

УДК 339.13.024

А.С. КузавкоДоцент кафедры экономики
Смоленский государственный университет
кандидат экономических наук**СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СВЯЗАННОСТЬ РОССИЙСКО-
БЕЛОРУССКОГО ПРИГРАНИЧЬЯ: ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ
АСПЕКТ****Аннотация**

В научной работе представлены результаты социологического исследования. Исследование посвящено оценке связанности потребительских моделей поведения жителей Смоленской, Витебской и Могилёвской областей.

По итогам проведенного исследования можно сделать вывод о наличии возможностей для свободного перемещения потребителей в приграничье, о целях поездок, о приоритетных направлениях перемещения. Раскрыт инвестиционный потенциал потребительского рынка российско-белорусского приграничья.

Ключевые слова: Союзное государство, потребительский рынок, интеграционные процессы, социологическое исследование, приграничные регионы, Смоленская область.

Введение

Продолжающийся интеграционный процесс двух независимых государств России и Белоруссии, имеющих славное общее прошлое и, как представляется, общие интересы в будущем, вызывает значительный интерес у исследователей, учёных, а также у представителей бизнеса и органов власти [2-5,10,11]. Этот интерес во многом связан с оценкой результатов принятых при создании и развитии Союзного государства решений. Какие дополнительные преимущества от интеграции получили резиденты двух государств? Как это отразилось на повседневной жизни граждан? Какие преимущества они видят для себя в следствии построения Союзного государства? Как изменился потребительский рынок приграничных регионов? Каковы стратегические перспективы развития экономики приграничных территорий в ракурсе интеграционного процесса? Эти и другие вопросы послужили предпосылкой проведения социологического исследования потребительского рынка Смоленской, Витебской и Могилёвской областей.

Потребительский рынок – это совокупность отношений, возникающих между продавцами и покупателями работ, услуг, товаров, с одной стороны, и их потребителями, с другой; это отношения по поводу спроса, предложения и реализации предметов и услуг индивидуального потребления, складывающиеся в торговле, общественном питании, в сфере платных услуг. Потребительский рынок, его функционирование, определяется системой социально-экономических и организационных отношений по поводу производства и реализации потребительских товаров, социально-экономического обеспечения жизнедеятельности отдельных социальных групп и слоев населения конкретной территории. Поэтому, проводя исследование потребительского рынка, можно получить ответы на большинство вопросов, приведённых выше, оценить влияние интеграционных процессов на поведение потребителей, простых граждан, для повышения качества и уровня жизни которых во многом и строится Союзное государство. В свою очередь, бизнес получает информацию об актуальных потребностях граждан, «портрет» своей целевой аудитории, новые бизнес-идеи для реализации в приграничных регионах.

Тематика последствий интеграционного процесса России и Беларуси для приграничного потребительского рынка и функционирования приграничного бизнеса недостаточно изучена. Значительное количество работ о приграничье носит обобщённый характер и посвящено статистическому анализу процессов перемещения товаров через границу, либо анализу уровня развития приграничных регионов смежных государств [12]. Так работы Н.С. Шеленга посвящены исследованию проблем развития потребительского рынка в условиях ускоряющихся процессов экономической глобализации и интеграции современного мира, раскрываются предпосылки и интересы формирования единого потребительского рынка Союзного государства России и Беларуси [3].

Проблемы внешнеторгового сотрудничества приграничных регионов рассматриваются также в работах сотрудников Института экономики Национальной академии наук Беларуси П.Г. Никитенко и Т.С. Вертинской. Ими детально изучено влияние формирования Союзного государства на внешнюю торговлю России и Беларуси. [9]. Часть работ Т.С. Вертинской посвящены методам и индикаторам оценки экономической интеграции и связанности приграничных регионов [7], труды А.М. Анисимова в соавторстве с А.А. Поповой связаны с разработкой новых методик анализа стратегического вектора развития интеграционных процессов [1], В.А. Колосов уделил в своих работах значительное внимание социально-политическим и инфраструктурным проблемам российского приграничья, С.Л. Баринов рассматривает влияние границ на коммуникации населения. Также следует выделить работы А.П. Катровского, в которых он выделяет особенности современного экономического и социального развития регионов российско-белорусского приграничья, особое внимание в его работах уделено центр-периферийным отношениям, выявлены ведущие проблемы развития региона, дана оценка перспективам развития российско-белорусского приграничья как единого трансграничного региона [8].

Значительный вклад в исследование внешнеэкономической деятельности приграничных регионов постсоветского пространства вносят работы одного из авторов данной статьи Л.Б. Вардомского. Им подробно изучены экономические параметры развития приграничных регионов России, предпринята попытка их анализа в системе международных экономических отношений. Л.Б. Вардомский выделяет две модели приграничного сотрудничества – институциональную (многоотраслевое сотрудничество с высокой степенью интеграции, закреплённой институционально) и торговую (традиционную) [6]. Он отмечает, что для развитых приграничных регионов характерно преобладание институциональной модели, для российских же регионов нового приграничья свойственно по-прежнему преобладание более узкой торговой модели.

Изучением иностранного опыта приграничного сотрудничества, его принципов и анализом транснациональных связей занимается ряд зарубежных учёных, таких как М. Лесаж, Ф. Брайоль, Х. Клауд, С. Брахман и др. Стивен Брахман с соавторами в своих работах уделяет внимание вопросам связанным с перемещением и концентрацией человеческих ресурсов в приграничных регионах Европейского Союза [14]. С. Стиллер и А. Нейбер в своих работах исследуют влияние интеграционных процессов на развитие приграничных территорий, выявляя и описывая положительные и отрицательные эффекты этого процесса [15].

Как видно из представленных выше работ, в основном рассматриваются зарубежными исследователями общие макроэкономические тенденции и последствия интеграции внутри Европейского Союза, а отечественные экономисты и географы исследуют тематику российско-белорусской интеграции. При этом микроэкономические вопросы, касающиеся непосредственного удовлетворения

потребностей населения в товарах и услугах в приграничье и влияния интеграционных тенденций на этот процесс остается малоизученным. Поэтому целью данной статьи является анализ с использованием статистического и социологического инструментария текущего уровня развития потребительского рынка регионов российско-белорусского приграничья и актуальных предпочтений граждан, проживающих на их территории.

Гипотеза

Планируется выявить и оценить степень связанности граничащих друг с другом Смоленской (РФ), Витебской и Могилёвской областей (РБ). Далее предполагается разработать предложения и реализовать проекты, позволяющие повысить осведомлённость молодых предпринимателей, специалистов органов власти и учёных о возможностях и перспективах сотрудничества, развития указанных территорий в едином ключе.

Считается, что географическая близость регионов и государств неминуемо приводит к связанности социально-экономических систем и процессов на этих территориях. Для анализа степени связанности и ответа на вопросы о причинах и мотивах поведения потребителей недостаточно сухих статистических данных, необходимо проведение социологического исследования, которое должно объективно способствовать проверке гипотезы о связанности потребительского рынка Смоленской, Витебской и Могилёвской областей.

Методы

Авторы, проанализировав статистическую и научную информацию о потребительском рынке российско-белорусского приграничья, пришли к выводу о необходимости проведения социологического исследования на территории Смоленской, Витебской и Могилёвской областей для подтверждения или опровержения гипотезы о связанности потребительского рынка Смоленской, Витебской и Могилёвской областей.

В социологическом исследовании приняли участие 1050 респондентов из Смоленской, Витебской и Могилёвской областей. В качестве респондентов выступали жители, постоянно проживающие на территории приведенных выше регионов Союзного государства.

Методом сбора информации послужил опрос в формате анкетирования.

Преднамеренно были выбраны граждане совершеннолетнего возраста, самостоятельно принимающие решение о покупке товаров и пользовании услугами, предоставляемыми в местах их постоянного проживания, а именно в Смоленской, Витебской и Могилёвской областях.

Результаты и обсуждение

Усиление межрегиональных различий по социальным показателям в белорусско-российском приграничье отражается на потребительских предпочтениях населения, которые являются важным индикатором динамики приграничного потребительского рынка. Об этом свидетельствует анализ социологического обследования населения по обе стороны границы, в частности характера его трансграничных перемещений.

Как видно из рисунка 1, смоляне редко посещают братскую республику. 47,14%, делают это не чаще одного раза в несколько лет. При этом 20,59% респондентов заявляют, что и вовсе не были в Республике Беларусь. При сопоставлении этого результата опроса с наиболее часто упоминаемым в ответах респондентов преимуществом от создания Союзного государства получается неоднозначный вывод.

Безвизовый режим и свободное перемещение через границу активно используют немногим более 11% респондентов.

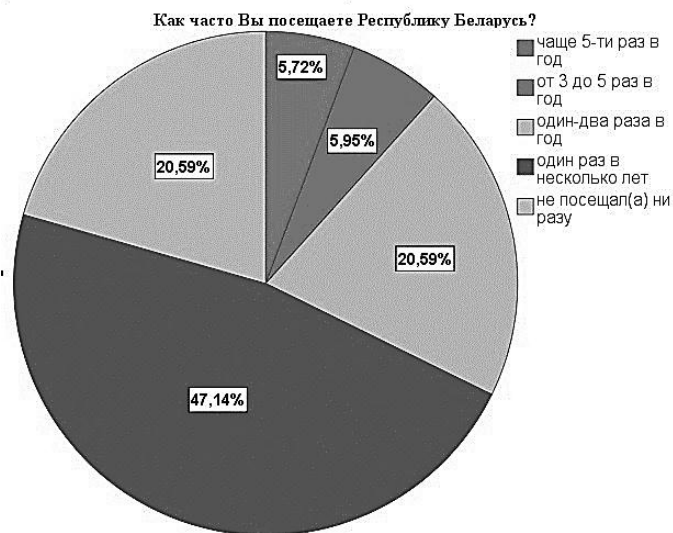


Рисунок 1. Частота посещения респондентами Республики Беларусь

Респондентов можно условно разделить на две группы, одна из которых в основном посещает Беларусь из-за наличия родственников, а вторая вследствие принципиально иных целей. Чаще всего (39,9 %) на первое место респонденты ставили цель «навестить родственников/друзей/знакомых», в то же время 24,8 % респондентов ставили её на последнее место. Основными целями, помимо посещения родственников, являются туризм (25,6 %) и развлечения (20,5 %). Приобретение продуктов питания носит не столько целенаправленный характер, сколько сопутствующий основной цели поездки.

Ещё реже смоляне посещают белорусские регионы с целью приобретения одежды: только 6,6 % поставили её на первое место, 7,1 % - на второе и 9,6 % - на третье. Тем не менее, эта цель устойчиво прослеживается в рангах с 3 по 6. Это свидетельствует о том, что смоляне время от времени приобретают одежду белорусского производства при поездках в Беларусь.

Устойчиво наблюдается рост интереса смолян к медицинским услугам, предоставляемым в республике Беларусь. В виду меньшей стоимости граждане пользуются преимуществом свободного перемещения через границу и часто отправляются к стоматологу в белорусские регионы.

Сопоставим цели поездок респондентов в Республику Беларусь с населёнными пунктами, указанными ими в качестве конечного пункта назначения. Чаще всего респонденты направляются в Минскую и Витебскую области. Это можно обосновать возможностью реализации приоритетных целей респондентов, связанных с развлечениями и туризмом. В Минской области находится крупный аквапарк и зоопарк, а также горнолыжные комплексы в Логойске. В Витебске событием, притягивающим внимание туристов из Смоленской области, выступает «Славянский базар». Кроме того, эти регионы имеют хорошую транспортную доступность. При этом близко расположенная Могилёвская область остается без внимания смолян, поскольку её посещение не предоставляет возможности реализовать приоритетные цели поездок в Республику Беларусь.

В ходе исследования также было установлено, что белорусские товары в Смоленской области приобретает абсолютное большинство респондентов – 73,97 % от

числа опрошенных (рисунок 2). При этом лишь 22,6 % опрошенных заявили, что не уточняют производителя и, скорее всего, не задумываются над тем, кто в конечном итоге является производителем, либо они не занимаются закупками товаров повседневного спроса в семье.



Рисунок 2. Количество респондентов, приобретающих белорусские товары

Среди огромного количества продукции белорусского производства, представленной на потребительском рынке Смоленской области, в рамках исследования были выявлены наиболее популярные категории товаров. Как видно из рисунка 3, наиболее популярны у смолян молочные продукты. Из числа смолян, приобретающих белорусские продукты, 92,6 % часто приобретают молочную продукцию, 47,4 % – мясную продукцию, 38,7 % – хлебобулочную продукцию, далее идут одежда и обувь – по 34 %. То есть от общего числа опрошенных каждый четвёртый носит белорусскую одежду и обувь, два смолянина из трёх целенаправленно покупают молочные продукты из Беларуси.

Из рисунка 3 также видно, что не всегда потребители высоко оценивают качество приобретаемых ими белорусских товаров, особенно это характерно для молочной и алкогольной продукции. В то же время, несмотря на невысокую частоту приобретения, смоляне считают высококачественной бытовую технику и одежду из Беларуси. Это объясняется большим периодом полезного использования этих товаров, а также длительным положительным эффектом от пользования ими.

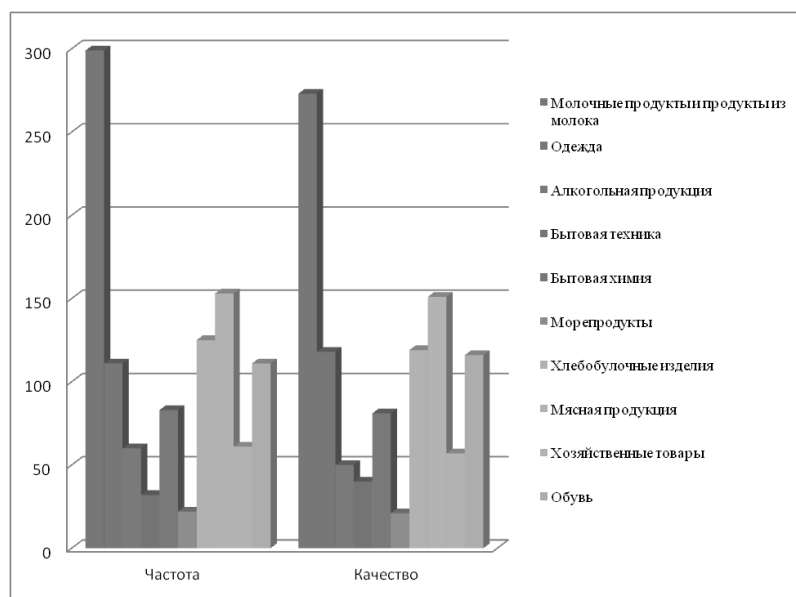


Рисунок 3. Оценка смолянами частоты покупки и качества приобретённых белорусских товаров

В рамках исследования была предпринята попытка выяснить у потребителей, проживающих в Смоленской области, какой товар, по их мнению, более качественный: российский или белорусский. Как видно из рисунка 4, 13,93 % респондентов твёрдо указывают на большую симпатию к качеству белорусских товаров, чем к российским, а 47,95 % - чаще сталкиваются с более качественными белорусскими товарами, чем с российскими.



Рисунок 4. Оценка качества белорусских товаров в сопоставлении с российскими

Тем не менее, твёрдо уверенных в более высоком качестве российского товара примерно столь же сколько, как и в отношении белорусских – 14,61 %. Несмотря на симпатии смолян к белорусской продукции, в своём большинстве они не считают себя привязанными к ней. Это можно увидеть на рисунке 5. Примерно для 40 % смолян отсутствие возможности приобрести белорусские товары будет ощутимым. А 20,09% вообще не видят большой трагедии в отсутствии Белорусских товаров. Таким образом, белорусские товаропроизводители достаточно широко, с точки зрения номенклатуры, и

глубоко, с точки зрения узнаваемости и лояльности потребителей, внедрились в смоленский рынок. Что в том числе спровоцировало сокращение поездок резидентов Смоленской области в приграничные регионы Беларуси за продуктами и одеждой.



Рисунок 5. Привязанность потребителей Смоленской области к белорусским товарам и услугам

Потребители, которые не всегда довольны услугами организаций Смоленского региона (их в общей сложности 27,86 %), отвечая на открытый вопрос, какими услугами эта часть респондентов не удовлетворена, 30 % указывают на медицинские услуги, порядка 25% указывают на недостаточное количество развлекательных комплексов (нет аквапарка, горно-лыжного спортивного комплекса), особенно актуальны данные потребности для жителей районных центров, в частности Вязьмы и Сафоново. Некоторые респонденты указывают на низкую стоимость услуг автосервиса в Республике Беларусь и на то, что активно ими пользуются. В целом хотелось бы отметить, что ответ на этот вопрос коррелирует с предыдущими, где была предпринята попытка выяснить мотивы поездок смолен в РБ. Получается, что вывод, сделанный ранее о росте популярности поездок за медицинскими услугами, был правильным.

Значительная часть потребителей услуг направляется в Московскую область, на втором месте – Витебская область, на третьем – Минская. Такое распределение объясняется скудным перечнем предоставляемых услуг в соседних Смоленской области регионах РБ и РФ, а также развитием инфраструктуры. Например, Могилёв оказался вне внимания жителей приграничья, скорее всего, из-за неразвитой транспортной инфраструктуры в этом направлении и некоторой отдалённости от ключевой транспортной артерии – трассы М1. Также о причинах поездок смолян в Витебск, а не в Могилёв указывалось выше.

В ходе опроса также было выявлено, что большинство респондентов среди белорусских товаров не имеющих, по их мнению, аналогов в России выделяют: молочную продукцию, белорусскую косметику, одежду и обувь.

Белорусы так же, как и смоляне, в большинстве своём приезжают в приграничное государство с целью посещения родственников. 44,2 % респондентов от общего числа, хотя бы раз посещавших РФ, поставили данную цель поездки на первое место. Таким образом, перемещение жителей приграничных регионов России и Беларуси в оба направления в большей степени стимулируются родственными связями, а не экономической целесообразностью поездок за покупками или в целях туризма.

Приобретение одежды и продуктов является сопутствующей целью поездок как для белорусов, так и для россиян. Молодых белорусов притягивает больший выбор товаров и брендов. При этом, направляясь к родственникам, часть респондентов, видимо, специально заезжает в Московский регион в туристических целях, а также для покупки интересующих их товаров. Зачастую Москва упоминается в ответах респондентов через запятую после целевого города поездки. 34,3 % опрошенных из числа бывавших в РФ указывают Московский регион в качестве целевого; 18,6 % указывают Ленинградскую область, Смоленскую – 19,5 %. Таким образом, жители Витебской и Могилёвской областей по сути проезжают мимо приграничной Смоленской области и направляются далее для реализации своих фактических целей поездки.

Российские товары в Могилёвской и Витебской областях приобретает гораздо меньшее количество респондентов, чем белорусских товаров смолянами – 43,39 % к 73,97 % соответственно. Значительная часть белорусских респондентов заявили, что не уточняют производителя (47,3 %). При этом 69 % белорусских опрошенных выделяют «качество» приоритетной характеристикой при выборе товаров для покупки. В то время как цена является приоритетной только для 26,7 % белорусов.

Ещё одной отличительной особенностью ответов респондентов из российского и белорусского приграничья является тот факт, что россияне часто приобретают белорусскую продукцию, которая является, по их мнению, качественной. В то время как респонденты Могилёвской и Витебской областей не всегда довольны качеством российского товара, который они приобретают.

В рамках исследования была предпринята попытка выяснить у потребителей, проживающих в Могилёвской и Витебской областях, какой товар, по их мнению, более качественный: российский или белорусский (рисунки 6).



Рисунок 6. Оценка качества белорусских товаров в сопоставлении с российскими респондентами из Витебской и Могилёвской области

Как показывают результаты исследования, респонденты как из Белоруссии, так и из России считают белорусские товары значительно более качественными. Не более 20 % респондентов из Беларуси и не более 30% респондентов из России считают, что российские товары качественнее белорусских.

Тем не менее, порядка 40 % респондентов Могилёвской и Витебской областей заявляют о привязанности к потреблению российских товаров и услуг.

Заинтересованность в российских товарах и услугах следует связывать с большим товарным наполнением, соответствием современным тенденциям моды и комфорта, а также нестандартностью исполнения. Также учитывая неосведомленность респондентов из Беларуси о производителе приобретаемой ими продукции, можно говорить о привязанности к дешёвой продукции российских организаций, поставляющих продукцию китайского производства.

Ситуация с удовлетворённостью услугами в Могилёвской и Витебской областях различна. Если в Могилёвской, как и в Смоленской области, потребители не всегда удовлетворены предоставляемыми услугами (23,2 % и 22,15 % соответственно), то в Витебской области нашлось лишь 12% таких граждан. 41,22% респондентов Витебской и Могилёвской областей выезжают за пределы своих регионов для удовлетворения своих потребностей в услугах, в то время как за удовлетворением потребностей в товарах, как было установлено выше, выезжают лишь 17% респондентов. То есть соотношение примерно равнозначно результатам исследования в Смоленской области – 38% выезжают за услугами и 12 % выезжают за товарами.

Проанализируем, куда направляются белорусы из приграничных регионов для удовлетворения своих потребностей в услугах.

Большая часть потребителей услуг направляется в Минскую область, на втором месте – Смоленская область, на третьем – Московская область. Таким образом, в очередной раз получается схожая с ответами респондентов в Смоленской области ситуация. Жители приграничья в случае недостатка услуг на территории своих регионов направляются в столицу своего государства, во вторую очередь – в соседний приграничный регион, имеющий наилучшую транспортную доступность, в третью очередь – в столицу соседнего государства.

В ходе опроса в Могилёвской и Витебской областях было выявлено, что большинство респондентов среди российских товаров не имеющих, по их мнению, аналогов в Беларуси выделяют одежду и бытовую технику.

1. В связи с выявленной высокой степенью осведомлённости об интеграционных процессах между Россией и Белоруссией и отсутствием трудностей в посещении приграничных регионов респондентами из Смоленской, Витебской и Могилёвской областей можно говорить о наличии предпосылок для беспрепятственного перемещения платежеспособных потребителей в приграничье. В то же время необходимо повышать информированность населения Союзного государства о преимуществах его создания и открывающихся для потребителей возможностях.

2. Перемещение граждан между регионами Союзного государства и по территории российско-белорусского приграничья осуществляется потенциальными потребителями с целью поездки к родственникам, а приобретение товаров носит сопутствующий характер. При этом поездки для пользования услугами, предоставляемыми в регионе соседнего государства, осуществляются гораздо чаще, чем поездки за товарами.

3. Регионы, в которых было проведено исследование, имеют хорошее товарное наполнение. Подавляющее число респондентов находят в рамках региона своего проживания необходимые для себя товары. Можно говорить, что белорусские производители продуктов питания глубоко интегрировались в продуктовый рынок Смоленской области и сформировали привязанность потребителей к продукции своих марок, которые хорошо известны респондентам. Отмечаем связанность товарного наполнения потребительского рынка приграничных регионов с перевесом в пользу присутствия белорусских товаров на Смоленском рынке.

4. Услуги, предоставляемые в приграничье, как показало исследование, являются большим стимулом к перемещению граждан между Смоленской, Витебской и Могилёвской областями. Смоляне направляются в соседние белорусские регионы за

медицинскими и развлекательным услугами. Белорусы приезжают также в развлекательных и образовательных целях. При этом готовность перемещения для удовлетворения этих потребностей гораздо выше у резидентов всех трёх регионов.

5. Остаётся неиспользованным туристический потенциал регионов. Во многом это обусловлено недостатком значимых мероприятий развлекательного характера. Единственной точкой притяжения является Витебская область, которая проводит в Витебске фестиваль «Славянский базар».

6. В ходе исследования было в очередной раз доказано, что смоляне считают продукцию белорусского производства более качественной, чем российскую. Аналогичного мнения придерживаются и респонденты из Белоруссии. Этим можно отчасти объяснить успех продвижения белорусских товаров на смоленском рынке и проблемы с выходом на белорусский рынок организаций из Смоленской области. Свободное перемещение товаров ещё больше привязало смоленских потребителей к белорусским товарам и ликвидировало необходимость перемещения за ними в соседние приграничные регионы.

7. Среди мотивов респондентов, часто посещающих приграничные регионы, велика доля деловых поездок. Организации активно взаимодействуют между собой.

8. Жители приграничья начинают чаще приобретать товары в интернете. Это является потенциальной угрозой для развития межрегиональных связей и общего потребительского рынка, поскольку ещё больше снижает необходимость поездок в соседние регионы за уникальными товарами.

Благодарности

Исследование проводится в рамках исследовательско-просветительского проекта, направленного на укрепление межрегионального сотрудничества России и Белоруссии «Днепро-двинские ворота», который реализуется на средства Президентского гранта (№: 17-1-004683 от 2017 года).

Список литературы

1. Анисимов А.М. Применение структурно-топологического подхода при исследовании процессов развития мирового хозяйства: на примере интеграции стран европейского союза и евразийского экономического союза / Анисимов А.М., Попова А.А. // Евразийская экономическая интеграция. – 2015. - №2 (27). – С. 69-93.
2. Бородин П. П. Социально-политическая безопасность и стабильность российского общества: Монография / Вступ.ст. Г. В. Осипов. Москва: ИСПИРАН. – 2017. – 400 с.
3. Бровка Ю. Белорусско-российская интеграция: международно-правовые аспекты // Вопросы международных отношений и внешней политики Республики Беларусь. Минск: Юнипак. – 2014. – С. 4-9.
4. Буховец О.Г. Союз РБ РФ: элиты и массовое сознание Беларуси о настоящем и будущем интеграции с Россией / Институт Европы РАН. М.: ОГНИ. – 2013. – 80 с.
5. Буянов В. Проблемы создания Союзного государства: геополитический аспект/ В. Буянов // Безопасность Евразии. – 2015. – № 4. – С. 149-157.
6. Вардомский Л.Б. Российское порубежье в условиях глобализации. М.: Либроком. – 2009. – 216 с.
7. Вертинская Т.С. Институциональные факторы экономической интеграции регионов стран-членов ЕАЭС: методические подходы к оценке и механизм управления: Минск. – 2015. – С. 378.
8. Катровский А.П. Российско-белорусское пограничье как асимметричный трансграничный регион / А.П. Катровский, Г.В. Ридевский // Сборник научных статей: Актуальные проблемы региональной экономики. Из-во: Финансовый университет при Правительстве РФ: М. – 2013. – С. 56-65.
9. Никитенко П.Г. Белорусско-российское приграничное сотрудничество как фактор формирования Союзного государства Беларуси и России / П.Г. Никитенко, Т.С. Вертинская // Неприкосновенный запас. – 2006. – № 3. – С. 86-99.

10. Никитенко П.Г. Межрегиональное приграничное сотрудничество приоритетный фактор союзной интеграции Беларуси и России: концептуальный подход/ П. Г. Никитенко; Ин-т экономики Нац. акад. наук Беларуси. Минск: Право и экономика. – 2014. – 29 с.
11. Суздальцев А.И. Проблемы российско-белорусской экономической интеграции // Безопасность Евразии. 2017. № 3. С.300-319.
12. Шавель А.Н. Территориально-структурный анализ распределения внешней торговли Беларуси между регионами Российской Федерации // Интеграция на постсоветском пространстве: реалии и перспективы: Материалы международного научно-практического семинара, 4–7 декабря 2014 г. / редкол.: Г.З. Озем (пред), В.П. Сидоренко, И.И. Запрудский: Минск: БГУ. – 2014. – С. 142-145.
13. Шелег Н.С. Формирование единого потребительского рынка Союзного государства: предпосылки и интересы / Н.С. Шелег, Д.О. Синюкович // Белорусский экономический журнал. – 2007. –№1 (38). – С.17-24.
14. Brakman St., Garretsen H., Van Marrewijk Ch., Oumer F. The Border Population Effects of EU Integration//Journal of Regional Science. 2012. Vol. 52. Issue 1. Pp. 40-59 DOI: 10.1111/j.1467-9787.2011.00752.x
15. Niebuhr A., Stiller S. Integration Effects in Border Regions -A Survey of Economic Theory and Empirical Studies/HWWA Discussion Paper 179. Hamburg, 2002. 30 p. URL: <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/19341/1/179.pdf>.