

УДК 339.13.017

Л.С. ПАЦАЙ

ПРОБЛЕМЫ ДОЛГОСРОЧНОГО ПРОГНОЗИРОВАНИЯ РАЗВИТИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА БЕЛАРУСИ, КАЗАХСТАНА, РОССИИ И УКРАИНЫ

Определено место потребительского рынка в системе долгосрочного прогнозирования с учетом развивающихся интеграционных процессов в рамках создания ЕЭП. Проведен обзорный анализ основных законодательных основ социально-экономического прогнозирования России, Беларуси, Казахстана и Украины, в которых не выявлены направления долгосрочного развития потребительского рынка каждой из стран и создания на их базе единого рынка. Имеющиеся проблемы мы предлагаем преодолевать с помощью “Концепции долгосрочного прогнозирования развития потребительского рынка” с учетом стратегических целей социально-экономического развития каждой из стран.

Введение

Долгосрочное прогнозирование – один из главных решающих научных факторов формулирования стратегии и тактики общественного развития. В прогнозах развития потребительского рынка с учетом интеграционных процессов должно предусматриваться осуществление мероприятий по всестороннему расширению взаимовыгодного экономического и научно-технического сотрудничества с зарубежными странами в целях стабилизации и подъема экономики.

С созданием Таможенного Союза, а далее Единого Экономического пространства, возникла перспектива формирования единого потребительского рынка Беларуси, Казахстана, России и Украины, что обуславливает необходимость целостного подхода к прогнозированию экономического развития этих стран и их потребительского рынка.

Как показывает опыт разных стран, успех развития экономики страны напрямую зависит от того, как на государственном уровне воспринимается сфера долгосрочного прогнозирования, насколько она пользуется государственной поддержкой.

Основная часть

Потребительский рынок играет важную роль в решении социальных проблем, обеспечивая создание дополнительных рабочих мест, рост занятости экономически активного населения и повышение благосостояния населения. Поэтому проблеме эффективного долгосрочного развития потребительского рынка, его регулированию должно отводиться одно из приоритетных мест.

Система долгосрочного прогнозирования потребительского рынка, на наш взгляд, должна включать в себя [1, с. 19]:

- развертывание долгосрочных решений (со сроком реализации 7 и более лет) в комплекс средне- и краткосрочных задач, согласованных между собой;
- балансировку планируемых действий, требующих значительных организационных и ресурсных затрат (проекты в энергетике, транспорте, демографии, национальной безопасности, в сфере развития человеческого потенциала);
- ориентированность государств и муниципальных образований на деятельность в соответствии с поставленными долгосрочными целями;
- увязку принимаемых в процессе государственного стратегического управления решений с бюджетными ограничениями, определяемыми как на среднесрочную, так и на долгосрочную перспективу;
- мониторинг реализации принимаемых решений.

Основной целью прогнозирования потребительского рынка является обеспечение возможности доступного по ценам, другим условиям продаж удовлетворения платежеспособного спроса населения в товарах и услугах, а также повышение уровня регулирующего воздействия этих рынков на развитие отечественного бизнеса. Однако, большое значение имеет развитие экономических связей с другими странами, в том числе:

- создание в странах ЕЭП торговой сети Республики Беларусь, состоящей из торговых центров, складов, розничных и оптовых предприятий;
- расширение дистрибьюторской и дилерской службы, представительств министерств и концернов в ближнем и дальнем зарубежье;
- развитие оптовых продовольственных рынков со странами СНГ, в первую очередь со странами Таможенного союза.

В прогнозах развития потребительского рынка с учетом интеграционных процессов должно предусматриваться осуществление мероприятий по всестороннему расширению взаимовыгодного экономического и научно-технического сотрудничества с зарубежными странами в целях стабилизации и подъема экономики.

Социально-экономическое развитие стран-участников Единого экономического пространства России, Беларуси, Казахстана и Украины (страна наблюдатель) находятся в значительной взаимосвязи, что обуславливает необходимость целостного подхода к прогнозированию экономического развития этих стран и их потребительского рынка.

Проведем анализ законодательной основы стран-участниц ЕЭП:

1. В **Республике Беларусь** прогнозирование социально-экономического развития осуществляется на основе республиканского закона “О государственном прогнозировании и программах социально-экономического развития Республики Беларусь”. Прогнозы социально-экономического развития разрабатываются исходя из комплексного анализа сложившейся социально-экономической, демографической и экологической ситуации, научно-технического и производственного потенциалов Рес-

публики Беларусь, внешних условий, состояния природных ресурсов и перспективы изменения указанных факторов. Основными документами на долгосрочную перспективу являются: “Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2020 года”, “Основные направления социально-экономического развития Республики Беларусь на 2006–2015 годы” и “Программа социально-экономического развития Республики Беларусь на 2011–2015 годы” и др.

В чистом виде планов-прогнозов развития потребительского рынка нет. На практике этот прогноз заменен “Методическими рекомендациями по разработке республиканских прогнозных балансов спроса и предложения по важнейшим видам продукции” [2]. Министерство торговли и Белкоопсоюз участвует в разработке “Программы развития внутренней торговли Республики Беларусь”, “Программы совершенствования деятельности потребительской кооперации”, в которых рассчитываются с помощью методов экстраполяции показатели розничного товарооборота – основного количественного показателя результатов деятельности торговой отрасли. В проекте Программы социально-экономического развития Республики Беларусь на 2011–2015 гг. плановый показатель по розничному товарообороту уже не установлен.

2. В **Российской Федерации** прогнозирование социально-экономического развития осуществляется на основе федерального закона “О государственном прогнозировании и программах социально-экономического развития Российской Федерации”, Министерством экономического развития Российской Федерации составлены методические рекомендации к разработке прогнозов социально-экономического развития регионов, основные направления развития изложены в “Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации до 2020 года”. В методических рекомендациях присутствует раздел по прогнозированию потребительского рынка, в котором определены основные моменты:

- а. Источники информации для анализа показателей, характеризующих ситуацию в сфере торговли и общественного питания;
- б. Основные методы при средне- и долгосрочном прогнозировании показателей развития потребительского рынка.
- в. Выявление основных закономерностей и факторов влияющих на них.
- г. Планирование розничного товарооборота.
- д. Планирование платных услуг и др.

3. В **Республике Казахстан** существует “Долгосрочная стратегия развития Казахстана «Казахстан – 2030»”, этапом реализации, которой является “Стратегический план развития Республики Казахстан до 2020 года”. Однако ни в одной из стратегических программ нет приоритетных направлений развития потребительского рынка и торговли, существуют разделы, относящиеся к факторам развития.

4. В **Украине** социально-экономическое прогнозирование осуществляется на основании закона “О государственном прогнозировании и разработке программ экономического и социального развития Украины” и разрабатывается ежегодно “Программа экономического и социального развития”, стратегические программы развития экономики страны и потребительского рынка отсутствуют.

Как видно из проведенного нами анализа ни в Беларуси, ни в Казахстане, ни в России и Украине не разрабатывается прогноз развития потребительского рынка.

В рамках создания ЕЭП была разработана макроструктурная модель экономического развития стран ЕЭП на период до 2015 г. (рис. 1). Макроструктурная модель экономического развития стран ЕЭП представляет собой задачу линейного программирования большой размерности. Расчеты данной модели позволили оценить перспективы развития российской, белорусской, казахской и украинской экономик на указанный период с учетом их взаимодействия.



Рис. 1. Функциональные блоки макроструктурной модели стран ЕЭП

Однако если говорить о создании единого потребительского рынка стран-участниц ЕЭП, то одной макроструктурной модели не достаточно. Имеющиеся проблемы мы предлагаем преодолевать с помощью “Концепции долгосрочного прогнозирования развития потребительского рынка” (КДПРПР). Именно КДПРПР должна стать механизмом, определяющим последовательность действий, направленных на усиление взаимодействия торговли в странах ЕЭП. Ее реализация должна отвечать важнейшим интересам каждого государства, находящегося в составе ЕЭП, а также способствовать устойчивому развитию потребительского рынка данных стран.

Формирование КДПРПР должно быть с учетом стратегических целей России, Беларуси и Казахстана, зафиксированных в Концепциях и

Стратегиях устойчивого социально-экономического развития данных стран:

– Достижение уровня экономического и социального развития страны, надежно обеспечивающей национальную безопасность, а также реализацию конституционных прав граждан.

– Динамичное повышение уровня благосостояния, обогащение культуры, нравственности народа на основе интеллектуально-инновационного развития экономической, социальной и духовной сфер, а также сохранение окружающей среды для нынешних и будущих поколений.

– Достижение баланса экономических, социальных, экологических и политических аспектов развития, как основы повышения качества жизни и обеспечения конкурентоспособности страны в долгосрочной перспективе.

Для полноценного функционирования КДППР необходимо обозначить основные направления (рис. 2).



Рис. 2. Основные направления “Концепции долгосрочного прогнозирования развития потребительского рынка”

1. *Развитие теории и разработка методологии прогнозов развития потребительского рынка.* Процесс прогнозирования потребительского рынка до настоящего времени не обеспечен теоретическими разработками:

– Экономическая теория недостаточно связана с социологией, политологией, что не позволяет комплексно оценивать сложные социально-экономические процессы, проходящие на потребительском рынке стран-участниц ЕЭП.

– В экономической теории практически не учитывается развитие науки и техники.

– Невозможно определить экономическую эффективность новых технологий, особенно при долгосрочном прогнозировании.

– Существуют разногласия в вопросах определения состава факторов и оценки их влияния на темпы развития потребительского рынка.

– Процессы глобализации и интеграции создают дополнительные трудности и проблемы при определении перспектив развития потребительского рынка, особенно в долгосрочном периоде.

Процессы прогнозирования должны быть интегрированы в процессы общенационального прогнозирования также из-за ограниченности собственных возможностей в вопросах получения, обработки информации, программного обеспечения и т. д.

2. *Совершенствование методической базы прогнозирования и его организационного обеспечения.* Отсутствует четкий алгоритм, последовательность, технология составления прогнозов. Разработка алгоритма долгосрочного прогнозирования позволит устранить повторения работ, сократить затраты на составление прогнозов, а значит, и повысить экономическую эффективность всего комплекса исследований.

Для разработки методологии разработки долгосрочного прогнозирования потребительского рынка необходимо осуществить ряд мероприятий:

а) Необходимо проводить содержательный анализ развития потребительского рынка в предыдущие годы, текущего состояния потребительского рынка (создать систему мониторинга), а также определение ключевых тенденций и факторов развития в будущем является начальным, исходным пунктом процесса разработки прогноза.

б) Необходимо внедрить в практику прогнозирования применение системного анализа, представляющего собой совокупность конкретных методов и приемов разрешения многочисленных проблем развития потребительского рынка как сложной социально-экономической системы. Системный анализ позволит осуществить разделение потребительского рынка на определенные подсистемы и исследовать их как самостоятельные объекты. На основе разнообразного инструментария могут быть разработаны концептуальные, формальные, математические модели.

в) Основными методами при анализе и прогнозировании являются: экономико-статистический, экстраполяционный, метод экспертных оценок (в основном при кратко- и среднесрочном прогнозировании), балансовый, метод экономико-математического моделирования и нормативный (при средне- и долгосрочном прогнозировании). Наиболее оправдавшими себя в мировой практике методическими приемами выступают: построение динамических рядов основных показателей развития торговли во взаимосвязи с изменениями взаимосвязанных общеэкономических показателей (ВВП, национального дохода, уровня потребления важнейших товаров и услуг населением, бюджетных платежей, индексов цен, поступления товарных ресурсов по различным источникам, денежных доходов и расходов по социальным группам населения и т. д.); экспертная оценка и качественная характеристика устойчивости связей (взаимозависимости) различных факторов.

Выявляемые при этом устойчивые связи (закономерности) и факторы, влияющие на их проявление, используются при построении одно- и многофакторных экономико-математических моделей.

В настоящее время составы показателей среднесрочных и долгосрочных прогнозов развития потребительского рынка практически не разработаны. Решение данной проблемы будет способствовать формированию унифицированной информационной базы, выработке методик проведения прогнозных расчетов, более качественному определению целей развития рынка.

г) Необходима разработка методики оценки качества подготовленных прогнозов социально-экономического развития страны. Без общепринятых методик оценки качества прогнозов трудно целенаправленно вести работу по совершенствованию прогнозирования, повышению эффективности всей системы управления. Ошибки в прогнозировании приводят к неэффективному использованию государственных ресурсов.

3. *Формирование нормативно-правовой и информационной базы прогнозирования потребительского рынка.* Необходимо более подробно изучить и использовать закономерности статистики, циклической динамики с учетом мировых тенденций. Закономерности в статистике характеризуют сложившуюся ситуацию в функционировании и в развитии потребительского рынка, периодически нарушаемую, но восстанавливаемую в процессе развития.

Закономерности циклической динамики характеризуют периодическую повторяемость циклов, смену фаз циклов, включая периодические кризисные фазы.

При практическом использовании результатов долгосрочного прогнозирования важно учитывать существующие рациональные нормы потребления на отдельные изделия.

Прогнозирование спроса на потребительском рынке необходимо для выработки долгосрочной экономической политики и принятия тактических управленческих решений по производству товаров и его реализации. Спрос необходимо прогнозировать на всех уровнях управления экономикой.

При обосновании платежеспособного спроса населения используются отчетные и прогнозные балансы денежных доходов и расходов населения.

Для осуществления прогнозных расчетов необходима следующая информация:

– Сведения о численности населения по составу, группам, город, село.

– Динамика спроса и предложения.

– Балансы денежных доходов и расходов.

– Бюджеты семей.

– Сведения об индексах цен.

– Данные спроса покупателей по приобретению определенного вида товаров.

– Нормы и фактическое потребление важнейших продуктов и товаров.

– Изменение доходов населения в предшествующем периоде и т. д.

Заклучение

Разработка концепции по развитию потребительского рынка на долгосрочный период позволит государственным органам управления осуществлять единую, экономическую и научно-техническую политику в преобразовании рыночной инфраструктуры, обеспечить комплексный подход к развитию всех элементов потребительского рынка, а также эффективное взаимодействие и согласование экономических интересов хозяйствующих субъектов, участвующих в формировании и развитии потребительского рынка.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. **Пацай, Л.С.** Методы разработки и реализации долгосрочных прогнозов развития потребительского рынка в рамках формирования ЕЭП / Л.С. Пацай // Концептуальные подходы к исследованию потребительского рынка (в условиях формирования ЕЭП) / Н.С. Шелег, И.М. Микулич и др. – М. : СИА, 2012. – 132 с.
2. Об утверждении Методических рекомендаций по разработке республиканских прогнозных балансов спроса и предложения по важнейшим видам продукции и признании утратившим силу постановления Министерства экономики Республики Беларусь от 29 августа 2003 г. № 180 : Постановление Министерства экономики Республики Беларусь от 31.05.2010 № 95 // Эталон Беларусь [Электронный ресурс] / Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь. – 2011.