд. вес, в %	2924 0.4	3900 0.45	11144 0.9	381.1 0.5
Чуйская область, уд. вес, в %	1806 0.25	5364 0.6	11916 1.0	659.2 0.75
г. Бишкек, уд. вес, в %	677739 94.7	795790 92.5	1068309 89.3	157.6 - 5.4
г. Ош, уд. вес, в %	19177 2.68	31045 3.6	44392 3.7	231.5 1.02

Из таблицы 5.6 видно, что в целом по республике гостиничные услуги все еще не получили повсеместное распространение. Это не нормально, когда на долю Бишкека приходится около 90% услуг и на остальные 8 территорий лишь 10%.

Если учесть, что число отдыхающих на Иссык-Куле составляет ежегодно не менее 500 тыс. человек, то статистический показатель гостиничных услуг в объеме 18.5 млн. сом (2008 г.), а это максимальная величина анализируемого периода, явно не соответствует действительности. В действительности, объем гостиничных услуг, оказываемых туристам, составляет не менее 300 млн. сом.

Далее рассмотрим состояние гостиничных услуг по территориям страны на душу населения (см. таблицу 5.7). Этот показатель позволяет оценить привлекательность сферы гостиничных услуг для вовлечения населения.

**Услуги гостиниц по территориям Кыргызстана на душу населения**

(сом)

Территории республики	2004 г.	2006 г.	2008 г.	2008 г. к 2004 г., в %
г. Бишкек	830.4	956.8	1258.0	151.5
г. Ош	75.4	122.6	174.8	231.8
Таласская область	13.7	18.0	50.7	370.0
Иссык-Кульская область	6.3	16.1	42.3	671.8
Баткенская область	3.8	5.6	18.7	492.0
Джалал-Абадская область	4.3	7.0	16.0	372.1
Чуйская область	2.4	7.0	15.6	649.9
Ошская область	5.0	6.7	14.9	297.7
Нарынская область	1.7	3.4	7.2	426.9
Средний показатель территории, без показателя г. Бишкек*	13.3	23.3	42.5	319.7

\* Столица республики располагает исключительными условиями.

Вывод по данным таблицы очевиден, в Баткенской, Джалал-Абадской, Чуйской, Ошской и в особенности Нарынской областях гостиничные услуги не являются фактором привлекательности вовлечения населения территории в сферу.

Далее мы рассмотрим остальные виды услуг, оказываемых населению, на основе данных лишь 2008 и 2009 годов, по которым Нацстаткомитет публикует в разрезе по территориям.

В таблице 5.8 приведены данные по услугам транспорта.

Из таблицы видно, столица значительно снизила долю транспортных услуг, оказываемых населению, на 11.4 процента. Остальные территории повысили долю, в особенности Иссык - Кульская область (на 3.7%).

Наибольшего прироста транспортных услуг в 2009 г. по отношению к предыдущему году добились в Ошской области (40%) и Иссык-Кульской (47.2%).

**Услуги транспорта, оказываемые населению, по территориям  
Кыргызстана**

(млн. сом)

Территории	2008 г.	2009 г.	2009 г. к 2008 г., в %
Кыргызская Республика	10611.3	10866.0	102.4
Баткенская область, уд. вес, в %	205.2 1.9	246.1 2.3	119.9 0.4
Джалал-Абадская область, уд. вес, в %	538.6 5.0	596.8 5.5	110.8 0.5
Иссык-Кульская область, уд. вес, в %	877.6 8.2	1290.1 11.9	147.0 3.7
Нарынская область, уд. вес, в %	490.2 4.6	516.7 4.7	105.4 0.1
Ошская область, уд. вес, в %	399.4 3.7	559.2 5.1	140.0 1.4
Таласская область, уд. вес, в %	434.0 4.08	444.5 4.1	102.4 0.02
Чуйская область, уд. вес, в %	856.5 8.07	1099.8 10.1	128.4 2.03
г. Бишкек, уд. вес, в %	6454.7 60.8	5363.9 49.4	83.1 - 11.4
г. Ош, уд. вес, в %	606.3 5.7	748.8 6.9	123.5 1.2

В таблице 5.9 приведены показатели транспортных услуг по территориям на душу населения.

Как видно из таблицы 5.9, наибольшего прироста транспортных услуг на душу населения добилась Иссык-Кульская область (45.6%), но показатель области (второй после столичного) сложился в меньшей доле за счет перевозки местного населения и в большей доле за счет перевозки отдыхающих в летние месяцы транспортными средствами области.

**Транспортные услуги по территориям Кыргызстана на душу населения**

(сом)

Территории республики	2008 г.	2009 г.	2009 г. к 2008 г., в %
г. Бишкек	7600.9	6336.5	83.3
Иссык-Кульская область	2007.3	2923.4	145.6
г. Ош	2387.9	2890.0	121.0
Нарынская область	1808.8	1991.9	110.1
Таласская область	1974.5	1941.0	98.3
Чуйская область	1121.2	1360.8	121.3
Джалал-Абадская область	541.8	583.3	107.6
Баткенская область	478.5	567.3	118.5
Ошская область	367.7	500.2	136.0
Средний показатель территории, без показателя г. Бишкек*	1336.0	1594.7	119.3

\* Столица республики располагает исключительными условиями.

Несмотря на рост в 2009 г. услуг на душу населения по Баткенской, Ошской и Джалал-Абадской областям, показатель остается весьма низким. К примеру, в Таласской области в среднем в день услуги на душу населения в 2009 г. составили 5.3 сома, а в указанных областях от 1.3 сома в Ошской области до 1.6 сома в Джалал-Абадской области.

Рассмотрим состояние услуг связи, оказываемых населению, по территориям республики (см. таблицу 5.10).

Таблица 5.10

**Услуги связи, оказываемые населению, по территориям Кыргызстана**

(млн. сом)

Территории	2008 г.	2009 г.	2009 г. к 2008 г., в %
Кыргызская Республика	9555.5	10874.2	113.0
Баткенская область, уд. вес, в %	32.5 0.3	40.7 0.4	124.9 0.1
Джалал-Абадская область, уд. вес, в %	74.1 0.7	72.8 0.7	98.2 -
Иссык-Кульская область, уд. вес, в %	53.8 0.5	101.4 0.9	188.2 0.4

Нарынская область, уд. вес, в %	24.1 0.2	32.9 0.3	136.5 0.1
Ошская область, уд. вес, в %	42.6 0.4	56.2 0.5	131.7 0.1
Таласская область, уд. вес, в %	18.2 0.19	16.1 0.1	88.1 - 0.09
Чуйская область, уд. вес, в %	123.9 1.3	160.3 1.5	129.3 0.2
г. Бишкек, уд. вес, в %	9085.9 95.0	10294.4 94.7	113.3 - 0.3
г. Ош, уд. вес, в %	166.0 1.7	99.3 0.9	59.8 - 0.8

Выводы по данным таблицы 5.10:

1) из 9 территорий три (Джалал-Абадская, Таласская области, в особенности г. Ош) снизили показатель услуг связи, оказываемых населению. Непонятно, каким образом, в условиях развития сотовой связи, показатели связи могут быть ниже предыдущего года;

2) наибольшего прироста услуг связи добилась Иссык-Кульская область (88.2%);

3) Нарынская область, с наиболее сложным экономическим положением, добилась прироста услуг связи на 36.5%, а Таласская область, у которой экономическое положение лучше, снизила показатель на 11.9% или Баткенская область, с аграрной экономикой, добилась прироста услуг связи на 24.9%, тогда как Джалал-Абадская область, с индустриально-аграрной экономикой, снизила показатель на 1.8%.

Рассмотрим состояние услуг связи по территориям республики на душу населения (см. таблицу 5.11).

Таблица 5.11

**Услуги связи по территориям Кыргызстана на душу населения**

(сом)

Территории республики	2008 г.	2009 г.	2009 г. к 2008 г., в %
г. Бишкек	10699.3	12161.1	113.6
г. Ош	654.5	383.2	58.5
Иссык-Кульская область	123.0	229.7	186.7
Чуйская область	162.1	198.3	122.3
Нарынская область	88.9	126.8	142.6

Баткенская область	75.7	93.8	123.9
Джалал-Абадская область	74.5	71.1	95.4
Таласская область	82.8	57.2	69.1
Ошская область	39.2	50.2	128.0
Средний показатель территории, без показателя г. Бишкек*	162.5	151.3	93.1

\* Столица республики располагает исключительными условиями

Как видно из таблицы 5.11, показатели услуг связи на душу населения по территориям республики, за исключением Бишкека, весьма низкие. К тому же, показатели 2009 г. трех территорий оказались ниже 2008 г., в особенности, в Оше и Таласской области. Непонятно, почему?

В Баткенской, Джалал-Абадской, и в особенности Таласской и Ошской областях самые низкие показатели, что характеризует низкий уровень организации сотовой телефонизации населения. К примеру в 2009 г., показатель Нарынской области, у которой нет никаких преимуществ по сравнению с указанными областями, был намного выше (126.8 сома).

Далее рассмотрим состояние услуг финансовой деятельности, оказываемых населению, по территориям Кыргызстана (см. таблицу 5.12).

Таблица 5.12

**Услуги финансовой деятельности, оказываемых населению, по территориям Кыргызстана**

(млн. сом)

Территории	2008 г.	2009 г.	2009 г. к 2008 г., в %
Кыргызская Республика	2358.7	2554.5	108.3
Баткенская область,	123.6	138.3	111.9
уд. вес, в %	5.2	5.4	0.2
Джалал-Абадская область,	184.3	195.4	106.0
уд. вес, в %	7.8	7.6	- 0.2
Иссык-Кульская область,	137.9	142.9	103.6
уд. вес, в %	5.8	5.6	- 0.2
Нарынская область,	69.8	63.8	91.3
уд. вес, в %	2.9	2.5	- 0.4
Ошская область,	82.7	108.7	131.4
уд. вес, в %	3.5	4.2	0.7
Таласская область,	81.1	83.2	102.5
уд. вес, в %	3.4	3.3	- 0.1
Чуйская область,	113.0	117.0	103.5



уд. вес, в %	4.8	4.6	- 0.2
г. Бишкек, уд. вес, в %	1045.8 44.3	1110.7 43.5	106.2 - 0.8
г. Ош, уд. вес, в %	532.6 22.6	594.4 23.3	111.6 0.7

Выводы по таблице 5.12:

1) за исключением Нарынской области, остальные территории республики добились прироста услуг финансовой деятельности, оказываемых населению;

2) в Бишкеке сосредоточены источники финансовой деятельности, однако столица на 0.8% снизила долю в услугах, оказываемых населению;

3) Ошская область и г. Ош оказались более активными в финансовой деятельности, что позволило повысить долю в услугах населению на 0.7%.

Далее рассмотрим состояние услуг финансовой деятельности по территориям на душу населения (см. таблицу 5.13).

Таблица 5.13

**Услуги финансовой деятельности по территориям Кыргызстана на душу населения**

(сом)

Территории республики	2008 г.	2009 г.	2009 г. к 2008 г., в %
г. Ош	2097.6	2294.1	109.3
г. Бишкек	1231.5	1312.1	106.5
Таласская область	369.0	363.3	98.4
Иссык-Кульская область	315.4	323.8	102.6
Баткенская область	288.2	318.8	110.6
Нарынская область	257.5	245.9	95.5
Джалал-Абадская область	185.4	191.0	103.0
Чуйская область	147.9	144.7	97.8
Ошская область	76.1	97.2	127.7
Средний показатель территории, без показателя г. Бишкек*	467.1	497.3	106.4

\* Столица республики располагает исключительными условиями

Как видно из таблицы 5.13, при столь малых показателях финансовых услуг на душу населения, в особенности по Ошской области (97.2 сома), становится весьма проблематичной организация индивидуальной предпринимательской деятельности.

Показатель Таласской области почти в 1.5 раза превышает показатель Нарынской области, хотя у Таласской области нет никаких преимуществ по сравнению с Нарынской областью.

Показатель Джалал-Абадской области почти в 2 раза выше показателя Ошской области, хотя они территориальные соседи на юге республики, и численность населения более одного миллиона жителей.

В таблице 5.14 приведены данные, характеризующие операции с недвижимостью, арендой и представлением услуг населению по территориям Кыргызстана в 2008 и 2009 годах (см. таблицу 5.14).

Таблица 5.14

**Операции с недвижимостью, аренда и представление услуг населению по территориям Кыргызстана**

(млн. сом)

Территории	2008 г.	2009 г.	2009 г. к 2008 г., в %
Кыргызская Республика	4558.1	4526.2	99.3
Баткенская область, уд. вес, в %	75.7 1.66	77.2 1.7	101.9 0.04
Джалал-Абадская область, уд. вес, в %	194.3 4.26	205.6 4.5	105.8 0.24
Иссык-Кульская область, уд. вес, в %	244.7 5.37	233.2 5.2	95.3 - 0.17
Нарынская область, уд. вес, в %	26.9 0.6	32.1 0.7	119.4 0.1
Ошская область, уд. вес, в %	127.8 2.8	125.3 2.8	98.0 -
Таласская область, уд. вес, в %	26.7 0.58	31.5 0.7	118.0 0.12
Чуйская область, уд. вес, в %	507.0 11.1	508.6 11.2	100.3 0.1
г. Бишкек, уд. вес, в %	3084.5 67.67	3069.1 67.8	99.5 0.13
г. Ош, уд. вес, в %	312.7 6.8	243.6 5.4	77.9 - 1.4

Выводы по таблице 5.14:

1) Если учесть то, что в составе рассматриваемых в таблице услугах наибольшая доля приходится на реализацию недвижимости населения, то наибольший прирост показателей по Нарынской (19.4%) и Таласской (18.0%) областям объясняется ростом внутренней миграции населения в столицу республики;

2) в целом по республике в 2009 г. (- 0.7%), в том числе в Бишкеке (- 0.5%) небольшое снижение показателей произошло по причине снижения покупки жилья населением в результате финансового кризиса.

Далее рассмотрим показатели услуг по территориям республики на душу населения (см. таблицу 5.15).

Таблица 5.15

**Операции с недвижимостью, аренда и представление услуг населению по территориям Кыргызстана на душу населения**

(сом)

Территории республики	2008 г.	2009 г.	2009 г. к 2008 г., в %
г. Бишкек	3632.2	3625.6	99.8
г. Ош	1231.5	940.1	76.3
Чуйская область	663.7	629.3	94.8
Иссык-Кульская область	559.7	528.4	94.4
Джалал-Абадская область	195.4	200.9	102.8
Баткенская область	176.5	177.9	100.8
Таласская область	121.4	137.5	113.2
Нарынская область	99.2	123.7	124.7
Ошская область	117.6	112.0	95.2
Средний показатель территории, без показателя г. Бишкек*	395.6	356.2	90.0

\* Столица республики располагает исключительными условиями

Из таблицы 5.15 видно, что по существу лишь две территории (Нарынская и Таласская области) добились роста услуг на душу населения. По пяти территориям показатели снизились, от – 0.2% по Бишкеку и до – 23.7% по г. Ош. Две территории (Джалал-Абадская и Баткенская области) прирост показателя составил незначительную величину.

В условиях суверенной республики образование из категории бесплатных услуг, оказываемых населению, преобразовалось в категорию платных услуг, в особенности в сфере высшего и среднего специального профессионального образования. В таблице 5.16 приведены показатели, характеризующие образовательные услуги, оказываемые населению, по территориям Кыргызстана (см. таблицу 5.16).

Таблица 5.16

**Услуги образования по территориям Кыргызстана**

(млн. сом)

Территории	2008 г.	2009 г.	2009 г. к 2008 г., в %
Кыргызская Республика	4660.6	4716.6	101.2
Баткенская область, уд. вес, в %	176.2 3.7	136.8 2.9	77.6 - 0.8
Джалал-Абадская область, уд. вес, в %	204.7 4.39	202.5 4.3	98.9 - 0.09
Иссык-Кульская область, уд. вес, в %	212.9 4.5	194.2 4.1	91.2 - 0.4
Нарынская область, уд. вес, в %	66.8 1.4	39.3 0.8	58.8 - 0.6
Ошская область, уд. вес, в %	40.2 0.86	43.8 0.9	108.8 0.04
Таласская область, уд. вес, в %	53.4 1.1	46.3 1.0	86.6 - 0.1
Чуйская область, уд. вес, в %	388.3 8.3	123.5 2.6	31.8 - 5.7
г. Бишкек, уд. вес, в %	2588.0 55.5	3069.4 65.1	118.6 9.6
г. Ош, уд. вес, в %	956.5 20.5	860.9 18.3	90.0 - 2.2

Выводы по таблице 5.16:

- 1) в результате целенаправленной программы Министерства образования и науки КР по совершенствованию высшего профессионального образования, по территории республики в 2009 г. были отозваны лицензии у ряда вузов и их филиалов;
- 2) в Бишкеке уровень подготовки вузами специалистов самый высокий в республике, что привлекает молодежь со всех территорий страны;

3) прирост доли Бишкека в 9.6% объясняется не только тем, что в столице высокий уровень подготовки специалистов, но и тем, что студенты вузов и филиалов, лишенных лицензий, были переведены в столичные вузы.

Далее рассмотрим показатель услуг образования по территориям на душу населения (см. таблицу 5.17).

Таблица 5.17

**Услуги образования по территориям Кыргызстана на душу населения**

(сом)

Территории республики	2008 г.	2009 г.	2009 г. к 2008 г., в %
г. Бишкек	3047.5	3626.0	119.0
г. Ош	3767.2	3322.6	88.2
Иссык-Кульская область	486.9	440.0	90.3
Баткенская область	410.9	315.3	76.7
Таласская область	242.9	202.2	83.2
Джалал-Абадская область	205.9	197.9	96.1
Чуйская область	508.3	152.8	30.0
Нарынская область	246.5	151.5	61.4
Ошская область	37.0	39.1	105.6
Средний показатель территории, без показателя г. Бишкек*	738.2	602.6	81.6

\* Столица республики располагает исключительными условиями

Из таблицы 5.17 видно, что в целом по республике в 2009 г. показатель услуг образования на душу населения заметно снизился, что является результатом преобразования системы среднего и высшего профессионального образования. Понятно, что высшее образование в основном сосредоточено в двух городах республики, в Бишкеке и Оше.

В областных центрах действуют университеты и другие учебные заведения среднего и даже высшего образования. Самый низкий показатель Ошской области объясняется тем, что образовательные услуги сосредоточены в областном центре, статданные по которому учитываются отдельно.

При близкой численности населения в Иссык-Кульской области показатель 2009 г. составил 440 сом на душу населения, по Баткенской области – 315.3 сома.

Далее рассмотрим состояние здравоохранение и предоставление социальных услуг, оказываемых населению, по территориям Кыргызстана (см. таблицу 5.18).

Таблица 5.18

**Здравоохранение и предоставление социальных услуг,  
оказываемых населению, по территориям Кыргызстана**

(млн. сом)

Территории	2008 г.	2009 г.	2009 г. к 2008 г., в %
Кыргызская Республика	1210.0	1212.5	100.2
Баткенская область, уд. вес, в %	35.1 2.9	29.4 2.4	83.6 - 0.5
Джалал-Абадская область, уд. вес, в %	91.5 7.5	150.2 12.4	164.0 4.9
Иссык-Кульская область, уд. вес, в %	373.4 30.8	447.0 36.9	119.7 6.1
Нарынская область, уд. вес, в %	26.9 2.2	29.8 2.5	110.8 0.3
Ошская область, уд. вес, в %	43.5 3.6	45.2 3.7	103.7 0.1
Таласская область, уд. вес, в %	28.2 2.3	29.7 2.4	105.1 0.1
Чуйская область, уд. вес, в %	149.5 12.3	175.8 14.5	117.6 2.2
г. Бишкек, уд. вес, в %	373.8 30.9	245.2 20.2	65.6 - 10.7
г. Ош, уд. вес, в %	98.7 8.1	60.1 5.0	60.9 - 3.1

Выводы по таблице 5.18:

1) казалось бы, два наиболее крупных города республики, в которых развита сфера медицинских услуг, должны были повысить показатели, оказания услуг населению, но никак не столь значительное снижение;

2) примером для других территорий может быть Иссык-Кульская область, с наибольшим приростом медицинских и социальных услуг, оказываемых населению. К тому же показатель Иссык-Кульской области в

2009 г. оказался самым высоким по территориям республики, намного выше даже столичного показателя

Далее рассмотрим состояние услуг по территориям на душу населения (см. таблицу 5.19).

Таблица 5.19

**Здравоохранение и предоставление социальных услуг по территориям Кыргызстана на душу населения**

(сом)

Территории республики	2008 г.	2009 г.	2009 г. к 2008 г., в %
Иссык-Кульская область	854.1	1012.9	118.6
г. Бишкек	440.2	289.6	65.9
г. Ош	388.7	231.9	59.6
Чуйская область	195.7	217.5	111.1
Джалал-Абадская область	92.0	146.8	159.5
Таласская область	128.3	129.7	101.1
Нарынская область	99.2	114.9	115.8
Баткенская область	81.8	67.7	82.7
Ошская область	40.0	40.4	101.0
Средний показатель территории, без показателя г. Бишкек*	235.0	245.2	104.3

\*Столица республики располагает исключительными условиями

Как видно из таблицы 5.19, показатель Иссык-Кульской области услуг на душу населения от 3.5 до 25 раз превышает показатели других территорий, но на самом деле услуги были преимущественно оказаны отдыхающим в летний купальный сезон. При почти равной численности населения в 2009 г. показатель Джалал-Абадской области более чем в три раза превысил показатель Ошской области или почти в 2 раза объединенный показатель Ошской области и г. Оша.

Очевидный вывод по данным таблицы 5.19 – при показателе медицинских и социальных услуг на душу населения менее 300 сом в год приличное здоровье населения становится проблематичной.

В таблице 5.20 приведены показатели коммунальных, социальных и персональных услуг по территориям Кыргызстана (см. таблицу 5.20).

**Предоставление коммунальных, социальных и персональных  
услуг, оказанных населению, по территориям Кыргызстана**

(млн. сом)

Территории	2008 г.	2009 г.	2009 г. к 2008 г., в %
Кыргызская Республика	3876.8	3748.9	96.7
Баткенская область, уд. вес, в %	45.9 1.18	45.5 1.2	99.1 - 0.02
Джалал-Абадская область, уд. вес, в %	238.1 6.1	247.9 6.6	104.1 0.5
Иссык-Кульская область, уд. вес, в %	416.3 10.7	400.1 10.7	96.1 -
Нарынская область, уд. вес, в %	112.3 2.9	112.8 3.0	100.4 0.1
Ошская область, уд. вес, в %	47.2 1.2	54.0 1.4	114.3 0.2
Таласская область, уд. вес, в %	57.2 1.47	46.2 1.2	80.8 - 0.27
Чуйская область, уд. вес, в %	509.2 13.1	546.4 14.6	107.3 1.5
г. Бишкек, уд. вес, в %	2285.8 58.9	2103.0 56.1	92.0 - 2.7
г. Ош, уд. вес, в %	202.7 5.2	193.0 5.2	95.2 -

Выводы по данным таблицы 5.20:

- 1) по республике показатель коммунальных, социальных и персональных услуг снизился на 127.9 млн. сом;
- 2) из 9 территорий в 5 показатель 2009 г. ниже 2008 г., от 99.1% Баткенской области до 80.8% Таласской области;
- 3) снижение показателя 2009 г. составили (млн. сом):  
 Баткенская область – 0.4,  
 Иссык-Кульская область – 16.2,  
 Таласская область – 11,0,  
 г. Ош – 9.7,  
 г. Бишкек – 182.8.



**Предоставление коммунальных, социальных и персональных услуг по территориям Кыргызстана на душу населения**

(сом)

Территории республики	2008 г.	2009 г.	2009 г. к 2008 г., в %
г. Бишкек	2691.7	2484.3	92.3
Иссык-Кульская область	952.2	906.6	95.2
г. Ош	798.3	744.9	93.3
Чуйская область	666.5	676.0	101.4
Нарынская область	414.4	434.8	104.9
Джалал-Абадская область	239.5	242.3	101.0
Таласская область	260.2	201.7	77.5
Баткенская область	107.0	104.9	98.0
Ошская область	43.4	48.3	111.3
Средний показатель территории, без показателя г. Бишкек*	435.1	419.9	96.5

\* Столица республики располагает исключительными условиями

Лишь две территории исключительны: Бишкек как столица и Иссык-Кульская область как область массового отдыха туристов. Остальные территории не обладают никакими исключениями.

Как видно из таблицы 5.21, среднедушевой показатель услуг в 2009 г. по 7 территориям, за исключением Бишкека и Иссык-Кульской области, составляет от 744,9 сом (г. Ош) до 48.3 сома (Ошская область).

В Нарынской области нет никаких особых преимуществ по сравнению с Таласской областью, однако показатель Нарынской территории (434.8 с.) более чем в два раза превысил показатель Таласской территории (201.7 с.). Или в Джалал-Абадской области показатель услуг составил 242.3 сома, тогда как в Ошской области совместно со вторым столичным городом Ош составил 179.3 сома.

В таблице 5.22 приведены данные, характеризующие доли **территорий Кыргызстана** в услугах, оказанных населению республики в 2009 г. в процентах (см. таблицу 5.22). При этом доли услуг по территориям при сравнении с удельным весом численности территорий позволяет оценить

состояние обеспеченности услугами населения, а также сопоставить показатели территорий.

Повторимся, территории обладают разными уровнями материальных и финансовых потенциалов, но, тем не менее, даже близкие по потенциалам территории имеют различные количественные показатели.

Разные показатели близких по показателям территорий, как представляется, результат управления или не управления процессами формирования и последующего развития услуг, оказываемых населению, органами территориального (муниципального) управления.

Данные по долям услуг, оказанных населению, по территориям позволяют определить место конкретной территории в масштабе республики и одновременно определить направления приложения усилий по развитию хотя бы до достижения показателя территории, близкой по оценочным показателям. К примеру, Нарынская и Таласская области, Ошская и Джалал-Абадская области.

Таблица 5.22

(в процентах)

Территории	Ремонт и обслуживание автомобилей	Ремонт бытовых изделий и предметов личного пользования	Гостиницы	Транспорт	Связь	Финансовая деятельность	Операции с недвижимостью, аренда и представление услуг населению.	Образование	Здравоохранение и предоставление социальных услуг	Предоставление коммунальных, социальных и персональных услуг	Население
Кыргызская Республика (млн. сом)	1225.0	519.4	1376.9	10866.0	10874.2	2554.5	4526.2	4716.6	1212.5	3748.9	100.0
Баткенская область	2.9	2.7	0.6	2.2	0.4	5.4	1.7	2.9	2.4	1.2	8.1
Джалал-Абадская область	2.4	5.4	1.6	5.5	0.7	7.6	4.5	4.3	12.4	6.6	18.7
Иссык-Кульская область	0.5	3.6	1.4	11.9	0.9	5.6	5.2	4.1	36.9	10.7	8.2
Нарынская область	0.08	0.1	0.3	4.7	0.3	2.5	0.7	0.8	2.5	3.0	5.1
Ошская область	4.8	6.1	1.3	5.1	0.5	4.2	2.8	0.9	3.7	1.4	20.5
Таласская область	1.4	1.0	0.95	4.1	0.1	3.3	0.7	1.0	2.4	1.2	4.1
Чуйская область	37.4	16.7	0.9	10.2	1.5	4.6	11.2	2.6	14.5	14.6	14.4
г. Бишкек	42.6	50.4	96.8	49.3	94.7	43.5	67.8	65.1	20.2	56.1	16.0
г. Ош	7.6	13.8	3.2	6.9	0.9	23.3	5.4	18.3	5.0	5.2	4.8

Выводы по таблице 5.22 по территориям:

1) г. Бишкек: по всем 10 показателям доли услуг, оказанных населению, значительно превышают долю населения (16%), от 20.2% по здравоохранению и до 96.8% по гостиничным услугам. Однако показатели столицы не могут быть примером, поскольку Бишкек обладает исключительными возможностями, т.к. столичными услугами пользуются не только жители столицы, но и многочисленные приезжие клиенты;

2) г. Ош: по 8 показателям из 10 доли превышают показатель доли населения (4.8%), от 5% по здравоохранению до 23.3% по финансовой деятельности, поскольку Ош, как вторая столица республики, охватывает услугами жителей юга республики. При этом показатели гостиничных услуг (3.2%) и связи в особенности (0.9%) ниже показателя доли населения;

3) Баткенская область: при удельном весе численности населения (8.1%) доля области в услугах, оказанных населению, составила от 0.4% по связи до 5.4% по финансовой деятельности;

4) Джалал-Абадская область: доля населения (18.7%), доля услуг составила от 0.7% по связи до 12.4% по здравоохранению;

5) Иссык-Кульская область: доля населения - 8.2%. Из 10 показателей услуг по 7 видам показатели ниже доли населения, от 0.5% по ремонту автомобилей до 5.6% по финансовой деятельности. По трем видам услуг показатели были выше - 10.7% по предоставлению коммунальных услуг, 11.9% по транспортным услугам и 36.9% по здравоохранению;

6) Нарынская область: доля населения – 5.1%. По всем 10 видам услуг показатели были меньше показателя доли населения, от 0.08% по ремонту автомобилей (самый низкий показатель по территориям республики) до 4.7% по транспортным услугам;

7) Ошская область: доля населения – 20.5%. По всем 10 видам услуг показатели были меньше показателя доли населения, от 0.5% по услугам связи до 6.1% по ремонту бытовых изделий и предметов личного пользования;

8) Таласская область: доля населения – 4.1%. По 10 видам услуг, оказанных населению, ни один показатель не превысил показатель доли населения. Показатели доли услуг, от 0.1% по услугам связи до 4.1% по услугам транспорта;

9) Чуйская область: доля населения – 14.4%. Из 10 видов услуг по 4 показатели превысили долю населения, от 14.5% по услугам здравоохранения до 37.4% по ремонту автомобилей. По 6 видам услуг показатели были ниже, от 0.9% по гостиничным услугам и до 11.2% по операциям с недвижимостью.

Таким образом, общие итоги по данным таблицы 5.22:

из 9 территорий Кыргызстана по 5 территориям – Баткенской, Джалал-Абадской, Нарынской, Ошской и Таласской областям показатели доли услуг, оказанных населению, были меньше показателя доли населения;

в Иссык-Кульской области из 10 видов услуг показатели 7 были ниже доли населения;

в Чуйской области из 10 видов услуг по 5 показатели были ниже показателя доли населения;

по г. Ош из 10 видов услуг, оказываемых населению, лишь по двум показатели были меньше показателя доли населения;

Бишкек по всем 10 видам услуг показатели превысили показатель доли населения.

Следовательно, все территории республики по соотношению долей услуг и населения следует разделить на четыре группы:

1. Территории, у которых доли услуг меньше доли населения:

Баткенская область,

Джалал-Абадская область,

Нарынская область,

Ошская область,

Таласская область;

2. Территории, у которых от 5 и более видов услуг (но меньше 10) меньше доли населения:

Иссык-Кульская область,

Чуйская область;

3. Территории, у которых менее 5 видов услуг меньше доли населения:

г. Ош;

4. Территории, у которых показатели всех 10 видов услуг, оказанных населению, превысили показатель доли населения:

г. Бишкек.

Заключение по показателям таблицы 5.22 очевидно, территории, включенные в первую группу, должны особое внимание уделить развитию социальной экономики. Затем территориям второй группы. Далее территориям третьей группы.

## 6. Структура и качество народного потребления товаров

Как известно, потребление населением происходит двумя вариантами:

- 1) потреблением продукции собственного производства;
- 2) потреблением товаров.

Состояние потребления населением продукции собственного производства определяется жизненными условиями и трудовыми навыками самого населения.

Состояние потребления населением товаров и услуг определяется двумя факторами:

- 1) доходами населения;
- 2) показателями социальной экономики.

Из мирового опыта следует, по мере развития экономики страны и соответственно повышения доходов населения растет доля потребления населением товаров и тем самым развивается социальная экономика. Отсюда следует, что конечным результатом, позволяющим оценить состояние социальной экономики страны или территории, является потребление населением товаров и услуг.

Рассмотрим показатели доходов населения республики, по двум наиболее крупным источникам формирования: номинальная заработная плата и средний размер месячной пенсии с учетом компенсационных выплат в месяц (см. таблицу 6.1).

Как видно из данных таблицы, номинальная месячная заработная плата по республике за период с 2004 (2240 с.) по 2008 (5378 с.) годы выросла в 2,4 раза.

При этом по отдельным отраслям в 2008 г.:

зарплата был выше по сравнению со средней по республике, в сфере обрабатывающей промышленности – 7812 сом, транспорта и связи – 9897, финансовой деятельности - 14864 сом;

наименьшая заработная плата была в сфере сельского хозяйства, охоты и лесного хозяйства – 2416 сом, рыбного хозяйства – 2915, образования – 3424, здравоохранения – 3486 сом.

Таблица 6.1

**Номинальная заработная плата и пенсия в месяц по республике**

(сом)

	2004 г.	2006 г.	2008 г.	2008 г. к 2004 г., в %
Номинальная заработная плата	2240	3270	5378	240.1
Пенсия	217.4	775.0	1460.0	671.5

Примечание: инфляция за рассматриваемый период составила около 50%.

По мере развития социальной экономики растет показатель рыночных услуг, оказываемых на душу населения (см. таблицу 6.2).

Таблица 6.2

**Объем рыночных услуг, оказываемых населению, по территориям Кыргызстана на душу населения**

(тыс. сом)

Территории республики	2007 г.	2008 г.
г. Бишкек	62.9	86,7
г. Ош	38.8	52,0
Чуйская область	22.5	30,6
Иссык-Кульская область	14.1	19,7
Таласская область	12.4	16,5
Джалал-Абадская область	9.7	15,0
Нарынская область	8.5	11,7
Баткенская область	8.5	10,7
Ошская область	7.4	9,9
Средний показатель территории, без показателя г. Бишкек*	15.2	20,7

\* Столица республики располагает исключительными условиями.

По данным таблицы можно сделать следующие выводы:



1) по всем территориям происходит рост показателя рыночных услуг на душу населения, что, безусловно, позитивно характеризует развитие рыночных услуг по территориям республики;

2) ряд территорий явно отстают по развитию рыночных услуг на душу населения. К примеру, в 2008 г. Баткенская (10.7 т.с.) или Ошская (9.9 т.с.) области, имеющие самые низкие показатели в республике, могли бы подтянуться хотя бы до показателей Нарынской (11.7 т.с.) или тем более Таласской (16.5 т.с.) области, у которых нет никаких преимуществ;

3) показатели индустриально-аграрной Джалал-Абадской области ниже показателя аграрной Таласской области, так не должно быть.

По мере развития социальной экономики растет качество и одновременно расширяется структура товарного потребления населения (см. таблицу 6.3 и 6.4).

Таблица 6.3

**Реализация продовольственных и непродовольственных товаров  
на душу населения по республике**

(сом)

	2004 г.	2006 г.	2008 г.	2008 г. к 2004 г., в %
Продовольственные товары	5180	7139	12404	239.4
Непродовольственные товары	4324	6511	10955	253.3
Удельный вес продтоваров, в %	54.5	52.3	53.1	- 1.4

Из таблицы 6.3 видно, что в течение рассматриваемого периода доля продовольственных товаров в составе товарного потребления превышает потребление непродовольственных товаров. В дальнейшем, по мере качественного роста товарного потребления, будет расти доля потребления населением непродовольственных товаров.

Далее рассмотрим данные по потреблению основных продуктов питания на душу населения в республике и соответствие показателей фактического потребления, к утвержденным в республике физиологическим нормам питания (см. таблицу 6.4 и 6.5).

Таблица 6.4

**Потребление основных продуктов питания на душу населения**

(в килограммах)

Продукты питания	2004 г.	2006 г.	2008 г.	2008 г. к 2004 г., в %
Мясо и мясопродукты	39	36	36	92.3
Молоко и молочные продукты	209	210	209	100.0
Яйцо, шт.	56	65	72	128.5
Рыба и рыбопродукты	0.9	1.3	1.6	177.7
Сахар	17.8	21.9	21.3	119.6
Масло растительное	4.3	5.6	6.7	155.8
Картофель	143	98	96	67.1
Овощи и бахчевые культуры	131	148	145.6	111.1
Хлебные продукты (хлеб, макаронны, в пересчете на муку, мука, крупа и бобовые)	136	131	130.3	95.8
Фрукты и ягоды	35	43	28.8	82.3

Выводы по таблице 6.4:

- 1) позитивная оценка - рост потребления яиц и рыбы; снижение потребления картофеля и хлебных продуктов;
- 2) негативная оценка – снижение потребления мяса и мясопродуктов, фруктов и ягод.

Для оценки показателя потребления продуктов питания на душу населения в 2008 г. мы провели сравнения с минимальными нормами потребления продуктов питания, действующими на территории Кыргызстана, с данными 1989г, не самого успешного для республики (см. таблицы 6.5 и 6.6).

Таблица 6.5

**Фактические и минимальные нормы потребления продуктов питания на душу населения Кыргызстана**

(кг в год)

Продукты питания	Потребление в 2008 г.	Минимальные нормы потребления	Фактическое потребление к минимальным нормам, в %
Мясо и мясопродукты	36	39	92.3
Молоко и молочные продукты	209	184.5	113.2

Яйцо, шт.	72	166	43.3
Рыба и рыбопродукты	1.6	7.68	20.8
Сахар	21.3	21.7	98.1
Масло растительное	6.7	9.6	69.8
Картофель	96	57.3	167.5
Овощи и бахчевые культуры	145.6	150.3	96.8
Хлебные продукты (хлеб, макаронны, в пересчете на муку, мука, крупа и бобовые)	130.3	89.1	146.2
Фрукты и ягоды	28.8	112.4	25.6

Два негативных вывода по данным таблицы 6.5:

1) за исключением молочных продуктов, по наиболее полезным продуктам питания потребление в 2008 г., с самыми высокими показателями потребления, оказалось ниже норм минимальных норм потребления, в особенности по рыбе и рыбопродуктам (20.8%), фруктам и ягодам (25.6%), яиц (43.3%);

2) по менее полезным для питания картофелю (167.5%) и хлебопродуктам (146.2%) потребление оказалось выше минимальных норм потребления.

Интересно, какова статистика душевого потребления продуктов питания населением суверенного Кыргызстана по сравнению с потреблением населением советского периода? Последним годом прединдустриального Кыргызстана, по которому еще сохранились традиции советской статистики, является 1989 год. С 1989 г. и проведем сравнение по среднему душевому потреблению наиболее ценных продуктов питания (мясо-, молоко- и рыбопродукты) населением Кыргызстана (см. таблицу 6.6).

Таблица 6.6

### Потребление на душу населения

(кг в год)

Продукты питания	1989 г.	2008 г.	2008 г. к 1989 г., в %
Мясопродукты	51	36	70.5
Молокопродукты	278	209	75.1
Рыбопродукты	6.2	1.6	25.8
	335.2	246.6	73.5

1989 год в истории Кыргызстана был не самым успешным хозяйственным годом. Тем не менее, за исключением рыбопродуктов, мясные и молочные продукты производились предприятиями республики.

В 2008 г. продукты питания меньшей частью были произведены в республике, большей частью поступили на территорию республики по импорту. При этом численность населения республики, с учетом трудовой миграции, была на уровне 20-летней давности.

Следующим показателем, характеризующим конечный результат социальной экономики, является показатель обеспеченности населением республики потребительскими товарами длительного пользования.

Показатели обеспеченности населения товарами длительного потребления позволяют оценить состояние культуры быта и материальный уровень жизни кыргызстанцев.

Нацстаткомитет Кыргызстана публикует данные по обеспеченности населения республики потребительскими товарами длительного пользования на 100 семей и на 1000 населения.

Мы рассматриваем данные по обеспеченности товарами длительного пользования на 100 семей, поскольку эти товары по большей части наименований потребляются семьями (см. таблицу 6.7).

Таблица 6.7

**Обеспеченность населения товарами длительного пользования на 100 семей**

(на конец года, штук)

Товары	2004 г.	2006 г.	2008 г.	2008 г. к 2004 г., в %
Телевизоры	28	33	35	125.0
Радиоприемные устройства	26	27	27	103.8
Холодильники и морозильники	31	32	32	103.2
Стиральные машины	49	50	50	102.0
Электропылесосы	15	16	16	106.6
Легковые автомобили	17	20	29	170.5
Мотоциклы и мотороллеры	6	5	5	83.3

По данным таблицы 6.7 очевидный вывод, обеспеченность населения товарами длительного пользования, несмотря на небольшой рост, за исключением мотоциклов и мотороллеров, все еще остается на весьма низком уровне.

У нас нет оснований не доверять данным статистических отчетов, поскольку выборка численности семей, наверное, репрезентативна, но вместе с тем, некоторые показатели вызывают сомнения, в частности утверждение о том, что из 100 семей только 16 имеют пылесосы, 27 – радиоприемники или 35 имеют телевизоры. Скорее всего, фактическая обеспеченность семей все же выше. Показатели по легковым автомобилям на 100 семей не вызывают сомнения, так как автомашины, приобретаемые населением, в обязательном порядке подвергаются государственной регистрации в органах ГАИ республики и на местах.

Понятно, что развитые страны пока не могут для нас служить примером, но мы должны знать показатели высокого уровня обеспеченности населения товарами длительного пользования, которые могут быть для нашей республики ориентировочными.

Несколько средних показателей обеспеченности населения товарами длительного пользования экономически развитых стран, у которых развитая социальная экономика: легковых автомобилей – 160, телевизоров – 220, компьютеров (ноутбуков) – 260, холодильников и морозильников – 120.

## Заключение

В экономической литературе экономика государства характеризуется состоянием товарного производства. В зависимости от развития отраслей производства экономика рассматривается как индустриальная, аграрная, индустриально-аграрная, когда преобладает промышленное производство, или аграрно-индустриальная, в которой преобладает аграрное производство.

Таким образом, экономика страны характеризуется двумя масштабными составляющими.

В действительности, как мы попытались объяснить в этой книге, экономика страны формируется тремя составляющими: индустриальной экономики, аграрной экономики и социальной экономики.

Необходимость и актуальность отдельного рассмотрения состояния социальной экономики в масштабе страны и ее территорий объясняется следующим образом:

- 1) социальная экономика функционирует во всех странах без исключения;
- 2) миссия социальной экономики заключается в удовлетворении покупательского спроса на товары и услуги;
- 3) отрасли социальной экономики функционируют в непосредственном контакте с населением страны и лицами, находящимися на территории государства.

Самое удивительное заключается в том, что социальная экономика, с различным уровнем развитости, есть в каждой стране, от самой нищей, с низким уровнем социальной экономики, до самой экономически развитой, с высоким уровнем развитой социальной экономики. А вот индустриальная или аграрная экономика есть не в каждой стране, не так ли?

На самом деле экономика государства, с позиций ее отраслевого содержания, характеризуется следующими вариантами:

- 1) социальная экономика (туристические острова Индонезии);
- 2) социально-аграрная экономика (Молдавия, Болгария);
- 3) социально-индустриальная экономика (Чехия, Швеция);
- 4) социально-аграрно-индустриальная экономика (Узбекистан);
- 5) социально-индустриально-аграрная экономика (Беларусь).

Из вариантов составляющих экономику страны следует:

1. Вне зависимости от экономического положения страны социальная экономика обязательно имеет место.

2. По мере развития товарного производства в экономике страны происходит преобразование от социальной экономики до социально – индустриально-аграрной экономики.

3. Существует высокая зависимость между развитием социальной экономики и развитием индустриальной экономики.

4. Между развитием социальной и аграрной экономиками зависимость невысокая.

Схематично зависимость между составляющими экономики страны можно изобразить следующим образом (см. рисунок).

Экономика государства по  
товарному содержанию

Индустриальная экономика

Аграрная экономика

Социальная экономика

В процессе работы над материалами книги было установлено, что социальная экономика, как отдельная составляющая экономики государства не рассматривается вообще. Очевидное непонимание отдельной сущности социальной экономики довольно распространенная практика, в частности у нас в Кыргызстане и в соседних с нами республиках. Здесь если и

программируются возможности развития, то рассматриваются условия и проблемы развития отдельной отрасли по обслуживанию населения. К примеру, развитие торговли, развитие туризма (одно из приоритетных направлений развития экономики Кыргызстана), развитие общественного питания и т.д. При этом, как правило, подлежит развитию не та отрасль социальной экономики, которая оказалось в наименее развитом положении и подлежащая первоочередному развитию, а те, развитие которых увеличит доход государства или лоббируется заинтересованными лицами. В таком случае страна вместо полноценного удовлетворения покупательского спроса в результате гармоничного развития социальной экономики, развивает лишь отдельные отрасли и тем самым происходит искажение социальной экономики страны.

Совершенно очевидно, только комплексное рассмотрение реального состояния социальной экономики по составляющим ее отраслям позволяет выявить наименее благополучные отрасли, не способные удовлетворить покупательский спрос, которые и подлежат развитию в первую очередь. К такому выводу придет читатель, ознакомленный с содержанием книги.

По территориям Кыргызстана. При рассмотрении состояния отдельных составляющих социальной экономики по территориям республики выясняется очевидное несоответствие между показателями составляющих социальной экономики, численностью населения, масштабами площади территорий, ресурсами и потенциалом территории. Действительно, равных показателей по составляющим социальной экономики по территориям не может быть, поскольку каждая территория обладает отличными количественными и качественными параметрами. Тем не менее, не может быть и такого результата, когда отдельные показатели социальной экономики между территориями близкими по основным параметрам различаются в размах. Несколько примеров.

В 2008 г. по доли населения в составе населения республики Таласская (4.1%) и Нарынская (5.1%) области довольно близки по численности



населения, однако показатель доли Таласской области в обороте общественного питания республики составил 1.6%, а показатель Нарынской области только 0.3% или в 5 раз меньше, хотя численность населения больше.

По данным 2009 г. доля численности населения Баткенской области составила 8.1%, Ошской области 20.5%, между тем, по услугам финансовой деятельности, оказанных населению, доля Баткенской области составила 5.4% и доля Ошской области – 4.2%.

В 2009 г. Иссык-Кульская область (8.2% населения) и Чуйская область (14.4% населения). По услугам здравоохранения доля Иссык-Кульской области составила 36.9%, доля Чуйской области – 14.5%. Можно упрекнуть автора в неадекватности клиентов в этих областях, т.к. в Иссык-Кульской области всплески отдыхающих превышает сотни тысяч отдыхающих. Это верно. Однако верно и то, что Чуйская область в течение всего года имеет численность населения в 2 раза превышающую численность населения Иссык-Кульской области.

Всякое сравнение в большей или меньшей степени носит относительный характер, в частности сравнения показателей территорий республики по составляющим социальной экономики. Тем не менее, при сравнении показателей территорий, в особенности близких по количественным и качественным характеристикам, не может быть разницы в размах. Разница в размах – это результат недостатков в региональном управлении и очевидной недооценки необходимости целенаправленного развития составляющих социальной экономики территорий и в итоге социальной экономики республики в целом.

Оценка состояния социальной экономики по территориям республики позволяет выявить наиболее слабые позиции территорий по отдельным видам рыночных услуг, оказываемых населению, по развитию которых следует предпринять первоочередные усилия.

Показатели социальной экономики на душу населения. Несколько примеров по данным 2009 г.

Услуги по ремонту автомобилей на душу населения: в Нарынской области составили 0.4 сома, по Таласской области – 14,9 сома; в Джалал-Абадской области - 14.4, по Ошской – 24.1 сома.

По транспортным услугам. В Ошской области 367.7, в Джалал-Абадской области 541.8 сома.

По услугам связи. В Джалал Абадской области 74.5, в Ошской области 39.2 сома. В Нарынской аграрной области 88.9 сома, а в Джалал-Абадской аграрно-индустриальной области 74.5 сома.

По финансовой деятельности. В Ошской области 76.1, в Джалал-Абадской области 185.4 сома. В Нарынской области 257.5, в Таласской области 369.0 сома.

Оценка состояния рыночных услуг, оказываемых населению, по территориям на душу населения очевидный относительный показатель, поскольку слишком большая разница между содержанием количественных и качественных параметров. Вместе с тем, путем сравнения показателей услуг на душу населения между близкими по основным характеристикам территориям, можно определить ориентиры вполне реального для отстающей территории границ ближайшего развития.

## Литература

1. Абдымаликов К. Экономика Кыргызстана. – Б., 2007.
2. Кенжегузин М.Б. Трансформация экономики Казахстана. – Алматы, 2002.
3. Койчуев Т.К., Койчуева М. Введение в теорию постсоветского экономического реформирования. – Б., 2007.
6. Кумскова Н.Х. Становление и эволюция рыночной теории. – Б., 2003.
8. Мусаева Д.А. Теория и практика экономики переходного периода. – Б., 2008.
9. Самигуллин Э.В. Формирование товарного рынка переходной экономики. – Б., 2004.
10. Самигуллин Э.В. Основы теории «детской болезни» транзитной экономики. – Б., 2009.