

телей; и баллового — предполагает применение для расчета уровня использования логистического потенциала экспертных оценок.

Л и т е р а т у р а

1. Большая советская энциклопедия: в 30 т. — 3-е изд. — М., 1977. — Т. 20. — С. 428.
2. *Лифшиц, А.С.* Развитие фирмы: ресурсно-целевой подход / А.С. Лифшиц. — Иваново: Иваново, 2006. — 112 с.
3. *Украинцев, В.Б.* Конкуренция и логистика / В.Б. Украинцев. — М.: Эксперт. бюро, 2000. — 224 с.
4. *Стаханов, В.Н.* Промышленная логистика: учеб. пособие / В.Н. Стаханов, С.Н. Тамбовцев. — М.: ПРИОР, 2000. — 96 с.
5. *Бердникова, Т.Б.* Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учеб. пособие / Т.Б. Бердникова. — М.: ИНФРА-М, 2007. — 15 с.

Статья поступила в редакцию 15.12.2011 г.

Н.С. Шелег

доктор экономических наук, профессор

Л.С. Пацай

БГЭУ (Минск)

В.М. Коновалова

БТЭУ ПК (Минск)

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ПОДХОДЫ К РЕГУЛИРОВАНИЮ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА БЕЛАРУСИ

Статья посвящена проблемам регулирования потребительского рынка Беларуси в современных условиях интеграции. Происходят положительные тенденции в структуре товарооборота, потреблении населения, совершенствовании материально-технической базы, в инновационной политике. Однако остаются нерешенными вопросы обеспечения торговли рыночной инфраструктурой, низкое обеспечение субъектов хозяйствования собственными оборотными средствами, недостаточно обоснованно разрабатываются прогнозные показатели развития потребительского рынка. Приводится пример разработки факторного анализа и прогноза развития товарооборота с использованием экономико-математических методов.

Paper is devoted to the problems of regulation of the consumer market of Belarus under modern conditions of integration. Positive trends taking place in the structure of trade, consumption, population, improving logistics, innovation policy. However, there remain unresolved issues of trade in market infrastructure, poor security of business entities own working capital, not reasonably forecasting developed indicators of the consumer market. An example of development of factor analysis and forecast of development of trade with the economic and mathematical methods.

Потребительский рынок — это система социально-экономических отношений в пределах определенной территории между продавцами, предлагающими потребительские товары для обмена через товаропроводящую сеть, посредниками и покупателями,

предъявляющими платежеспособный спрос с целью удовлетворения своих потребностей [1]. Главная цель государственного регулирования потребительского рынка состоит в формировании и развитии потребительского спроса населения и адекватного ему товарного предложения, а также в их соотношении с общественными возможностями и социально-экономическими нормами.

В процессе регулирования должно учитываться несовершенство рыночной системы, состоящее в следующем: не обеспечивает безопасности государства, соблюдение законности и правопорядка; подвержена нестабильному развитию (инфляция, безработица); не способствует воспроизводству и сохранению природных ресурсов и полезных ископаемых; не имеет механизма защиты окружающей среды; не обеспечивает минимальные потребности населения, в том числе право на труд и минимальный доход; не предусматривает социальные гарантии гражданам, в том числе социально незащищенным; не обеспечивает стимулов к производству товаров и услуг коллективного пользования (образование, общественный транспорт, дороги); не обеспечивает качество и безопасность товаров; не стимулирует развитие фундаментальных научных исследований и т.д.

Опора исключительно на рынок в этих сферах может привести к негативным результатам. Ведь успехи здесь служат интересам общества в целом. Это не всегда могут обеспечить индивидуум или предприятие. В связи с этим государство берет на себя бремя регулирования узких мест рыночной экономики в целом и потребительского рынка в частности.

Функционирование потребительского рынка должно регулироваться общими и специальными формами и методами организационно-экономического и нормативно-правового характера в целях достижения рыночного равновесия покупательского спроса и товарного предложения на товарном рынке.

В современных условиях перехода экономики от административно-плановой системы к рыночной на потребительский рынок возлагается функция не просто по доведению товаров до потребителя, но и необходимость учесть различные социально-экономические условия, полезность и ценность товара, его доступность и информированность населения о его свойствах и качестве.

Реформирование экономики Беларуси позволило ликвидировать в торговле торги и тресты и предоставить финансово-хозяйственную самостоятельность торговым предприятиям и организациям.

Практически ликвидирован жесткий контроль за ценообразованием (сохранено регулирование торговой надбавки на небольшое количество отечественных товаров первой необходимости), проведена приватизация потребительского рынка. В промышленности половина предприятий принадлежала частным и иностранным предпринимателям. В торговле 3/4 товарооборота реализуется через негосударственные торговые предприятия. Проведены демократические преобразования во внешнеэкономической деятельности, что позволило расширить ассортимент импортных товаров на потребительском рынке.

На потребительском рынке самая высокая предпринимательская и инвестиционная активность. Капитал в торговле быстро оборачивается и приносит высокие доходы. Торговля является важной бюджетобразующей системой и основным источником поступления денежных средств, что способствует финансовой стабильности государства.

Вместе с тем позитивные тенденции развития потребительского рынка сопровождаются рядом негативных серьезнейших проявлений. В Беларуси на потребительском рынке практически отсутствует конкуренция, высок уровень монополизации. Попытка частных предпринимателей, организующих свою торговую деятельность на стадионах и рынках, составить конкуренцию организованной торговле вызывает непонимание государственных органов управления. Не отрегулированы правовые взаимоотношения тор-

говли и промышленности. В республике по-прежнему сохраняется практика поддержки государством товаропроизводителей, осуществляется защита их экономических интересов. Низкая рентабельность торговли, недостаточная техническая и технологическая оснащенность торговых предприятий отражается на культуре и качестве обслуживания населения. Практически ликвидирована крупная оптовая торговля. Именно в торговле происходит наращивание цен реализации товара из-за роста звенности товародвижения, высокой аренды зданий и сооружений и завышенной стоимости банковских кредитных ресурсов. На потребительском рынке установилась сложная система оценки качества и безопасности товаров с элементами дублирования. Не на уровне обеспечена защита прав потребителей. Медленно реализуется система сертификации товаров и торговых услуг. Нет достаточно взвешенного подхода к формированию инфраструктуры потребительского рынка. Ослаблено внимание к решению общесистемных проблем, что выразилось в дезорганизации информационной системы, ликвидации научно-исследовательских институтов и лабораторий. Имея достаточно развитую отечественную систему производства потребительских товаров, около трети их завозится из-за пределов республики, в том числе производимых в достаточном количестве в Беларуси.

В целом в ближайшее время для повышения эффективности потребительского рынка необходимо следующее:

- разработка системы законодательных и нормативно-правовых документов, обеспечивающих механизм регулирования и развития потребительского рынка на всех уровнях и территориях;
- определение стратегии и тактики перехода от потребительского рынка производителя к потребительскому рынку потребителя. Разработка соответствующей стратегической программы;
- обеспечение максимально объемного и структурного соответствия возрастающего спроса населения и соответствующего предложения. Стимулирование долгосрочных хозяйственных отношений между торговлей и промышленностью;
- всестороннее развитие рыночной инфраструктуры, включая развитие материально-технической базы и внедрение нового технологического оборудования промышленности, розничной торговли, опта, общепита; создание и внедрение нового инновационного тарооборудования и транспорта; строительство современных логистических, маркетинговых и компьютерно-информационных центров и т.д.;
- создание равновыгодных условий для продажи и приобретения товаров и услуг у субъектов хозяйствования всех форм собственности;
- подготовка и переподготовка участников потребительского рынка с учетом современных форм и методов (изучение проблем применения логистики, маркетинга, менеджмента и т.д.);
- разработка и внедрение эффективного механизма ценового регулирования в соответствии с социальными приоритетами на потребительском рынке и экономической целесообразностью;
- внедрение эффективной системы обеспечения и защиты прав потребителей. Обеспечение безопасности и качества товаров и услуг;
- осуществление эффективной и социально приемлемой рекламно-информационной деятельности, не противоречащей общественным нормам, установкам, традициям и здоровью людей;
- формирование единой нормативно-правовой и информационной системы потребительского рынка. Создание единого реестра потребительского рынка республики;
- разработка, построение и обеспечение эффективного функционирования организационных структур управления, мониторинга и прогнозирования потребительского рынка;

- создание основ и разработка этапов интеграции потребительского рынка Беларуси в рынки других стран по интеграционным процессам. Проведение унификации правовых норм по созданию нормальных условий хозяйствования субъектов всех форм собственности как на территории Беларуси, так и на территории других стран;

- решение задач регулирования потребительского рынка должно быть направлено на обеспечение условий для гармоничного развития индивидуальных, коллективных и общественных потребностей в товарах и услугах, что можно рассматривать как гарантию стабильного развития общества и залог минимизации социальной напряженности между населением и общественными институтами.

Дальнейшее реформирование потребительского рынка должно проводиться на принципах системности организационно-правовых решений, строгого разграничения предметов ведения между уровнями управления, обеспечения строгой ответственности государственных органов в вопросах защиты прав потребителей и контроля качества и безопасности товаров. Система государственного регулирования должна состоять из отдельных звеньев: регулирующего механизма республиканского уровня, механизма регионального уровня, государственного инструментария экономического регулирования (республиканский бюджет, налоговая система, механизм кредитно-денежной политики, регулирование цен и др.), аппарата административно-правового регулирования отдельных подсистем потребительского рынка. В связи с тем, что многие экономические процессы на потребительском рынке, получившие развитие за время реформ и в процессе интеграции Беларуси и других стран полностью или частично необратимы, мы исходим из того, что, ориентируясь на его сложившееся состояние, необходимо доработать современный механизм регулирования.

Средства решения данной задачи:

- оценка ситуации на потребительском рынке в условиях переходной экономики;
- определение целевых установок, принципов, средств и ресурсов прогнозирования и регулирования;
- формирование и регулирование спроса населения (в том числе с использованием современных методов и способов);
- формирование и регулирование товарного предложения (с применением современного маркетинга);
- оптимизация спроса и предложения товаров и связанных с ними социально-экономических факторов (налогов, цен, доходов и т.д.);
- обеспечение развитой системы товародвижения, включая инфраструктуру потребительского рынка;
- потребительского рынка товаров (создание потребительского рынка Союзного государства, Таможенного союза, СНГ и т.д.);
- обеспечение социально-экономических потребностей населения;
- оценка эффективности механизма государственного регулирования потребительского рынка;
- формирование новых социально-экономических потребностей и спроса населения.

В ходе реформирования экономики проделана существенная работа по созданию механизма рыночного взаимодействия органов исполнительной власти всех уровней и субъектов потребительского рынка. Вместе с тем участие органов государственного управления в регулировании процессов на потребительском рынке в настоящее время необоснованно сужено, что негативно отражается на функционировании рынка. В свою очередь мы исходим из того, что в условиях свободной экономики вмешательство государства в развитие экономических процессов на потребительском рынке допустимо лишь для устранения возникающих отрицательных последствий вследствие нежелательного смещения направлений его развития.

Главной постоянной функцией государства должно быть экономическое регулирование с преимущественным использованием косвенных регуляторов.

Стратегической целью регулирования должно стать создание необходимых условий, при которых можно своевременно и эффективно регулировать соотношение спроса и предложения, контролировать насыщение потребительского рынка товарами и обеспечивать его безопасность. С этой целью основными задачами системы государственного регулирования потребительского рынка должны стать: формирование достаточной конкурентной среды; защита внутреннего рынка на основе поддержки отечественных товаропроизводителей, регулирования иностранных инвестиций; обоснование и применение отраслевых особенностей налогообложения, лицензирования, кредитования, квотирования; эффективный контроль защиты прав и соблюдения интересов потребителей; стимулирование обновления технологии доставки товаров и торгового процесса; развитие и укрепление нормативно-правовой базы на потребительском рынке; поддержание требуемых товаропотоков для обеспечения государственных нужд; вопросы взаимоотношений торговли и промышленности и т.д.

Идеология государственного регулирования потребительского рынка должна опираться на фундаментальные основы формирования многоукладной, социально-ориентированной экономики, предполагающей функционирование в сфере торгового обслуживания и производства товаров государственных, кооперативных и иных частных предприятий, создания и развития конкурентной среды на потребительском рынке. При этом мы исходим из того, что на потребительском рынке могут существовать три основные группы торговых предприятий в роли объектов государственного регулирования:

1) торговые предприятия, обеспечивающие хранение страховых резервов и товарных запасов, предназначенных для снабжения спецконтингента и потребителей мест досрочного завоза;

2) торговые предприятия, стабильно работающие по генеральным соглашениям с органами исполнительной власти всех уровней и создающие своеобразную зону стратегического контроля исполнительной власти на потребительском рынке;

3) торговые предприятия, функционирующие исключительно на принципах саморегулирования.

Для того чтобы система государственного регулирования потребительского рынка была устойчивой, она должна опираться на взаимодействие с негосударственными структурами по вопросам развития торговли и производства товаров, а также строиться на горизонтальных межведомственных согласованиях.

Механизм государственного регулирования потребительского рынка, на наш взгляд, должен использовать шесть ведущих принципов:

1) отказ от управления предприятиями и ориентация на управление процессами, протекающими на потребительском рынке;

2) сведение административного воздействия к нормативно-правовому регулированию;

3) обеспечение равенства субъектов деятельности потребительского рынка независимо от их организационно-правовых форм и форм собственности;

4) признание необходимости централизации определенного комплекса организационно-экономических функций;

5) четкое разграничение макро- и микроуровней в системе государственного регулирования;

6) разделение функций между двумя уровнями системы государственного регулирования при сохранении на каждом из них общего подхода к проблеме госрегулирования потребительского рынка в целом (республиканский и региональный).

Общее содержание государственного регулирования должно основываться на понимании того, что на любом уровне системы должны выполняться предусмотренные законодательством разрешительные, контрольно-запретительные, аналитические, информационные, координирующие функции, а также функции по поддержке предпринимательства, формирования и реализации научно-технической политики и кадрового обеспечения.

Задачами республиканского уровня должны стать: разработка отраслевых индикативных программ и прогнозов развития торговли и производства товаров, оценка последствий их реализации; балансовые расчеты в качестве основы структурных преобразований; поддержание требуемого уровня конкуренции на рынке; формирование надежного информационного обеспечения участников рынка; разработка отраслевой инновационной и кадровой политики; совершенствование налогового, валютно-кредитного и финансового регулирования; создание нормативной базы и формирование единой политики в области стандартизации, сертификации услуг торговли и общественного питания; установление правил продажи отдельных товаров и оказания дополнительных услуг населению.

Региональное регулирование потребительского рынка должно исходить из того, что его механизм, с одной стороны, должен обеспечивать реализацию принципов совместного ведения по вопросам потребительского рынка, а с другой — формировать особый орган индикативного управления, координирующий создание региональной торгово-экономической политики.

Основные задачи региональных органов государственного регулирования: формирование оптимальной политики потребительского рынка и ее приоритетов; обеспечение реализации общих принципов местного налогообложения и разработка особенностей их применения к субъектам потребительского рынка на региональном уровне; укрепление нормативно-правовой базы торговли и промышленности на основе нормативов постоянной или временной регламентации, конкретизирующих в регионе применение общереспубликанских правил и норм; создание эффективной конкурентной среды на региональном рынке; развитие регионального потребительского рынка на основе поддержки отечественных товаропроизводителей, регулирования иностранных инвестиций и формирования развитой инфраструктуры; обеспечение действенного контроля за соблюдением прав потребителей.

Непосредственным организатором, координатором и исполнителем функций государственного регулирования потребительского рынка является региональный уровень. Он должен обеспечить следующее: создание необходимых условий для повышения предпринимательской активности на местном потребительском рынке; оказание избирательной поддержки торговым организациям и промышленным предприятиям, определяющим ситуацию на местном рынке; контроль деятельности всех участников потребительского рынка; рациональное размещение торговых объектов по территории; поддержание на должном уровне культуры и качества обслуживания; обеспечение сбалансированности спроса и предложения в регионе.

Одним из важнейших результативных показателей развития потребительского рынка является розничный товарооборот. По темпам его развития и товарной структуре можно судить о состоянии экономики страны в целом. С одной стороны, динамика товарооборота отражает основные закономерности покупательского спроса и тенденции его удовлетворения, а с другой — изменения товарооборота определяют потенциальные возможности получения дохода, а затем и прибыли торговли. Динамика товарооборота является проявлением действия рыночного механизма, следствием фактически сложившихся пропорций спроса и предложения на потребительском рынке.

В оценке состояния и анализе тенденций развития потребительского рынка хорошие результаты дают экономико-математические методы анализа и прогнозирования

товарооборота. Корреляционно-регрессионный анализ является эффективным методом изучения взаимосвязей переменных факторов с результирующим показателем — товарооборотом. В основе любой регрессионной модели лежит уравнение, которое показывает, каким будет в среднем изменение зависимой переменной y , если независимые переменные x примут конкретные значения. Это обстоятельство позволяет применять модель регрессии как для анализа, так и прогнозирования.

Для анализа розничного товарооборота отберем показатели-факторы приведенные в табл. 1 за 15 лет. На основании этих данных получим матрицу значений парных коэффициентов корреляции, рассчитанных для возможных пар переменных без учета влияния других факторов (табл. 2.). Матрица является аналитической таблицей, свидетельствующей о тесноте связи между показателями. Кроме того, на основании приведенной матрицы можно оценить связь значений объема розничного товарооборота с каждым из отобранных показателей и выбрать наиболее значимые из них для включения в модель. Так, полученные коэффициенты корреляции, характеризующие высокую тесноту связи розничного товарооборота с отобранными показателями, составляют: выпуск товаров народного потребления — 0,4338; реальные денежные доходы — 0,6752; доля денежных расходов на питание — 0,4989 и др.

Таблица 1. Исходные данные для проведения корреляционно-регрессионного анализа

Год	Розничный товарооборот	Выпуск промышленной продукции	Выпуск товаров народного потребления	Производство сельскохозяйственной продукции	Реальные денежные доходы	Реальная зарплата	Индекс цен, в раз-ах	ВВП	Доля импортных товаров в товарообороте	Доля продовольственных товаров в товарообороте	Доля неорганизованной торговли	Доля денежных расходов на питание
1996	131	103,5	109	102	118	105	1,4	103	31	59,1	22,6	61,8
1997	118	118,8	123	95	102	114	1,6	111	33	57,9	22,7	47,1
1998	126	112,4	121	99	120	118	2,8	108	32	55,6	26,1	45,6
1999	111	110,3	109	92	97	107	3,5	103	34	57,1	24,3	47,1
2000	112	107,8	104	109	120	112	2,1	106	33	60,7	28,1	48,1
2001	128	105,4	107	102	125	130	1,6	104	37	60,7	34,3	48,9
2002	113	104,3	104,7	102	109	108	1,4	105	35	61,6	36,2	49,3
2003	110	107,0	107,8	106,6	103,9	103	1,3	107	32,5	60,1	38	49,2
2004	111	116,	113,2	112,6	109,8	117	1,1	111,4	33,4	55,7	36,5	44,9
2005	120	110,5	111,2	101,7	118,4	121	1,1	109,4	32,1	53,7	36,8	43,6
2006	117	111,4	111,5	106,1	117,8	117	1,06	110	31	51,8	34,3	41,6
2007	115	108,7	108,7	104,4	113,2	110	1,12	108,6	33	51,1	33,1	40,3
2008	120	110,8	113,2	108,9	111,8	109	1,13	110,2	36,5	49,4	31,0	39,5
2009	103	98	100,5	101,3	102,7	100,1	1,1	100,2	30,2	51,0	26,0	37,9
2010	117	111,3	113,1	102	115,2	114,9	1,09	107,6	34,2	50,1	26,1	41,7

Источник: по данным статистического ежегодника 2011 г.

Таблица 2. Матрица парных коэффициентов корреляции

	Розничный товароборот	Выпуск промышленной продукции	Выпуск товаров народного потребления	Производство сельскохозяйственной продукции	Реальные денежные доходы	Реальная зарплата	Индекс цен, в разах	ВВП	Доля импортных товаров в товарообороте	Доля продовольственных товаров в товарообороте	Доля неорганизованной торговли	Доля денежных расходов на питание
Розничный товароборот	1											
Выпуск промышленной продукции	0,1452	1										
Выпуск товаров народного потребления	0,4338	0,8504	1									
Производство сельскохозяйственной продукции	-0,1386	-0,0199	-0,2431	1								
Реальные денежные доходы	0,6752	-0,0565	0,0260	0,3621	1							
Реальная зарплата	0,5296	0,4302	0,3724	0,0426	0,6599	1						
Индекс цен, в разах	0,0659	0,1308	0,1642	-0,5855	-0,1930	-0,0002	1					
ВВП	0,1240	0,8513	0,6950	0,3670	0,1396	0,4023	-0,2956	1				
Доля импортных товаров в товарообороте	0,2104	0,1753	0,0393	0,0886	0,1352	0,4080	0,0555	0,1566	1			
Доля продовольственных товаров в товарообороте	0,1483	-0,1296	-0,1646	-0,1272	0,0297	0,0653	0,3574	-0,2883	0,1328	1		
Доля неорганизованной торговли	-0,1742	-0,0213	-0,2596	0,5807	0,1944	0,2741	-0,4568	0,3366	0,2619	0,0746	1	
Доля денежных расходов на питание	0,4989	-0,1524	-0,0292	-0,1541	0,1547	-0,0626	0,2389	-0,3035	-0,0728	0,7708	-0,2034	1

Строим модель множественной линейной регрессии, которая позволит оценить объем розничного товарооборота на перспективу при заданных параметрах независимых переменных.

Для дальнейшего анализа отберем показатели, представленные в табл. 3—4.

Таблица 3. Отобранные исходные данные для проведения корреляционного анализа

Год	Розничный товарооборот	Выпуск товаров народного потребления	Производство сельскохозяйственной продукции	Реальные денежные доходы	Доля импортных товаров в товарообороте
1996	131	109	102	118	31
1997	118	123	95	102	33
1998	126	121	99	120	32
1999	111	109	92	97	34
2000	112	104	109	120	33
2001	128	107	102	125	37
2002	113	104,7	102	109	35
2003	110	107,8	106,6	103,9	32,5
2004	111	113,2	112,6	109,8	33,4
2005	120	111,2	101,7	118,4	32,1
2006	117	111,5	106,1	117,8	31
2007	115	108,7	104,4	113,2	33
2008	120	113,2	108,9	111,8	36,5
2009	103	100,5	101,3	102,7	30,2
2010	117	113,1	102	115,2	34,2

Таблица 4. Матрица парных коэффициентов корреляции по отобранным показателям-факторам

	Розничный товарооборот	Выпуск товаров народного потребления	Производство сельскохозяйственной продукции	Реальные денежные доходы	Доля импортных товаров в товарообороте
Розничный товарооборот	1				
Выпуск товаров народного потребления	0,43379018	1			
Производство сельскохозяйственной продукции	-0,1386459	-0,24313495	1		
Реальные денежные доходы	0,67521151	0,025974922	0,362122459	1	
Доля импортных товаров в товарообороте	0,2067928	0,036714435	0,071532059	0,11593359	1

В первом разделе выходного массива «Регрессионная статистика» (табл. 5) приведены основные статистические характеристики общего качества уравнения: коэффициент множественной корреляции — R , коэффициент детерминации R -квадрат, который отражает стандартную ошибку. Значение R -квадрат, равный 0,741825, свидетельствует о том, что на основе полученного уравнения регрессии можно объяснить 74,18 % вариации розничного товарооборота.

Таблица 5. Первый раздел выходного массива «Регрессионная статистика»

Множественный R	0,861292
R -квадрат	0,741825
Нормированный R -квадрат	0,638555
Стандартная ошибка	4,482896
Наблюдения	15

Значение нормированного R -квадрата дает информацию о том, какое значение коэффициента детерминации можно получить при условии, что в набор исходных данных входило гораздо большее количество ряда.

Статистические характеристики второго раздела выходного массива «Дисперсионный анализ» (табл. 6) позволяют оценить меру разброса зависимой переменной y и остаточной вариации отклонений вокруг линии регрессии. Так, значение $SS_{\text{рег}} = 577,4364$ характеризует часть дисперсии, объясненную регрессией, а $SS_{\text{ост}} = 200,9636$ — часть дисперсии, не объясненной регрессией из-за наличия ошибки. Качество модели улучшится, если после введения в нее нового фактора значение объясненной дисперсии возрастет, а необъясненной — снизится.

Таблица 6. Второй раздел выходного массива «Дисперсионный анализ»

	Df	SS	MS	F	Значимость F
Регрессия	4	577,4364	144,3591	7,1833454	0,0054015
Остаток	10	200,9636	20,09636		
Итого	14	778,4			

На основании данных табл. 7 мы получили статистически значимую модель связи розничного товарооборота с отобранными факторами

$$y = 25,01923 + 0,406521 \cdot x_1 - 0,49202 \cdot x_2 + 0,720775 \cdot x_3 + 0,501066 \cdot x_4.$$

Рассчитанный F -критерий Фишера (7,1833454) превышает табличный F при 5 % -ном уровне значимости, для степени свободы $v_1 = 4$ и $v_2 = 10$ составляет 3,48. Это свидетельствует о том, что коэффициент R -квадрат получен не случайно и между переменной y и x действительно существует линейная стохастическая зависимость.

Подставив в статистическую модель значения переменных, получим прогноз розничного товарооборота на период 2011—2015. С учетом развития товарооборота в 2011 г. прогнозные данные с использованием экспертных оценок уточнены (табл. 8).

Таблица 7. Третий раздел выходного массива

	Кoeffициенты	Стандартная ошибка	t-статистика	P-значение	Нижние 95 %	Верхние 95 %	Нижние 95,0 %	Верхние 95,0 %
Y-пересечение	25,01923	41,049544	0,6094887	0,5557946	-66,444849	116,48332	-66,444849	116,48332
Выпуск товаров народного потребления	0,406521	0,2101381	1,9345445	0,0818167	-0,0616954	0,8747384	-0,0616954	0,8747384
Производство сельскохозяйственной продукции	-0,49202	0,2509642	-1,9605225	0,0783682	-1,0512042	0,0671621	-1,0512042	0,0671621
Реальные денежные доходы	0,720775	0,1614364	4,4647602	0,0012072	0,3610722	1,0804778	0,3610722	1,0804778
Доля импортных товаров в товарообороте	0,501066	0,6256818	0,8008321	0,4418402	-0,8930399	1,8951721	-0,8930399	1,8951721

Таблица 8. Объем розничного товарооборота, рассчитанный по модели множественной линейной регрессии и согласно прогнозу проекта Программы развития внутренней торговли и общественного питания Республики Беларусь на 2011—2015 годы

Год	Объем розничного товарооборота (рассчитанный)	Объем розничного товарооборота по прогнозу Программы (проекта)
2011	113,14	114,0
2012	114,53	114,0
2013	116,07	114,0
2014	117,72	114,0
2015	119,35	114,0

В результате исследования установлено, что основными факторами, влияющими на величину розничного товарооборота в Беларуси, являются объемы выпуска товаров народного потребления, производство продукции сельского хозяйства республики, изменение реальных денежных доходов населения, доля импортных товаров в товарообороте. Подставляя в регрессионную модель ожидаемые значения факторов, можно получить результативный прогнозный показатель.

Корреляционно-регрессионные модели рекомендуется использовать наряду с нормативными и динамическими моделями прогнозирования покупательского спроса на перспективу.

В результате проведенного исследования определены основные концептуальные подходы к исследованию потребительского рынка Беларуси. Для повышения эффективности потребительского рынка необходимо провести ряд мероприятий, которые должны быть учтены органами регулирования потребительского рынка и разработки его стратегии, подкрепленной развитием инфраструктуры товарного рынка страны в условиях формирования интеграционных объединений. Кроме того, необходимо создание равновыгодных условий для продажи и приобретения товаров и услуг у субъектов хозяйствования всех форм собственности и разных стран интеграционного содружества.

Разработка и внедрение эффективного механизма ценового регулирования в соответствии с социальными приоритетами на потребительском рынке и в связи с экономической целесообразностью, построение и обеспечение эффективного функционирования организационных структур управления, мониторинга и прогнозирования потребительского рынка. Формирование единой нормативно-правовой и информационной системы потребительского рынка. Создание единого решения задач регулирования потребительского рынка должно быть направлено на обеспечение условий для гармоничного развития индивидуальных, коллективных и общественных потребностей в товарах и услугах, что можно рассматривать как гарантию стабильного развития общества и залог минимизации социальной напряженности между населением и общественными институтами, а также отдельными странами, входящими в интеграционные объединения.

Показано, что потребительский рынок в целом и товарооборот в частности развиваются весьма неравномерно, в условиях воздействия множества факторов. Применение экономико-математических методов позволит разрабатывать варианты прогнозных показателей развития потребительского рынка с использованием как внешних факторов (например, импорт товаров), так и внутренних (производство товаров народного потребления, денежные доходы населения и др.), что может стать важным инструментом регулирования потребительского рынка Беларуси в условиях формирования интеграционных объединений.

Л и т е р а т у р а

1. Концепция государственного регулирования потребительского рынка Беларуси в условиях создания Союзного государства. — М.: СИА, 2003. — 85 с.
2. Статистический ежегодник, 2011. — Минск: Нац. стат. ком. Респ. Беларусь, 2011. — 634 с.
3. Розничная торговля.— Минск: Нац. стат. ком. Респ. Беларусь, 2011. — 128 с.

Статья поступила в редакцию 20.12.2011 г.

О.С. Шимова

*доктор экономических наук, профессор
БГЭУ (Минск)*

СТРУКТУРНО-ИСТОРИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ФОРМИРОВАНИЯ МЕХАНИЗМОВ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ ДЛЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ УСТОЙЧИВОГО ПРИРОДОПОЛЬЗОВАНИЯ

Систематизированы основные направления эволюции экологической политики последних десятилетий, связанные с прогрессом человеческого развития. Представлена хронология изменения приоритетных инструментов реализации экологической политики в Республике Беларусь, дана оценка их сильных и слабых сторон и на основании этого сделано заключение о необходимости сбалансированного сочетания экономических и административных рычагов управления процессами сохранения и рационального использования богатств природы.