

С.П. Романович

*преподаватель каф. экономики и управления
Брестского государственного университета имени А.С. Пушкина
e-mail: ptaschkas@mail.ru*

МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА ПРИГРАНИЧНОГО РЕГИОНА

Представлены результаты разработанного автором методического инструментария анализа и прогнозирования потребительского рынка с учетом основных показателей внешнеэкономической деятельности региона. В результате применения методического инструментария проведен анализ концентрации импорта потребительских товаров, рассчитаны возможные прогнозные значения емкости потребительского рынка Брестской области. Проведен сравнительный анализ межрегиональных различий по социальным показателям в приграничных регионах соседних стран, подтверждающий наличие условий, способствующих осуществлению торговых миграций брестскими потребителями.

Введение

Приоритеты государственной политики по обеспечению устойчивого социально-экономического развития определены Национальной стратегией устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 года. В соответствии с данным документом стратегической целью региональной политики является комплексное развитие каждого региона и уменьшение существующих региональных различий с учетом эффективного использования его ресурсного потенциала и конкурентных преимуществ в интересах обеспечения высоких стандартов жизни населения, сохранения природы и позитивного вклада регионов в национальную конкурентоспособность и безопасность [3, с. 115].

В этой связи, да и, учитывая отставание в развитии основных показателей торговли приграничных областей страны от центрального региона, определенный научный интерес приобретают вопросы формирования и развития потребительских рынков областей.

Изучению проблемы формирования и развития потребительского рынка в последнее время уделяется достаточно большое внимание. Так, этой проблеме посвятили свои исследования такие зарубежные и отечественные ученые, как Я.М. Александрович, А.В. Богданович, Р.П. Валевиц, Л.Б. Вардомский, А.В. Владыко, В.П. Герасенко, И.Н. Герчикова, Б.П. Голубкова, С.М. Зорина, В.И. Иванова, А.С. Кузавко, И.М. Микулич, А.С. Новоселов, М.В. Петрович, С.С. Полоник, Г.В. Ридевский, И.В. Скопина, Н.Н. Терещенко, Н.С. Шелег и др.

При всем многообразии работ по развитию потребительского рынка страны нельзя не отметить тот факт, что региональный аспект до сих пор остается за пределами серьезных экономических исследований. Необходимы концепции и стратегии развития региональных потребительских рынков, разработанные с помощью новых методов, инструментов, применимых в современных экономических условиях. Поэтому в данной работе автором предлагаются методические инструменты к построению экономико-математической модели формирования регионального потребительского рынка, позволяющие оценить изменение основного показателя под влиянием совокупности факторов и осуществить прогнозирование на перспективу.

На развитие регионального потребительского рынка влияет ряд факторов. Много отечественных и зарубежных авторов посвятили свои работы их исследованию. Анализ соответствующей экономической литературы, показал наличие разнообразных подходов к их группировке и изучению. В контексте проводимого исследования наибольший интерес для автора приобретают работы ученых, учитывающих влияние на развитие регионального потребительского рынка географического положения региона. Так, например, Н.Н. Терещенко полагает, что в качестве факторов, предопределяющих формирование и развитие регионального потребительского рынка, следует рассматривать общие, региональные и специфические [8, с. 78]. Выделение группы общих факторов необходимо из-за многоуровневого характера их воздействия (макро- и мезоуровень), который предопределяется структурой экспорта и импорта товаров, особенностями форм и методов государственного регулирования, уровнем жизни населения и его покупательской способностью, уровнем цен и инфляции.

А.С. Новоселов считает, что специфика регионального потребительского рынка во многом определяется типом региона, каждому из которых соответствует совокупность факторов, обуславливающих особенности регионального потребительского рынка. В ряду основных типов региона присутствует и приграничный регион. К факторами, обуславливающим развитие регионального потребительского рынка приграничного региона, автор определяет относительно высокие доходы хозяйствующих субъектов и населения, наличие устойчивого спроса, высокий уровень развития внешнеэкономической деятельности и торгово-посреднической инфраструктуры, а также высокий динамизм финансовых и информационных потоков. А.С. Новоселов отмечает, что наиболее прогрессивными трендами характеризуется развитие регионального потребительского рынка приграничного региона, что проявляется прежде всего в расширении предложений экспортных товаров и внешнеторговых услуг [5, с. 7].

Для сравнения состояния основных показателей потребительских рынков областей Республики Беларусь обратимся к таблице 1, составленной автором на основе [4].

Таблица 1. – Основные показатели потребительского рынка Республики Беларусь по областям и г. Минску (2017 г.)

Показатель	Область						г. Минск	Республика Беларусь
	Брестская	Витебская	Гомельская	Гродненская	Минская	Могилевская		
ВРП, млн руб.	10 367,1	8 036	10 779	8 688,5	15 865	7 517,6	29 141	10 5748
Розничный товарооборот, млн руб.	4 911,8	4 410,8	4781,4	4 129,1	6 036,2	3 579,1	12 388,9	40 237
Доля розничного товарооборота в ВРП, %	47,38	54,89	44,36	47,52	38,05	47,61	42,51	38,05
Всего торговых объектов, ед.	10 006	7 572	8 666	7 398	10 214	7 466	11 011	62 333
Торговые объекты в сельских населенных пунктах, ед.	1 974	1 188	1 500	1 206	3 816	1 080	–	10 674
Торговые площади, тыс. м ²	801,7	652,6	732,1	591,6	843,1	633,9	1 270,5	5 525,5
Занятый в торговле персонал, тыс. чел.	75,9	59,8	68,8	57,6	98,9	56,7	200,7	616,3

Из таблицы 1 видно, что высокие значения таких показателей, как валовой региональный продукт, розничный товарооборот, количество торговых объектов, торговая площадь, занятый в торговле персонал, принадлежат центральному региону – г. Минску и Минской области. Показатель доли розничного товарооборота в валовом региональном продукте выше в Витебской области. Могилевская область имеет самые низкие значения следующих показателей: валовой региональный продукт, розничный товарооборот, количество торговых объектов в сельских населенных пунктах, занятой персонал в торговле. Наименьшие значения показателей количество торговых объектов и торговая площадь принадлежат Гродненской области.

Таким образом, центральный регион является лидером по лучшим значениям основных показателей, характеризующих состояние потребительского рынка, а остальные регионы, являясь приграничными, отстают. Не отличается лучшими показателями и потребительский рынок Брестской области, которая активно развивает трехсторонние связи в рамках еврорегиона «Буг» с Волинской областью Украины и Люблинским воеводством Польши.

Для выявления причин отставания показателей потребительских рынков приграничных областей страны от центрального региона необходим более подробный анализ рынков, результаты которого должны учитываться при выборе альтернативного прогноза емкости потребительского рынка. Поэтому цель данной работы – рассчитать прогнозные значения емкости потребительского рынка с учетом основных показателей внешнеэкономической деятельности.

Для реализации поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- 1) дать оценку концентрации импорта потребительских товаров на территории Брестской области;
- 2) построить экономико-математическую модель формирования емкости рынка под влиянием совокупности факторов, в том числе и основными показателями внешнеэкономической деятельности региона;
- 3) рассчитать прогнозные значения реальной емкости рынка;
- 4) проанализировать условия регионального потребительского рынка на предмет торговых миграций населения между странами.

Анализ концентрации импорта потребительских товаров на территории Брестской области

В настоящее время потребительский рынок подвергается опасностям, одной из которых является зависимость рынка от импорта. Можно предположить, что из-за географического расположения приграничные области больше подвержены влиянию этого фактора.

Рассмотрим, как эта зависимость распространена на территории Брестской области. Для этого воспользуемся коэффициентом «потребительского импорта», разработанным автором для анализа концентрации импорта потребительских товаров на определенной территории:

$$\text{Кп.и.} = \text{Vobl.} / \text{Sobl.} : \text{Vp.} / \text{Sp.}, \quad (1)$$

где Кп.и. – коэффициентом «потребительского импорта», Vobl. – объем импорта потребительских товаров области; Vp. – объем импорта потребительских товаров района; Sobl. – розничный товарооборот потребительских товаров области; Sp. – розничный товарооборот потребительских товаров района.

Коэффициент показывает, во сколько раз концентрация потребительского импорта в конкретном районе больше/меньше, чем в среднем по области.

В данной работе проанализируем потребительский рынок Брестской области, которая граничит с Польшей и Украиной. Для этого воспользуемся результатами исследований, проведенных автором ранее [6, с. 109], и структурируем потребительские рынки районов Брестской области по социально-экономическим параметрам, условиям инфраструктуры и коэффициенту потребительского импорта (таблица 2).

Таблица 2. – Ранжирование административно-территориальных районов Брестской области

Район	Принадлежность потребительского рынка региона к группам потребительских рынков		Коэффициент потребительского импорта	Ранг по коэффициенту потребительского импорта
	По социально-экономическим условиям	По местным условиям		
Барановичский	В	В	1,211	4
Березовский	Б	Б	0,643	7
Брестский	Г	Г	2,975	1
Ганцевичский	В	А	0,044	16
Дрогичинский	Г	Б	0,134	14
Жабинковский	В	В	2,066	2
Ивановский	Г	Б	0,213	12
Ивацевичский	Г	Б	0,374	8
Каменецкий	Г	В	1,551	3
Кобринский	А	А	0,822	6
Лунинецкий	Б	В	0,301	11
Ляховичский	В	В	0,357	9
Малоритский	В	Б	0,146	13
Пинский	Г	В	0,911	5
Пружанский	Г	А	0,321	10
Столинский	Б	В	0,092	15

Из таблицы 2 видно, что наибольшая концентрация импорта в Брестском, Жабинковском, Каменецком, Барановичском, Пинском районах. По социально-экономическим условиям потребительские рынки данных районов занимают места ниже среднего по области (Жабинковский, Барановичский р-ны) и низкое (Брестский, Каменецкий, Пинский р-ны), по местным условиям данные районы также принадлежат к уровням ниже среднего и низкому. Наименьшая концентрация импорта по Брестской области наблюдается в Ганцевичском, Столинском, Дрогичинском, Малоритском, Ивановском районах.

Потребительские рынки данных районов по социально-экономическим условиям принадлежат к уровням низкому, ниже среднего и выше среднего, а местные условия данных рынков характеризуются высоким, выше среднего и ниже среднего уровнями. Таким образом, можно сделать вывод, что недостаточный уровень развития местных торговых условий и социально-экономических условий способствуют привлечению импорта потребительских товаров.

Необходимо также отметить, что большинство потребительских рынков административно-территориальных районов Брестской области с наибольшей концентрацией импорта потребительских товаров граничат с Польшей (Брестский, Каменецкий р-ны) или близко расположены к данной стране (Жабинковский р-н).

Потребительские рынки с меньшей концентрацией импорта потребительских товаров принадлежат районам Брестской области, граничащим с Украиной (Столинский, Дрогичинский, Малоритский, Ивановский).

Построение экономико-математической модели формирования емкости потребительского рынка Брестской области

Потребительский рынок не может напрямую повлиять на внешнеэкономическую деятельность, однако, учитывая разную концентрацию импорта районов области, можно предположить, что она склонна варьировать. Соответственно, региональный потребительский рынок может развиваться по нескольким сценариям.

Важным инструментом планирования развития потребительского рынка является построение экономико-математической модели формирования реальной емкости рынка. В качестве результативного показателя при построении модели принят розничный товарооборот Брестской области.

На основе проведенного анализа состояния и развития регионального потребительского рынка в качестве основных факторов, определяющих объем результативного показателя, были взяты:

- 1) численность постоянного населения;
- 2) среднедушевые денежные доходы населения в месяц;
- 3) доля непродовольственных товаров в общем объеме розничного товарооборота;
- 4) индекс потребительских цен на товары;
- 5) коэффициент безработицы;
- 6) доля городского населения в общей численности населения;
- 7) доля населения с денежными доходами ниже величины прожиточного минимума;
- 8) экспорт товаров из Брестской области в Польшу;
- 9) экспорт товаров из Брестской области в Украину;
- 10) импорт товаров в Брестскую область из Польши;
- 11) импорт товаров в Брестскую область из Украины;
- 12) коэффициент импорта потребительских товаров.

При построении экономико-математической модели использовались данные начиная с 2012 г. Вид экономико-математической модели был определен как линейный.

На основе рассчитанных значений коэффициентов корреляции в экономико-математическую модель развития реальной емкости потребительского рынка Брестской области нами включены пять факторов из двенадцати приведенных:

- X_1 – среднедушевые денежные доходы населения в месяц, руб.;
- X_2 – индекс потребительских цен на товары, %;
- X_3 – экспорт товаров из Брестской области в Украину, млн долл. США;
- X_4 – импорт товаров в Брестскую область из Польши, млн долл. США;
- X_5 – импорт товаров в Брестскую область из Украины, млн долл. США.

Разработанная модель формирования реальной емкости потребительского рынка Брестской области в стандартизированном виде определена следующим образом:

$$Y = - 831,654 + 11,469 X_1 + 5,905 X_2 + 4,023 X_3 - 0,156 X_4 - 4,225 X_5 \quad (2)$$

где Y – розничный товарооборот региона, млн руб.

Прогнозные значения реальной емкости рынка на 2018–2022 гг., рассчитанные по вышеуказанной модели, исходя из трех вариантов прогноза факторов (оптимистичный, реалистичный, пессимистичный) представлены в таблице 3.

Расчет прогнозных значений факторных признаков осуществлен автором на основе динамики их среднегодовых темпов роста для реалистичного сценария, а для оптимистичного и пессимистичного был применен показатель вариации – среднее линейное отклонение.

Таблица 3. – Прогноз реальной емкости потребительского рынка Брестской области по экономико-математической модели

Год	Розничный товарооборот, млн руб.			Среднедушевые денежные доходы населения в месяц, руб.			Индекс потребительских цен, %			Экспорт товаров из Брестской области в Польшу, млн долл. США			Импорт товаров в Брестскую область из Польши, млн долл. США			Импорт товаров в Брестскую область из Украины, млн долл. США		
	о	р	п	о	р	п	о	р	п	о	р	п	о	р	п	о	р	п
2018	6 448,6	5 665,6	4 571,3	614,5	532,6	450,8	125,2	103,4	81,6	25,5	77,4	51,9	332,1	250,2	168,3	132,0	117,1	102,1
2019	7 629,0	6 534,7	5 440,4	691,7	609,9	528,0	123,4	101,6	79,9	100,7	75,1	49,6	318,1	236,2	154,3	131,9	117,0	102,0
2020	8 626,9	7 532,5	6 438,2	780,2	698,3	616,5	121,7	99,9	78,1	98,5	73,0	47,4	304,9	223,0	141,1	131,8	116,8	101,9
2021	9 772,1	8 677,7	7 583,4	881,4	799,6	717,7	120,0	98,2	76,4	96,4	70,8	45,3	292,4	210,5	128,6	131,7	116,7	101,8
2022	11 086,0	9 991,7	8 897,3	997,4	915,5	833,7	118,3	96,6	74,8	94,3	68,8	43,3	280,6	198,7	116,8	131,6	116,6	101,7

Примечание – о – оптимистичный сценарий, р – реалистичный сценарий, п – пессимистичный сценарий

Более наглядно развитие розничного товарооборота Брестской области (млн руб.) можно наблюдать на рисунке.

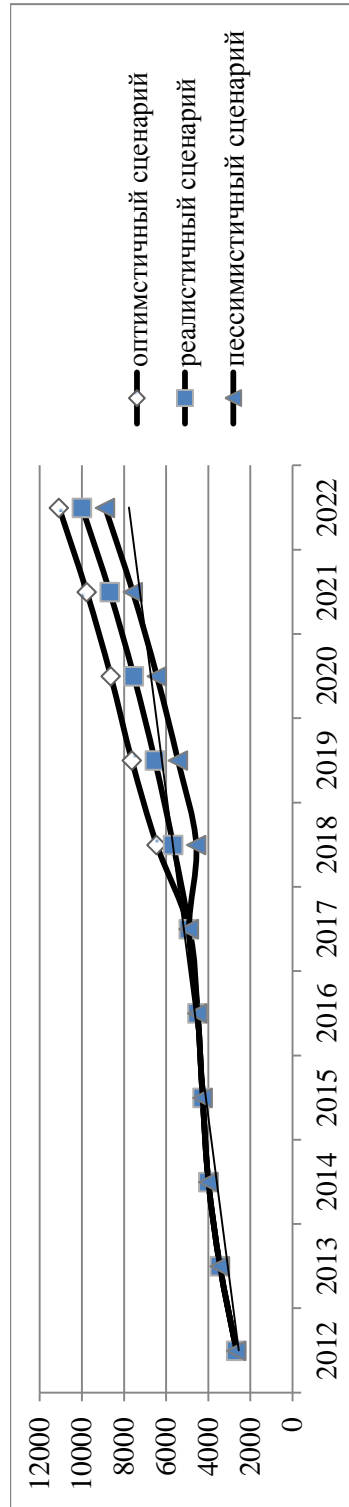


Рисунок. – Прогноз емкости потребительского рынка при различных сценариях развития

Таким образом, нами получено три возможных сценария развития емкости потребительского рынка. Стремление двигаться по одному из них требует согласованных действий с другими отраслевыми комплексами региона. Опираясь на результаты анализа концентрации импорта потребительских товаров по территории области, можно выявить наиболее проблемные территории и при принятии соответствующих управленческих решений, применительно к ним, достичь показателей наилучшего сценария развития потребительского рынка Брестской области.

Анализ условий регионального потребительского рынка в условиях торговых миграций населения между приграничными районами соседних стран

Положение исследуемого регионального потребительского рынка может усугубляться вследствие приобретения населением товаров и услуг непосредственно у продавцов за границей, а также в других регионах нашей страны. Такое взаимодействие является *торговой миграцией*. Понятие «торговая миграция», или «миграция торговой покупки», ввел в научный оборот Н.С. Шелег и определил его как один из качественных критериев потребительского рынка, означающий совершение покупки за пределами локального, национального рынка [9, с. 7]. Несмотря на значительное влияние торговых миграций на потребительский рынок, они являются малоисследованными из-за трудностей сбора достоверной информации.

Исторически основу экономической мотивации торговой миграции между разными странами составлял различный уровень цен на отдельные товарные группы по разную сторону границы, или пограничная рента, что позволяло, с одной стороны, оптимизировать семейный бюджет потребителю, а с другой – бизнесу, легально или нелегально работающему в сфере торговли, получать неплохую прибыль [1, с. 8]. Однако усиление межрегиональных различий по социальным показателям в соседних регионах разных стран также отражается на потребительских предпочтениях населения, что способствует торговой миграции.

На примере Брестской области, которая граничит с Люблинским воеводством Польши и Волынской областью Украины, в таблице 4 рассмотрим некоторые показатели названных выше территориально-административных единиц соседствующих стран (таблица 4 составлена автором на основе [4–6]).

Таблица 4. – Некоторые показатели Брестской области Республики Беларусь, Волынской области Украины и Люблинского воеводства Польши за 2017 г.

Регион	Площадь, км ²	Численность населения, чел.	Денежные доходы на душу населения в месяц, руб.	Розничный товарооборот торговых организаций, млн руб.
Брестская область	32 787	1 386 351	465,2	4 911,8
Волынская область	20 144	1 035 867	502,7	1 142,6
Люблинское воеводство	25 122	2 135 715	2 161,04	14 327,7

Из данных таблицы видно, что Брестская область по сравнению с соседними регионами зарубежных стран имеет наибольший показатель площади территории и средний по численности населения. Конечно, низкое значение такого показателя, как денежные доходы на душу населения в месяц, будут мотивировать брестского потребителя искать выгодные варианты покупки потребительских товаров за рубежом. И, учитывая данные показателей Люблинского воеводства, где более высокие доходы населе-

ния обуславливают и более высокие показатели розничного товарооборота, можно предположить, что потребительский рынок данного региона более привлекателен для нашего потребителя. Из рассматриваемых приграничных регионов наименьший товарооборот наблюдается в Волынской области Украины.

Заключение

Получена информация, которая должна быть использована в процессе среднесрочного и долгосрочного планирования основных направлений развития потребительского рынка региона. В результате анализа концентрации импорта потребительских товаров на территории Брестской области мы видим, что наибольшая концентрация импорта в Брестском, Жабинковском, Каменецком, Барановичском, Пинском районах, а наименьшая – в Ганцевичском, Столинском, Дрогичинском, Малоритском и Ивановском районах. Большинство потребительских рынков административно-территориальных районов Брестской области с наибольшей концентрацией импорта потребительских товаров, граничат с Польшей или близко к ней расположены. Потребительские рынки с меньшей концентрацией импорта потребительских товаров принадлежат районам Брестской области, граничащим с Украиной (Столинский, Дрогичинский, Малоритский, Ивановский).

При совершенствовании уровня развития местных торговых условий и социально-экономических условий, концентрация импорта потребительских товаров на проблемных территориях может сократиться, и тогда развитие потребительского рынка будет соответствовать оптимистичному сценарию. Это один из трех возможных сценариев развития потребительского рынка, полученный нами в процессе прогнозирования емкости рынка. Мониторинг названных выше условий позволит определить, по какому сценарию развивается потребительский рынок Брестской области.

Анализ условий потребительского рынка на предмет торговых миграций показал, что для брестского потребителя более привлекательны товары и услуги Люблинского воеводства Польши.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Вардомский, Л. Б. Особенности формирования потребительского рынка белорусско-российского приграничья / Л. Б. Вардомский, А. С. Кузавко // Экон. журн. – 2018. – № 2. – С. 6–24.
2. Государственной служба статистики Украины [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.ukrstat.gov.ua. – Дата доступа: 12.02.2019.
3. Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 года [Электронный ресурс] / Республиканский совет ректоров учреждений высшего образования. – Режим доступа: <http://www.srrb.niks.by>. – Дата доступа: 10.02.2019.
4. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by>. – Дата доступа: 24.01.2019.
5. Новоселов, А. С. Теоретические аспекты исследования региональных рынков / А. С. Новоселов // Регион: экономика и социология. – 2008. – № 3. – С. 3–22.
6. Романович, С. П. Структурирование потребительского рынка Брестской области в контексте устойчивого развития регионов / С. П. Романович // Весн. Брэсц. ун-та. Сер. 2, Гісторыя. Эканоміка. Права. – 2018. – № 2. – С. 104–112.
7. Статистическое управление в Люблине [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://lublin.stat.gov.pl>. – Дата доступа: 13.02.2019.

8. Терещенко, Н. Н. Эффективность деятельности торгового предприятия: теория, методология, практика оценки : монография / Н. Н. Терещенко, О. Н. Емельянова ; Краснояр. гос. торг.-экон. ин-т. – Красноярск : КГТЭИ, 2004. – 228 с.

9. Шелег, Н. С. Концепция формирования единого потребительского рынка Беларуси и России в условиях создания Союзного государства : автореф. дис. ... д-ра экон. наук : 08.00.14 / Н. С. Шелег ; Рос. акад. гос. службы при Президенте Рос. Федерации. – М., 2004. – 48 с.

Рукапіс паступіў у рэдакцыю 25.02.2019

Romanovich S.P. Methodical Aspects of Forecasting of the Consumer Market of the Border Region

The article is devoted to the formation and development of the consumer market of the border region. The article presents the results of the methodological tools developed by the author of analysis and forecasting of the consumer market, taking into account the main indicators of foreign economic activity of the region. As a result of application of methodical tools the analysis of concentration of import of consumer goods is carried out, possible forecast values of capacity of the consumer market of the Brest region are calculated. A comparative analysis of interregional differences in social indicators in the border regions of neighboring countries is conducted, confirming the existence of conditions, which contribute to the implementation of trade migration by Brest consumers.