



УНИВЕРСИТЕТ ЦЕНТРАЛЬНОЙ АЗИИ

ВЫСШАЯ ШКОЛА РАЗВИТИЯ

Институт государственного управления и политики

# **Факторы развития и препятствия роста малого и среднего бизнеса в Нарынской области Кыргызстана**

Гульзана Курманалиева

Залина Еникеева

Дамира Омуралиева

Кубатбек Асан уулу



УНИВЕРСИТЕТ ЦЕНТРАЛЬНОЙ АЗИИ  
ВЫСШАЯ ШКОЛА РАЗВИТИЯ  
Институт государственного управления и политики

ЗАПИСКИ ИГУП ВЫПУСК #6, 2020

## **Факторы развития и препятствия роста малого и среднего бизнеса в Нарынской области Кыргызстана**

Гульзана Курманалиева

Залина Еникеева

Дамира Омуралиева

Кубатбек Асан уулу

### **Аннотация**

Нарынская область Кыргызской Республики характеризуется большим разнообразием природных ресурсов, таких как горные пастбища, водные, лесные ресурсы, которые создают потенциал для начала и развития микро-, малых и средних предприятий (ММСП). Природная, экосистема, высокогорные пастбища, климат, плодородные почвы благоприятствуют развитию пчеловодства, горного туризма, сбору диких лекарственных трав и содержанию домашнего скота. Эти отрасли осуществляют свою деятельность, однако заметного развития этих секторов не наблюдается, доля региона в экономике страны невелика. Для изучения ММСП было проведено выборочное исследование предприятий в Нарынском и Ат-Башинском районах, а также в г. Нарын. Всего было обследовано 96 единиц ММСП. Для исследования использовались в сочетании качественные и количественные методы. Были выявлены базовые проблемы развития ММСП в названных секторах и представлены выводы и рекомендации, которые могут быть полезными для развития сектора ММСП в Нарынском регионе, а также в других горных регионах Кыргызстана со схожими характеристиками.

**Ключевые слова:** Микро- малое и среднее предпринимательство; социально-экономическое развитие; развитие бизнеса; ММСП; Ат-Башинский район, Нарынский район, Нарынская область.

Институт государственного управления и политики (ИГУП) был основан в 2011 г. для содействия проведению систематических детальных исследований по ключевым вопросам социально-экономического развития Центральной Азии и выработке практических альтернатив государственной политики. Институт государственного управления и политики входит в состав Высшей школы развития Университета Центральной Азии. Университет Центральной Азии был основан в 2000 г. Президенты Республики Казахстан, Кыргызской Республики и Республики Таджикистан и Его Высочество Ага-Хан подписали Международный Договор и Устав, учреждающие этот светский и частный университет; Договор и Устав ратифицированы парламентами стран и зарегистрированы в ООН.

В серии «Записки Института государственного управления и политики» публикуются рецензируемые работы, в которых предлагается экспертная точка зрения на актуальные вопросы политики. Комментарии к запискам или вопросы об их содержании следует отправлять по адресу [ippa@ucentralasia.org](mailto:ippa@ucentralasia.org). Ссылаться на «Записки ИГУП» можно без предварительного разрешения.

**Редактор серии Записки ИГУП:** Д-р Богдан Кравченко.

**Об авторах:**

**Гульзана Курманалиева** научный сотрудник НГУ. Является стипендиатом программы “The EU, Central Asia and the Caucasus in the International System” (EUCASIS) в Европейском Институте политических наук (Institut für Europäische Politik (IEP)), Германия, Берлин

**Залина Еникеева** научный сотрудник Института государственного управления и политики Университета Центральной Азии. Получила магистерскую степень в сфере экономического управления и развития в Академии ОБСЕ в Бишкеке. Имеет опыт исследований в сфере международной торговли, интеграции Евразийского экономического союза, туризма, сельского хозяйства и т. д.

**Дамира Омуралиева** профессор, доктор экономических наук, профессор кафедры экономики и бухгалтерского учета Нарынского Государственного Университета (НГУ) имени С. Нааматова. Основные области научных интересов – аграрное развитие и вопросы сохранения биоразнообразия в Кыргызстане.

**Кубатбек Асан уулу** кандидат экономических наук, доцент Института экономики и финансов НГУ. Сфера научных интересов аграрная экономика и социальная политика на селе.

Авторское право © 2020

Университет Центральной Азии

Кыргызская Республика, г. Бишкек, ул. Токтогула, 138, 720001

Тел.: +996 (312) 910 822, E-mail: [ippa@ucentralasia.org](mailto:ippa@ucentralasia.org)

[www.ucentralasia.org](http://www.ucentralasia.org)

Содержание настоящего документа является исключительно предметом ответственности автора и ни в коей мере не является отражением взглядов Университета Центральной Азии

## Содержание

<b>Предисловие</b> .....	<b>4</b>
<b>1. Введение</b> .....	<b>5</b>
<b>2. Обзор сектора ММСП в Нарынской области</b> .....	<b>6</b>
2.1. Структура экономики Нарынской области.....	6
2.2. Законодательная база малого и среднего предпринимательства в Кыргызстане.....	8
<b>3. Обследование ММСП в Нарынской области</b> .....	<b>10</b>
3.1. Методология формирования выборки.....	10
3.2. Инструментарий и процесс проведения обследования .....	12
<b>4. Основные результаты обследования</b> .....	<b>13</b>
4.1. Профиль ММСП в Нарынской области.....	13
4.2. Обзор сектора туризма в Нарынской области .....	15
4.3. Обзор сельскохозяйственной деятельности в Нарынской области .....	18
4.4. Обзор пчеловодства в Нарынской области.....	21
4.5. Обзор розничной торговли в Нарынской области .....	23
<b>5. Основные выводы и заключения</b> .....	<b>24</b>
<b>Приложение 1. Структура анкеты исследования ММСП</b> .....	<b>25</b>
<b>Рисунки</b>	
Рисунок 1. Доля Нарынской области в ВВП страны и ВВП на человека в 2006–2018 гг., % и тыс. сом./ чел.....	6
Рисунок 2. Структура валового регионального продукта по секторам в Нарынской области в 2013–2017 гг., % .....	7
Рисунок 3. Нарынская область на карте Кыргызстана .....	7
Рисунок 4. Отбор торговых объектов на карте г. Нарына .....	12
Рисунок 5. Статус владения бизнеса .....	13
Рисунок 6. Возраст предпринимателей.....	13
Рисунок 7. Гендерный баланс опрошенных предпринимателей .....	14
Рисунок 8. Опыт работы в действующем бизнесе.....	14
Рисунок 9. Образование предпринимателей .....	14
Рисунок 10. Основная цель ведения бизнеса.....	14

---

Рисунок 11. Форма ведения бизнеса.....	15
Рисунок 12. Источники капитала для ведения бизнеса .....	15
Рисунок 13. Маркетинговые инструменты в сфере туризма.....	17
Рисунок 14. Распределение владения скота фермерами-животноводами по размеру стада на 1 фермерское хозяйство, по скоту и по численности фермеров, % .....	20
Рисунок 15. Распределение фермеров-животноводов по возрастным группам, %.....	20
Рисунок 16. Источники финансирования фермеров-животноводов, %.....	20
Рисунок 17. Форма регистрации бизнеса среди пчеловодов, % .....	21
Рисунок 18. Образование предпринимателей в сфере торговли, %.....	23

### Таблицы

Таблица 1. Классификация хозяйствующих субъектов по типам в зависимости от числа работников и оборота .....	8
Таблица 2. Отобранные села для обследования в Нарынском и Ат-Башинском районах	11
Таблица 3. Выборка объектов торговли в Нарынском и Ат-Башинском районах.....	11
Таблица 4. Окончательная география обследования и размер выборки .....	12
Таблица 5. Выборка респондентов фермеров по селам в Ат-Башинском и Нарынском районах .....	18

### Сокращения

КРС	Крупный рогатый скот
ММСП	Микро-, малое и среднее предпринимательство
МРС	Мелкий рогатый скот
НГУ	Нарынский государственный университет
ООО	Общество с ограниченной ответственностью
УЦА	Университет Центральной Азии

**Выражение признательности:**

Авторы доклада выражают благодарность Программе по развитию горных университетов (MUP), поддерживаемой Фондом Ага Хана (Женева, Швейцария) и администрируемой Университетом Центральной Азии. Авторы также благодарны руководству Нарынского государственного университета (НГУ) за поддержку в проведении исследования. Большую методическую помощь и поддержку в реализации исследования оказал д-р Канат Тилекеев, старший научный сотрудник Института государственного управления и политики Университета Центральной Азии.

Благодарность выражается исследовательской группе НГУ в составе Айгуль Сарбагышовой, Айгерим Думановой и Бурул Айдаровой, которая проводила опросы предпринимателей.

**Предисловие**

Ежегодно Университет Центральной Азии проводит различные исследования, в том числе направленные на изучение горных регионов. Нарынская область Кыргызстана, характеризуется удаленностью от административного центра и недостаточным уровнем экономического развития. Данная публикация является результатом коллаборации трех учебных заведений<sup>1</sup> в рамках проекта «Наращивание исследовательского потенциала региональных горных университетов через изучение развития сектора микро, малых и средних предприятий (ММСП) в Нарынской области (Кыргызская Республика) и Горно-Бадахшанской Автономной Области (Республика Таджикистан). В работе представлены результаты исследования сектора ММСП в Нарынской области, проведенного в 2019 году. В ходе совместной работы были разработаны методы и инструменты исследования, проведено обучение исследовательских команд национальных горных университетов, собраны данные, обработаны материалы. Данная публикация содержит данные проведенного обследования Нарынским Государственным Университетом (Кыргызстан) в регионе, их анализ, а также рекомендации по развитию малого и среднего предпринимательства в исследуемом регионе.

Стоит особо отметить, что Университет Центральной Азии заинтересован в развитии горных регионов в Центральной Азии, поскольку располагает университетскими кампусами в городах Нарын и Хорог и будет и далее прилагать усилия для развития исследовательского потенциала среди местных ученых и расширение банка научных данных и новых знаний о горных регионах Центральной Азии.

<sup>1</sup> Университет Центральной Азии, Нарынский Государственный Университет, Хорогский Государственный Университет

## 1. Введение

Нарынская область расположена в центральной части Кыргызстана и отличается своим горным ландшафтом, биоразнообразием, натуральными природными ресурсами – горными пастбищами, водными ресурсами и лесами. Сельское хозяйство является важнейшей отраслью экономики Нарынской области, где 80 % населения проживает в сельской местности. Регион специализируется на овцеводстве, разведении крупного рогатого скота, производстве зерновых, кормовых культур и картофеля. Развитию животноводства способствует наличие высокогорных обширных пастбищ и плодородной почвы в землях сельскохозяйственного назначения.

Между тем, несельскохозяйственная деятельность и источники дохода приобретают все большее значение для сельских домашних хозяйств. В первую очередь, это связано с тем, что в современных экономических условиях качество жизни сельского населения остается крайне неудовлетворительным вследствие низкой производительности сельского хозяйства. Большинство сельских домохозяйств не могут получать достаточный доход от одного вида деятельности и вынуждены искать другие источники получения средств. С этой целью многие сельские жители начали ориентироваться на развитие альтернативной занятости на селе. Развитие сектора микро-, малого и среднего предпринимательства помогает диверсификации сельской экономики. Под диверсификацией в данном случае понимается выход за пределы традиционных сельскохозяйственных видов деятельности, т.е. альтернативная занятость сельского населения в других секторах экономики – строительство, услуги транспорта и т.д., или самозанятости на селе – агротуризм, ремесленничество и прочая деятельность, не типичная исторически для большей части жителей сельской местности<sup>2</sup>.

Таким образом, альтернативная занятость в таких сферах, как пчеловодство, горный туризм, сбор лекарственных трав, торговля, и др. смежных по отношению к сельскохозяйственному производству, способствует получению дополнительных доходов сельского населения, что сейчас широко и активно практикуется в Нарынской области. Несмотря на то, что развитие альтернативной занятости является важным и признается как органами власти на государственном, областном уровнях, так и самим населением, развитие малого и среднего предпринимательства в Нарынской области тормозится множеством нерешенных проблем. Для выявления факторов роста и барьеров развития малого и среднего предпринимательства было проведено исследование предпринимателей в четырех секторах экономики в г. Нарын, Нарынском и Ат-Башинском районах Нарынской области. Секторами исследования были выбраны:

- сельское хозяйство – животноводство,
- пчеловодство,
- услуги – туризм,
- услуги – торговля.

В настоящей работе представлены результаты исследования сектора микро-, малого и среднего предпринимательства (ММСП) в Нарынской области, приведены методология исследования, а также анализ факторов, содействующих росту, и барьеров, препятствующих развитию ММСП.

<sup>2</sup> Зыкова Н.В., Иконникова О.В., Кононов О.Д., 2011, Диверсификация сельской экономики: проблемы и перспективы // Российское предпринимательство. № 11-2 (196). Ноябрь, 2011.

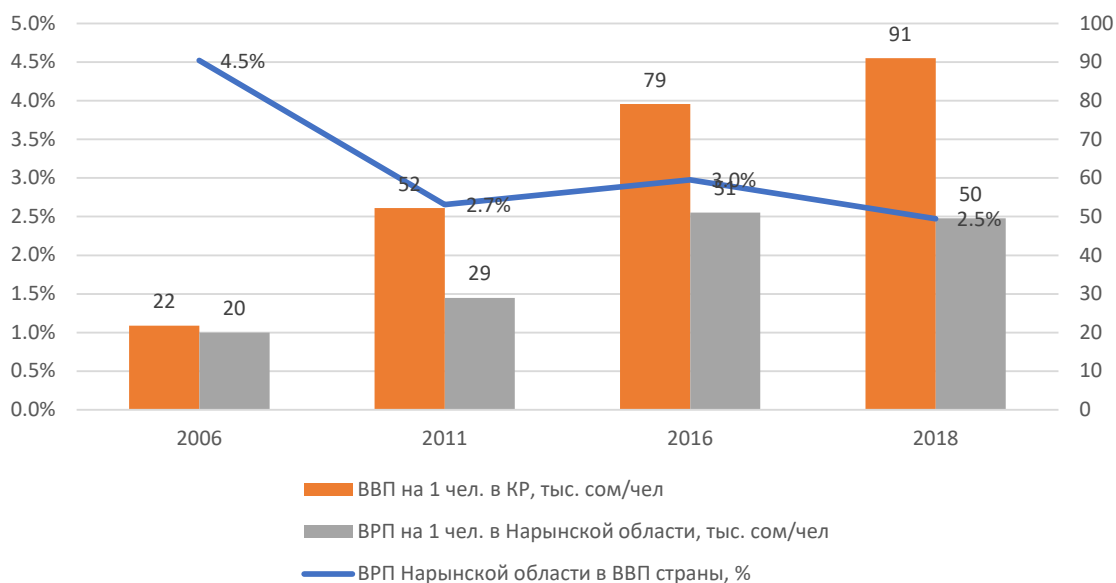
## 2. Обзор сектора ММСП в Нарынской области

### 2.1. Структура экономики Нарынской области

Нарынская область географически является самым крупным регионом в Кыргызской Республике. Общая площадь Нарынской области – 45,200 кв. км, что составляет почти четверть территории страны. При этом доля населения области составляет всего 4,5 % (284 тыс. из 6.3 млн жителей республики в 2018 г.). Областным центром является город Нарын. В состав Нарынской области входят 5 районов: Ак-Талинский, Ат-Башинский, Жумгалский, Кочкорский и Нарынский.

ММСП играет важную роль в развитии сельских районов Нарынской области. Доля области в ВВП страны невысока и постепенно снижается – за период с 2006 по 2018 г., доля области в экономике страны сократилась с 4,5 до 2,5 %. Динамика развития региона свидетельствует о том, что экономика региона растет гораздо медленнее, чем экономика страны в целом. Это подтверждается как падением доли области в ВВП, так и увеличивающимся разрывом в пересчете ВВП и ВРП на 1 жителя страны и региона соответственно (Рисунок 1).

Рисунок 1. Доля Нарынской области в ВВП страны и ВВП на человека в 2006–2018 гг., % и тыс. сом./чел.

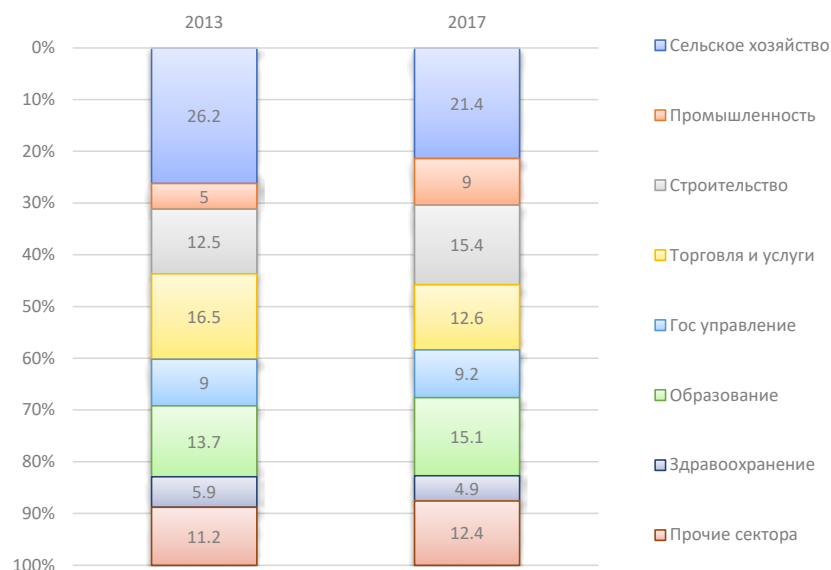


Источник: НСК

Структура ВРП области постепенно меняется. Доля сельского хозяйства сокращается (с 26 до 21 % между 2013 и 2017 гг.). Постепенно растет доля промышленности и строительства, сокращается доля торговли и услуг. Государственное управление и связанные с ним образование и здравоохранение составляют в сумме 29.2 % в 2017 г. в сравнении с 28.6% в 2013 г. В целом доля государственного сектора в экономике области довольно велика.



**Рисунок 2. Структура валового регионального продукта по секторам в Нарынской области в 2013–2017 гг., %**



Источник: НСК

**Рисунок 3. Нарынская область на карте Кыргызстана**



Источник: НСК

Несмотря на то, что Нарынская область является аграрной, традиционное сельскохозяйственное производство не решает проблемы экономического роста. Однако сельское хозяйство играет роль основной формы занятости в сельской местности в регионе. В то же время развитие ММСП в сельских местностях способствует обеспечению альтернативной возможности трудоустройства и увеличивает дополнительные доходы.

## 2.2. Законодательная база малого и среднего предпринимательства в Кыргызстане

В законодательстве Кыргызской Республики отсутствует унифицированное определение малого и среднего бизнеса. Официальный подход охватывает только деятельность предприятий, прошедших регистрацию и осуществляющих деятельность в форме юридических лиц. Классификация основных типов предприятий определена Постановлением Правительства № 78 для различных типов секторов экономики<sup>3</sup>.

**Таблица 1. Классификация хозяйствующих субъектов по типам в зависимости от числа работников и оборота**

	<b>Производство</b> Сельское хозяйство, строительство, горнодобывающая промышленность, перерабатывающая промышленность, производство и распределение энергии, газа и воды	<b>Услуги</b> Торговля и ремонт, транспорт и связь, финансы, образование, здравоохранение и другие услуги
<b>По численности работников (человек)</b>		
Особо малые предприятия (микропредприятия)	До 14 человек	До 6 человек
Малые предприятия	От 15 до 50 человек	От 7 до 15 человек
Средние предприятия	От 51 до 200 человек	От 16 до 50 человек
Большие предприятия	Свыше 200 человек	
<b>По обороту (тыс. сом.<sup>4</sup>)</b>		
Особо малые предприятия (микропредприятия)	До 150	До 230
Малые предприятия	От 150 до 500	От 230 до 500
Средние предприятия	От 500 до 2,000	
Большие предприятия	Свыше 2, 000	

Источник: Постановление Правительства № 78

Представленная классификация очевидным образом устарела, прежде всего, в части размера оборота малых и средних предприятий. Кроме того, приведенная классификация относится к деятельности зарегистрированных юридических лиц и не распространяется на предпринимательскую деятельность физических лиц или фермеров. В связи с этим Национальный статистический комитет Кыргызской Республики (НСК) использует смешанный подход для включения различных видов предпринимательской деятельности в Кыргызской Республике. Данная деятельность учитывается опосредованным путем через оценку экономической деятельности домашних хозяйств, прежде всего, что можно

<sup>3</sup> Постановление Правительства КР «Об основной схеме классификатора типов предприятий» № 78 от 17 февраля 1998 года, в редакции Постановления № 590 от 29 августа 2002 года.

<sup>4</sup> За период с 1998 по 2019 год обменный курс сома к доллару США упал с 20,77 сом до 69.79 – в три с лишним раза. Источник: nbk.kg

классифицировать как малое предпринимательство. Многие домашние хозяйства также осуществляют коммерческую деятельность в форме некорпоративных предприятий, созданных для производства товаров и услуг как для продажи, так и для собственного использования. Этот сектор включает в себя:

- частную сельскую домашнюю деятельность на приусадебном участке,
- индивидуальную предпринимательскую деятельность без наемного труда,
- индивидуальные крестьянские хозяйства.

В важных растущих секторах, таких как торговля, строительство, услуги, доля индивидуальных предпринимателей является значительной. Кроме того, в сельском хозяйстве 95 % всей продукции производится крестьянскими хозяйствами и сельскими домохозяйствами. Крестьянские хозяйства платят только земельный налог и социальный налог (равный земельному налогу) и небольшую сумму за выпас скота. В общих затратах расчетная налоговая нагрузка на фермеров не превышает 1 % стоимости произведенной продукции. Переход от статуса крестьянского хозяйства в сельскохозяйственный кооператив или создание предприятия по агропереработке также увеличивает налоговую нагрузку.

Предприятия микро-, малого и среднего бизнеса используют преимущество использования упрощенного налогообложения на основе регулярной оплаты патента, а также упрощенной формы индивидуального предпринимательства без образования юридического лица. Позднее в результате государственной поддержки малого предпринимательства был введен термин малое предпринимательство – как предпринимательская деятельность физических лиц без образования юридического лица и деятельность организаций и предприятий, не превышающих регистрационный порог по НДС. Порог, помимо оборота, был установлен и на число работников, занятых в бизнесе: в промышленности – 35 человек; в строительстве – 75 человек; на транспорте – 35 человек; в сельском хозяйстве – 50 человек; в научно-технической сфере – 25 человек; в оптовой торговле – 30 человек; в розничной торговле и бытовом обслуживании населения – 25 человек; в остальных отраслях и при осуществлении других видов деятельности – 25 человек<sup>5</sup>. Работа по такой форме предпринимательства (по патенту и упрощенной форме предпринимательства) проста, не требует ведения бухгалтерского учета и отчетности в статистические органы, а ставки налогов и социальных выплат являются фиксированными и низкими. Переход от формы малого предпринимателя приводит к увеличению налоговой нагрузки<sup>6</sup>, что делает малое предпринимательство популярной формой деловых операций в стране. Кстати, такой режим операций фактически противоречит классификации границ малого и среднего предпринимательства, установленной Постановлением Правительства КР в начале 2000-х и так и не отмененной до настоящего времени. Таким образом, микро-, малое и среднее предпринимательство включает в себя индивидуальных предпринимателей (работающих по патенту и предпринимательство без образования юридического лица), крестьянские хозяйства, а также малые и средние предприятия, зарегистрированные как юридические лица.

5 Ст. 3 Закона КР «О государственной поддержке малого предпринимательства» от 25 мая 2007 года № 73

6 Согласно ст. 153 Налогового кодекса КР от 17 октября 2008 года № 230 порог оборота операций малого предпринимательства равен регистрационному порогу по НДС и составляет 8 млн сомов в год. Среднегодовой курс национальной кыргызской валюты (кыргызского сома) за 2019 год составляет 69,79 сом. за 1 доллар США.

### 3. Обследование ММСП в Нарынской области

С мая по апрель 2019 г. в Нарынской области командой Нарынского государственного университета проводилось обследование микро-, малого и среднего бизнесов. С этой целью были отобраны четыре сектора, обеспечивающие рост экономики: сельское хозяйство, услуги (туризм и гостиничное дело), торговля и пчеловодство. В качестве кейс-стади был рассмотрен сбор горных, лекарственных трав.

#### 3.1. Методология формирования выборки

В проведении исследования были применены несколько способов формирования выборки на разных уровнях. Полномасштабное количественное исследование со статистически значимым уровнем репрезентативности не было целью данного исследования. Скорее, целью было идентифицировать основные виды ММСП и их проблемы, как типичные для региона, так и представляющие ценность в виде новых видов деятельности в Нарынском регионе. В формировании выборки и разработке инструментария исследования были применены методы, характерные для количественных методов – метод случайной выборки, а также использование анкеты. Это позволяет характеризовать настоящее исследование как качественное исследование с элементами количественных методов.

Для выбора районов исследования был применен принцип присутствия всех четырех видов бизнеса – животноводства, пчеловодства, туризма и торговли. Это позволило сократить зону исследования сельской страты до Нарынского и Ат-Башинского районов. В качестве исследования городского малого и среднего был выбран город Нарын, как единственный город в регионе.

Нарынский и Ат-Башинский районы являются наиболее высокогорными районами Нарынской области. В силу климатических условий основным приоритетом экономического развития является животноводство. Более 80 % жителей этих районов занимаются разведением крупного и мелкого рогатого скота. Кроме того, Ат-Башинский район является единственным в Нарынской области, где разводят яков, и славится большим скотным рынком. Покупатели приезжают на этот рынок из других областей Кыргызстана, а также из ближнего и дальнего зарубежья. Население Ат-Башинского района на начало 2019 г. составляло 49 238 человек, в Нарынском районе – 44080 человек. В состав Ат-Башинского района входят 19 населенных (сельских) пунктов и 11 айыльных округов, а в состав Нарынского района – 14 населенных (сельских) пунктов и 14 айыльных округов.

Внутри районов в первую очередь был выбран айыльный округ методом случайного отбора, затем с помощью этого же метода были выбраны села. Методом случайного отбора на трех уровнях (район – айыльный округ – село) были выбраны зоны для исследования по секторам – **сельское хозяйство и торговля**. В каждом из районов были отобраны по пять сел для обследования.

Для выбора исследования сферы **услуг (туризм, гостиничный бизнес), пчеловодства и горные, лекарственные травы** был применен метод снежного кома, так как эти сферы встречаются не во всех сельских общинах районов. Исследование по этим секторам проводилось в Нарынском, Ат-Башинском районах и г.Нарын. При выборе целевой территории для исследования основное внимание было уделено плотности населения и целевых объектов исследования.

Таблица 2. Отобранные села для обследования в Нарынском и Ат-Башинском районах

Ат-Башинский район		Нарынский район	
Аильный округ	Село	Аильный округ	Село
Ат-Башы	Ат-Башы	Доболу	Доболу
Ак-Жар	Ак-Жар	Казан-Куйган	Казан-Куйган
Ача-Кайынды	Ача-Кайынды	Эмгекчил	Эмгекчил
Кара-Суу	Кара-Суу	Таш-Башат	Таш-Башат
Кызыл-Туу	Кызыл-Туу	Учкун	Куланак

Источник: данные обследования

### Выбор сел и респондентов в Ат-Башинском и Нарынском районах

Отбор села для исследования был начат с листинга. Листинг торговых объектов был проведен в 10 ранее отобранных методом случайного отбора для исследования сел по Ат-Башинскому и Нарынскому районам. Данные были получены из управления государственной статистики Нарынской области, а затем дополнены информацией из Ат-Башинской и Нарынской районных администраций. Выбор села определялся размером населенного пункта и соответственно численностью торговых объектов. Таким образом, случайный отбор был применен внутри трех отобранных сел (Таблица 3):

- По Ат-Башинскому району – село Ат-Башы,
- По Нарынскому району – села Доболу и Куланак.

Так как 80 % торговых объектов в селе Ат-Башы расположены в центральной части села, то торговые объекты были выбраны с расчетом каждый второй по обе стороны центральной улицы, начиная с центра села.

Таблица 3. Выборка объектов торговли в Нарынском и Ат-Башинском районах

№	Село	Количество торговых объектов, единиц	Выборка
<b>Ат-Башинский район</b>			
1	Ак-Жар	5	
2	Ат-Башы	597	5
3	Кара-Суу	7	
4	Ача-Кайынды	6	
5	Кызыл-Туу	4	
		619	5
<b>Нарынский район</b>			
1	Доболу	8	2
2	Таш Башат	5	
3	Эмгекчил	5	
4	Куланак	13	3
5	Казан Куйган	2	
	Всего:	33	5

Источник: данные обследования

### Выбор респондентов в сфере торговли в г.Нарын

Для проведения исследования в г. Нарын были получены данные из управления государственной статистики Нарынской области. Число торговых объектов в г. Нарын на начало 2018 года составило 1336. Из них оптовых – 23, а розничных – 1313. Для выбора целевых респондентов была использована карта города. Для равноудаленного размещения единиц обследования карта города была разделена на равные квадраты с дистанцией в 2 километра. Объекты исследования были выбраны поочередно в каждом из двухкилометровых квадратов по очереди с левой и правой стороны улицы (Рисунок 4). В каждом квадрате было опрошено по одному объекту для исследования.

Рисунок 4. Отбор торговых объектов на карте г. Нарына



Источник: [www.maps.google.com](http://www.maps.google.com)

### 3.2. Инструментарий и процесс проведения обследования

Сбор эмпирических данных проводился путем сбора количественных данных в сферах фермерского хозяйства, услуг туризма, гостиничного бизнеса и торговли. Для сбора данных в этих сферах были использованы подготовленные анкеты.

Для сбора данных в сфере пчеловодства был использован качественный метод полуструктурированного фокусированного интервью, чтобы получить более подробную информацию по меньшему числу вопросов. В ходе интервью задавались дополнительные вопросы по ситуации, которые были направлены на углубленное изучение этих видов бизнеса. Структура анкеты подробнее представлена в Приложении 1.

Таблица 4. Окончательная география обследования и размер выборки

Сфера исследования	Ат-Башинский район	Нарынский район	г. Нарын	Итого
Туризм	5	5	10	20
Пчеловодство	10	-	5	15
Сельское хозяйство	20	20	-	40
Торговля	10	-	10	20
Итого	45	25	25	95
Кейс стади				
Сфера исследования	Нарынский район		Итого	
Сбор горных, диких лекарственных трав	Село Эмгекчил		2	

Источник: данные обследования

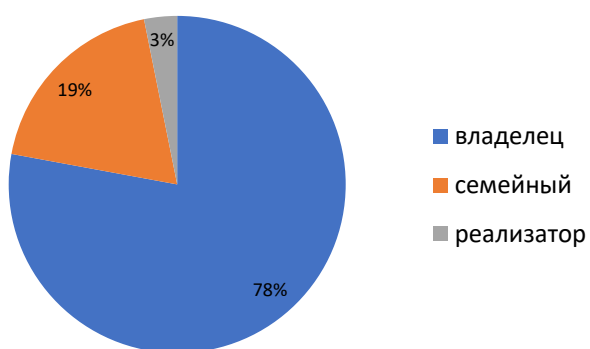
Вопросы были заранее подготовлены и четко зачитаны респондентам, а ответы и другие осознанные реакции на них были зафиксированы и зарегистрированы. Продолжительность анкетирования и интервью респондентов составила от 45 мин до 1,5 часов. Таким образом, в сфере торговли были опрошены по г. Нарын – 10 респондентов, по Нарынскому району – 5 респондентов, по Ат-Башинскому району – 5. Объектов в сфере пчеловодства всего было опрошено по г. Нарын – 5 и по Ат-Башинскому району – 10. В сфере сельского хозяйства по Нарынскому и Ат-Башинскому районам было опрошено по 20 респондентов в каждом. Для обследования в сфере туризма по г. Нарын были опрошены 10 респондентов, по Нарынскому и Ат-Башинскому районам – по 5.

## 4. Основные результаты обследования

### 4.1. Профиль ММСП в Нарынской области

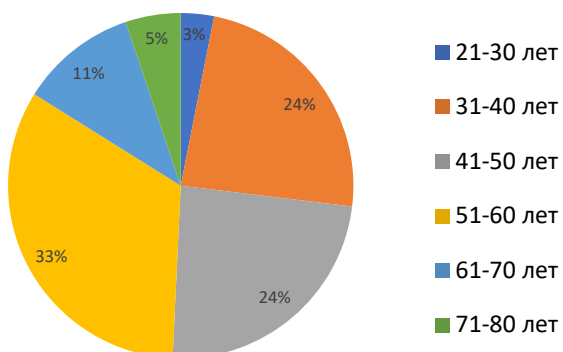
В результате опроса было опрошено 95 предпринимателей, работающих в сфере торговли, пчеловодства, туризма и сельского хозяйства, а также занимающихся сбором горных, лекарственных трав. 85 % респондентов являются индивидуальными предпринимателями и 75 % – владельцами бизнеса. У остальных респондентов бизнес – семейный (22 %) и лишь 3 % являются наемными работниками. Фактически такая структура владения бизнеса формирует структуру рынка занятости в секторе ММСП, характерную как для области, так и для страны в целом в условиях мелкотоварного бизнеса, фактически реализующегося через концепцию семейного бизнеса.

Рисунок 5. Статус владения бизнеса



Источник: данные обследования

Рисунок 6. Возраст предпринимателей



Источник: данные обследования

Среди опрошенных респондентов доля молодых предпринимателей (в возрасте до 30 лет) практически отсутствует (всего 3 %). Почти четверть предпринимателей (24 %) в возрасте 31–40 лет и такая же доля в возрасте 41–50 лет. Еще треть предпринимателей в возрасте от 51 до 60 лет. В целом надо отметить, что опрошенные предприниматели в среднем старше 40 лет, что опять-таки характеризует данную группу преимущественно как владельцев семейного бизнеса. В основную описанную возрастную группу предпринимателей от 31 до 60 лет входят 82 % всех респондентов (Рисунок 6).

Большинство предпринимателей составляют мужчины – 69 % выборки. Женщины-предприниматели ведут активный бизнес, прежде всего, в сферах торговли и туризма и составляют 31 % выборки (Рисунок 7).

Рисунок 7. Гендерный баланс опрошенных предпринимателей

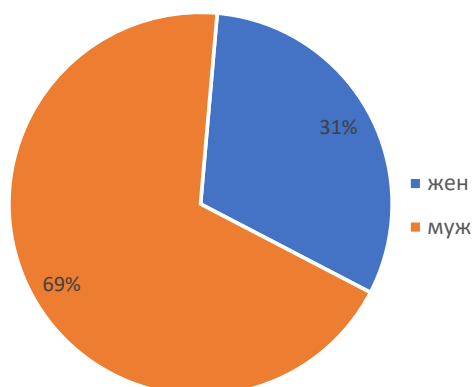
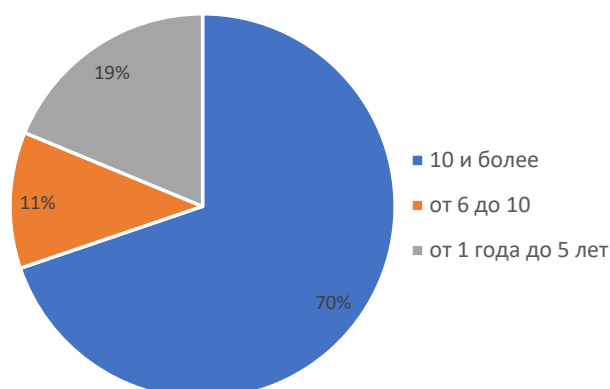


Рисунок 8. Опыт работы в действующем бизнесе



Источник: данные обследования

Большинство предпринимателей (70 %) имеют многолетний опыт в своем бизнесе (от 10 и более лет) и лишь немногие (19 % и 11 %) – от 1 до 5 и до 10 лет соответственно.

Однако несмотря на многолетний опыт работы в своем бизнесе, высшее образование имеют 25 % опрошенных респондентов. Еще 25 % имеют среднее специальное образование и являются специалистами той или иной специализации. Оставшаяся половина предпринимателей имеют только школьное среднее образование (44 %) и среднее неполное образование (6 %).

Рисунок 9. Образование предпринимателей

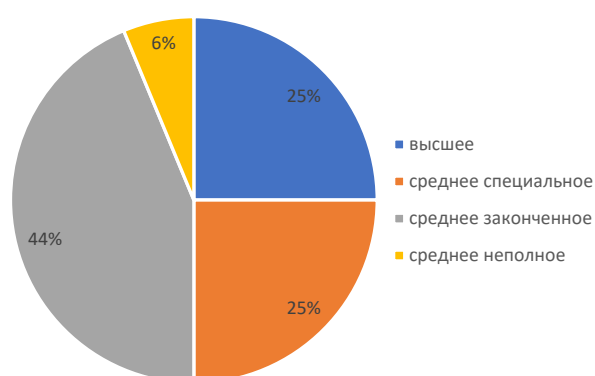
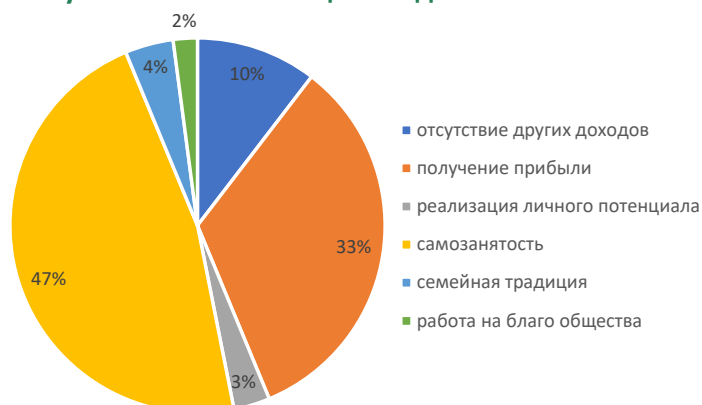


Рисунок 10. Основная цель ведения бизнеса



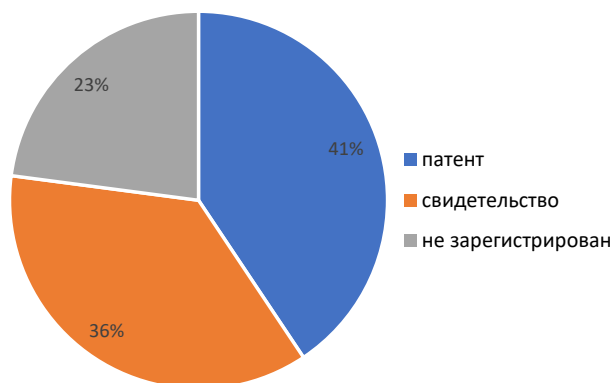
Источник: данные обследования

Предпринимательская деятельность для разных респондентов имеет разное значение. Всего треть респондентов (33 %) занимаются бизнесом для получения прибыли, тогда как почти половина (47 %) – для обеспечения самозанятости. Кроме того, 10 % предпринимателей пришли к занятию бизнесом из-за отсутствия других источников дохода. Для небольшой доли предпринимателей мотивацией для занятия бизнесом является реализация личного потенциала (3 %), продолжение семейной традиции (4 %) и работа на благо общества (2 %).



Среди опрошенных респондентов почти половина обследованных предпринимателей осуществляют свою деятельность на патентной основе (47 %), еще 36 % работают на основе свидетельства предпринимателя. 23 % респондентов не зарегистрировали свой бизнес официально по разным причинам – нестабильный доход и отсутствие необходимости работать на основании какого-либо юридического документа. Помимо недостаточной юридической грамотности предпринимателей отсутствие регистрации может сигнализировать о недостаточном обороте бизнеса, что делает регистрацию и налоговые выплаты обременительными даже при сравнительно небольших ставках налогов и социальных отчислений. Дополнительно нужно отметить, что среди незарегистрированного МСБ преобладают представители фермерских хозяйств и пчеловодства.

Рисунок 11. Форма ведения бизнеса



Источник: данные обследования

Ведение бизнеса требует определенных финансовых издержек. Источниками финансирования бизнеса являются собственные и заемные средства. Так как сбережения есть не у всех опрошенных респондентов, то многие предприниматели вынуждены брать кредиты для ведения своего бизнеса. Таким образом, использование кредитов широко распространено среди опрошенных респондентов (88 % случаев). Остальные предпочитают использовать свои собственные средства и помощь со стороны родственников (12 %). Из опрошенных респондентов только один человек не ответил, а один указал сразу два вида заемных средств. Остальные респонденты указывали один источник финансирования – либо собственные, либо заемные средства. Из заемных средств равная доля (по 33 %) у коммерческих и микрокредитных финансовых организаций. Доля государственных банков равна 22 %.

Рисунок 12. Источники капитала для ведения бизнеса



Источник: данные обследования

#### 4.2. Обзор сектора туризма в Нарынской области

Нарынский и Ат-Башинский районы, как и остальные районы Нарынской области, обладают привлекательными туристическими ресурсами, среди которых можно выделить живописные перевалы и ущелья, высокие горы, бурные реки и высокогорные озера, вечные снега и ледники. Эти районы обладают исторической ценностью и культурой, сохранившейся в сравнении с таковой в других регионах страны, которая привлекает как зарубежных, так и местных туристов.

По данным общественных объединений области в сфере туризма<sup>7</sup>, количество туристических предприятий в целевых районах в 2019 г. составило 31 объект – 10 туристических объектов расположены в г. Нарын, 8 – в Нарынском районе и 13 – в Ат-Башинском районе.

### **Выбор сел и респондентов сферы туризма**

Несмотря на высокий потенциал развития туризма в Ат-Башинском и Нарынском районах, данный вид услуги имеется не во всех селах. Поэтому для проведения исследования в этой сфере выбор респондентов был осуществлен методом снежного кома. Так как выбор сел и респондентов в них основывался на целевом подходе, то метод исследования данной группы можно отнести к качественным методам. После предварительного изучения для исследования туризма были выбраны 3 села из Ат-Башинского района и 4 села из Нарынского района, а также город Нарын.

### **Форма регистрации бизнеса**

Всего было опрошено 20 респондентов. В основном данный бизнес является семейным и служит основным источником семейного дохода. Согласно информации опрошенных респондентов 90 % обследованных бизнесов туристической сферы зарегистрированы и 10 % не имеют регистрации. Из зарегистрированных бизнесов туризма осуществляют свою деятельность на патентной основе 65 % предпринимателей, работают со свидетельствами – 20 % и зарегистрированы как общественное объединение 5 %.

### **Образование и опыт работы**

Образование у предпринимателей в данной сфере разное. Не все опрошенные предприниматели проходили специальное обучение, многие научились данному бизнесу на практике. Их опыт работы составляет от 2 до 30 лет. Работа является сезонной, и активная продолжительность туристического сезона длится от 1 до 5 и иногда 6 месяцев. Почти 90 % предпринимателей данной сферы обеспечивают сезонными рабочими местами местных работников и сами обучают своих работников навыкам обслуживания туристов. Каждый предприниматель в сезон работы обеспечивает рабочие места для 10–15 человек. В сезон работы, как для самих предпринимателей, так и для наемных работников, данный бизнес является основным источником дохода.

### **Предоставляемые услуги и прибытие посетителей**

Основной целью туристического предпринимательства предприятий является получение прибыли, и предприниматели этой сферы прилагают все свои усилия для развития туристической отрасли и привлечения туристов. Основными компонентами туристического продукта, предоставляемого туристическим бизнесом, являются разные типы услуг, такие как трансфер до отеля / гостевого дома и обратно; езда верхом и конные туры; трекинг; услуги гида-переводчика; проживание в юрточном лагере, гостиничном доме; кумысолечение; альпинизм; бронирование авиабилетов; визовая поддержка; бронирование отеля; дополнительные гостиничные услуги; показ процесса изготовления войлочных традиционных изделий и их продажа; демонстрация национальных игр; организация концертных номеров на традиционных музыкальных инструментах. Большинство туристов в Нарынскую область приезжают из разных зарубежных стран:

- СНГ – Россия, Казахстан;
- Страны дальнего зарубежья – Франция, Бельгия, Германия, Голландия, Швеция, Дания, Швейцария, Испания, Италия, Польша, страны Прибалтики, Япония, Корея, Китай, Филиппины, США, Мексика, Израиль, Арабские Эмираты, Австралия.

7 ОО «Нарын Саякат», ОО «СВТ Нарын» и «Дестинация Ат-Башы».

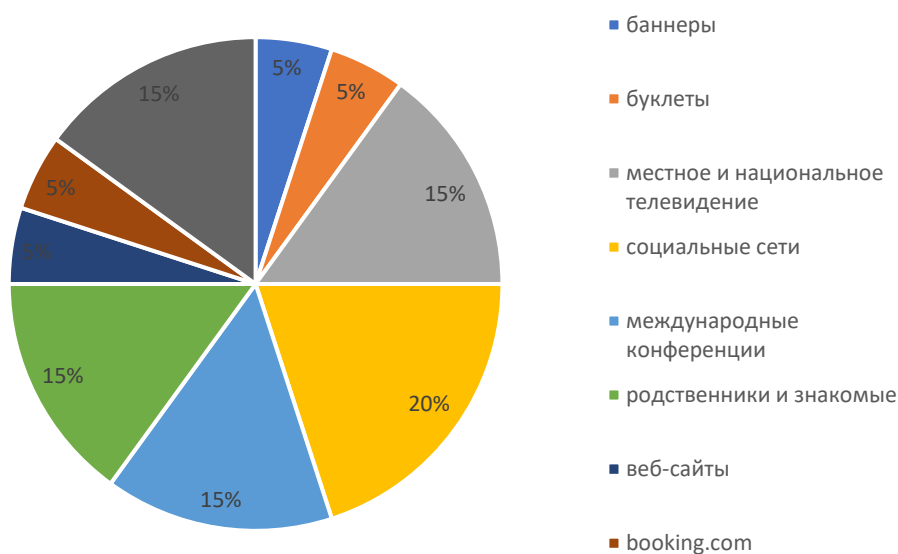
### Инвестиции, маркетинг и капитал

Почти 90 % опрошенных респондентов планируют расширить свой бизнес и инвестируют в целях улучшения качества сервиса. Предприниматели данной сферы инвестируют в основном покупку лошадей, юрты, посуды и создание более благоприятных бытовых условий для туристов, например, строительство санузлов, проведение интернета, установка солнечных батарей.

80 % предпринимателей используют разные маркетинговые инструменты для привлечения туристов. Размещают рекламу на местном и национальном телевидении (15 %); 20 % распространяют информацию через социальные сети (Facebook, Instagram, Odnoklassniki и др.); принимают участие в международных конференциях (15 %), пользуются услугами друзей, родственников и знакомых (14 %); распространяют информацию через свои веб-сайты (5 %); загружают информацию на booking.com (5 %); сотрудничают с туристическими компаниями (15 %).

30 % предпринимателей в сфере туризма работают за счет собственного капитала, однако 70 % вынуждены брать кредиты из разных источников – государственных и, коммерческих банков, микрофинансовых организаций. Проценты кредитов составляют от 10 до 28 % годовых. Большая часть кредитов требует наличия залогового обеспечения – недвижимость (дом) или землю.

Рисунок 13. Маркетинговые инструменты в сфере туризма



Источник: данные обследования

### Барьеры, препятствующие развитию туризма

Несмотря на богатый природный, исторический и культурный потенциал туризма в Нарынской области существует ряд препятствий его развитию. Главными проблемами развития туризма являются:

- Источники финансирования – многим предпринимателям данной сферы не хватает финансовых средств на развитие своего бизнеса. Кредитные ставки слишком высоки, чтобы реализовывать долгосрочные инвестиции.
- Качество услуг, предоставляемых предпринимателями в сфере туризма, недостаточ-

ное – предприниматели демонстрируют слабое знание иностранных языков, местной географии и истории.

- Административные барьеры – процесс получения земли для туристической деятельности весьма сложный.
- Короткий туристический сезон – только летние месяцы, отсутствие зимнего туристического продукта.
- Туристические маршруты в ограниченном количестве, недостаточно средств вкладывается в создание местного туристического продукта – исторические достопримечательности, музеи, туристические события (фестивали).
- Базовая инфраструктура слабо развита – доступ интернета, мобильной связи и дорог.
- Маркетинговая компания по продвижению туристического потенциала Нарынской области также представляется недостаточной.

### 4.3. Обзор сельскохозяйственной деятельности в Нарынской области

#### Профиль фермерского хозяйства

Важность сельскохозяйственной деятельности в Нарынской области определяется широкой распространенностью фермерства среди большей части сельского населения области. Основой сельскохозяйственной деятельности является животноводство. Большая часть населения имеет скот, но не всегда эта деятельность имеет экономический характер и зачастую используется в качестве «буферной роли», то есть играет роль средства сбережения, своего рода страховкой в случае различного рода шоков.

#### Выбор сел и респондентов

Села были отобраны случайным образом – по 5 сел из Ат-Башинского и Нарынского районов. Для проведения исследования в каждом из сел был сделан листинг. Листинг был проведен во всех 10 селах, которые были отобраны случайным образом для исследования. Данные о количестве фермерских хозяйств были получены из айылных округов. Для пропорционального распределения единиц была определена относительная величина удельного веса каждого села, чтобы выбрать пропорционально примерно равномерное число единиц для исследования в каждом селе в зависимости от общего количества фермерских хозяйств.

Таблица 5. Выборка респондентов фермеров по селам в Ат-Башинском и Нарынском районах

№	Село	Количество фермерских хозяйств	Удельный вес села в выборке %	Выборка респондентов по селам, единиц
<b>Ат-Башинский район</b>				
1	Ак –Жар	416	15	3
2	Кара- Суу	1099	40	8
3	Ача-Кайынды	497	18	4
4	Кызыл-Туу	619	22	4
5	Ат-Башы	144	5	1
Величина генеральной совокупности по району		2775	100	20

Нарынский район				
1	Ак -Жар	295	16	3
2	Кара- Суу	258	14	3
3	Ача-Кайынды	419	22	4
4	Кызыл-Туу	637	34	7
5	Ат-Башы	265	14	3
Величина генеральной совокупности по району		1874	100	20

Источник: данные обследования

### Животноводство

Общее количество животных у опрошенных респондентов составило в расчете на 1 фермерское хозяйство: крупного рогатого скота (коровы, быки, телята) – 8,2 головы, мелкого рогатого скота (овцы, козы всех возрастов) – 62,1 голов и 5,6 голов лошадей. Чтобы подсчитать общую численность скота на 1 фермерское хозяйство, был произведен перерасчет всех сельскохозяйственных животных в условные головы для сравнительного анализа размера стада между фермерами-животноводцами<sup>8</sup>. Таким образом, средний размер поголовья сельскохозяйственных животных в выборке равен 26,1 условных голов скота.

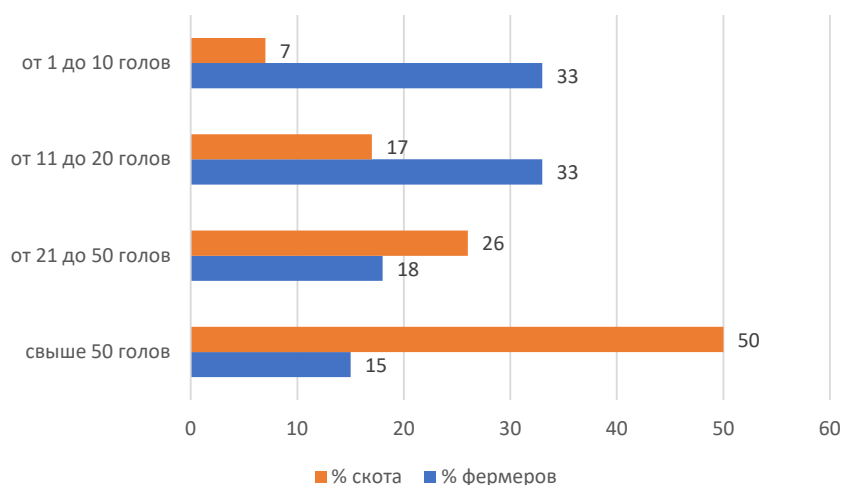
Распределение скота между фермерами животноводцами неравномерно (Рисунок 14). Так, в первой группе фермеров со стадом от 1 до 19 условных голов скота числится треть всех фермеров, но владеют они лишь 7 % общего числа скота. В то же время 15 % фермеров в последней группе фермеров со стадом свыше 50 голов скота содержится половина всех сельскохозяйственных животных.

Фермеры продают свой скот в случаях различного рода шоков – экономических, семейных, природных. Продаются они свой скот, ориентируясь на рыночные цены, причем зачастую продаются ниже рыночной цены. В основном фермеры-животноводцы стараются продавать свой скот во время мусульманских праздников (айт мубарак), когда рыночная ситуация благоприятна – повышенный спрос. Обычно в эти дни покупатели приезжают из Казахстана, Ирана и Китая. Ежегодно фермеры-животноводцы продают примерно 13–14 % поголовья.

Основная часть фермеров не делают акцент на разведении высокопродуктивных породных животных. Так, они не разводят специальных быков мясной или молочной породы, в части выращивания овец, фермеры-животноводцы также не делают акцент на породу баранов тонкорунного или мясного направления для ведения бизнеса. Кроме того, фермеры-животноводцы зачастую не занимаются специально откармливанием своих животных в целях бизнеса. Вызвано это чаще всего недостаточно развитой кормовой базой. Отсюда можно сделать заключение, что животноводство для фермеров является, прежде всего, не источником дохода, а образом жизни. Никто из фермеров-животноводцев не отметил, что занимается этим бизнесом для зарабатывания денег. Единственной опцией, выбранной ими, было обеспечение самозанятости.

8 Расчет был произведен на основе типового положения о порядке установления платы за использование пастбищ, утвержденного Постановлением Правительства КР от 19.06.2009 года № 386 ; 1 голова КРС, яков равна 1 условной голове (УГ), овцы и козы – 0,2 УГ, лошади – 1 УГ.

**Рисунок 14. Распределение владения скота фермерами-животноводами по размеру стада на 1 фермерское хозяйство, по скоту и по численности фермеров, %**

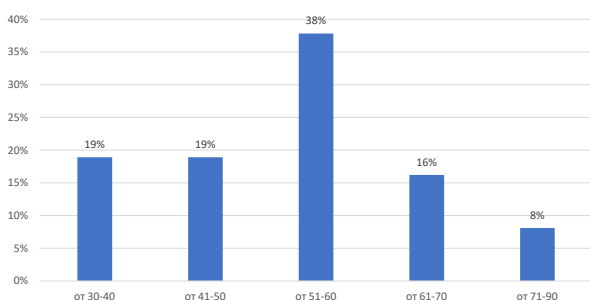


Источник: данные обследования

Отмечено, что жизненный уровень многих фермеров-животноводов, ограничивающихся только животноводством, ниже по сравнению с уровнем домохозяйств, занимающихся альтернативными работами для получения дохода – работой на постоянной основе, сезонной работой по найму на стройках, получения доходов от мигрантов, торговли и других сфер деятельности. Среди опрошенных респондентов фермерским хозяйством в основном занимаются люди старшего возраста – доля фермеров в возрасте свыше 50 лет составляет 62 %. Доля 30–40-летних фермеров-животноводов составляет по 19 % в каждой группе. Фермеров моложе 30 лет в выборке нет.

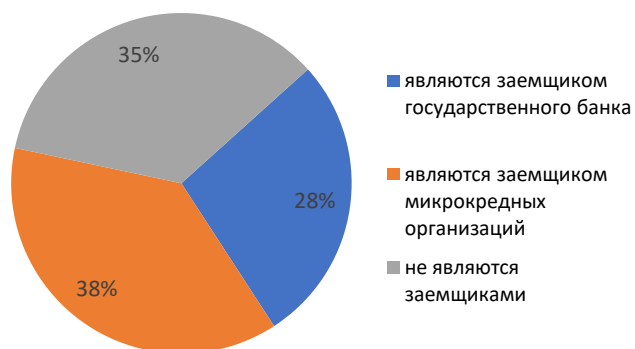
Более 65 % фермеров-животноводов являются заемщиками банков и микрокредитных организаций (см Рисунок 16). Доля микрокредитных организаций составляет 38 %, тогда как 28 % получают средства в государственных банках. Фермеры берут кредиты в основном для расширения своего хозяйства, а именно для покупки животных. Нужно отметить, что доля фермеров-животноводов, не берущих кредит (35 %), заметно выше, чем в целом по выборке.

**Рисунок 15. Распределение фермеров-животноводов по возрастным группам, %**



Источник: данные обследования

**Рисунок 16. Источники финансирования фермеров-животноводов, %**



Источник: данные обследования

#### 4.4. Обзор пчеловодства в Нарынской области

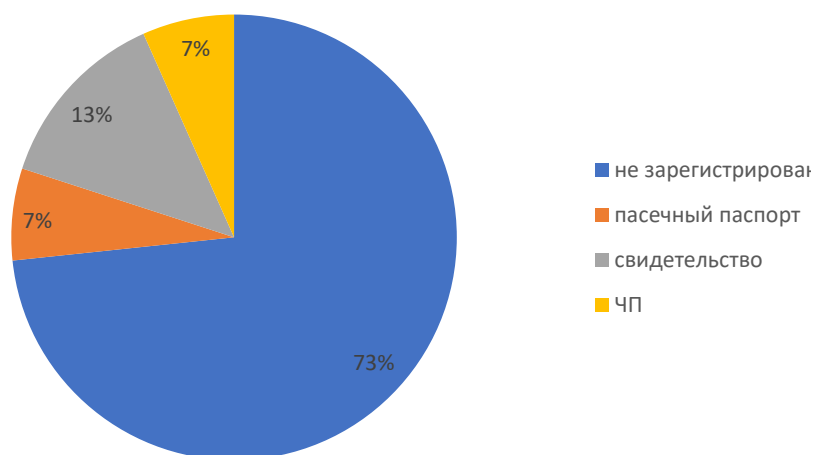
##### Профиль пчеловодческой отрасли

Пчеловодство является одной из значимых отраслей сельскохозяйственного производства, которая положительно влияет на повышение урожайности сельскохозяйственных посевов многих сельскохозяйственных культур. В Ат-Башинском районе и г. Нарын пчеловодство начало развиваться более ускоренными темпами в последние 5 лет. Мед, получаемый пчеловодами в этих регионах, считается более натуральным, что обеспечивает ему призовые места на международных выставках меда. Качество меда обусловлено географической удаленностью от больших городов с неблагоприятной экологией.

##### Выбор села и респондентов.

По данным ОО «Нарын Уюк»<sup>9</sup>, количество пчеловодов в 2019 г. составило 78. Из них 10 живут в г. Нарын, а 68 – в селе Ат-Баши. Из 68 пчеловодов в Ат-Баши методом случайной выборки было определено 10 респондентов. В г. Нарын также случайным методом было отобрано 5 респондентов.

Рисунок 17. Форма регистрации бизнеса среди пчеловодов, %



Источник: данные обследования

##### Форма регистрации бизнеса

Всего было опрошено 15 респондентов. Из них 27 % зарегистрированы официально и работают на основе свидетельства (7 %), пасечного паспорта (7 %) и патента (23 %). Оставшиеся 73 % не регистрировали свой бизнес.

##### Образование и опыт работы

Образование у предпринимателей-пчеловодов разное. Многие из них являются специалистами в других сферах и работали в других направлениях, их опыт работы составляет от 2 до 20 лет. Многие предприниматели не проходили специального обучения, в основном они научились вести свой бизнес методом проб и ошибок на практике и обучают других начинающих пчеловодов. Пчеловодство является сезонной работой. Активная продолжительность добычи меда длится от 2 до 4 месяцев. При этом все предприниматели

9 ОО «Нарын Уюк» – добровольное общество пчеловодов Нарынской области, объединенных общими интересами, прежде всего, развитием пчеловодства в регионе.

данной сферы круглый год заняты уходом за пчелами и подготовкой к предстоящему сезону. Для большинства пчеловодов этот бизнес является основным источником дохода.

### **Кредиты, займы и сбережения**

Почти все опрошенные пчеловоды брали кредит, когда начинали свой бизнес. На момент исследования почти 70 % пчеловодов имеют собственный капитал для развития бизнеса, так как получаемая продукция полностью покрывает расходы. Остальные 30 % являются заемщиками разных микрофинансовых и микрокредитных организаций.

### **Маркетинг**

В последние 5 лет атбашинский и нарынский мед приобретает все большую популярность на национальном уровне и за рубежом и сегодня экспортируется в Китай, Японию, ОАЭ, Корею и Турцию. К сожалению, местные производители меда не имеют прямых контактов с покупателями из-за рубежа. Из-за отсутствия прямых связей с зарубежными покупателями им приходится сотрудничать с посредниками – частными лицами из Бишкека, чтобы продать свою продукцию. Стоимость меда за один килограмм составляет 250 сомов. Респонденты отмечают, что, если бы они знали пути выхода к зарубежным покупателям, их мед продавался бы дороже. Однако зачастую пчеловоды не могут продать свою продукцию и приходится ждать целую зиму и в конце отдавать один килограмм за 170–200 сомов. Посредников пчеловоды встречают на ярмарках меда, которые проводятся ежегодно в Бишкеке.

### **Сезонные передвижения в поисках цветов**

В начале сезона пчеловоды начинают искать благоприятные места с цветущими растениями для питания пчел, иначе пчелы будут требовать подкормку, которая пчеловодами называется «взятка». С этой целью пасеки мигрируют в те места, где начинается цветение плодовых культур. Так как яблони и абрикосы начинают цвести рано в Бишкеке и Чуйской области, пчеловоды в апреле открывают новый сезон в этих районах. В мае пасеки перемещаются в сторону села Жан-Булак Нарынской области. Несмотря на то, что село Жан-Булак находится всего лишь в 30 км от города Нарын, оно имеет благоприятный мягкий климат, способствующий раннему цветению полевых цветков и колючек. Здесь в начале июня пчеловоды откачивают первый майский мед. В июне на полях начинается цветение эспарцета, из которого пчелы производят мед высшего качества – белый мед. В первой половине июля в селе Жан-Булак начинается покос эспарцета. Это обуславливает смену села Жан-Булак на местности Чар, Сары-Коо и Биринчи май Ат-Башинского района. Далее пчеловоды едут в горные местности Ат-Башинского района – села Талды-Суу и Озгоруш, где остаются до середины августа и получают горный разнотравный мед. В середине августа пасеки вновь перемещаются в село Жан-Булак, где во второй раз цветет эспарцет. Этот мед идет на зимний запас самих пчел. После этого пчеловоды возвращаются домой и готовят пасеку к зимовке.

### **Уход за пчелами, болезни и лечение пчел**

В Кыргызстане нет специальных учреждений, где обучают пчеловодству. Если у сельскохозяйственных животных есть специалист – ветеринар, который помогает в случае их заболеваний, то в сфере пчеловодства таких специалистов нет. Таким образом, в большинстве случаев, когда пчелы заболевают, пчеловодам самим приходится диагностировать и лечить их болезнь. Пчелы в основном заболевают такими распространенными среди насекомых болезнями, как: варроатоз (клещевое заболевание), нозематоз (паразитарное



заболевание), аскофероз (грибковое заболевание) и изредка гнилец (инфекционное заболевание). В случае болезни пчеловоды начинают немедленное лечение, так как есть большой риск потерять все поголовье. Диагноз заболевания и лечение проводят сами пчеловоды. В таких случаях пчеловодам помогают консультации других более опытных пчеловодов, книги и информация из интернета. Для лечения в основном используют лекарственные травы и биопрепараты – щавелевая кислота, настои подорожника, полыни и др. В крайних случаях используют антибиотики, но это отрицательно сказывается на качестве меда – мед может не пройти сертификацию для экспорта за рубеж.

### Барьеры развития пчеловодства

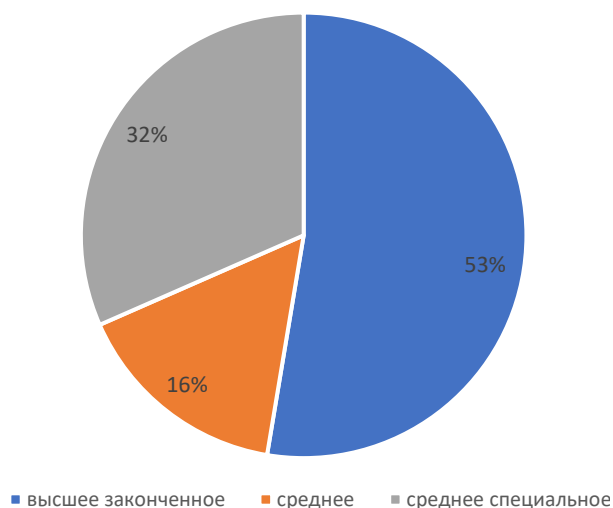
Пчеловоды отмечают, что основные барьеры для развития данного вида хозяйства – это отсутствие целенаправленной государственной поддержки сектора. Прежде всего, необходимо создание специальных образовательных программ в сфере пчеловодства. Кроме того, на страновом уровне отсутствует план развития пчеловодства. Фермеры-пчеловоды также отмечают отсутствие государственной поддержки для реализации и экспорта продукции на национальном и международном уровнях.

## 4.5. Обзор розничной торговли в Нарынской области

### Профиль розничной торговли

Розничная торговля играет важную роль для мелких предпринимателей исследуемого региона как регулярный источник поступления денежных средств для торговцев и обеспечение доступа к основным товарам, необходимым всему населению. Рынок отличается высокой концентрацией товаров различного назначения и высокой конкуренцией на рынке. Несмотря на высокую конкуренцию, многие из предпринимателей начинают работать в сфере торговли впервые. Жизненный уровень у людей, занятых в сфере торговли, по мнению самих респондентов, высокий. Среди опрошенных предпринимателей около 53 % имеют высшее образование (Рисунок 18). Многие респонденты отмечают, что не смогли найти работу по профессии и начали заниматься торговлей. Однако 32 % респондентов имеют образование в сфере экономика и бухгалтерского учета.

**Рисунок 18. Образование предпринимателей в сфере торговли, %**



Источник: данные обследования

Предприниматели занимаются торговлей в среднем около 10 лет (от 1 года до 20 лет). Все предприниматели в сфере торговли имеют официальную регистрацию и работают по патенту. 16 % предпринимателей не имеют кредитов. Оставшиеся имеют кредиты из государственных банков (37 %), коммерческих банков (32 %) и микрокредитных организаций (16 %). 63 % работают в собственных магазинах и 26 % арендуют их. 11 % не ответили на этот вопрос. Данный вид деятельности для всех опрошенных респондентов является основным источником дохода, при этом большинство респондентов (около 90 %) довольны получаемым доходом. Среди барьеров для роста бизнеса предприниматели-торговцы отме-

тили недостаток собственного капитала, высокие проценты по кредитам, а также высокую стоимость информационных технологий по внедрению автоматизированных систем учета продаж.

## **5. Основные выводы и заключения**

Жители Нарынской области сталкиваются с проблемой высокой безработицы, которая приводит жителей к постоянному поиску альтернативной деятельности, приносящей доход. Результаты исследования показали, что основной формой развития микро-, малых и средних предприятий в Нарынской области Кыргызстана является развитие концепции семейного бизнеса. Это, с одной стороны, обеспечивает устойчивость развития бизнеса, а другой – тормозит его развитие в случае необходимости более высоких капиталовложений и инвестиций. Заемные средства, полученные предпринимателями, обладают высокой стоимостью – проценты достаточно высоки, по мнению респондентов. Льготные кредиты для малого бизнеса были бы хорошей поддержкой для предпринимателей. Таким образом, развитие ММСП в регионе будет достаточно медленным вследствие недостаточного наличия капитала через развитие семейных типов бизнеса. Еще одним следствием такой траектории развития является то, что ММСП не будут в состоянии генерировать большого числа рабочих мест в регионе.

Образование предпринимателей чаще всего не совпадает с той деятельностью, которую они осуществляют. Кроме того, многие предприниматели имеют только школьное образование. Развитие специализированных программ обучения, возможно дистанционных, могло бы стать выходом для предпринимателей, желающих получить дополнительное образование или переподготовку, и стимулировать развитие малого и среднего предпринимательства.

Сбыт продукции в сфере производства и поиск клиентов в сфере услуг для многих предпринимателей являются проблемой. Так, фермеры-животноводы, пчеловоды и предприниматели в сфере туризма могли бы расширить свои рынки сбыта и соответственно доходы в случае улучшения методов развития маркетинга. Коллективные действия (ассоциации и кооперация) в данном контексте были бы хорошим решением, так как решили бы, по крайней мере, проблему экономии на масштабах операций. Нужно констатировать, что регион демонстрирует также отсутствие рыночной инфраструктуры – торгово-логистических центров. Большие оптовые закупки могут быть также альтернативным решением данной проблемы, по крайней мере, для тех видов бизнеса, которые генерируют достаточный объем операций – животноводство и торговля.

В целом, несомненно, что развитие мелкого и малого бизнеса, анализ которых представлен в нашем отчете, несомненно, ограничено тем бизнесом, который развивается в рамках текущей парадигмы развития Нарынской области, как региона с отстающим типом развития, небольшой численностью населения, разбросанного на большой территории. В данном контексте разработка программы регионального развития Нарынской области, ориентированной на поддержку и развитие местного населения, представляется крайне необходимой мерой со стороны государства. Выводы, замечания, тренды и фактические данные, описанные в работе, помогут в разработке такого документа.

Приложение 1. Структура анкеты исследования ММСБ

<b>Общие вопросы для всей сферы исследования</b>			
Разделы			
I	Личная информация		
II	Информация о бизнесе;		
III	Проблемы / Бартеры в ведении бизнеса		
IV	Активы;		
V	Инвестиции;		
VI	Кредиты, займы и сбережения;		
VII	Сбыт		
<b>Специальные вопросы по исследуемым сферам:</b>			
<p><b>Пчеловодство:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Опыт работы</li> <li>– Спец. образование</li> <li>– Информация по уходу за пчелами</li> <li>– Информация сбыта</li> <li>– Места миграции;</li> <li>– Количество пчелосемей;</li> <li>– Импорт и стоимость пчеломатки;</li> <li>– Виды пчел;</li> <li>– Сорты меда;</li> <li>– Объем получаемого меда за 1 сезон;</li> <li>– Дополнительные продукты пчеловодства;</li> <li>– Активная продолжительность работы пасеки;</li> <li>– Заболевания пчел.</li> <li>– Использование рабочей силы</li> <li>– Информация о рынке</li> <li>– Маркетинг для продвижения своей продукции</li> </ul>	<p><b>Лечебные травы:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Опыт работы</li> <li>– Спец. образование</li> <li>– Количество видов лекарственных растений в Нарынском регионе;</li> <li>– Участки, наиболее богатые лекарственными травами;</li> <li>– Основные цели сбора трав;</li> <li>– Объем собранной травы за 1 сезон;</li> <li>– Сертификация товара;</li> <li>– Использование рабочей силы</li> <li>– Информация о рынке</li> <li>– Маркетинг для продвижения своей продукции</li> </ul>	<p><b>Туризм:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Опыт работы</li> <li>– Спец. образование</li> <li>– Предоставляемые туристические услуги;</li> <li>– Количество туристов за 2018 год;</li> <li>– Страны, из которых прибывают туристы;</li> <li>– Активная продолжительность туристического сезона.</li> <li>– Использование рабочей силы</li> <li>– Маркетинг для продвижения своей продукции</li> </ul>	<p><b>Животноводство:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Наличие животных</li> <li>– Сельскохозяйственная земля;</li> <li>– Производство продукции;</li> <li>– Состояние и наличие сельскохозяйственных животных;</li> <li>– Продукция животноводства;</li> <li>– Расходы на содержание животных.</li> <li>– Информация о рынке</li> <li>– Маркетинг для продвижения своей продукции</li> </ul>
<p><b>Торговля:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Опыт работы</li> <li>– Продовольственные товары;</li> <li>– Непродовольственные товары;</li> <li>– Продукция, производимая самим владельцем торговой точки;</li> <li>– Импорт товаров;</li> <li>– Технологии, используемые в торговле (кассовый аппарат, аппарат безналичного расчета, камера видеонаблюдения и т.д.);</li> <li>– Маркетинг для продвижения своей продукции</li> </ul>			

