

УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ  
«БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УДК 339.13(476)

ПАЦАЙ  
ЛИДИЯ СЕРГЕЕВНА

**КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ  
К ОЦЕНКЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА  
РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В УСЛОВИЯХ ИНТЕГРАЦИИ**

**Автореферат диссертации на соискание ученой степени  
кандидата экономических наук  
по специальности 08.00.05 — экономика и управление народным  
хозяйством (специализация — экономика, организация и управление  
предприятиями, отраслями, комплексами)**

Минск, 2015

Научная работа выполнена в УО «Белорусский государственный экономический университет»

Научный руководитель Шелег Николай Сидорович, доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры, УО «Белорусский государственный экономический университет», кафедра экономики торговли

Официальные оппоненты: Енин Юрий Иванович, доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой, Белорусский национальный технический университет, кафедра экономики и управления научными исследованиями, проектированием и производством  
Матяс Александр Анатольевич, кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры, УО «Полесский государственный университет», кафедра банковского дела

Оппонирующая организация ГНУ «Научно-исследовательский экономический институт Министерства экономики Республики Беларусь»

Защита состоится 20 ноября 2015 г. в 14.30 на заседании совета по защите диссертаций Д 02.07.02 при УО «Белорусский государственный экономический университет» по адресу: 220070, Минск, просп. Партизанский, 26, ауд. 205 (1-й учеб. корпус), тел. 209-79-56.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке УО «Белорусский государственный экономический университет».

Автореферат разослан 19 октября 2015 года.

Ученый секретарь совета  
по защите диссертаций

Миксюк С.Ф.

## ВВЕДЕНИЕ

Современное развитие экономики Республики Беларусь в некоторой степени обусловлено изменчивостью внешней и внутренней среды, которая влияет на функционирование и развитие потребительского рынка как открытой социально-экономической системы. Соотношение индексов розничного товарооборота и валового внутреннего продукта в 2005–2014 гг. составляло в среднем по Республике Беларусь 1,1, что характеризует потребительский рынок как динамично развивающийся сектор народно-хозяйственного комплекса.

Кардинальные изменения, происходящие в системе социально-экономических отношений постиндустриального общества, организация и функционирование Таможенного союза, Единого экономического пространства и Евразийского экономического союза повышают роль и значение торговой интеграции как фактора, оказывающего существенное влияние на развитие потребительского рынка. Научные исследования отечественных и зарубежных ученых и хозяйственная практика свидетельствуют о том, что интеграция, осуществляемая с применением научных методов управления, способствуют развитию и повышению эффективности как экономики в целом, так и отдельных экономических структур. Возникает необходимость пересмотра и разработки нового инструментария оценки и прогнозирования развития потребительского рынка с учетом происходящих интеграционных процессов.

Теоретические и методические аспекты регулирования потребительского рынка, жизненного уровня населения, внешней торговли и интеграции стали предметом исследования зарубежных (Б. Баласс, Дж. Н. Бхагвати, Х. Грубель, Ж. Лафэ, П. Ллойд, Р. Познер, Я. Тинберген и др.) и белорусских (Я. М. Александрович, Р. П. Валевич, Е. Л. Давыденко, А. Е. Дайнеко, Ю. И. Енин, Е. П. Качуровский, Г. А. Короленок, А. В. Бондарь, К. Л. Куриленок, А. А. Матяс, В. Ф. Медведев, С. И. Михневич, П. Г. Никитенко, М. В. Петрович, В. В. Почекина, Г. В. Турбан, Н. С. Шелег, В. Н. Шимов и др.) ученых. При этом в процессе изучения научных публикаций был выявлен ряд проблем в развитии понятийного аппарата, отсутствии единого мнения по поводу содержания ключевого понятия диссертационного исследования «потребительский рынок», несовершенстве имеющегося методического инструментария оценки и разработки прогноза развития потребительского рынка в условиях интеграции. Эти обстоятельства обусловили выбор темы и формирование тех задач, которые были решены в диссертационной работе.

## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

**Связь работы с научными программами (проектами), темами.** Тема диссертации соответствует п. 11 Перечня приоритетных направлений научных исследований Республики Беларусь на 2011–2015 годы («Социально-экономическое и духовно-культурное развитие Республики Беларусь»), утвержденного постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 19 апреля 2010 г. № 585, и п. 9 Перечня приоритетных направлений научных исследований Республики Беларусь на 2006–2010 годы («Теоретико-методологические основы становления в Республике Беларусь инновационной социально ориентированной экономики, обеспечивающей ее устойчивое развитие во взаимодействии с мировой экономической системой»), утвержденного постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 17 мая 2005 г. № 512.

Прикладные аспекты диссертационного исследования были апробированы в рамках госбюджетных научно-исследовательских тем, выполненных на кафедре экономики торговли УО «Белорусский государственный экономический университет»: «Методология стратегии развития потребительского рынка Беларуси на долгосрочный период с учетом глобализации и интеграции» (№ ГР 20114581, 2011 г.), «Разработка концепции развития торгово-развлекательного центра ОАО «Продтовары» (№ ГР 20143770, 2014 г.).

**Цель и задачи исследования.** Целью диссертационного исследования являются теоретическое обоснование и разработка концептуальных и методических подходов к оценке потребительского рынка Республики Беларусь в условиях интеграции и функционирования Евразийского экономического союза.

Цель исследования обусловила постановку и решение следующих задач:

- сформировать концептуальные подходы к определению сущности потребительского рынка Республики Беларусь в условиях интеграции;
- разработать и апробировать методику мониторинга потребительского рынка Республики Беларусь в условиях интеграции;
- разработать методику оценки влияния торговой интеграции Республики Беларусь, Российской Федерации, Республики Казахстан и Украины на потребительский рынок страны;
- разработать сценарии развития потребительского рынка на основе построенных прогностических моделей целевых показателей потребительского рынка Республики Беларусь в условиях усиления интеграционных процессов.

Объектом исследования является потребительский рынок Республики Беларусь. Предметом исследования выступают теоретические, методические и практические аспекты оценки потребительского рынка в условиях интеграции.

Выбор объекта и предмета исследования обусловлен актуальностью проблемы научного обоснования и развития концептуальных и методических подходов к оценке потребительского рынка в условиях интеграции, что соответствует стратегическим приоритетам развития экономики Республики Беларусь.

**Научная новизна** полученных результатов состоит в развитии теоретических основ исследования потребительского рынка, в том числе уточнении определения понятия «потребительский рынок», в градации форм интеграции; разработке методики мониторинга потребительского рынка; разработке методики оценки влияния торговой интеграции на потребительский рынок Республики Беларусь; разработке сценариев развития потребительского рынка при разных формах интеграции. Результаты исследований могут служить основой для дальнейшего изучения вопросов, связанных с оценкой потребительского рынка Беларуси в условиях функционирования Евразийского экономического союза.

#### **Положения, выносимые на защиту.**

1. Развитие теоретических основ исследования потребительского рынка, научная новизна которых заключается:

- в уточнении определения понятия «потребительский рынок», в котором в отличие от существующих трактовок потребительский рынок, во-первых, рассматривается как открытая система социально-экономических отношений, характеризующаяся процессом обмена потребительских товаров и услуг на внутреннем и внешнем экономических пространствах; во-вторых, трансформируется под влиянием наднационального и национального регулирования, форм интеграции и конкуренции;

- предложении авторской градации форм интеграции Беларуси, России, Казахстана и Украины в рамках процедуры создания единого потребительского рынка, которая включает следующие стадии: преференциальные торговые соглашения; зона свободной торговли; созданы институциональные основы интеграции; сформированы координирующие основы интеграции; экономический союз. Особенность авторской разработки заключается в системном представлении интеграционных процессов через формирование общего пространства, экономических и организационных структур регулирования потребительского рынка.

Изложенные положения позволят повысить соответствие теоретических подходов к определению потребительского рынка, его экономическому содержанию и современным особенностям его развития в условиях возрастающей роли интеграции.

2. Методика мониторинга потребительского рынка в условиях интеграции, суть которой состоит в упорядоченной последовательности действий по целенаправленному комплексному наблюдению за индикаторами состо-

яния и развития потребительского рынка стран — членов интеграционного объединения.

В отличие от действующих методик, основанных на расчете отдельных показателей, авторская разработка предполагает постоянную диагностику и оценку системы взаимосвязанных показателей (общие макроэкономические показатели; показатели, характеризующие спрос и предложение на потребительском рынке; финансовые показатели торговой инфраструктуры; показатели внешней торговли потребительскими товарами), новизна которых заключается в учете при проведении мониторинга внешнеторговых показателей, характеризующих состояние и вектор развития потребительского рынка. Данная методика предназначена для аналитической обработки и распространения результирующей информации как основы подготовки и принятия решений на всех уровнях государственного управления.

Использование данной методики позволяет всем заинтересованным органам и организациям получить всестороннюю оценку сложившейся на потребительском рынке ситуации. Авторская методика рассматривается в качестве необходимого инструмента для повышения эффективности государственного регулирования потребительского рынка и составления научно обоснованных прогнозов развития.

3. Методика оценки влияния торговой интеграции на потребительский рынок Республики Беларусь, суть которой заключается в определении приоритетов в развитии экспортно-импортных отношений. В отличие от существующих методических разработок по количественной оценке общеэкономического влияния торговой интеграции авторская разработка впервые ориентирована на оценку влияния интеграции на потребительский рынок и включает, наряду с общепринятыми показателями изучения внешнеторговых потоков, впервые предложенный интегральный индекс, который определяет степень влияния изменения внешнеторговых цен и структуры экспортно-импортных потоков потребительских товаров под воздействием торговой интеграции и динамики условий торговли на внешнеторговые отношения на потребительском рынке.

Применение данной методики позволило провести комплексный анализ внешнеторговых отношений и получить оценку влияния торговой интеграции на развитие потребительского рынка и экономику страны в целом.

4. Сценарии развития потребительского рынка при разных формах интеграции, которые основаны на использовании эконометрических методов моделирования целевых показателей (индекс изменения розничного товарооборота; доля услуг в общем объеме экспорта; товарооборот внешней торговли Республики Беларусь с Российской Федерацией, Республикой Казахстан и Украиной). Авторские сценарии предусматривают получение прогнозных зна-

чений целевых показателей на период до 2020 г. в зависимости от изменения включенных в разработанные модели экзогенных факторов: индекс изменения инвестиций в основной капитал; индекс изменения реальных денежных доходов; индекс изменения розничного товарооборота; индекс потребительских цен (тарифов) на услуги; стоимость торговых потоков Беларуси с Казахстаном, Россией и Украиной; ВВП на душу населения Беларуси и ее торговых партнеров; расстояние между столицей Беларуси и столицами ее торговых партнеров; наличие общей сухопутной границы Беларуси с Казахстаном, Россией и Украиной; членство страны-партнера в интеграционном объединении. Своевременное и обоснованное принятие управленческих решений по воздействию на перечисленные факторы может способствовать развитию потребительского рынка Республики Беларусь в условиях усиления интеграционных процессов.

**Личный вклад соискателя ученой степени.** Диссертационная работа является целостным и законченным научным трудом, выполненным автором самостоятельно на основе изучения и обобщения теоретического, эмпирического материала, апробации собственных разработок в хозяйственной практике и учебном процессе. Все основные положения, содержащиеся в диссертации и выносимые на защиту, разработаны соискателем лично.

**Апробация диссертации и информация об использовании ее результатов.** Основные положения, выводы и результаты исследования опубликованы в научных рецензируемых журналах, докладывались на международных конференциях и форумах: «Устойчивый рост национальной экономики: инновации и конкурентоспособность» (Минск, 2010), «Новые вызовы в экономике XXI века» (Минск, 2011), «Экономический рост Республики Беларусь: глобализация, инновационность, устойчивость» (Минск, 2011–2015), «Актуальные проблемы экономики и управления в современном обществе» (Пермь, 2011), «Анализ, моделирование и прогнозирование экономических процессов» (Воронеж, 2011), «Коммуникационные технологии в системе современных экономических отношений» (Минск, 2012), «Экономика Республики Беларусь в интеграционных процессах: тенденции, проблемы и перспективы» (Минск, 2012), «Новые математические методы и компьютерные технологии в проектировании, производстве и научных исследованиях» (Гомель, 2012), «Инновационное развитие экономики: тенденции и перспективы» (Пермь, 2012–2015), «Актуальные проблемы экономических, юридических и социально-гуманитарных наук» (Пермь, 2012–2015).

**Опубликование результатов диссертации.** По результатам диссертационного исследования опубликовано 34 научные работы, в том числе: 2 раздела в коллективных монографиях, 8 статей в научных рецензируемых

журналах (2 — в соавторстве), 1 (в соавторстве) — в сборнике научных трудов, 21 (2 — в соавторстве) — в материалах конференций, 2 раздела в учебных пособиях. Объем публикаций, соответствующих п. 18 Положения о присуждении ученых степеней и присвоении ученых званий в Республике Беларусь, составляет 3,53 авторского листа.

**Структура и объем диссертации.** Диссертация состоит из введения, общей характеристики работы, трех глав, заключения, библиографического списка и приложений. Логика структуры диссертационной работы обусловлена последовательностью проведения исследования по достижению поставленной цели. Работа изложена на 328 страницах. Объем, занимаемый 40 таблицами, 16 рисунками и 25 приложениями, составляет 176 страниц. Библиографический список включает 229 наименований (21 страница).

## ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

В первой главе «**Теоретические основы исследования потребительского рынка Республики Беларусь**» оценена степень разработанности проблемы и определены роль и значение потребительского рынка в экономике страны с учетом интеграционных процессов, раскрыты и проанализированы основные предпосылки и условия трансформации потребительского рынка Республики Беларусь, а также выявлены основные проблемы долгосрочного прогнозирования развития потребительского рынка Республики Беларусь с учетом интеграционных процессов.

Исследование теоретических вопросов проблемы показало, что потребительский рынок определяет состояние экономики и социальную стабильность общества, поэтому его развитие постоянно отслеживается и оценивается как на стадии научных разработок, так и на уровне принимаемых правительством решений.

С целью уточнения понятия потребительского рынка были рассмотрены различные подходы, имеющиеся в экономической науке. В отличие от ранних исследований, в которых потребительский рынок как таковой не выделялся, в настоящее время существует большое количество определений данного понятия. В ходе проведенного исследования были изучены и проанализированы трактовки понятия потребительского рынка, представленные в трудах отечественных и зарубежных ученых. На основе их систематизации автором выделено 7 подходов к определению дефиниции «потребительский рынок» (таблица 1).



Таблица 1. — Подходы к определению дефиниции «потребительский рынок»

Подход	Определение	Представитель
<b>Институциональный</b>	Определенная институциональная структура, охватывающая законы, правила игры и, что наиболее важно, определенный тип поведения. Все остальное — это неэффективная имитация рыночной деятельности	Т. Веблен, Р. Коуз, Р. Познер
<b>Воспроизводственный</b>	Система отношений, которая возникает по поводу производства, распределения, обмена и потребления материальных благ и услуг, в рамках которой завершается оборот капитала и товара	Е. М. Азарян, О. Д. Ломовцева, М. Ю. Трубин, А. К. Осипов и др.
<b>Экономический</b>	Сфера проявления причинно-следственных связей между производителями и потребителями материальных, нематериальных и духовных благ в форме товарно-денежного оборота, спросом и потреблением, что, по сути, формирует сферу потребления	В. Д. Ларичев, К. Маркс, А. С. Новоселов, Г. М. Спирин, С. Ожегов и др.
<b>Экономико-правовой</b>	Система социально-экономических или правовых отношений между продавцами (организациями, индивидуальными предпринимателями, реализующими продукцию по договору купли-продажи) и покупателями (гражданами) по поводу реализации товаров, оказания услуг и выполнения работ	Ю. А. Аванесов, И. К. Беляевский, Р. П. Валевиц, М. В. Петрович, Н. Н. Таскаев и др.
<b>Поведенческо-экономический</b>	Рынок существует тогда, когда люди встречаются прямо или через своих посредников с тем, чтобы продать или купить товары и услуги; при этом выделяется рынок товаров и услуг, закупаемых отдельными лицами или домохозяйствами для личного потребления	Ф. Котлер, Е. П. Голубков, А. Хоскинг, Ф. Хаек
<b>Отраслевой</b>	Подсистема национального рынка, которая образовалась в соответствии с уровнем организации экономического пространства и характеризуется спецификой субъектно-объектных отношений, определенным уровнем концентрации и специализации трансакций, степенью монополизации и уровнем конкуренции	А. В. Зверев, А. Н. Чаплина и др.
<b>Смешанный</b>	Система социально-экономических отношений между продавцами, предлагающими потребительские товары для обмена через товаропроводящую сеть, или посредниками и покупателями, предъявляющими спрос с целью удовлетворения своих платежеспособных потребностей	Н. С. Шелег, В. Пантелеев и др.

В результате анализа подходов к определению понятия «потребительский рынок» сделан вывод о том, что потребительский рынок рассматривается авторами либо как система отношений, либо как хозяйственная деятельность и преимущественно сфера внутренней торговли. Вместе с тем в современных условиях хозяйствования при исследовании потребительского рынка следует учитывать возрастающую роль интеграции. Различные подходы к пониманию сущности потребительского рынка вызвали необходимость уточнения определения понятия, на основе которого строилось дальнейшее исследование. *Потребительский рынок* — это открытая система социально-экономических отношений, трансформирующаяся под влиянием наднационального и национального регулирования, форм интеграции и конкуренции и обеспечивающая удовлетворение потребностей и интересов производителей и потребителей в процессе обмена потребительских товаров и услуг. Происходящие интеграционные процессы способствуют ускорению темпов развития потребительского рынка и экономики страны в целом.

С целью развития понятийного аппарата были раскрыты и систематизированы предпосылки трансформации потребительского рынка в условиях интеграции: общесистемные, системные, внутрисистемные. Обосновано отнесение изменения форм интеграции к системным предпосылкам трансформации потребительского рынка в рамках функционирования Евразийского экономического союза. Изучение и анализ западной и отечественной научной литературы позволили сделать вывод о том, что наиболее распространенная классификация форм интеграции, используемая в современной экономической теории, принадлежит исследователю Б. Балассу. Данная классификация не в полной мере соответствует действительности стран постсоветского пространства. В связи с этим был предложен авторский взгляд на градацию этапов развития интеграционных процессов Беларуси, России, Казахстана и Украины, подкрепленный формами интеграции, учитывающими специфику развития современных интеграционных отношений (рисунок 1). Особенность предложенной градации заключается в плавной координации процесса преобразования, ведущего к формированию общего пространства, политики и структур в рамках интеграционного объединения с целью создания общего потребительского рынка.

Во второй главе «**Оценка состояния потребительского рынка Республики Беларусь в условиях интеграции**» выявлены и систематизированы факторы, воздействующие на состояние и динамику потребительского рынка в условиях интеграции, разработана и апробирована методика мониторинга потребительского рынка Беларуси.

На основании рассматриваемых в научной литературе подходов к составу факторов были определены те, которые влияют на развитие потребительского



**Рисунок 1. — Градация форм интеграции Беларуси, России, Казахстана и Украины (I и II этапы) в рамках процедуры создания потребительского рынка**

рынка Республики Беларусь с учетом интеграционных процессов, а затем систематизированы в две группы: общие и специфические. Специфические факторы объединены в 4 подгруппы: факторы внутреннего спроса; ценовой фактор; факторы предложения; формы интеграции. Научная новизна представленной классификации факторов заключается во включении изменения формы интеграции как определяющего фактора при формировании общего потребительского рынка. При трансформации форм интеграции меняются условия торговли, что приводит к изменению в темпах роста экономики вследствие расширения размера рынка и сопутствующего увеличения производительных ресурсов.

В ходе исследования выявлено, что важным условием для повышения эффективности государственного управления и функционирования потребительского рынка является расширение используемого информационного ресурса. Информационная открытость необходима для определения направлений развития потребительского рынка и построения прогнозов. Современная система мониторинга потребительского рынка в Республике Беларусь не охватывает весь спектр необходимой для анализа и оценки информации, так как органы государственного управления разделяют наблюдения за показателями потребительского рынка, доходов и расходов населения, промышленности и внешней торговли друг от друга, выделяя их как независимые области контроля и анализа.

По результатам исследования показано, что наиболее целесообразно формировать не перечень, а систему показателей, что предполагает определение полного состава показателей, и устанавливать формы и тесноту связей между ними.

Приведенный подход реализован в методике мониторинга потребительского рынка, осуществлять которую, как предполагается, будет Министерство торговли Республики Беларусь, а результаты смогут использовать органы государственного управления и субъекты хозяйствования.

Авторская методика мониторинга потребительского рынка представляет собой определенную и упорядоченную последовательность действий (обозначение конкретных целей и задач проведения мониторинга; определение направленности и полноты охвата мониторингом в зависимости от целей и задач; формирование системы взаимосвязанных индикаторов, предусматривающих всесторонность мониторинга; проведение мониторинга потребительского рынка; анализ результатов, полученных в ходе проведения мониторинга; принятие управленческих решений по дальнейшему направлению развития потребительского рынка), где каждый шаг имеет свои задачи, а результат предыдущего является основой следующего.

Разработанная методика мониторинга носит комплексный характер, поскольку предполагает изучение различных аспектов потребительского рынка (направленность, показатели развития, динамика и др.) во взаимосвязи и взаимозависимости, что позволяет получить всестороннюю оценку состояния рынка в текущий период для принятия управленческих решений. Особенность авторской методики заключается в определении системы взаимосвязанных показателей (общие макроэкономические показатели; показатели, которые характеризуют спрос и предложение на потребительском рынке; финансовые показатели торговой инфраструктуры; показатели внешней торговли потребительскими товарами). Методика является гибкой и может дополняться в зависимости от цели и полноты охвата мониторинга.

Апробация авторской методики мониторинга потребительского рынка позволила осуществлять наблюдение на основе комплексного, системного, дифференцированного, динамического подходов, получить агрегированное заключение об изменениях индикаторов (розничного товарооборота и внешней торговли потребительскими товарами) его состояния и развития. Полученные выводы и результаты, основанные на данных за 2000–2013 гг., позволили разработать методический инструментарий для проведения моделирования и долгосрочного прогнозирования потребительского рынка Республики Беларусь в условиях интеграции.

Третья глава **«Разработка инструментария оценки развития потребительского рынка Республики Беларусь в условиях интеграции»** посвящена разработке и апробации методики оценки влияния торговой интеграции Республики Беларусь, Российской Федерации, Республики Казахстан и Украины на потребительский рынок Беларуси; разработке сценариев развития потребительского рынка Беларуси в условиях интеграции.

Необходимым условием определения направлений и темпов дальнейшего развития интеграции является оценка сформировавшихся внешнеторговых отношений на потребительском рынке. Как показал анализ отечественных и зарубежных исследований, существует недостаточность и необъективность используемого методического инструментария: расчеты, проводимые органами государственного управления Беларуси, дают количественную характеристику внешнеторговой направленности; расчеты коэффициентов международных организаций дают качественную оценку, однако имеется ограниченность, проявляющаяся в использовании только одной составляющей внешней торговли, связанной с экспортом; для комплексной оценки целесообразно использовать коэффициенты, рассчитанные на основе объемов экспорта и импорта страны. Указанные недостатки были учтены при разработке авторской методики оценки влияния торговой интеграции Республики Беларусь, Российской Федерации, Республики Казахстан и Украины на потребительский рынок Беларуси, суть которой заключается в определении перспективной направленности развития

экспортно-импортных отношений посредством расчета и оценки индикаторов, характеризующих внешнеторговые отношения потребительского рынка Республики Беларусь (таблица 2).

Таблица 2. — Индикаторы, характеризующие состояние внешнеторговых отношений на потребительском рынке Республики Беларусь

Индикатор 1	Характеристика 2	Методика 3
<i>Индекс концентрации экспорта и импорта</i>	При анализе структурных изменений в торговле определяет степень концентрации/диверсификации экспорта и импорта страны	$HHI = d_1^2 + d_2^2 + \dots + d_n^2,$ <p>где <math>d_n^2</math> — долевым показателем экспорта/импорта <math>i</math>-й страны в общем объеме экспорта/импорта национальной экономики;</p> <p><math>n</math> — количество стран</p>
<i>Индекс конкурентоспособности</i>	Положительные значения индекса указывают на существование конкурентных преимуществ	$LFI_j^i = 100 \cdot \left( \frac{x_j^i - m_j^i}{x_j^i + m_j^i} - \frac{\sum_{j=1}^N x_j^i - m_j^i}{\sum_{j=1}^N x_j^i + m_j^i} \right) \cdot \frac{x_j^i + m_j^i}{\sum_{j=1}^N x_j^i + m_j^i},$ <p>где <math>x_j</math> и <math>m_j</math> — экспорт и импорт продукции <math>j</math> страны <math>i</math>, млн дол. США;</p> <p><math>N</math> — число видов продукции</p>
<i>Индекс внутриотраслевой торговли</i>	Индекс принимает значение от 0 до 100; чем оно выше, тем выше значение взаимной торговли между странами	$GL_i = 100 \cdot \left( 1 - \frac{ X_i - M_i }{X_i + M_i} \right),$ <p>где <math>X_i</math> — совокупный экспорт сектора <math>i</math>, млн дол. США;</p> <p><math>M_i</math> — совокупный импорт сектора <math>i</math>, млн дол. США</p>
<i>Коэффициент интенсивности двусторонних товаропотоков</i>	Если значение коэффициента больше 1, это говорит о интенсивности торговли страны со страной-партнером в сравнении с мировым уровнем торговли страны	$I_{ij} = \frac{\frac{X_{ij}}{M_j}}{\frac{X_i}{M_w - M_i}},$ <p>где <math>X_{ij}</math> — экспорт страны <math>i</math> в страну <math>j</math>, млн дол. США;</p> <p><math>M_j</math> — общий объем импорта страны <math>j</math>, млн дол. США;</p> <p><math>X_i</math> — общий объем экспорта страны <math>i</math>, млн дол. США;</p> <p><math>M_w</math> — общий мировой импорт, млн дол. США;</p> <p><math>M_i</math> — общий объем импорта страны <math>i</math>, млн дол. США</p>

## Окончание таблицы 2

1	2	3
<i>Индекс состояния внешнеторгового баланса потребительского рынка</i>	Характеризует сбалансированность внешнеторговых связей потребительского рынка	$I_{tb} = \frac{X_C}{M_C},$ <p>где <math>X_C</math> — стоимость экспорта потребительских товаров, млн дол. США;  <math>M_C</math> — стоимость импорта потребительских товаров, млн дол. США</p>
<i>Внешнеторговая квота по потребительским товарам</i>	Рост данного показателя означает увеличение влияния взаимных товаропотоков на экономику страны, что в определении интеграции свидетельствует об улучшении интеграционных связей	$Q_{ft} = \frac{\frac{1}{2}(x^{int} + m^{int})}{GDP},$ <p>где <math>x^{int}</math> — экспорт потребительских товаров в страны интеграционного объединения, млн дол. США;  <math>m^{int}</math> — импорт потребительских товаров в страны интеграционного объединения, млн дол. США;  <math>GDP</math> — валовой внутренний продукт, млн дол. США</p>
<i>Индекс условий торговли</i>	Оценивает влияние изменения внешнеторговых цен на объемы внешней торговли страны	$I_t = \frac{I_{pe}}{I_{pi}},$ <p>где <math>I_{pe}</math> — индекс средних цен на экспортируемые потребительские товары;  <math>I_{pi}</math> — индекс средних цен на импортируемые потребительские товары</p>
<i>Интегральный индекс</i>	Определяет степень влияния изменения внешнеторговых цен и экспортно-импортных потоков на внешнеторговые отношения на потребительском рынке	$I_p = \sqrt{I_{tb} \cdot I_T},$ <p>где <math>I_{tb}</math> — индекс торгового баланса;  <math>I_T</math> — индекс условий торговли</p>

В отличие от существующих инструментов разработанная методика наряду с общепринятыми показателями, интерпретированными в адаптации к условиям потребительского рынка, включает впервые разработанный интегральный показатель. В совокупности приведенные показатели позволяют осуществлять комплексный анализ влияния торговой интеграции на развитие потребительского рынка и экономику страны в целом.

Результаты апробации методики на основе статистических данных за 2005–2013 гг. подтвердили наличие устойчивой положительной динамики влияния

торговой интеграции на развитие и трансформацию потребительского рынка Республики Беларусь. Выбор для апробации методики настоящего периода обусловлен наличием данных в объеме, необходимом и достаточном для корректного использования в вычислениях как официальной отечественной, так и международной статистики. Достаточно устойчивый уровень концентрации экспорта в страны ЕЭП и Украину. Для импорта характерен наибольший уровень концентрации из России и Украины. По результатам проведенного исследования были определены конкурентные группы потребительских товаров Республики Беларусь в мировом экспорте. Рост индекса специализации свидетельствует о значительном потенциале развития взаимной торговли со странами-партнерами.

Проведенные расчет и анализ индекса внешнеторговой квоты показывают значение торговли потребительскими товарами в развитии экономики Республики Беларусь. В результате проведенных расчетов определено, что на каждую единицу экспортируемого потребительского товара можно купить больше импортированной продукции, а это характеризует потребительский рынок как более устойчивый к мировому финансовому кризису. Значения интегральных индексов для внешней торговли Беларуси и потребительского рынка имеют существенные отличия: для потребительских товаров индекс превышает 1 (характеризуется высокой экспортной привлекательностью продовольственных товаров для стран — участниц ЕЭП и Украины); для непродовольственных товаров ситуация в условиях интеграции обратная ввиду слабой конкурентоспособности отечественных непродовольственных товаров.

Анализ тенденций и закономерностей потребительского рынка позволил выявить совокупность факторов, оказывающих влияние на его развитие, из которых с использованием инструментария экономико-статистического анализа были отобраны наиболее существенные для поиска линейной регрессионной зависимости. Выявленные связи легли в основу прогностических моделей, построенных для каждого целевого показателя развития потребительского рынка (таблица 3).

Таблица 3. — Прогностические модели целевых показателей развития потребительского рынка Республики Беларусь в условиях интеграции

Целевой показатель	Функциональные зависимости	Факторные показатели
Индекс изменения розничного товарооборота, $Y$	$Y = 10,36724 + 0,2573 \cdot IFC + 0,669 \cdot RI$ $R^2 = 0,8716$	$IFC$ — индекс изменения инвестиций в основной капитал; $RI$ — индекс изменения реальных денежных доходов
Доля услуг в общем объеме экспорта, $Y$	$Y = 0,195 \cdot RTT - 0,019 \cdot ICP - 6,724$ $R^2 = 0,795$	$RTT$ — индекс изменения розничного товарооборота; $ICP$ — индекс потребительских цен (тарифов) на услуги



Для прогнозирования товарооборота Беларуси с Россией, Казахстаном и Украиной использованы гравитационные модели. В результате получена гравитационная модель для Беларуси и ее торговых партнеров с учетом современных условий торговли

$$\ln(X_{ij}) = \ln(\alpha_0) + \alpha_1 \ln(Y_i) + \alpha_2 \ln(Y_j) + \alpha_3 \ln(D_{ij}) + \alpha_4 B + \alpha_5 EEU,$$

где  $X_{ij}$  — стоимость торговых потоков страны  $i$  со страной  $j$ , млн дол. США;

$Y_i, Y_j$  — показатели, характеризующие номинальные ВВП соответствующих стран на душу населения, дол. США;

$D_{ij}$  — физическая удаленность экономического центра стран  $i$  и  $j$  (расстояние между столицами, км);

$B$  — наличие общей сухопутной границы стран  $i$  и  $j$ ;

$EEU$  — членство страны-партнера в интеграционном объединении.

После обработки входных данных были получены гравитационные модели взаимной торговли (таблица 4). Адекватность и качество полученных моделей подтверждаются выполнением следующих условий: высокое значение  $F$ -критерия при уровне значимости не более 0,05;  $P$ -значение не превышает 0,05; отсутствие нулевых показателей в доверительных интервалах для коэффициентов регрессии; полученные значения  $t$ -статистики превышают табличные, что свидетельствует о значимости полученных коэффициентов; значение критерия Дарбина–Уотсона подтвердило отсутствие между остатками автокорреляции. В качестве результатов прогнозирования получены интервальные значения целевых показателей развития потребительского рынка с уровнем надежности 95 %.

Таблица 4. — Прогностические модели товарооборота Беларуси с Россией, Казахстаном и Украиной

Целевой показатель	Функциональные зависимости	$R^2$
Внешнеторговый оборот Беларуси с Россией	$\ln X_{ij} = 16,135 + 0,066 \ln Y_i + 0,649 \ln Y_j - 0,048 \ln D_{ij} + 0,518B + 0,045EEU,$ где $Y_i$ — ВВП Беларуси на душу населения, дол. США; $Y_j$ — ВВП России на душу населения, дол. США	0,97
Внешнеторговый оборот Беларуси с Казахстаном	$\ln X_{ij} = 8,821 + 0,658 \ln Y_i + 0,723 \ln Y_j - 0,121 \ln D_{ij} + 0,02B + 0,054EEU,$ где $Y_j$ — ВВП Казахстана на душу населения, дол. США	0,95
Внешнеторговый оборот Беларуси с Украиной	$\ln X_{ij} = 12,76 + 0,846 \ln Y_i + 0,421 \ln Y_j - 0,2 \ln D_{ij} + 0,136B - 0,36EEU,$ где $Y_j$ — ВВП Украины на душу населения, дол. США	0,92

Результаты моделирования послужили основой для разработки двух вариантов возможного развития потребительского рынка:

– *пессимистичный вариант* отражает значения целевых индикаторов с позиций расчетов Института народно-хозяйственного прогнозирования РАН: среднегодовой темп прироста ВВП за 2010–2015 гг. составит 4,7 %, а в 2015–2020 гг. — 2,6 %; среднегодовой прирост инвестиций в основной капитал составит 4,2 %. В Национальной стратегии устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 г. определено, что до 2020 г. доля импортных товаров в товарообороте будет составлять не более 20 %;

– *оптимистичный сценарий* базируется на параметрах, определенных в качестве ориентира в договоре о создании Евразийского экономического союза между Республикой Беларусь, Республикой Казахстан и Российской Федерацией, подписанном 29 мая 2014 г. Планируется, что с 2015 г. в бюджете Беларуси будет оставаться 1,5 млрд дол. США от вывозных таможенных пошлин. В дальнейшем с 2016 г. стороны могут вернуться к пересмотру этой цифры в большую сторону. Согласно расчетам Института народно-хозяйственного прогнозирования РАН, дополнительный прирост ВВП Беларуси от участия в Евразийском экономическом союзе к 2020 г. составит 9,4 млрд дол. США.

Путем использования выявленной зависимости в проекте на 2015–2020 гг. и с учетом определенных выше индикаторов автором были просчитаны и оценены возможные изменения целевых показателей развития потребительского рынка Республики Беларусь: индекс изменения розничного товарооборота Республики Беларусь (в среднем изменения за год в приведенном периоде согласно пессимистичному сценарию составляют от 100,4 до 117,4 %, согласно оптимистичному сценарию — от 112 до 129,6 %); объем доли услуг в общем объеме экспорта (в пессимистичном варианте в 2020 г. составит 9,01–15,8 %, в оптимистичном — 10,51–17,33 %); объем взаимной торговли Беларуси с Россией (согласно пессимистичному варианту данный показатель в 2020 г. увеличится по сравнению с 2013 г. в 1,13–1,45 раза; по оптимистичному варианту в 1,14–1,47 раза); объем взаимной торговли Беларуси с Казахстаном (согласно пессимистичному варианту данный показатель в 2020 г. увеличится по сравнению с 2013 г. в 1,08–2,05 раза; по оптимистичному варианту в 1,14–2,22 раза); объем взаимной торговли Беларуси с Украиной (согласно пессимистичному варианту к 2020 г. увеличится по сравнению с 2013 г. в 1,02–1,88 раза, по оптимистичному варианту в 1,09 — 2,03 раза). Разработанные сценарии позволили получить количественную характеристику основных направлений развития потребительского рынка в условиях трансформации форм интеграции. Своевременное и обоснованное принятие управленческих решений по воздействию на выявленные в ходе моделирования существенные факторы позволит повысить благосостояние населения и будет способствовать развитию экономики Беларуси.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

### **Основные научные результаты диссертации.**

1. Сформулированы положения, развивающие теоретические основы исследования потребительского рынка в условиях усиления интеграции: а) проанализированы и систематизированы научные взгляды и разработки зарубежных и отечественных экономистов, касающиеся определения дефиниции «потребительский рынок», предложена авторская трактовка потребительского рынка как открытой системы социально-экономических отношений; б) обосновано, что существующие классификации форм интеграции для стран постсоветского пространства требуют уточнения. Предложена градация форм экономической интеграции Беларуси, России, Казахстана и Украины (I и II этапы), отличительная особенность авторской разработки заключается в системном отражении интеграционных процессов через формирование общего пространства, политики и организационных структур регулирования единого пространства потребительского рынка с учетом специфики развития стран—участниц интеграционного объединения. Предложенный теоретический базис научных знаний в большей степени соответствует современным тенденциям развития потребительского рынка в условиях интеграции [6, 10, 11, 17, 19, 22, 23, 25, 26, 33, 34].

2. Разработана методика мониторинга потребительского рынка Республики Беларусь в условиях интеграции. Ее научная новизна состоит в определении системы взаимосвязанных показателей, что дает возможность получить наиболее развернутое представление о современном состоянии потребительского рынка Республики Беларусь в условиях интеграции. В предложенном виде методика может рассматриваться в качестве необходимого инструмента повышения эффективности государственного регулирования развития потребительского рынка, прогнозирования и достижения нового качества его роста [1, 3, 7, 10, 11, 12, 14, 15, 19, 23, 25, 32, 33].

3. Разработана методика оценки влияния торговой интеграции Республики Беларусь, Российской Федерации, Республики Казахстан и Украины на потребительский рынок Беларуси для определения перспектив развития экспортно-импортных отношений посредством оценки индикаторов, характеризующих внешнеторговые отношения потребительского рынка страны. В отличие от существующих методических разработок авторская методика впервые ориентирована на оценку именно потребительского рынка и включает, наряду с общепринятыми показателями изучения внешнеторговых потоков, предложенный автором интегральный индекс, который определяет степень влияния изменения внешнеторговых цен и экспортно-импортных потоков, на внешнеторговые отношения на потребительском рынке. Практическое освоение данной методики позволит проводить комплексный анализ внешнеторговых

отношений и получать достоверную оценку влияния торговой интеграции на развитие потребительского рынка и экономику страны в целом [5, 8, 9, 21, 24, 27, 28, 30].

4. Построены прогностические модели макроэкономических параметров развития потребительского рынка при разных условиях и степени интеграции. На основе построенных моделей, а также предполагаемых тенденций изменения основных факторных переменных составлены два возможных сценария развития потребительского рынка Республики Беларусь в условиях интеграции — оптимистичный и пессимистичный, которые характеризуют изменения индекса розничного товарооборота, доли услуг в экспорте страны и показателей внешней торговли Республики Беларусь со странами-партнерами. Разработанные сценарии позволили выявить направления и сформулировать основные предложения по развитию потребительского рынка. Своевременное и обоснованное принятие управленческих решений по воздействию на выявленные в ходе моделирования существенные факторы позволит повысить благосостояние населения и будет способствовать развитию экономики Беларуси [2, 4, 13, 15, 16, 18, 20, 29, 31].

#### **Рекомендации по практическому использованию результатов.**

Разработки и выводы, содержащиеся в диссертационной работе, могут быть использованы органами государственного управления при принятии решений по совершенствованию организационно-методического инструментария оценки развития потребительского рынка Республики Беларусь и для экономически обоснованного применения разработанного инструментария; разработке концептуальных подходов к развитию потребительского рынка Республики Беларусь в условиях создания Евразийского экономического союза на долгосрочный период.

Результаты исследования использованы в учебном процессе УО «Белорусский государственный экономический университет» (акт от 24.10.2012 г.), деятельности Министерства экономики Республики Беларусь (акт от 03.04.2014 г.), Министерства торговли Республики Беларусь (акт от 17.09.2014 г.) и ОАО «Продтовары» (акт от 26.01.2015 г.).

## **СПИСОК ПУБЛИКАЦИЙ СОИСКАТЕЛЯ УЧЕНОЙ СТЕПЕНИ**

### *Монографии*

1. Пацай, Л. С. Стратегические ориентиры и технологии реализации концепции долгосрочного прогнозирования на потребительском рынке / Л. С. Пацай // Концептуальные подходы к исследованию потребительского рынка (в условиях формирования ЕЭП) : моногр. / Н. С. Шелег, П. И. Иванцов, Р. П. Ва-

левич, И. М. Микулич, Е. Ф. Волонцевич, С. О. Белова, А. И. Ерчак, И. В. Прыгун, И. Б. Тимошенко, Д. А. Ананьев, С. Е. Пушкина, Н. А. Подобед, Л. П. Боган, С. И. Кабушкина, Г. К. Козлова, С. Н. Лапина, А. М. Мытник, Т. И. Парицкая, Л. В. Чибисова, Л. С. Пацай, В. А. Данилов, В. М. Коновалова, В. И. Воробьева ; под ред. Н. С. Шелега. — Минск : СИА, 2012. — С. 46–69.

2. Пацай, Л. С. Анализ состояния и развития рынка непродовольственных товаров / Л. С. Пацай // Стратегии развития потребительского рынка Беларуси с учетом глобализации и интеграции : моногр. / Н. С. Шелег, Ю. И. Енин, Р. П. Валевич, И. М. Микулич, С. О. Белова, А. И. Ерчак, Н. А. Подобед, С. Н. Лапина, И. А. Леднева, А. М. Мытник, Л. С. Пацай, Е. А. Соколовская, В. И. Иванова, Е. Е. Нилова, Е. Н. Шелег, О. В. Комар, А. М. Никонович, О. А. Савчук, Н. В. Владимирова, С. С. Кирилук, К. В. Белошапка, С. Н. Шелег ; под ред. Н. С. Шелега. — Минск : СИА, 2012. — С. 46–69.

*Статьи в научных рецензируемых журналах и сборнике научных трудов*

3. Пацай, Л. С. Мониторинг потребительского рынка в условиях интеграции / Л. С. Пацай // Весн. Беларус. дзярж. экан. ун-та. — 2011. — № 3. — С. 67–74.

4. Пацай, Л. С. Проблемы становления инфраструктуры товарного рынка: теоретические аспекты / Н. С. Шелег, Л. С. Пацай, Е. Н. Шелег // Беларус. экон. журн. — 2011. — № 2. — С. 90–99.

5. Пацай, Л. С. Концептуальные подходы к регулированию потребительского рынка Беларуси / Н. С. Шелег, Л. С. Пацай, В. М. Коновалова // Науч. тр. / Беларус. гос. экон. ун-т. — Минск, 2012. — Вып. 5. — С. 432–443.

6. Пацай, Л. С. Проблемы долгосрочного прогнозирования развития потребительского рынка Беларуси, Казахстана, России и Украины / Л. С. Пацай // Весн. Магілёўс. дзярж. ун-та. Сер. Д, Эканоміка, сацыялогія, права. — 2014. — № 1. — С. 12–19.

7. Пацай, Л. С. Качественные и количественные факторы, влияющие на потребительский рынок Республики Беларусь / Л. С. Пацай // Труд. Профсоюзы. Общество. — 2014. — № 1. — С. 55–61.

8. Пацай, Л. С. Совершенствование экономического механизма государственного регулирования потребительского рынка / Л. С. Пацай // Экономика и упр. — 2014. — № 2. — С. 61–65.

9. Пацай, Л. С. Индикаторы внешнеторгового оборота потребительского рынка Республики Беларусь в условиях интеграции / Л. С. Пацай // Труд. Профсоюзы. Общество. — 2014. — № 2. — С. 23–29.

10. Пацай, Л. С. Методические подходы к оценке состояния и развития потребительского рынка / Л. С. Пацай // Вестн. Полоц. гос. ун-та. Сер. Д, Экон. и юрид. науки. — 2014. — № 6. — С. 39–46.

*Статья в сборнике научных трудов*

11. Пацай, Л. С. Региональные объединения и развитие торговли — важнейшее условие интернационализации и глобализации мирового и отечественного хозяйства / Н. С. Шелег, В. А. Данилов, Л. С. Пацай // Сборник научных трудов факультета предпринимательства и управления БГАТУ : к 15-летию факультета / Белорус. гос. аграр. техн. ун-т ; редкол.: И. М. Морозова (отв. ред.) [и др.]. — Минск, 2012. — С. 37–47.

*Материалы конференций*

12. Пацай, Л. С. Мониторинг потребительского рынка Беларуси, Украины и России в условиях интеграции / Л. С. Пацай // Устойчивый рост национальной экономики: инновации и конкурентоспособность : материалы II Междунар. науч.-практ. конф. аспирантов и молодых ученых, Минск, 24–25 нояб. 2010 г. / Белорус. гос. экон. ун-т ; редкол.: Г. А. Короленок (отв. ред.) [и др.]. — Минск, 2010. — С. 89–91.

13. Пацай, Л. С. Стратегия развития потребительского рынка: проблемы и перспективы / Л. С. Пацай // Новые вызовы в экономике XXI века : материалы междунар. науч.-практ. конф. к 80-летию Ин-та экономики НАН Беларуси, Минск, 24–25 марта 2011 г. / Ин-т экономики НАН Беларуси ; науч.-ред. совет: Г. Л. Вардеванян [и др.]. — Минск, 2011. — С. 654–656.

14. Пацай, Л. С. Методологические подходы стратегического анализа потребительского рынка / Л. С. Пацай // Экономический рост Республики Беларусь: глобализация, инновационность, устойчивость : материалы IV Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 19–20 мая 2011 г. : в 2 т. / Белорус. гос. экон. ун-т ; редкол.: В. Н. Шимов (отв. ред.) [и др.]. — Минск, 2011. — Т. 2. — С. 236–237.

15. Пацай, Л. С. Тенденции потребительских рынков России и Беларуси в условиях формирования единого рынка / Л. С. Пацай // Актуальные проблемы экономики и управления в современном обществе : материалы ежегод. всерос. с междунар. участием науч.-практ. конф., Пермь, 17 нояб. 2011 г. / Перм. ин-т экономики и финансов ; под ред. Е. В. Поносовой. — Пермь, 2011. — С. 251–254.

16. Пацай, Л. С. Корреляционно-регрессионный метод анализа розничного товарооборота Беларуси / Л. С. Пацай // Анализ, моделирование и прогнозирование экономических процессов : материалы III Междунар. науч.-практ. интернет-конф., 15 дек. 2011 г. — 15 февр. 2012 г. / Волгогр. гос. ун-т, Воронеж. гос. ун-т ; под ред. Л. Ю. Богачковой, В. В. Давниса. — Воронеж, 2011. — С. 167–171.

17. Пацай, Л. С. Маркетинговые коммуникации на потребительском рынке / Л. С. Пацай // Коммуникационные технологии в системе современных экономических отношений : материалы IV Респ. науч.-практ. конф., Минск, 2–3 февр. 2012 г. / Белорус. гос. экон. ун-т ; под ред. Н. В. Попок. — Минск, 2012. — С. 228–229.

18. Пацай, Л. С. Прогноз объема розничного товарооборота, используя расчет скользящего среднего / Л. С. Пацай // Новые математические методы и компьютерные технологии в проектировании, производстве и научных исследованиях : материалы XV Респ. науч. конф. студентов и аспирантов, Гомель, 26–28 марта 2012 г. : в 2 ч. / Гомел. гос. ун-т ; редкол.: О. М. Демиденко (гл. ред.) [и др.]. — Гомель, 2012. — Ч. 2. — С. 182–183.

19. Пацай, Л. С. Тенденции и перспективы развития ЕЭП для потребительского рынка / Л. С. Пацай // Экономика Республики Беларусь в интеграционных процессах: тенденции, проблемы и перспективы : сб. материалов междунар. науч.-практ. конф., Минск, 19–20 апр. 2012 г. / Ин-т экономики НАН Беларуси ; науч.-ред. совет: А. Е. Дайнеко [и др.]. — Минск, 2012. — С. 305–307.

20. Пацай, Л. С. Основные методы долгосрочного прогнозирования потребительского рынка / Л. С. Пацай // Экономический рост Республики Беларусь: глобализация, инновационность, устойчивость : материалы V Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 17–18 мая 2012 г. : в 2 т. / Белорус. гос. экон. ун-т ; редкол.: В. Н. Шимов (отв. ред.) [и др.]. — Минск, 2012. — Т. 2. — С. 266–267.

21. Пацай, Л. С. Интеграционная активность потребительского рынка Республики Беларусь / Л. С. Пацай // Инновационное развитие экономики: тенденции и перспективы : материалы I Междунар. науч.-практ. конф., Пермь, 15 нояб. 2012 г. / Перм. нац. исслед. политехн. ун-т ; под ред. Е. Б. Денисова. — Пермь, 2012. — С. 122–127.

22. Пацай, Л. С. Система элементов и инструменты разработки и реализации концепции долгосрочного прогнозирования на потребительском рынке / Н. С. Шелег, Л. С. Пацай // Инновационное развитие экономики: тенденции и перспективы : материалы I Междунар. науч.-практ. конф., Пермь, 15 нояб. 2012 г. / Перм. нац. исслед. политехн. ун-т ; под ред. Е. Б. Денисова. — Пермь, 2012. — С. 382–388.

23. Пацай, Л. С. Долгосрочный прогноз развития потребительского рынка Беларуси, России, Казахстана в рамках ЕЭП / Л. С. Пацай // Актуальные проблемы экономических, юридических и социально-гуманитарных наук : материалы ежегод. всерос. с междунар. участием науч.-практ. конф., Пермь, 22 нояб. 2012 г. / Перм. ин-т экономики и финансов ; под ред. Е. В. Поносовой. — Пермь, 2012. — С. 200–202.

24. Пацай, Л. С. Формирование единого потребительского рынка в рамках Таможенного союза и ЕЭП / Л. С. Пацай // Экономический рост Республики

Беларусь: глобализация, инновационность, устойчивость : материалы IV Международ. науч.-практ. конф., Минск, 15–16 мая 2013 г. : к 80-летию БГЭУ : в 2 т. / Белорус. гос. экон. ун-т ; редкол.: В. Н. Шимов (отв. ред.) [и др.]. — Минск, 2013. — Т. 2. — С. 277–278.

25. Пацай, Л. С. Проблемы долгосрочного прогнозирования потребительского рынка Беларуси, России, Казахстана и Украины / Л. С. Пацай // Инновационное развитие экономики: тенденции и перспективы : материалы II Международ. науч.-практ. конф., посвящ. 60-летию ФГБОУ ВПО «Пермский национальный исследовательский политехнический университет», Пермь, 15 окт. 2013 г. / Перм. нац. исслед. политехн. ун-т. — Пермь, 2013. — С. 161–167.

26. Пацай, Л. С. Создание единого потребительского рынка Беларуси, России, Украины и Казахстана в рамках ЕЭП / Л. С. Пацай // Актуальные проблемы экономических, юридических и социально-гуманитарных наук : материалы VII Всерос. с междунар. участием науч.-практ. конф., Пермь, 21 нояб. 2013 г. / Перм. ин-т экономики и финансов ; под ред. Е. В. Поносовой. — Пермь, 2013. — С. 245–247.

27. Пацай, Л. С. Индикаторы внешнеторгового оборота потребительского рынка Беларуси с Россией, Украиной и Казахстаном / Л. С. Пацай // Ключевые факторы и актуальные направления постиндустриального развития экономики Беларуси : сб. материалов междунар. науч.-практ. конф., Минск, 24–25 апр. 2014 г. / НАН Беларуси, Ин-т экономики ; науч.-ред. совет: В. Г. Гусаков [и др.]. — Минск, 2014. — С. 402–405.

28. Пацай, Л. С. Совершенствование организационно-экономического механизма государственного регулирования потребительского рынка Республики Беларусь / Л. С. Пацай // Инновационное развитие экономики: тенденции и перспективы : материалы II Международ. науч.-практ. конф., Пермь, 15 мая 2014 г. / Перм. нац. исслед. политехн. ун-т. — Пермь, 2014. — С. 46–54.

29. Пацай, Л. С. Моделирование внешнеэкономической торговли Беларуси с Россией, Украиной и Казахстаном / Л. С. Пацай // Экономический рост Республики Беларусь: глобализация, инновационность, устойчивость : материалы IV Международ. науч.-практ. конф., Минск, 25–26 сент. 2014 г. : в 2 т. / Белорус. гос. экон. ун-т ; редкол.: В. Н. Шимов (отв. ред.) [и др.]. — Минск, 2014. — Т. 2. — С. 212–213.

30. Пацай, Л. С. Создание единого потребительского рынка Республики Беларусь, Российской Федерации и Республики Казахстан в условиях Евразийского союза / Л. С. Пацай // Проблемы прогнозирования и государственного регулирования социально-экономического развития : материалы XV Международ. науч.-практ. конф., Минск, 23–24 окт. 2014 г. : в 3 т. / НИЭИ М-ва экон. Респ. Беларусь ; редкол.: А. В. Червяков [и др.]. — Минск, 2014. — Т. 2. — С. 38–39.



31. Пацай, Л. С. Прогнозирование развития потребительского рынка Республики Беларусь в условиях интеграции на основе сценарного подхода / Л. С. Пацай // Актуальные проблемы экономических, юридических и социально-гуманитарных наук : материалы ежегод. всерос. с междунар. участием науч.-практ. конф., Пермь, 23 марта 2015 г. / Перм. ин-т экономики и финансов ; под ред. Т. В. Алферовой. — Пермь, 2015. — С. 108–112.

32. Пацай Л.С. Условия трансформации потребительского рынка Республики Беларусь / И. М. Микулич, Л. С. Пацай // Экономический рост Республики Беларусь: глобализация, инновационность, устойчивость : материалы VIII Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 21–22 мая 2015 г. : в 2 т. / Белорус. гос. экон. ун-т ; редкол.: В. Н. Шимов (отв. ред.) [и др.]. — Минск, 2015. — С. 228–229.

#### *Учебные пособия*

33. Пацай, Л. С. Товарный рынок и исследование его конъюнктуры / Л. С. Пацай // Инфраструктура товарного рынка : учеб. пособие / Н. С. Шелег, Ю. И. Енин, Е. Н. Шелег, Л. С. Пацай, В. А. Данилов, А. В. Калинушкин, В. З. Савонь, С. И. Скриба. — Минск : БГЭУ, 2012. — Гл. 1. — С. 13–47.

34. Пацай, Л. С. Мировая экономика и тенденции ее интеграционного развития / Л. С. Пацай // Международная торговля : учеб. пособие / Н. С. Шелег, Ю. И. Енин, И. Б. Тимошенко, А. Я. Янчук, Т. А. Осипович, Д. А. Ананьев, А. А. Матяс, В. А. Журавлев, А. А. Пилюттик, В. И. Иванова, О. А. Савчук, Е. Н. Яковлева, Л. С. Пацай, С. Н. Шелег. — Минск : Выш. шк., 2014. — Гл. 5. — С. 388–500.

## РЭЗІЮМЭ

Пацай Лідзія Сяргееўна

### **Канцэптуальныя і метадычныя падыходы да ацэнкі спажывецкага рынку Рэспублікі Беларусь ва ўмовах інтэграцыі**

**Ключавыя словы:** спажывецкі рынак, інтэграцыя, інтэграцыя спажывецкага рынку, форма інтэграцыі, маніторынг спажывецкага рынку ва ўмовах інтэграцыі.

**Мэта даследавання:** тэарэтычнае абгрунтаванне і распрацоўка канцэптуальных і метадычных падыходаў да ацэнкі спажывецкага рынку Рэспублікі Беларусь ва ўмовах інтэграцыі і функцыянавання Еўразійскага эканамічнага саюза.

**Метады даследавання:** агульнанавуковыя метады пазнання (аналіз, сінтэз, дэдукцыя, індукцыя), графічны і параўнальны аналіз, эканаміка-статыстычнае мадэляванне, метады напісання сцэнарыя.

**Атрыманыя вынікі і іх навізна:** развіты тэарэтычныя асновы даследавання спажывецкага рынку ва ўмовах інтэграцыі; распрацавана метадыка маніторынгу спажывецкага рынку ва ўмовах інтэграцыі; распрацавана метадыка колькаснай ацэнкі гандлёвай інтэграцыі спажывецкага рынку Рэспублікі Беларусь з Расійскай Федэрацыяй, Рэспублікай Казахстан і Украінай; распрацаваны сцэнарыі развіцця спажывецкага рынку Рэспублікі Беларусь ва ўмовах інтэграцыі.

**Ступень выкарыстання:** вынікі даследавання выкарыстоўваюцца ў дзейнасці Міністэрства эканомікі Рэспублікі Беларусь, Міністэрства гандлю Рэспублікі Беларусь, ААТ «Прадтавары» і ў навучальным працэсе УА «Беларускі дзяржаўны эканамічны ўніверсітэт».

**Галіна прымянення:** практычная дзейнасць органаў дзяржаўнага кіравання, інтэграцыйных аб'яднанняў, арганізацый гандлю і навучальным працэсе.

## РЕЗЮМЕ

Пацай Лидия Сергеевна

### **Концептуальные и методические подходы к оценке потребительского рынка Республики Беларусь в условиях интеграции**

**Ключевые слова:** потребительский рынок, интеграция, интеграция потребительского рынка, форма интеграции, мониторинг потребительского рынка в условиях интеграции.

**Цель работы:** теоретическое обоснование и разработка концептуальных и методических подходов к оценке потребительского рынка Республики Беларусь в условиях интеграции и функционирования Евразийского экономического союза.

**Методы исследования:** общенаучные методы познания (анализ, синтез, дедукция, индукция), графический и сравнительный анализ, экономико-статистическое моделирование, метод написания сценария.

**Полученные результаты и их новизна:** развиты теоретические основы исследования потребительского рынка в условиях интеграции; разработана методика мониторинга потребительского рынка в условиях интеграции; разработана методика количественной оценки торговой интеграции потребительского рынка Республики Беларусь с Российской Федерацией, Республикой Казахстан и Украиной; разработаны сценарии развития потребительского рынка Республики Беларусь в условиях интеграции.

**Степень использования:** результаты исследования используются в деятельности Министерства экономики Республики Беларусь, Министерства торговли Республики Беларусь, ОАО «Продтовары» и в учебном процессе УО «Белорусский государственный экономический университет».

**Область применения:** практическая деятельность органов государственного управления, интеграционных объединений, организаций торговли и учебном процессе.

## SUMMARY

Patsay Lidiya Sergeevna

### **Conceptual and methodological approaches to the assessment of the consumer market of the Republic of Belarus in the context of integration**

**Keywords:** consumer market, integration, consumer market integration, form of integration, monitoring of the consumer market in the context of integration.

**Objective:** theoretical justification and development of the conceptual and methodological approaches to the assessment of the consumer market of the Republic of Belarus in the context of integration and functioning of the Eurasian Economic Union.

**Research methods:** scientific methods of cognition (analysis, synthesis, deduction, induction), graphic and comparative analysis, economic and statistical modeling, the method of writing the scenario.

**The obtained results and their novelty:** the theoretical basis of the research of the consumer market in the context of integration has been developed; a method of monitoring the consumer market in the context of integration has been developed; a method for the quantitative assessment of trade integration of the consumer market of the Republic of Belarus with the Russian Federation, the Republic of Kazakhstan and the Ukraine has been developed; the scenarios for the development of the consumer market of the Republic of Belarus in the context of integration have been developed.

**The extent of use:** the results of the research were used in the activities of the Ministry of Economy of the Republic of Belarus, the Ministry of Trade of the Republic of Belarus, PJSC «Prodtovary», and in the educational process of the Belarus State Economic University.

**The scope of application:** practical activity of the state run public authorities, integration associations, trade organizations and educational process.

Редактор, корректор *Е.Г. Сазончик*  
Технический редактор *О.В. Бордашева*  
Компьютерный дизайн *О.Н. Белезяк*

Подписано в печать 13.10.2015. Формат 60×84/16. Бумага офсетная. Гарнитура Times New Roman. Офсетная печать. Усл. печ. л. 1,9. Уч.-изд. л. 1,5. Тираж 66 экз. Заказ

УО «Белорусский государственный экономический университет».

Свидетельство о государственной регистрации издателя, изготовителя, распространителя печатных изданий № 1/299 от 22.04.2014.

220070, Минск, просп. Партизанский, 26.

Отпечатано в УО «Белорусский государственный экономический университет».

Лицензия полиграфическая № 02330/210 от 14.04.2014.

220070, Минск, просп. Партизанский, 26.