

УДК 338

Теоретические основы исследования факторов потребительского спроса в постиндустриальной экономике

**Батайкин П.А.**Соискатель кафедры экономической теории
Казанского национального исследовательского
технического университета им. А.Н. Туполева – КАИ

В статье проанализировано содержание ценовых и неценовых факторов потребительского спроса в условиях постиндустриальной экономики и направления их трансформации.

Ключевые слова: спрос, потребительский спрос, ценовой фактор, постиндустриальная экономика, потребность, цена, институт, товар.

Противоречивое развитие российской экономики в современных условиях обусловлено тем, что положительная динамика основных макроэкономических индикаторов определяется преимущественно реализацией ресурсного потенциала и состоянием конъюнктуры мировых рынков при наличии спорадических прогрессивных изменений в национальной экономической системе и ее институциональном контуре. Вместе с тем воспроизводственный процесс характеризуется наличием технологических и институциональных барьеров, ограничивающих возможности инновационно ориентированного роста, что предполагает необходимость поиска источников поступательной динамики, а также разработки государственной политики, направленной на их активизацию.

Одним из традиционных факторов экономического развития выступает потребительский спрос, который определяет в значительной степени состояние рынков ресурсов и конечных товаров (услуг), влияет на содержание и структуру совокупных расходов и дохода в рамках национальной экономики и, одновременно, выступает аналитической категорией, обеспечивающей взаимосвязь микро- и макроэкономических уровней исследования явлений и процессов. Несмотря на то, что потребительский спрос является одной из ключевых категорий современной экономической науки, исследованию которой посвящены многочисленные труды представителей различных экономических школ, повышенный научный интерес к его содержанию и ме-

ханизму реализации, к определяющим его ценовым и неценовым факторам обусловлен трансформацией форм реализации вследствие изменения потребительских предпочтений, рыночной конъюнктуры, условий функционирования экономической системы в целом. В то же время следует признать растущее влияние потребительского спроса на сущность и структуру отраслевых рынков, направления развития предпринимательской активности, содержание и формы реализации антикризисной экономической политики.

Анализ историко-экономических процессов показывает, что отправной точкой выхода из кризисного состояния экономики и начала новой фазы цикла выступает активизация потребительского рынка и увеличение объема спроса домохозяйств. В свою очередь, вызванное ростом деловой активности увеличение доходов потребителей в условиях снижения темпов инфляции стимулирует оживление потребительских расходов.

Потребительский спрос – это платежеспособная потребность домохозяйств в частных и общественных товарах и услуг личного потребления, которые потребители готовы приобрести по определенной цене в течение определенного периода времени. Закон спроса определяется как обратная связь (при неизменности прочих условий) между величиной спроса на потребительские товары (услуги) и их ценой. В дополнение неоклассической традиции выявлено исключение из закона спроса, или рост цен на товары при одновременном повышении спроса

на них, не только в отношении товаров Гиффена, но и в отношении сетевых товаров, в производстве и поставке которых использованы информационные коммуникационные технологии. Действие закона спроса определяется принципом убывающей предельной полезности, эффектом дохода и эффектом замещения. При этом в составе полезности потребительских товаров различаются экономическая и социальная полезности, соотношение которых определяет субъектный состав производителей благ – коммерческие организации, государство в лице некоммерческих организаций или коммерческие организации, реализующие социально ответственное поведение. Исследование показывает, что нормативный интерес общества нельзя трактовать как механическую сумму предпочтений отдельных индивидов, имеющих позитивное содержание, поэтому государство должно обеспечивать реализацию нормативных потребностей с использованием механизма воспроизводства опекаемых благ (общественных и мериторных). Расходы на производство опекаемого блага возмещаются за счет доходов от продажи блага их производителей, бюджетных субсидий и налоговых льгот со стороны государства в отношении данных производителей.

Потребительский спрос имеет сложную структуру и включает: действительный спрос, или имеющий место в настоящее время спрос домохозяйств на товары и услуги, реализованный спрос, или удовлетворенный спрос в потребительских товарах и услугах, и неудовлетворенный спрос, или нереализованный по причине отсутствия искомых товаров или несоответствия их качественных характеристик потребностям домохозяйств. В последнем случае в зависимости от причин неудовлетворенный спрос может иметь форму скрытого, явного, текущего, мобильного и отложенного. Различие в интересах общества и отдельного потребителя находит отражение в существовании эндогенного и экзогенного спроса: эндогенный (внутренний) спрос удовлетворяется за счет рыночных доходов потребителей, экзогенный спрос (внешний) – за счет рыночных доходов потребителей и бюджетных субсидий со стороны государства. Выявление содержания и структуры спроса потребителей, определение его форм, которые различаются по объему, содержанию, целевой направленности, удовлетворяемым потребностям, структуре, группам потребителей, территории размещения потребителя, функции, выполняемой потребителемскими расходами, позволяет разработать меры государственного регулирования в целях превращения расходов потребителей в составляющую эффективного спроса, дать объективную оценку рыночной конъюнктуры и сформулировать рекомендации субъектам хозяйствования, направленные на повышение показателей финансово-хозяйственной деятельности.

В составе факторов, определяющих потребительский спрос, выделяют ценовые и неценовые. К числу последних наряду с доходом потребителей, ожиданиями, наличием (отсутствием) взаимосвязанных товаров (комплементов и субституттов), количеством, модой и вкусом потребителей целесообразно выделить группу институциональных факторов, не учитываемых в полной мере неоклассической традицией. Неоклассическая теория анализировала институциональные факторы в рамках исследования исключений из закона спроса – эффекта Веблена, эффекта Гиффена и эффекта толпы. К числу институциональных детерминант отнесены формальные и неформальные институты, а также санкции, обеспечивающие выполнение институтами своих функций. Институциональные факторы влияют на спрос через формирование у потребителей установок, норм и правил потребительского выбора и поведения, при этом они агрегируют в своем содержании экономические, социальные, культурные, психологические, этические составляющие.

В отличие от неоклассических неценовых факторов потребительского спроса институциональные детерминанты формируются в течение длительного интервала времени под влиянием мер институционального проектирования, реализуемых государством (нормативная база, например, определяющая порядок защиты прав потребителей, требования к качеству товаров и услуг (технические регламенты)), субъектами предпринимательства (формирование сетевых структур, брендинг, институты самоорганизации, корпоративной социальной ответственности), домохозяйств (институты семьи, брака, этические, религиозные, культурные традиции и обычаи). В этой связи возникают противоречия между действующими и формируемыми (реформируемыми) институтами, что определяет сложность прогнозирования потребительского спроса в условиях трансформации общества. В отличие от ценовых факторов, которые влияют на динамику совокупного спроса потребителей и спроса отдельного потребителя, институциональные факторы определяют конфигурацию индивидуального спроса. Институциональные факторы тесно взаимосвязаны между собой, что предполагает необходимость учета последствий их изменения под влиянием мер регулирующего воздействия. Так, усиление административных барьеров для входа на рынок отдельных потребительских товаров (ужесточение лицензионных требований) повлечет за собой снижение толерантности покупателя к цене, снижение удовлетворенности покупателя эксплуатацией продукции и в поисках им способов повышения этой толерантности, что является фактором активизации теневых экономических процессов. Потребитель сопоставляет издержки несоблюдения правовых норм и издержки приобретения продукции на рынке в изме-

нившихся условиях, что определяет изменение его потребительского поведения. Это, в свою очередь, влияет на структуру спроса и содержание функций потребительских расходов.

Наиболее ярко действие институциональных факторов проявляется в демонстративном потреблении, которое свойственно для отдельных групп потребителей с доходом средним и существенно выше среднего. При этом ключевыми факторами, определяющими содержание и формы реализации демонстративного потребления, выступают институциональные факторы, к которым относятся: стратификация общества, наличие групповых интересов и социального капитала. При этом демонстративное потребление может проявляться спорадически в отдельных особых случаях (группа потребителей со сравнительно низкими доходами), периодически (группа потребителей со средним доходом) и перманентно (группа потребителей с высоким доходом и социальным капиталом как совокупностью многообразных отношений, обеспечивающих доступ к различным ресурсам). При этом демонстративное потребление имеет положительные (стимулирует трудовую и предпринимательскую активность, благотворительную деятельность, способствует сокращению времени жизненного цикла товара) и отрицательные (неэффективное использование бюджета потребителя) последствия.

Литература:

1. Акиндинова Н. Склонность населения России к сбережению: тенденции 1990-х годов // Вопросы экономики. – 2001. – № 10. – С. 80-96.
2. Шохин А.Н. Денежные сбережения населения как экономическая категория. М.: ЦЭМИ АН СССР, 1984. – 54 с.
3. Яковец Ю.В. Циклы. Кризисы. Прогнозы. М.: Наука, 1999. – 448 с.

Theoretical Bases of Research Factors of Consumer Demand in Post-industrial Economy

P.A. Bataykin

Kazan National Research Technical University named after A.N. Tupolev

In the clause analysed maintenance of price and not price factors of consumer demand in the conditions of post-industrial economy and the direction of their transformation.

Key words: demand, consumer demand, price factor, post-industrial economy, requirement, price, institute, goods.

