

*Мырзалиева М.А.*КЕРЕКТӨӨ БАЗАРЫН ИЗИЛДӨӨГӨ
ТЕОРИЯЛЫК ЫКМАЛАР*Мырзалиева М.А.*ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ИССЛЕДОВАНИЮ
ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА*M.A. Myrzaliev*THEORETICAL APPROACHES TO STUDYING
THE CONSUMER MARKET

УДК: 339.1/133:332.1

Бул макалада керектөө рыногунун теориялык маселелери, анын түрлөрү жана түрлөрү каралат, ошондой эле базар экономикасына өтүү мезгилинде анын калыптанышынын жана өнүгүүсүнүн кыйынчылыктары ачылат. Азыркы учурда, Кыргыз Республикасынын ички керектөө рыногу көп жагынан импорттун келип түшүүсүнөн көз каранды, анткени Кыргызстандагы ата мекендик ишканалар калктын товарларга жана кызмат көрсөтүүлөргө болгон муктаждыгын канааттандыра алышкан жок. Бул экономикалык өнүгүүнүн төмөн деңгээлине байланыштуу, эл керектөөчү товарларга суроо-талап менен сунуштун ортосундагы балансты орнотуу маселеси чечилбей келет. Азыркы учурда, базар экономикасында бул көйгөйдү чечүүнүн эски ыкмалары керектөө товарларынын тартыштыгын жоё албайт, ошондуктан өз өндүрүшүнүн керектөө товарларына болгон суроо-талап менен сунуштун ортосундагы дисбалансты жоюу үчүн натыйжалуу ыкмаларды издөөнүн объективдүү зарылдыгы бар, жана ушул көйгөйдү чечүү үчүн эл керектөөчү товарларды өндүрүүчү ишканалардын натыйжалуу иштешин камсыз кылуу керек. Ушуга байланыштуу, макалада сатып алуучулардын суроо-талаптарын канааттандыра турган, керектөө рыногунда суроо-талапка ээ боло турган, импорттолгон товарларга карата атаандаштыкка жөндөмдүү болгон керектөө товарларын көбөйтүү боюнча иш-чаралар негизделген жана ички керектөөчү кайсы товарды тандоо мүмкүнчүлүгүнө ээ болот сатып алуу, бардык параметрлер боюнча максималдуу утилитаны алуу, бул өзгөчө Кыргызстандын ЕАЭБге мүчөлүгүнүн шартында мүмкүн болду.

Негизги сөздөр: базар тутуму, муктаждык, суроо-талап, сунуш, керектөө рыногу, керектөө товарлары, азык-түлүк товарлары, азык-түлүк эмес товарлар, кызмат көрсөтүү, өндүрүү.

В данной статье рассматриваются теоретические вопросы потребительского рынка, его формы и разновидности, раскрываются также трудности его формирования и развития в период перехода к рыночной экономике. В настоящий период внутренний потребительский рынок Кыргызской Республики по многим параметрам зависит от

импортных поступлений, так как отечественные предприятия в Кыргызстане еще не в состоянии обеспечить потребности населения в товарах и услугах. Это обусловлено низким уровнем развития экономики, проблема установления баланса между спросом и предложением на потребительские товары остается нерешенной. В настоящее время старые методы решения этой проблемы в условиях рыночной экономики не могут ликвидировать дефицит потребительских товаров, поэтому возникла объективная необходимость поиска эффективных методов для устранения дисбаланса между спросом и предложением потребительских товаров собственного производства, а, чтобы решить эту проблему необходимо обеспечить эффективную работу предприятий, производящих товары потребительского спроса. В этой связи в статье обосновываются меры по увеличению потребительских товаров, которые смогут удовлетворить запросы покупателей, будут пользоваться спросом на потребительском рынке, будут конкурентоспособны по отношению с импортными товарами и у отечественного потребителя появится выбор, какой товар приобрести, получая максимум пользы по всем параметрам, что стало особенно возможным в условиях членства Кыргызстана в ЕАЭС.

Ключевые слова: рыночная система, потребность, спрос, предложение, потребительский рынок, потребительские товары, продовольственные товары, непродовольственные товары, услуги, производство.

This article examines the theoretical issues of the consumer market, its forms and varieties, also reveals the difficulties of its formation and development during the transition to a market economy. Currently, the domestic consumer market of the Kyrgyz Republic in many respects depends on import receipts, since domestic enterprises in Kyrgyzstan are not yet able to meet the needs of the population in goods and services. This is due to the low level of economic development, the problem of establishing a balance between supply and demand for consumer goods remains unresolved. At present, the old methods of solving this problem in a market economy cannot eliminate the shortage of consumer goods, therefore, there is an objective need to search for effective methods to eliminate the imbalance

between the demand and supply of consumer goods of their own production, and in order to solve this problem, it is necessary to ensure the efficient operation of enterprises. producing consumer goods. In this regard, the article substantiates measures to increase consumer goods that can satisfy the needs of buyers, will be in demand in the consumer market, will be competitive with imported goods, and the domestic consumer will have a choice of which product to purchase, receiving maximum utility in all parameters. which became especially possible in the context of Kyrgyzstan's membership in the EAEU.

Key words: market system, need, demand, supply, consumer market, consumer goods, food products, non-food products, services, production.

Предложение товаров собственного производства на потребительском рынке как в период формирования рыночной экономики, а также и в настоящее время еще не в состоянии удовлетворить спрос на потребительские товары. Это обусловлено низким уровнем развития экономики, поэтому проблема установления баланса между спросом и предложением в стране на потребительские товары остается нерешенной и зависит от многих факторов. Старые методы решения этой проблемы в современных условиях не обеспечивают ликвидацию дефицита собственных потребительских товаров, поэтому возникла объективная необходимость поиска эффективных методов для устранения дисбаланса между спросом и предложением потребительских товаров собственного производства, а, чтобы решить эту проблему необходимо обеспечить эффективную работу предприятий, производящих товары потребительского спроса. Все это вызывает целую цепочку новых проблем по обеспечению соответствия между отечественным производством потребительских товаров и спросом на них населением страны. При этом следует отметить, трудность решения этой проблемы во многом связана с быстрым изменением спроса и появлением новых потребностей, которые необходимо учитывать при организации производства, обеспечивать точные прогнозы, как изменится потребительский рынок, как повлияют кризисные процессы на состояние действующего производства в стране. Но главное заключается в том, что внутренний потребительский рынок находится в большой зависимости от товаров импортного производства, как по непродовольственным, так и по продовольственным товарам, которые будут поставлены на рынок зарубежными товаро-производителями.

Действующее товарно-денежное несбалансированное развитие потребительского рынка, проявляющееся в форме дефицита товаров отечественного

производства и высокий уровень импортных товаров над собственным производством, а также излишек денежных ресурсов у определенной части богатого населения, высокий уровень коррупции, низкий уровень доходов у большей части населения, растущая бедность оказывает снижающее действие на уровень жизни населения, способствует росту недовольства в обществе, вызывает нарастание нестабильности и протестных отношений. Поэтому, чтобы ликвидировать сложившееся положение, необходимо значительно повысить насыщение внутреннего рынка высококачественными и дешевыми товарами отечественного производства. Решение этой негативной проблемы выполнит не только экономическую роль, но и, прежде всего, выполнит огромную первостепенную социально-политическую функцию по стабилизации общества и снижению накала протестных отношений.

Особая актуальность этой проблемы по устранению дисбаланса на потребительском рынке имела место в трансформационный период, когда осуществлялся переход от командно-административной системы к рыночной системе, когда стал развиваться трансформационный кризис из-за резкого разрыва экономических связей между республиками бывшего союза. Это привело к значительному снижению собственного производства, разрушению ранее существовавшего единого народно-хозяйственного комплекса в масштабах всей страны, ликвидации рынков сбыта и разрыву устоявшихся связей между товаропроизводителями. Выход из создавшегося положения и задача сформировать социально ориентированную рыночную экономику создала необходимость в стране перейти на новые методы хозяйствования, установления новых адекватных принципов рыночной экономики, чтобы решить проблему отечественного производства, потребительских товаров и удовлетворения спроса населения в них. Начальный период рыночных преобразований оказался очень сложным, произошло резкое падение производства, остановка многих предприятий, возникновение безработицы и рост бедности основной части населения. В поисках заработка началась трудовая внешняя миграция населения. Необходимо было формировать основы рыночных отношений. Республика приступила к проведению радикальных социально-экономических реформ. Сложилась объективная необходимость решать проблему обеспечения спроса населения, прежде всего, потребительскими товарами. Насыщение потребительского рынка произошло за счет поступления товаров импортного производства.

На первых этапах это был выход из сложившегося сложного положения, но развитие потребительского рынка Кыргызстана и наполнение его товарами отечественного производства стало объективной необходимостью, и возникшая проблема требовала своего решения, поскольку на потребительском рынке удовлетворяются самые насущные потребности населения и потребление дает импульс производству, чтобы производить товары, пользующиеся спросом на рынке. Кроме того, развитие собственного производства создаст новые рабочие места для населения Кыргызстана, повысится уровень занятости в стране, начинают расти доходы у населения и это ведет к повышению уровня жизни в стране. Все эти процессы подталкивают экономику к формированию новой структуры, что крайне необходимо, чтобы сформировать производство, отвечающее запросам населения в современных условиях. В этой связи следует подчеркнуть, что потребление – это заключительная фаза производственного процесса, которая свидетельствует об его эффективности, так как на потребительском рынке реализуются произведенные товары и обеспечивается получение дохода предприятиями-производителями этих товаров, растут доходы государственного бюджета страны и заработная плата работников. Поэтому успех реформирования социально-экономического строя страны и формирования рыночной экономики находился в большой зависимости от изменения ситуации в производстве товаров потребительского спроса в лучшую сторону и выхода его из глубокого трансформационного экономического кризиса.

В условиях трансформации экономической системы и формирования рыночной экономики пришлось решать многие проблемы в характере функционирования между товаропроизводителями и потребителями. Возникшие проблемы потребовали глубокого изучения новых процессов, которые имеют место в рыночной системе, прежде всего, возникла необходимость в поиске новых подходов в насыщении товарами потребительского рынка, потребовалось сформировать новые методы по управлению потребительским рынком с целью его эффективного функционирования и более полного и качественного выполнения задач по удовлетворению потребностей населения в потребительских товарах, а также по обеспечению сбалансированности между спросом и предложением по всей территории Кыргызстана, что является в современных условиях особенно важным и актуальным процессом. Решение этих задач позволит потребительскому рынку занять достойное место в

рыночной системе и активно выполнять свои функции. Потребительский рынок, его состояние и сбалансированность является своеобразным барометром реального положения в экономике и в стране в целом, поскольку он затрагивает каждого члена общества, улучшая или, наоборот, ухудшая его положение.

Учение о рыночной экономике разрабатывалось целым рядом экономистов, среди них особое место принадлежит А.Смиту, Д.Рикардо, К.Маркса, А.Маршаллу, Д.М. Кейнсу. Многие проблемы о развитии рынка на современном этапе разрабатываются учеными Кыргызстана. Особый вклад в изучении и осмыслении формирования и развития рыночной экономики принадлежит академику Т.К. Койчуеву в работе «Экономика Кыргызстана на переломном этапе» [1]. По данной проблематике занимаются профессора Гусева В.И., Бровко Н.А. [2] и другие. А.Смит в своем труде «О природе и причине богатства народов» обосновал причину возникновения рынка. Это природная ограниченность возможностей человека, он также сформулировал принцип невидимой руки, обосновал положение о том, что рыночный механизм является стихийным регулятором экономического развития. В последствии учение Смита получило свое развитие в работе Д.Рикардо «Начало политической экономии», в фундаментальном труде К.Маркса «Капитал», в работах А.Маршалла «Принципы экономической науки», И.Шумпетера «Теория экономического развития», Д.М. Кейнса «Общая теория занятости, процента и денег». В работах этих ученых представлены различные теории, подходы, взгляды на развитие и регулирование экономики [3]. Но вместе с тем все ученые того времени, да и современные исследователи сходятся во мнении о том, что рынок есть порождение общественного разделения труда и стихийного обмена результатами своего труда между субъектами хозяйственной деятельности. Именно эти два процесса являются началом торговых отношений. Обмен расширяет возможности человека и способствует удовлетворению растущих потребностей человека. Отсюда следует вывод, что рыночные отношения складываются на действующих принципах разделения труда и обмена результатами своего труда между хозяйствующими субъектами, формируются хозяйственные связи между ними на следующем принципе: дай то, что мне нужно и ты получишь то, что нужно тебе, осуществляется эквивалентный обмен, удовлетворяются интересы участников обмена: х товара А обменивается на у товара Б. Такой подход и результат взаимодействия свидетельствует о том, что сущность рыночных отношений состоит в том, что

создается такая экономическая система, где товары реализуют себя как эквивалентные стоимости. Но чтобы добиться этого необходимо добиться того, чтобы готовые изделия, выходя из сферы производства и поступая в сферу потребления, имели стоимость, которая определяется всеобщим эквивалентом и таким эквивалентом в процессе длительного стихийного развития обмена стали деньги, которые также прошли длительную эволюцию и превратились в современные деньги, которыми мы сейчас пользуемся при осуществлении различных сделок на рынке. Но деньги – это особая тема и на ней мы останавливаться не будем.

Развитие обмена и производства приводит к углублению разделения труда, а это в свою очередь ведет к росту обмена и росту произведенных товаров и в результате создаются различные виды товарных рынков, имеющие различные размеры: одни из них становятся локальными, а другие со временем становятся национальными или международными, и формируется мировой рынок. Однако необходимо подчеркнуть, что первичным рынком является потребительский рынок, на котором выделяется рынок продовольственных товаров, рынок непродовольственных товаров и рынок услуг, на которых совершаются обменные процессы, реализуются потребительские товары и предоставляются населению платные услуги. Потребительский рынок имеет все те же признаки и черты, которые присущи всем другим рынкам, на нем осуществляется вся система различных сделок, происходит акт купли-продажи товаров и услуг; и его действие происходит на основе функционирования объективных экономических законов, таких как закон стоимости, товарного производства и товарного обращения, спроса и предложения, закон денежного обращения. На этом рынке сходятся и функционирует вся совокупность экономических отношений производства и обмена товаров при помощи денег, взаимно удовлетворяются потребности участников рынка. Он также выполняет роль механизма по взаимодействию продавцов и покупателей. Но при этом следует сказать, что потребительский рынок является по своей сути и роли особым рынком, так как он является конечным пунктом во всей цепочки воспроизводственных отношений, доводит до конечного потребителя товары и услуги, выполняя при этом конечную цель всего производственно-экономического процесса в обществе – удовлетворение личных потребностей населения. Этот процесс выступает в качестве главного двигателя социально-экономического развития общества и развития всей экономики

страны. Осуществление этой ведущей цели происходит на потребительском рынке на основе взаимодействия спроса и предложения, и взаимодействия производителей и потребителей, и выступают в форме актов купли-продажи, но по своей сути они представляются более глубокими и выступают количественными и качественными показателями взаимодействия основных элементов рыночного механизма: спрос, предложение и цена, которые, взаимодействуя, оказывают влияние на формирование пропорций между производством и потреблением. Достижение сбалансированного движения спроса и предложения необходимо для того, чтобы полнее удовлетворить производственные и личные потребности в обществе. Но развитие этого процесса может привести к возникновению как избытка, так и недостатка товаров. Эту проблему может выполнить рыночный механизм, который является саморегулирующейся системой. Но в современных условиях действия одного рыночного механизма недостаточно, так как существуют так называемые провалы рынка. Поэтому достижение равновесия в экономике страны и на потребительском рынке в частности обеспечивается с помощью целенаправленного государственного регулирования. При этом необходимо этот процесс осуществлять таким образом, чтобы не мешать действию рыночного механизма. Для того, чтобы в стране сложилась и развивалась дальше эффективная сфера товарного рыночного обмена, необходимыми условиями, на наш взгляд, являются следующие условия: достаточное количество товаров соответствующего качества и ассортимента, в соответствии с запросами населения; стабильное и эффективное функционирование финансово-кредитной и денежной системы; взаимоотношения между поставщиками и потребителями, чтобы строились на строго правовой основе, а также была создана развитая инфраструктура для обеспечения бесперебойного движения потребительских товаров.

Потребительский рынок действует в сфере личного потребления населения всей страны, он, так сказать, является барометром уровня и качества жизни граждан. Состав и структуру потребительского рынка можно исследовать, используя следующие классификационные признаки:

- региональное расположение;
- разделение по назначению рынка: рынок продовольственных, непродовольственных товаров, культурно-бытового и хозяйственного назначения, рынок платных услуг населению;

- каналы реализации товарных масс: организованный и неорганизованный рынок.

Представленная классификация позволяет обеспечить баланс между спросом и предложением как в целом по стране, так и по ее регионам, а также по отдельным товарным группам, что создает условия для формирования эффективной структуры потребностей и спроса населения в товарах и услугах.

Потребительский рынок выполняет ряд функций:

- Ведущая функция у потребительского рынка – это обеспечение и поддержание непрерывных и эффективных экономических связей между производством и потреблением, тем самым обеспечивая непрерывность процесса общественного воспроизводства в стране. Эту функцию в деятельности потребительского рынка можно назвать комплексной, поскольку она определяет все другие функции, выполняемые потребительским рынком. К ним относятся следующие функции: контрольная, регулирующая и стимулирующая.

- Роль контрольной функции состоит в том, что в этой функции потребительский рынок постоянно контролирует и в то же время поддерживает состояние соответствия производства потребительских товаров и уровня потребностей в этих товарах, общественно допустимые уровни цен на потребительские товары и затраты предприятий при производстве этих товаров, а также подает сигналы производителям о состоянии спроса на производимые товары, уязывая на то, что часть произведенных товаров не пользуется спросом либо из-за плохого качества, либо устаревших моделей, либо высоких издержек и соответственно цен на эти товары.

- Регулирующая функция основывается на действии законов стоимости, спроса и предложения регулирует распределение и перераспределение капитала, рабочей силы между различными отраслями и сферами экономики, обеспечивая более эффективное ее развитие.

- Важную роль выполняет стимулирующая функция рынка, действие которой заключается в том, что на основе действия закона стоимости рынок стимулирует развитие научно-технического прогресса и его достижения внедряются в производство и рыночный товарный обмен. И те товаропроизводители, которые получают высокие показатели в своей хозяйственной деятельности на основе активного использования достижений научно-технического прогресса, получают высокую прибыль, начинают зани-

мать лидирующие позиции на рынке, а других, которые выпускают товары, не пользующиеся спросом покупателей, являются недостаточно инициативными и предприимчивыми, рыночный механизм вытолкнет с рынка, так как они не смогут конкурировать с более успешными товаропроизводителями и их ждет разорение и банкротство.

Потребительский рынок состоит из рынка продовольственных и рынка непродовольственных товаров, которые в свою очередь подразделяются на отдельные товарные группы. Так, например, в составе продовольственных товаров выделяются хлеб и хлебобулочные изделия, мясо и мясные продукты, молочные продукты, кондитерские изделия и т.д. В составе непродовольственных товаров выделяют одежду, обувь, товары культурно-бытового и хозяйственного назначения, технику, приборы и т.д.

Рынок продовольственных, а также и непродовольственных товаров имеет свои особенности и специфику. К примеру, производство продовольственных товаров характеризуется сезонностью, так как определенная часть из этих товаров связана с сельскохозяйственными культурами, ограниченностью сроков хранения продуктов питания и размещаются они в определенном порядке, чтобы не смешивались запахи. Хранение непродовольственных товаров отличается более длительными сроками и сроками потребления (стиральная машина, холодильники, телевизоры, мебель служат длительный период), имеется отложенный спрос у населения на отдельные товары, но на них влияет научно-технический прогресс, изменение спроса происходит также под влиянием моды, выпуска новинок (смартфоны, телевизоры), использование дополнительных услуг при эксплуатации (ремонт техники) и другое. Эти и другие особенности формируют различные подходы при формировании спроса и предложения, а также структуру товарооборота, обеспечивая сбалансированность в экономике.

В условиях функционирования рыночной системы хозяйствования система потребительского рынка постоянно развивается и совершенствуется, внедряя новые формы реализации потребительских товаров, например, интернет-торговля для более полного удовлетворения потребностей всех слоев населения. Все это обеспечивает сбалансированность между спросом и предложением, а также формирование новых потребностей, появление новых нестандартных каналов продажи потребительских товаров для населения.

В соответствии с порядком реализации товаров потребительский рынок делится на организованный и

неорганизованный. Организованный рынок – это такой рынок, в котором реализация потребительских товаров происходит в законном порядке, через официально зарегистрированную торговую сеть независимо от формы собственности. В него входят: торговые центры, магазины, салоны-магазины предприятий-производителей, вещевые, продовольственные и смешанные рынки (например, рынок Дордой), ларьки, различные павильоны, выставочные залы, а также стационарные мини-базары и др. В последние годы на потребительском рынке появилась новая форма реализации товаров это – интернет-магазины. Первоначально к такой форме реализации товаров население относилось настороженно, с недоверием, но постепенно эта новая форма стала пользоваться спросом среди населения, так как она значительно расширила горизонты приобретения необходимых товаров, как продовольственных, так и непродовольственных по заказам населения в других странах таких как Китай, США, Арабские Эмираты, Россия, Турция и другие государства [4].

Неорганизованный рынок представляет собой свободную торговлю потребительских товаров физическими лицами на улицах, вокзалах, площадях, на предприятиях и в организациях.

В процессе становления, формирования и укрепления рыночных отношений потребительский рынок все более активно влияет на степень удовлетворения потребностей, характер потребления и изменения в спросе населения.

Как указывает профессор Савин В.Е., это является важным фактором развития сбалансированного рынка труда, внедрения новых технологий для производства принципиально новых товаров или усовершенствованных моделей выпускаемых товаров, ускорение темпов экономического роста, повышения производительности труда и уровня жизни населения [5]. Существует тесная взаимосвязь между ростом реализации потребительских товаров на внутреннем потребительском рынке и ростом производства новых, пользующихся спросом товаров народного потребления (примером являются товары швейной отрасли, которые пользуются спросом не только на внутреннем рынке, но и активно покупаются на рынках Казахстана и России), что в свою очередь дает импульс для увеличения спроса на товары производственного назначения, удовлетворение которого способствует росту всех других товаров по технологической цепочке, постепенно раскручивая маховик развития всей экономики страны, причем очень важ-

ным фактором является повышение качества производимых товаров, их дизайн, в противном случае покупатели уйдут на другие рынки и спрос на некачественные товары, устаревших моделей упадет. Это значит, что в условиях рыночной системы у покупателей есть выбор, между производителями активно формируется и развивается конкуренция, исчезает дефицит, что заставляет товаропроизводителей работать эффективно, с высоким качеством, активно откликаться на запросы потребителей.

Необходимо также подчеркнуть, что потребительский рынок является рынком товаров широкого потребления и для его успешной работы представляется необходимым осуществить следующие мероприятия:

- развития предпринимательских структур как в системе производства, так и сбыта потребительских товаров;
- усиление и разнообразие всесторонней поддержки малого и среднего бизнеса со стороны государственных структур;
- для повышения деловой активности предоставлять льготы производителям потребительских товаров в системе налогообложения и получении кредитов на производственные нужды;
- свободное ценообразование на большинство производимых ими товаров;
- формирование современной инфраструктуры для успешной работы субъектов потребительского рынка и удобства населения республики;
- прямое инвестирование с целью расширения действующих производств и их модернизации;
- привлечение в эту сферу иностранного капитала.

Оценивая вступление Кыргызской Республики в ЕАЭС, можно констатировать, что положение улучшается, увеличивается приток инвестиций. Однако и на современном этапе состояние потребительского рынка характеризуется следующим образом. Внутренний потребительский рынок Кыргызской Республики, все еще, во многом зависит от поступлений импортных товаров, поскольку легкая, пищевая и перерабатывающая промышленность все еще не покрывают потребностей населения Кыргызстана в потребительских товарах. Это значит, что в решении проблемы производства и потребления этих товаров требуется комплексный подход, основываясь на глубоком и всестороннем изучении потребностей, спроса и предложения с учетом возможностей использования экономических механизмов и методов регулирования спроса и предложения, которые имеются в настоящее

время в стране. При этом необходимо успешное сочетание при решении этой важной проблемы государственного регулирования производства потребительских товаров и деятельность рыночного механизма по формированию конкурентной среды, и развитию инфраструктуры для успешной работы субъектов потребительского рынка.

Литература:

1. Койчуев Т.К. Избранные сочинения в 3 томах - Б.: ЦЭС при ПКР, 2007.
2. Гусева В.И., Бровко Н.А. К вопросу о ренессансе политической экономики в Киргизии // Форсайт «Россия»: будущее технологий, экономики и человека: сб. докладов Санкт-Петербургского Международного Экономического Конгресса (СПЭК-2019). - Санкт-Петербург: Институт нового индустриального развития имени С.Ю. Витте, 2019. - С. 241-249.
3. Ядгаров Я.С. История экономических учений: Учеб. – 4-е изд., перераб. и доп. - М.: ИНФРА-М, 2009. - 480 с.
4. Аракелян А.А. Современные тенденции развития мировой торговли и занимаемая роль Кыргызской Республики на геополитическом пространстве // Наука, новые технологии и инновации Кыргызстана. - 2020. - №12. - С. 75-84.
5. Савин В.Е. Рынок труда в условиях формирующегося информационного общества / В.Е. Савин, Н.Ж. Кошкова, Н.К. Джакубов // Вестник КРСУ. - 2021. - Т. 21. - №3. - С. 34-42.