

«ПРОГРЕССИВНЫЙ» ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ СПРОС КАК ФАКТОР РОСТА СОВРЕМЕННОЙ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ

ДЕНИСОВ НИКОЛАЙ ВЛАДИМИРОВИЧ

ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный университет имени Г. Р. Державина»,
г. Тамбов, Российская Федерация, e-mail: nikolajdenisov@yandex.ru

В статье проводится анализ потребительского спроса в различных условиях хозяйствования. Приводятся факты, свидетельствующие о наличии в современной российской экономике прогрессивного потребительского спроса, и раскрывается система качественных признаков и количественных показателей, которые позволяют идентифицировать «прогрессивный» потребительский спрос. На этой основе делается вывод, что в настоящее время в России «прогрессивный» потребительский спрос носит депривационный характер, что в определенной мере тормозит развитие экономики. Получен вывод, что «прогрессивный» потребительский спрос находится в рекурсионной взаимосвязи с производством товаров и услуг. Данная взаимосвязь состоит в том, что, с одной стороны, происходит формирование потребительских предпочтений исходя из имеющегося ассортимента и маркетинговых коммуникаций производителей, с другой, развитие «прогрессивного» потребительского спроса инициирует производство не только нематериальных, но и материальных товаров, что приводит к возникновению синергетического эффекта, проявляющегося в увеличении темпов экономического роста. «Прогрессивный» спрос предполагает постоянное появление новых услуг и инновационных товаров. Оказание услуг в большинстве случаев невозможно без использования соответствующей материально-технической базы, что инициирует производство необходимых товаров, зачастую инновационного профиля. При этом «прогрессивный» потребительский спрос функционирует таким образом, что некоторые услуги приводят к возникновению дополнительных услуг, которые, в свою очередь, способствуют производству новых товаров и услуг. Поскольку данный процесс осуществляется непрерывно, следствием развития «прогрессивного» потребительского спроса является постоянный экономический рост. Качественные признаки формирования «прогрессивного» потребительского спроса находят свое отражение в определенных тенденциях, протекающих в экономике страны. Данные тенденции указывают на процесс становления «прогрессивного» потребительского спроса, но не являются достаточным основанием для суждения о его наличии. Количественные признаки формирования и развития «прогрессивного» потребительского спроса определяются с помощью системы прямых и косвенных показателей.

Ключевые слова: потребительский спрос, экономическая система, факторы роста экономики

Совокупное потребление благ и услуг остается одним из ключевых элементов оценки эффективности функционирования экономики, поскольку каждый индивид рассматривает хозяйственную систему, прежде всего с позиций потребителя, т. е. с позиций удовлетворения своих потребностей. Причем чем более высока степень удовлетворенности индивидом своим уровнем потребления, тем более эффективна на его взгляд экономическая система. Однако следует помнить, что экономическая система – это совокупность взаимосвязанных элементов, поэтому в интегрированном контексте эффективности хозяйственной системы необходимо рассматривать агрегированные показатели, среди которых особую роль играет совокупный эндосистемный потребительский спрос, т. е. спрос всех индивидуумов внутри системы. От того, какой характер принимает эндосистемный потребительский спрос, из каких элементов он состоит качественно и количественно,

от того, насколько эластичен к различным детерминантам, можно судить о самой экономической системе. Так, потребительский спрос в условиях командной экономики определяется, прежде всего, физиологическими потребностями индивидуума и авторитарными регуляторами центрального управляющего органа, что приводит к минимизации потребительского выбора (основным решением потребителя является соотношение долей того или иного вида товаров в своем бюджетном ограничении). В условиях переходной экономики спецификой потребительского спроса является трансформация экзогенного спроса в эндогенный, с сохранением при этом, как это свойственно для любой экономической системы, составляющих экзогенного характера. В условиях рыночной экономики потребительский спрос формируется способом активизации системы рыночной коммуникации, ввиду конкурентной борьбы между производителями товаров и

услуг и воздействия на сознательные и подсознательные импульсы потенциального потребителя, а также детерминируется физиологическими и материальными возможностями покупателя. Однако, в условиях рыночной экономики эндосистемный потребительский спрос может значительно варьироваться по различным факторам в зависимости от определенных условий функционирования экономической системы. Применительно к российской экономике, потребительский спрос в различных регионах может быть диаметрально противоположным по структуре и объему. Это объясняется как значительным уровнем дифференциации регионов по финансовым показателям, так и иными факторами (географическими, инфраструктурными, ментальными).

В настоящее время происходит существенная трансформация потребительского спроса, проявляющаяся в переориентации его структуры в сторону большего потребления инновационных товаров и услуг. Постоянно совершенствующиеся технологии позволяют решать проблему удовлетворения потребностей новыми способами: появляются новые виды товаров и услуг, увеличивается ценность нематериальных благ (информация, ноу-хау, виртуальные товары и услуги), меняются потребительские предпочтения, развивается демонстративное потребление, формируются новые виды потребностей. Все это приводит к постоянному изменению потребительского спроса, трансформации его детерминант и характера влияния на экономический рост. Современный спрос развивается высокими темпами, каждая вновь созданная потребность порождает новую, на удовлетворение которой направлены вновь появившиеся услуги, в свою очередь, создающие необходимость производства сопутствующих товаров и дополнительных услуг [1].

Исходя из этого, безусловным детерминантом развития потребительского спроса является уровень технического прогресса и развития науки, так как он определяет возможность для производства тех или иных товаров и услуг.

В доиндустриальный период общественного развития спрос определялся базовыми потребностями, и зачастую, в полной мере был удовлетворен только у представителей высшего сословия. По мере развития науки и техники появляются новые виды товаров и услуг, а также новые способы удовлетворения потребностей. В той или иной мере в развитых странах в настоящее время у большинства населения удовлетворены все иерархические уровни потребностей (прежде всего, за счет огромного ассортимента субститутов и псевдоцен-

ностей), однако качество их удовлетворения, а также способы активизации потребительского спроса в значительной мере дифференцированы.

Период индустриализма характеризуется различными хозяйственными системами, среди которых: командно-административная, рыночная, транзитарная, смешанная. Потребительский спрос в каждой из систем имеет свою специфику. Для командно-административной экономики характерно формирование потребительских предпочтений в рамках малодиверсифицированного ассортимента и ценового набора (установленный спрос); рыночная экономика предполагает активизацию потребительского спроса методами маркетинговых коммуникаций в условиях конкурентной борьбы за лояльность потребителя (клиентоориентированный спрос); транзитарная экономическая система сама по себе носит трансформационный характер, что предполагает резкое изменение структуры потребительского спроса на фоне неподготовленности населения к методам рыночного воздействия, что влечет за собой формирование негативного потребительского спроса (трансформационный спрос).

В условиях перехода к постиндустриальному обществу происходят различные качественные трансформации экономики: появляются современные технологии, формирующие новую реальность и меняющие сложившийся социально-экономический облик мира; становится масштабным консьюмеристский бум; активно набирает обороты «вирус» демонстративного потребления; возникают такие не существовавшие ранее, экономические объекты в виде нематериальных благ, как информация, ноу-хау, знаниевые активы, сетевые, цифровые блага, интернет-услуги и др.; формируются новые группы потребителей. Данные процессы объективно вызывают трансформацию потребительского спроса, что позволило сделать вывод о том, что в настоящее время происходит становление «прогрессивного» потребительского спроса. «Прогрессивный» потребительский спрос – это спрос, в структуре которого преобладают инновационные товары и услуги, перманентно обновляемые за счет появления новых решений по удовлетворению прогрессирующих потребностей всех иерархических уровней [2].

«Прогрессивный» потребительский спрос находится в рекурсионной взаимосвязи с производством товаров и услуг. Данная взаимосвязь состоит в том, что с одной стороны, происходит формирование потребительских предпочтений исходя из имеющегося ассортимента и маркетинговых коммуникаций производителей, с другой, развитие «прогрессивного» потребительского спроса иницирует производство не только нематериальных,

но и материальных товаров, что приводит к возникновению синергетического эффекта, проявляющегося в увеличении темпов экономического роста.

«Прогрессивный» спрос предполагает перманентное появление новых услуг и инновационных товаров. Оказание услуг в большинстве случаев невозможно без использования соответствующей материально-технической базы, что инициирует производство необходимых товаров, зачастую инновационного профиля.

При этом «прогрессивный» потребительский спрос функционирует таким образом, что некоторые услуги приводят к возникновению дополнительных услуг, которые, в свою очередь, способствуют производству новых товаров и услуг. Поскольку данный процесс осуществляется непрерывно, следствием развития «прогрессивного» потребительского спроса является перманентный экономический рост.

Прогрессивный потребительский спрос – явление новое, поэтому целесообразным видится рассмотрение критериев его идентификации. На наш взгляд, для того, чтобы идентифицировать существующий в экономике потребительский спрос как «прогрессивный» необходимо пропустить его через призму определенных критериев. Иными словами, необходимо выполнение в экономике целого ряда условий, проявляющихся в качественном и количественном выражении.

Качественные признаки формирования «прогрессивного» потребительского спроса находят свое отражение в определенных тенденциях, протекающих в экономике страны (табл. 1).

Количественные признаки формирования и развития «прогрессивного» потребительского спроса определяются с помощью системы прямых и косвенных показателей (табл. 2).

Таблица 1

Качественные признаки формирования в экономике «прогрессивного» потребительского спроса

| Прямые | Косвенные |
|--|---|
| Усиление роли информации как товара | Постоянное увеличение количества благ и услуг |
| Перманентное появление новых видов услуг и информатизированных товаров | |
| Виртуализация процесса приобретения благ | Глобализация потребительского спроса |

Таблица 2

Количественные показатели формирования в экономике «прогрессивного» потребительского спроса

| Прямые | Методика исчисления | Косвенные | Методика исчисления |
|---|-------------------------|--|---------------------|
| Коэффициент сервоориентированности спроса | $K_{us}=D_{nb}/D_{nm}$ | Доля расходов бюджета на образование и науку | $P_{oin}=G_{oin}/G$ |
| Коэффициент потребления инновационных товаров | $K_{pit}=D_{it}/D_{nm}$ | коэффициент креативности населения | $K_{kn}=A/N$ |
| Коэффициент электронизации транзакций | $K_{et}=T_e/T$ | Коэффициент трансакионности | $K_{tr}=I_{tr}/I$ |

где D_{nb} – доля нематериальных благ в общей структуре потребительских расходов;

D_{nm} – доля материальных благ в общей структуре потребительских расходов;

D_{it} – доля инновационных товаров в совокупности материальных благ;

T_e – количество транзакций, проведенных с помощью электронных денег;

T – количество всех потребительских транзакций;

G_{oin} – расходы государственного бюджета на науку и образование;

G – общая совокупность государственных расходов;

A – количество зарегистрированных объектов авторского права;

N – количество населения страны;

I_{tr} – доля трансакионных издержек в общей структуре издержек;

I – доля нетрансакионных издержек.

Коэффициент сервоориентированности (K_{us}) представляет собой соотношение нематериальных и материальных благ в общей структуре потребления. Так, например, для США данный коэффициент составил 1,4 (в общей структуре потребитель-

ских расходов доля товаров составила 0,413, а доля услуг – 0,587).

Коэффициент потребления инновационных товаров (K_{pit}) показывает не только долю спроса на наукоемкие производства, но и отражает

степень готовности населения к формированию глобального потребительского спроса.

Коэффициент электронизации транзакций (K_{et}) показывает долю оплаченных покупок с помощью электронных денег. Независимо от того, покупка товара и услуги была совершена с использованием института электронных денег, данный факт свидетельствует о проявлении «прогрессивного» потребительского спроса.

Доля расходов бюджета на образование и науку (P_{oin}) косвенно отражает подготовленность общества к постиндустриальной экономике, а, следовательно, и к формированию «прогрессивного» спроса. Это объясняется несколькими аспектами: во-первых, образованный человек чаще зарабатывает большую сумму денег; во-вторых, научные достижения находят свое применение на практике, способствуя появлению инновационных товаров и услуг; в-третьих, образованное общество стремится к удовлетворению высших ступеней иерархии потребностей.

Коэффициент креативности населения (K_{kn}) – это отношение официально зарегистрированных

объектов авторского права к численности населения. Пересчет на душу населения позволяет говорить о креативности населения страны, а не о достигнутых страной результатах, тем не менее и абсолютные значения необходимо учитывать при анализе «прогрессивного» потребительского спроса.

Коэффициент транзакционности (K_{tr}), определяемый как отношение доли транзакционных издержек к доле иных издержек в совокупности всех затрат на производство товаров и оказание услуг, демонстрирует готовность основной массы населения к потреблению услугоемких (т. е. их потребление в значительной мере зависит от рекламы и иных активаторов) материальных и нематериальных благ, что в свою очередь говорит о формировании «прогрессивного» потребительского спроса.

Касательно качественных признаков формирования в экономике «прогрессивного» потребительского спроса, то их проявления в России систематизированы нами в таблице 4.

Таблица 3

Количественные показатели идентификации «прогрессивного» потребительского спроса в России в 2013 г.

| Показатели | Расчетные данные за 2011 г. | Пороговое значение оценки потребительского спроса | Характеристика потребительского спроса |
|------------|-----------------------------|---|--|
| K_{is} | 0,36 | 0,2-1 | Формируется «прогрессивный» спрос |
| K_{pit} | 0,1 | <0,3 | Отсутствует «прогрессивный» спрос |
| K_{et} | 0,7 | 0,2-1 | Формируется «прогрессивный» спрос |
| P_{oin} | 0,047 | 0,03-0,5 | Формируется «прогрессивный» спрос |
| K_{kn} | 0,0007 | 0,0005-0,0015 | Формируется «прогрессивный» спрос |
| K_{tr} | 0,35 | 0,2-0,4 | Формируется «прогрессивный» спрос |

Таблица 4

Качественные признаки, характеризующие формирование в экономике «прогрессивного» потребительского спроса

| Признак | Проявление в России |
|--|--|
| Усиление роли информации как товара | Увеличивается объем продаж информационных изданий и продуктов, растет количество журналов, сайтов, телеканалов, радиостанций и т. д. |
| Перманентное появление новых видов услуг и информатизированных товаров | На рынке появляются различные инновационные товары (программы для ЭВМ, электронная техника, виртуальные блага) и услуги (телемедицина, аутсорсинг, дизайн, клининговые услуги и т. д.) |
| Виртуализация процесса приобретения благ | Увеличивается количество сделок, совершенных через интернет |
| Постоянное увеличение количества товаров и услуг | В абсолютных величинах происходит увеличение количества продаваемых благ |
| Глобализация потребительского спроса | Российский потребительский спрос интегрируется в глобальный (совершается все больше покупок иностранных товаров, многие российские потребители заказывают товары непосредственно на зарубежных сайтах) |

Открытость экономики предполагает интегрированность в систему мирохозяйственных связей, влекущую за собой развитие глобального спроса, что выступает качественным признаком «прогрессивного» потребительского спроса. Однако в России данному процессу препятствует несовершенство таможенной политики страны.

Таким образом, расчет количественных показателей идентификации «прогрессивного» потребительского спроса в России позволяет говорить о том, что он находится в стадии формирования.

Отметим, что такая ситуация является не эндогенной потребительской дезактивностью, а следствием экзогенных негативных экстерналий государственной экономической политики, среди которых

проявляются следующие: значительная дифференциация доходов населения; неравномерное развитие регионов; низкий уровень доходов населения, не позволяющий в полной мере удовлетворять потребность в базовых товарах и услугах; несовершенство образовательной, административной и правовой систем; неразвитость гражданского общества, институциональной структуры и инфраструктуры российской экономики.

Таким образом, в настоящее время «прогрессивный» потребительский спрос носит депривационный характер, т. е. существует готовность населения к переориентации структуры потребительских расходов, однако она сдерживается несовершенством экономической политики.

Литература

1. Денисов Н. В., Золотухин Д. Н. Трансформация субъектов потребительского спроса в современных условиях хозяйствования // Современные модели

управления: проблемы формирования и развития: мат-лы Междунар. науч.-практ. конф. Тамбов: изд-во ТРОО «Бизнес-Наука-Общество», 2013.

2. Денисов Н. В., Золотухин Д. Н. Детерминанты «прогрессивного» потребительского спроса // Социально-экономические явления и процессы. Тамбов, 2013. № 3.

References

1. Denisov N. V., Zolotukhin D. N. Transformatsiya sub'yektov potrebitel'skogo sprosa v sovremennykh usloviyakh khozyajstvovaniya [Transformation of subjects of a consumer demand in modern conditions of managing] // Sovremennye modeli upravleniya: problemy formirovaniya i razvitiya: mat-ly Mezhdunar. nauch.-prakt. konf. Tambov: izd-vo TROO «Biznes-Nauka-Obshchestvo», 2013.

2. Denisov N. V., Zolotukhin D. N. Determinanty «progressivnogo» potrebitel'skogo sprosa [Determinants of a «progressive» consumer demand] // Sotsial'no-ekonomicheskiye yavleniya i protsessy. Tambov, 2013. № 3.

* * *

«PROGRESSIVE» CONSUMER DEMAND AS FACTOR OF GROWTH OF MODERN RUSSIAN ECONOMY

DENISOV NIKOLAY VLADIMIROVICH

Tambov State University named after G. R. Derzhavin,
Tambov, the Russian Federation, e-mail: nikolajdenisov@yandex.ru

In article the author carried out analysis of a consumer demand in various conditions of managing, gave the facts demonstrating existence in modern Russian economy of a progressive consumer demand and revealed the system of qualitative signs and quantitative indices which allow to identify a «progressive» consumer demand. On this basis the author made the conclusion that now in Russia the «progressive» consumer demand has deprivational character that in a certain measure slows down development of economy. The author received a conclusion that the «progressive» consumer demand is in recursive interrelation with production of goods and services. This interrelation consists in that, on the one hand, there is a formation of consumer preferences proceeding from the available range and marketing communications of producers, with another, development of a «progressive» consumer demand doesn't only initiate production of non-material, but also material goods that leads to emergence of the synergetic effect shown in increase in rates of economic growth. «Progressive» demand assumes permanent emergence of new services and innovative goods. Rendering services in most cases is impossible without use of the corresponding material and technical resources that initiates production of necessary goods, often an innovative profile. At the same time the «progressive» consumer demand functions in such a way that some services lead to emergence of additional services which, in turn, promote production of new goods and services. As this process is continuous, permanent economic growth is a consequence of development of a «progressive» consumer demand. Qualitative signs of formation of a «progressive» consumer demand find the reflection in the certain tendencies proceeding in national economy. These tendencies indicate process of formation of a «progressive» consumer demand, but are not the sufficient basis for judgment of its existence. Quantitative signs of formation and development of a «progressive» consumer demand decide with the help of system of direct and indirect indicators.

Key words: consumer demand, economic system, factors of growth of economy