

УДК 332
ББК 65.202.2

**РОЛЬ ДОМАШНИХ ХОЗЯЙСТВ В
ФОРМИРОВАНИИ
ПРОДОВОЛЬСТВЕННОГО РЫНКА
РЕГИОНА**

Дониёров Джамшед Музаффарович,
соискатель кафедры экономики
предприятий и региона ТГУПБП
(Таджикистан, Худжанд)

**НАҚШИ ХОҶАГИҲОИ
ХОНАВОДА ДАР РАВАНДИ
ТАШКИЛЁБИИ БОЗОРИ ОЗУҚАИ
МИНТАҚА**

Дониёров Чамшед Музаффарович,
унвонҷӯи кафедраи иқтисодиёти
корхонаҳо ва минтақаи ДДХБСТ
(Тоҷикистон, Хучанд)

**THE ROLE OF HOUSEHOLDS IN THE
FORMATION OF FOOD MARKET IN
THE REGION**

Doniyorov Jamshed Muzaffarovich, claimant
for candidate degree of the department of the
economy of enterprises and region under the
TSULBP (Tajikistan, Khujand)
E-MAIL: d.doniyorov69@gmail.com

Ключевые слова: домашние хозяйства, семейная экономика, рынок, спрос, предложение, бюджет семьи, доходы, расходы

Рассматриваются домашние хозяйства как составная часть экономической системы региона, выявляется их роль в формировании продовольственного рынка в системе общественного производства как структурного элемента модели кругооборота ресурсов, продуктов и доходов, который взаимодействует с предпринимательскими фирмами и государственными органами управления. Выявлена их роль в рационализации объёма и структуры потребления продуктов питания. Определяется, что расположение домашних хозяйств и число членов семьи оказывают различное влияние на развитие регионального продовольственного рынка. Проанализирована структура денежных расходов и определена высокая доля покупок продовольственных товаров в городских семьях против сельских из-за преобладающего поступления продуктов из личного подсобного хозяйства. Особое внимание уделено рассмотрению понятия «конъюнктура», даётся характеристика различным её уровням, а также источникам формирования денежных доходов и расходов населения.

Калидвоэжаҳо: хоҷагии хонавода, иқтисодиёти оилавӣ, бозор, пешниҳодот, буҷаи оилавӣ, даромад, хароҷот

Дар мақола хоҷагиҳои хонавода ҳамчун қисми таркибии низоми иқтисодии минтақа баррасӣ шудааст, аҳамият ва мавқеи онҳо дар таъини бозори озуқа дар низоми истеҳсолоти ҷамъиятӣ чун унсуре сохтории амсилаи гирдгардиши захираҳо, маҳсулот ва даромадҳо, ки бо ширкатҳои соҳибкорӣ ва мақомоти идораи давлатӣ ҳамкорӣ менамоянд, ошкор гардидааст. Нақши хоҷагии хонавода дар раванди тақмили ҳаҷм ва сохтори истеъмоли молҳои озуқа нишон дода шудааст. Муайян карда шудааст,

ки мавқеъи ҷойгиршавии хоҷагиҳои хонавода ва шумораи аъзои онҳо ба суръати инкишофи бозори озуқа таъсири гуногун мерасонад. Сохтори хароҷоти пулӣ мавриди таҳлил қарор гирифтааст, саҳми калони хариди молҳои озуқаворӣ дар оилаҳои шаҳрӣ бар хилофи оилаҳои деҳот, ки беиштар аз хоҷагиҳои ёрирасони шахсӣ бо озуқа таъмин мегарданд, муайян карда шудааст. Дар мақола мафҳуми «конъюнктура»-и бозор баррасӣ гардида, сатҳҳои гуногуни он, ҳамчунин манбаъҳои ташаққули даромаду хароҷоти пулии аҳоли тавсиф шудаанд.

Keywords: households, family economy, market, demand, supply, family budget, incomes, expenditures

The article reviews households as an integral part of the economic system of the region. Their role in the formation of food market has been revealed and the place they occupy in the system of social production as a structural element of resources products and incomes making up a circulation model is determined; the latter interacts with enterprising firms and state bodies of governance. Their important role in rationalization of volume and structure of food consumption has been elicited. It is determined that location of households and the number of family members have a different impact on the development of regional food market. The structure of monetary expenditures is analyzed and a high proportion of food purchases in urban families is determined contrasting with rural ones where products coming from their personal subsidiary farming prevail. A special place in the article is devoted to consideration of the concept of conjuncture which depends on ratio of supply and demand, describes its various levels, as well as the sources of formation of monetary incomes and expenditures of population.

В условиях формирования рыночной экономики роль домашних хозяйств, представляющих собой составную часть экономической системы региона, **в регулировании продовольственного рынка** значительно возросла. Это обусловлено местом, которое они занимают в системе общественного производства, и прежде всего тем, что на домашние хозяйства приходится преобладающая часть рабочей силы, направляемой на обеспечение нормальных условий воспроизводственного процесса. Кроме того, в условиях рыночных отношений домашние хозяйства всё больше становятся объектом приложения труда членов семьи, следовательно, регулятором процесса приобретения продовольствия и организации его потребления, а также занятости населения. Они выступают в качестве основного субъекта рыночного хозяйства, т.е. субъекта, имеющего все признаки рыночного агента, участвующего в обмене продуктов труда. В экономической системе домашнее хозяйство взаимодействует с предпринимательскими фирмами и государственными органами управления в рамках рынка продовольственных товаров. Однако это взаимодействие имеет специфические особенности, связанные с тем, что: во-первых, на базе продуктов, производимых в домашнем хозяйстве, могут быть созданы основы семейного бизнеса и формироваться семейные фирмы, малые предприятия, работающие для удовлетворения нужд семьи и спроса потребителей, которые действуют в соответствии с законами спроса и предложения в условиях конкуренции. Во-вторых, в сложной экономической ситуации, сложившейся в начальный период перехода страны и её регионов к рынку, когда разразился кризис командно-административной системы,

большинство домашних хозяйств играли роль натурального производства, т.е. использовали продукты, произведённые в семье, преимущественно для удовлетворения собственных потребностей.

В реально действующей экономической системе региона домашние хозяйства становятся местом, где формируются денежные доходы, следовательно, и платежеспособный спрос потребителей как важный элемент продовольственного рынка. Члены семьи как носители потребностей, имеющие свои предпочтения в отдельных товарах и услугах, выделяются как структурный элемент в модели кругооборота ресурсов, продуктов и доходов. Речь идёт о том, что семья получает доход от продажи рабочей силы и части товаров, произведённых в домашнем хозяйстве, которые направляются на приобретение на рынке продовольствия и других потребительских товаров, а также услуг, связанных с до- и послепродажным обслуживанием покупателей и организацией потребления. Часть доходов остаётся для пополнения сбережений, которые в перспективе могут служить дополнительным источником финансовых ресурсов для семейного бизнеса и развития экономики домашних хозяйств.

Таким образом, с одной стороны, в рамках домашних хозяйств обобщаются денежные и другие доходы от производственно-торговой и другой предпринимательской деятельности, а также от продажи произведённых в домашних условиях продуктов с использованием купленных, произведённых или полученных иным способом товаров. С другой, полезность домашних хозяйств выражается в объёме конечных базовых благ, предоставляемых потребителям товаров в процессе их использования как результат выполнения функции предельной полезности.

Важная роль домашних хозяйств состоит в рационализации объёма и структуры потребления продуктов питания благодаря организации совместного приготовления пищи для семейного употребления, учитывающей интересы и мотивы каждого члена семьи, а также ограниченность ресурсов.

В зависимости от расположения домашних хозяйств в городах или в сельской местности, в долинных или горных регионах страны, характера поселения - крупное или небольшое, находящееся в «глубине» территории, они оказывают различное влияние на развитие регионального продовольственного рынка. Так, в структуре расходов городских семей доля покупок продовольственных товаров намного больше, чем в сельских семьях, особенно фруктов, овощей, картофеля, тыквы и всех видов бахчевых продуктов, преобладающая часть которых поступает в потребление членов сельских семей из их личного подсобного хозяйства. Кроме того, в городских и сельских семьях часть потребления осуществляется посредством продуктов и услуг, полученных с помощью собственного труда и трансфертов в натуральной форме.

Другая особенность влияния домашних хозяйств на развитие регионального продовольственного рынка связана с числом членов домохозяйства и гендерной характеристикой семьи. Так, у семей с большим количеством детей, особенно проживающих в сельской местности, в структуре потребления продовольственных товаров преобладают хлеб и хлебобудничные продукты, картофель, сахар, чай, растительное масло и другие, относительно дешёвые, продукты. Поэтому эти группы товаров занимают большую долю в товарообороте продовольственных рынков.

Следующая особенность связана с наличием земельного участка у семей, проживающих в городах и имеющих возможность выращивания овощей и фруктов на дачах, что также оказывает влияние на спрос городского населения на продовольствие, снижая его общий объём и изменяя структуру рыночного оборота.

Основным фактором, влияющим на развитие регионального продовольственного рынка, является уровень занятости членов домохозяйства в общественном производстве, выполнение ими трудовых и экономических функций, а также соотношение между трудоспособными и нетрудоспособными членами семьи. Речь идёт о формировании денежных доходов как основы бюджета семьи, который представляет интерес с точки зрения источников, его составляющих (табл.1).

Таблица 1. Основные источники формирования денежных доходов домашних хозяйств населения Согдийской области

Источники доходов	2010		2015		2017		2017 в % к 2010
	сомони	в %	сомони	в %	сомони	в %	
Доходы, на одного члена семьи в месяц	278	100	380	100	421	100	151,4
1.Трудовые доходы	96	34,5	197	51,8	220	52,3	229,2
2. Доходы от бизнес - деятельности.	87	31,3	92	24,2	123	29,3	141,4
3.Доходы от личного подсобного хозяйства	87	31,3	71	18,7	51	12,1	58,6
4. Другие виды доходов	8	2,9	20	5,3	27	6,1	337,5

Таблица составлена на основе данных Статистического ежегодника Согдийской области за 2018 г. - С.115.

За рассматриваемый период основной доходной частью бюджета семьи остаются трудовые доходы, доля которых составляет 52,3 % от общего дохода домашних хозяйств на членов семьи. Это подтверждается тем, что при увеличении доходов в расчёте на одного члена семьи в месяц почти в 1,5 раза, трудовые доходы возросли в 2,3 раза.

С развитием общественного производства доходы, получаемые от личного подсобного хозяйства, имеют тенденцию к снижению [1, с.14]. В 2017 году в расчёте на одного члена семьи получены доходы в размере 51 сомони в месяц, или 615 сомони в год. Если предположить, что количество членов семьи составляет 5 чел., то общая сумма доходов, полученных от личного подсобного хозяйства, составит более 3 тысяч сомони.

В составе доходов семьи всё большее значение приобретают доходы, получаемые от предпринимательской деятельности членов семьи, на долю которых приходится 29,3 % от общего дохода. В 2017 году в Согдийской области осуществляли бизнес-деятельность на основе патента и свидетельств более 41,5 тыс. человек, что больше, чем в 2015 г., на 7 % [2, с.109]. В ближайшей перспективе численность населения, занимающегося предпринимательством, будет увеличиваться, ибо это является одним из путей роста денежных доходов семьи.

В условиях рынка семья выступает как главный фактор формирования платежеспособного спроса и её расходы на покупку продуктов и товаров направлены на рациональную организацию потребления. Стремление к наиболее полному удовлетворению растущих потребностей семьи во многом становится мощнейшим стимулом для постоянного развития и совершенствования производства, роста объёмов потребления и рационализации его качественной структуры и, в конечном счёте, определяет степень развитости рынка и эффективность кругооборота средств в общественном воспроизводственном процессе. Объёмы и структура доходов и, как следствие, их расходы во многом определяют рыночное поведение потребителей - членов семьи. В условиях ограниченности ресурсов семье свойственно проводить рациональную линию экономического поведения, смысл которой состоит в максимизации уровня потребления, с учётом приоритета в покупках товаров и услуг, которые определены на основе опыта и оценки действий по приобретению благ, организации и получении эффекта от их потребления и использования.

В классическом понимании расходы домашних хозяйств одновременно являются доходами предприятий и фирм. Следовательно, чем больше денежные расходы населения, тем больше доходы предпринимательских структур, ибо они - домашние хозяйства, предприятия (фирмы) и государство - действуют совместно в одной экономической системе.

Анализ структуры расходов домашних хозяйств показывает постоянные изменения, происходящие под влиянием различных социально-экономических факторов, прежде всего инфляционных процессов и связанных с ними резких колебаний курса национальной валюты – сомони [3, с. 258]. Существенное значение в изменении конъюнктуры имеют условия развития продовольственного рынка, главным образом импорт продовольствия по повышенным ценам. Все эти факторы в целом и каждый в отдельности оказывают влияние на повышение или снижение уровня конъюнктуры. Но, в то же время, сохраняется главная тенденция в развитии рынка и его конъюнктуры. По существу, речь идёт об увеличении абсолютной суммы расходов на продукты питания и относительном снижении их доли в общих расходах семьи (табл. 2).

Таблица 2. Динамика расходов населения на продукты питания в Согдийской области.

Показатели	2010	2015	2016	2017	2017 в % к 2010
	сомони	сомони	сомони	сомони	%
Расходы на покупку товаров и услуг	213	318	323	334	156,8
В том числе:					
на покупку продуктов питания	121	176	178	184	152,1
то же в % к потребительским расходам	56,8	55,3	55,7	55,1	-

Таблица составлена на основе данных Статистического ежегодника Согдийской области за 2018 г.- С. 119-123.

Анализ данных показывает, что расходы на питание в расчёте на одного члена семьи в 2017 г. составили почти 184 сомони. Несмотря на рост абсолютных расходов на покупку продовольственных товаров в 2017 г. по сравнению с 2010 г. более чем в 1,5 раза, их доля

в общих потребительских расходах семьи постепенно снижается. Так, если в 2010 г. этот показатель составлял 56,8 %, то в 2017 г. он снизился до 55,1%. Такая тенденция подтверждает действие закона Энгеля, согласно которому по мере роста доходов населения в общем объёме расходов снижается их доля на покупку продовольствия.

В структуре расходов на продовольствие удельный вес расходов на отдельные продукты питания значительно различается. Так, в общем объёме расходов на продовольствие доля хлеба и хлебобулочных изделий составляет 12,1 %, мяса и мясорубочных изделий - 11,6 %, кондитерских изделий - 4,4 %, молока и молочных продуктов - 3,7 %, овощей - 4,3 %, фруктов - 5,2 %, масла растительного - 2,9 %.

Развитие регионального производства продовольственных товаров способствует решению стратегической задачи - обеспечения продовольственной безопасности страны. В рамках этой программы необходимо определить основные направления повышения эффективности производства сельскохозяйственной продукции и её переработки, хранения и организации торговли, способствующих достижению норм потребления отдельных продуктов питания [4, с.11]. В числе мер по обеспечению продовольственной безопасности страны следует предусмотреть:

- совершенствование инфраструктуры переработки и хранения сельхоз продукции, создание парниковых хозяйств, увеличение количества холодильников;
- эффективное использование земли и освоение новых земель, особенно в горных и предгорных территориях;
- повышение урожайности сельхозкультур путём получения нескольких урожаев в год.

За последние пять лет объём производства продовольственных товаров в Согдийской области возрос в 1,4 раза, а его удельный вес в рыночном товарообороте увеличился с 75,2 % в 2012 г. до 87,9 % в 2017 г. Следовательно, основная часть продуктов потребления создаётся в производственных отраслях и в сфере услуг региона. Конечно, здесь сказывается народнохозяйственная специализация Согдийской области на производстве продовольственных товаров в крупных объёмах, а также уровень развития отдельных отраслей пищевой промышленности (табл.3).

Таблица 3. Динамика производства пищевой продукции в домашних хозяйствах населения Согдийской области Республики Таджикистан (млрд сомони)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2017 в % к 2012
Валовое производство сельхозпродукции	5,14	5,40	5,71	5,33	5,84	7,12	138,5
В том числе: домохозяйства населения	2,81	3,02	3,12	2,94	2,02	3,52	125,3
Удельный вес, в %	54,2	55,8	54,2	54,0	50,1	49,8	-
Промышленное производство пищевых товаров	1,71	1,91	1,27	1,63	1,83	2,42	141,5

Таблица составлена на основе данных Статистического ежегодника Согдийской области за 2018 г. – С. 180-189.

При переходе к рыночной системе, особенно в период экономического кризиса, значение производства в домашних хозяйствах, особенно в личных подсобных хозяйствах, в жизнеобеспечении населения остается высоким, хотя их доля в валовом производстве сельхозпродукции постепенно снижается. Так, если за последние пять лет темпы роста производства сельхозпродукции составили 38,5 %, то в хозяйствах населения – 25,5 %, что привело к снижению удельного веса продукции личных домашних хозяйств в объёме производства сельхозпродукции в Согдийской области с 54,2 % в 2012 г. до 49,8 % в 2017 г. Вместе с тем более высокими темпами возрастал объём переработки сельхозпродукции в готовые продовольственные товары, составляющие основу рыночного товарного предложения, рост которого составил 41,5 %.

Необходимо отметить, что личные домашние хозяйства занимают высокий удельный вес по ряду видов сельхозпродукции. Например, по картофелю, производимому в стране, на их долю приходится около 80 %, а в районах традиционного картофелеводства, таких как Горная Матча, Айнинский, Шахристанский и Ганчинский районы, на хозяйства населения приходится около 90 – 100 % продукции. Это во многом определяет высокую роль личных подсобных хозяйств как гибкой и эффективной формы производства в экономике региона в удовлетворении потребностей населения в продуктах питания.

В реальных условиях функционирования продовольственного рынка предъявителем основного спроса является прежде всего местное население. Определённое количество продовольственных товаров закупается в супермаркетах и на продовольственных и овощных рынках региона покупателями из других районов страны и из зарубежья, а также ресторанами, кафе, столовыми для изготовления блюд, производства новой продукции и поставки её на рынок для удовлетворения общественных или коллективных потребностей.

В теоретическом плане изучение конъюнктуры регионального продовольственного рынка основывается на принципах, предусматривающих воздействие при помощи основных элементов маркетингового комплекса [5, с. 14]. Конъюнктура регионального продовольственного рынка определяется сложившимся соотношением между спросом и предложением товаров и услуг, а в реальных условиях функционирования рынка спрос выражается товарооборотом, предложение – ресурсами товаров. Следует различать состояние конъюнктуры внутреннего, регионального и местного рынков и рынков по группам товаров и отдельных товаров. Например, конъюнктура продовольственного рынка региона или рынка хлеба и хлебопродуктов и, более конкретно, – рынка макаронных изделий.

Конъюнктура регионального продовольственного рынка характеризуется равновесием между спросом и предложением товаров, выражаемым формулой $D=S$, где спрос от английского (Demand) и предложение (Sabjekt). Спрос – это номинальная сумма денег, предназначенная для покупки продовольственных товаров, которая выступает как платежеспособная потребность населения, представленная на продовольственном рынке. Он состоит из спроса, предъявляемого населением региона, обслуживаемого в его пределах, а размер спроса зависит от уровня трудовых и предпринимательских денежных доходов, включая заработную плату, пенсии, стипендии и другие денежные выплаты, осуществляемые государством для поддержки малообеспеченных семей. Что касается предложения, то оно характеризуется количеством товаров, которые находятся на рынке или могут быть на него доставлены. Размер товарного предложения зависит от объёмов

производства внутри страны, импорта товаров, а также от насыщенности рынка запасами товаров. Речь идёт о количестве продовольственных товаров, производимых отечественными предпринимателями, прежде всего фирмами малого и среднего бизнеса, эффективность функционирования которых зависит от многих причин объективного и субъективного характера [6, с. 56]. В последние годы остро стоит вопрос о качестве и ассортименте товаров, а также, что очень важно, - об уровне цен на них. Имеют значение также эстетические, технические и другие потребительские свойства продовольственных товаров. Необходимо учитывать достигнутый уровень их потребления населением региона и очерёдность удовлетворения спроса.

В практическом плане соотношение спроса и предложения продовольственных товаров постоянно меняется, следовательно, речь идёт об изменчивости конъюнктуры рынка продовольствия в регионе под влиянием ряда факторов, воздействующих на спрос и предложение товаров. В связи с этим необходимо констатировать, что в реальных условиях функционирования экономической системы складывается различный уровень конъюнктуры продовольственного рынка. Так, высокий уровень конъюнктуры имеет место, когда предложение продовольственных товаров на рынке превышает объём спроса, следовательно, происходит снижение цен в соответствии с действием закона спроса. Но главное при этом состоит в том, что объём предложения полностью обеспечивает спрос населения региона, инорайонный спрос и спрос коллективных потребителей. Суть вопроса состоит в определении размера превышения разности между величинами S и D и в предоставлении его правильной оценки, используемой при оптимизации запасов товаров, находящихся в каналах торговли, а также при возмещении потерь и покрытии убытков от возможного изменения конъюнктуры в будущем.

Надо иметь в виду, что чрезмерное превышение предложения над спросом часто приводит к увеличению запасов в торговой сети. Но вместе с тем это означает, что часть товаров не находит сбыта, увеличивается количество товаров низкого качества. Последние резко увеличивают потери общественного труда, затраченные на производство товаров и поставку их в торговлю, естественно, повышаются издержки обращения, а в конечном итоге - снижается эффективность всего воспроизводственного процесса.

Низкий уровень конъюнктуры имеет место, когда предложение продовольственных товаров ниже, чем спрос, а следовательно, цены на них повышаются. По существу это означает, что объём товарного предложения недостаточен для покрытия спроса, а размер отклонения может характеризовать величину неудовлетворённого спроса. В связи с этим происходят другие процессы, связанные, с одной стороны, с тенденциями роста абсолютной величины сбережений населения, и с другой, - с увеличением запасов товаров, не соответствующих требованиям спроса потребителей, в торговых складах и магазинах. Но вместе с тем, когда предложение ниже спроса, возникают неблагоприятные условия для развития продовольственного рынка, главные из них - это повышение цен и сужение ассортимента товаров, представленных в торговле, снижение стимулов для производственных предприятий на повышение качества и расширение ассортимента выпускаемой продукции, а также стремление к снижению её себестоимости. Для характеристики такого явления обычно используют наиболее распространённый тезис о том, что если спрос преобладает хотя бы незначительно, то рыночную стоимость регулирует индивидуальная стоимость товаров, произведённых при наименее

благоприятных условиях.

В заключение следует сделать вывод о том, что домашние хозяйства играют важную роль в формировании продовольственного рынка и изменении его конъюнктуры. Домашние хозяйства выступают как рыночные агенты – поставщики ресурсов производства и потребители товаров, в них формируются доходы и расходы семей; на базе продуктов, производимых в домашнем хозяйстве, могут быть созданы основы семейного бизнеса.

Список использованной литературы:

1. Ахмедова М.М. Домашнее хозяйство в системе национальной экономики и его роль в развитии рыночных отношений Республики Таджикистан: автореф. дисс...канд. экон. наук. - Худжанд, 2012. – 14 с.
2. Статистический ежегодник Согдийской области за 2017 г. - 367с.; за 2018 г. – 395 с. [электронный ресурс] <http://www.sugdstat.tj>
3. Исмаилова М.М. Влияние инфляции на доходы и уровень жизни населения в переходной экономике Таджикистана /М.М. Исмаилова// Вестник Таджикского национального университета. Серия социально-экономических и общественных наук. – 2013. – № 2/3 (111). – С. 257 – 262.
4. Рахмон, Эмомали. Послание Президента Республики Таджикистан Маджлиси Оли Республики Таджикистан. 26.12.2018. - С.11.
5. Байматов А.А. Инновационный маркетинг: стратегия создания новой потребительской ценности //Вестник ТГУПБП- 2018.- №1(74). -С.13-20.
6. Аминов И. Причины, сдерживающие развитие малого и среднего бизнеса// Вестник ТГУПБП. – 2014. - №2(58). - С. 54-63.

Reference literature:

1. Akhmedova M.M. Household in the System of National Economy and its Role in Development of Market Relations in the Republic of Tajikistan. Synopsis of candidate dissertation in economics. - Khujand, 2012. - pp. 14.
2. Statistical Annual of Sughd Viloyat for 2017. – 367 pp., 2018. – 395 pp. <http://www.sugdstat.tj>
3. Ismailova M.M. Impact of Inflation on Incomes and Living Standard of Population in Transition Economy of Tajikistan / M.M. Ismailova // Bulletin of the Tajik National University. Series of Socio-Economic and Social Sciences. – 2013, № 2/3 (111). - pp. 257 - 262.
4. Rakhmon, Emomali. The Message of the President of the Republic of Tajikistan to Majlisi Oli of the Republic of Tajikistan. 26.12. 2018. - p.11.
5. Baymatov A.A. Innovative Marketing: Strategy of Creating a New Consumer Value. Bulletin of TSU LBP, 2018. #1 (74), - pp. 13 – 20.
6. Aminov I. Reasons Restraining the Development of Small and Medium Businesses. Bulletin of TSU LBP, 2014, #2 (58), - pp. 54 – 63.