

Литература

1. Аджемоглу Д., Робинсон Д. Почему одни страны богатые, а другие бедные. М.: Издательство АСТ, 2015. 704 с.
2. Аузан А. Демонстрация институтов развития // Стимул: журнал об инновациях в России. 20 декабря 2017 года [Электронный ресурс]. URL: <https://stimul.online/viewpoint/demoversiya-institutov-razvitiya/>
3. Государственное регулирование доступа к ограниченным ресурсам: Препринт WP8/2010/02 [Текст] / О.С. Минченко, С.М. Плаксин; Гос. ун-т – Высшая школа экономики. М.: Изд. дом Гос. ун-та – Высшей школы экономики, 2010. 72 с.
4. Еникеева Д. Особенности реализации монополии в современной экономике // «Инновационное развитие экономики: российский и зарубежный опыт»: сборник материалов I Междунар. науч.-практич. конф. Уфа: «Аэтерна», 2015. С. 43–47.
5. Кудряшева Р.П. Рента в системе воспроизводственных отношений: дис. ...канд. экон. наук. Самара, 2003.
6. Шаститко А.Е. Новая институциональная экономическая теория. 3-е изд., перераб. и доп. М.: Экономический факультет МГУ, ТЕИС, 2002. 591 с.

Факторы формирования потребительского спроса в условиях экономики информационного общества

Factors of Consumer Demand Formation in the Conditions of the Information Society Economy (DOI: 10.34773/EU.2021.2.6)

Е. ЯНГИРОВА, Е. САФИУЛЛИНА

Янгирова Елена Ирековна, д-р экон. наук, заведующий кафедрой управления проектами и маркетинга Института экономики, финансов и бизнеса Башкирского государственного университета (ИНЭФБ БашГУ). E-mail: beglovaelena75@mail.ru

Сафиуллина Евгения Александровна, старший преподаватель кафедры управления проектами и маркетинга ИНЭФБ БашГУ. E-mail: easafiullina@mail.ru

Авторами статьи определены факторы, влияющие на потребительский спрос в условиях становления экономики информационного общества. Предложен и проанализирован ряд показателей, отражающих действие системообразующих факторов формирования и развития современного потребительского спроса в РФ. Установлено трансформирующее действие информационно-коммуникационных технологий на предпочтения и поведение домохозяйств, что изменяет структуру и динамику спроса на потребительском рынке.

Ключевые слова: потребительский спрос, факторы, экономика информационного общества, потребительское поведение.

The authors of the article identified the factors influencing consumer demand in the conditions of the formation of the information society economy. A number of indicators reflecting the action of the system-forming factors in the formation and development of modern consumer demand in the Russian Federation are proposed and analyzed. The transforming effect of information and communication technologies on the preferences and behavior of households has been established, which changes the structure and dynamics of demand in the consumer market.

Key words: consumer demand, factors, economics of the information society, consumer behavior.

Введение

В настоящее время происходит трансформация социально-экономических отношений, обусловленная активным внедрением информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) во все сферы жизнедеятельности общества. Соответственно, становление нового типа экономики предопределяет качественно новое потребительское поведение, которое влечет за собой изменение структуры спроса и покупательской способности населения при ограниченных материальных возможностях. При этом, с одной стороны, ИКТ значительно смещают потребительские акценты, превращая конкретные товары или услуги в символические компоненты целостного жизненного стиля, а с другой – создают возможности для межпрофессионального общения и обычного общения, разрушая национальные, социальные, культурные и возрастные границы. Поэтому выявление взаимозависимости между рыночным спросом и факторами, влияющими на него, является важной исследовательской задачей.

Теоретические основы исследования закономерностей формирования спроса, факторов, влияющих на потребительское поведение и спрос, заложены в трудах П. Дракера, Ж.Ф. Кроллара, Ф. Котлера, Ж.Ж. Ламбена, Т. Амблера, П. Дойля. Качественные структурные изменения потребления освещены в трудах Н.В. Петроченковой, Г.В. Горланова, Ф.М. Волкова, Н.Д. Ильенковой, П.В. Савченко. Вопросы и проблемы современной стратегии развития потребительского спроса и увеличения уровня благосостояния в условиях трансформации экономики представлены в работах О.Т. Богомолова, Л.И. Абалкина, С.Ю. Глазьева, Д.С. Львова, В.Г. Гребенникова Р.М. Нуреева, Е.Г. Ясина.

Как правило, большинство существующих исследований в аналитическом материале акцентируют внимание на положения традиционной теории потребления, тем самым представляя видение того, что покупатель самостоятельно принимает решение о покупке необходимого товара, то есть регулирует процесс потребления. Однако информативность данных исследований не позволяет в полной мере сформировать специфику потребительского поведения и спроса в экономике информационного общества (ЭИО).

В результате этого целью исследования является выявление факторов структурной трансформации потребительского спроса, ограничивающих (стимулирующих) возможности покупателей в условиях экономики нового информационного общества.

Методы

В работе авторами статьи на основе статистического, аналитического и сравнительного методов предложен ряд показателей для выявления системообразующих факторов формирования и развития современного потребительского спроса в Российской Федерации.

С целью общей характеристики факторов, влияющих на потребительский спрос в экономике информационного общества, прежде всего, использованы абсолютные и относительные показатели. В числе основных абсолютных показателей применены следующие: среднедушевые денежные доходы, начисленная номинальная среднемесячная заработная плата одного работника, среднедушевой прожиточный минимум, потребление населения, ВВП, импорт и экспорт потребительских товаров. Среди анализируемых относительных показателей использованы: уровень безработицы, показатели социального расслоения и уровня бедности, соотношение доходов и расходов, индекс потребительских цен, индекс человеческого развития.

Данные для выявления векторов трансформации потребительского спроса получены из официальных статистических материалов Федеральной службы государственной статистики за 2000–2019 гг. по уровню жизни населения в Российской Федерации.

Основные результаты и их обсуждение

Спрос зависит от огромного количества ценовых и неценовых факторов, таких как цена блага, цены на товары-заменители и дополняющие товары, предпочтения, доходы потребителей, величина налогов и наличие дотаций, модные тенденции, реклама, качество товаров и др.

В то же время в последние десятилетия на процесс купли-продажи товаров и услуг потребительского назначения значительно влияют информационные технологии, которые снижают транзакционные издержки, трансформируют потребление как в качественном, так и во временном аспектах. Следовательно, в современных детерминантах потребительского спроса отражается специфика развития информационно-коммуникационных и цифровых технологий и их внедрение в экономическую среду (рис.1).



Рис.1. Факторы, влияющие на потребительский спрос в ЭИО

Заметим, что в ЭИО современный покупатель, используя информационные, коммуникационные и цифровые технологии, стремится выбрать наиболее оптимальный вариант удовлетворения своих потребностей, соответствующий его желаниям и предпочтениям, изучая большое количество предложенных вариантов. При этом информационные технологии выступают посредником между покупателями и продавцами, гарантируют обратную связь (сайты отзывов Яндекс.Маркет, IRecommend, социальные сети), укрепляют доверие и повышают лояльность к торговой марке товара или услуги. Вместе с тем, усиливается и фактор конкуренции, так как потребители выбирают удобство и мобильность покупок. Конкурентная борьба за потребителя перемещается в популярные мобильные приложения, сервисы, сайты, позволяя практически сразу получать обратную связь, отзывы, рекомендации. Поэтому факторы, влияющие на формирование и развитие современного потребительского спроса РФ в условиях становления экономики информационного общества, могут изменять свой характер воздействия – с прямого на косвенный, и наоборот. Рассмотрим наиболее значимые из них.

Во-первых, потребности населения выступают предпосылкой производственной деятельности. Структура потребностей подлежит постоянной трансформации под влиянием социально-экономической ситуации, традиций, демографических факторов и любых изменений условий и стандарта жизни в РФ. Заметим, что потребности человека безграничны, в то же время возможности их удовлетворения ограничены в первую очередь его платежеспособностью. Поэтому анализ потребительского спроса в РФ предполагает изучение потребительских предпочтений домохозяйств [2].

В настоящее время в РФ рынок характеризуется значительным разрывом в темпах роста потребностей и платежеспособного спроса населения: имеет место интенсивный рост потребностей общества и относительное сокращение потребительского спроса. В противовес практике развитых стран, спрос в РФ выступает не только и не столько функцией цены, а в большей степени функцией низкого уровня жизни населения. Это объясняется тем, что, несмотря на положительную динамику отдельных показателей в экономике РФ, ежегодный рост цен сопровождался в анализируемом периоде (2000-2019 гг.) ростом номинальных денежных доходов населения, несущественным ростом в отдельные годы реальных располагаемых денежных доходов, высоким уровнем бедности в стране (табл. 1).

Таблица 1

Общие характеристики доходов и уровня жизни населения РФ в 2000–2019 гг.

Доходы населения	2000	2005	2010	2015	2016	2017	2018	2019
Среднедушевые денежные доходы (в месяц), руб.	2281	8088	18958	30254	30865	31897	33178	35249
Реальные располагаемые денежные доходы в % к пред. году	112,0	112,4	105,9	97,6	95,5	99,5	100,1	101,0
Реальная начисленная среднемесячная заработная плата одного работника, в % к пред. году	121	113	105	91	101	103	109	103
Среднедушевой прожиточный минимум, руб.	1210	3018	5688	9701	9828	10088	10287	10890
Соотношение среднедушевого денежного дохода и прожиточного минимума, %	189	268	333	312	314	316	323	324
Численность населения с денежными доходами ниже величины прожиточного минимума, в % от общей численности	29,0	17,8	12,5	13,4	13,2	12,9	12,6	12,3
ИПЦ на товары и услуги, %	120,2	110,9	108,8	112,9	105,4	102,5	104,3	103,0
Реальный размер пенсий, в % к предыдущему году	128	110	135	96	97	100	101	102
Уровень безработицы, %	5,2	10,6	7,1	7,3	5,6	5,5	5,2	4,8
Ожидаемая продолжительность жизни при рождении (число лет)	65,3	65,4	68,9	71,4	71,9	72,7	72,9	73,3
Коэффициент фондов, раз	13,9	15,2	16,6	15,5	15,5	15,4	15,6	15,4
Превышение доходов населения над расходами, %	20,90	29,72	37,6	22,31	20	16,67	13,82	12,83
Условно свободная часть среднедуш. денежного дохода, руб.	825	4073	10616,1	16784,6	17085,1	17287,4	18048,1	19197,7

Как показывают данные таблицы 1, с 2015 г. наблюдается снижение реальных располагаемых денежных доходов населения, которое не компенсируется даже ежегодным приростом реальной начисленной среднемесячной заработной платы (за исключением 2015 г.). Незначительный рост реальных доходов в 2018–2019 гг. (менее 1 %) способствовал приостановке падения потребительского спроса и сохранению величины оборота розничной торговли практически на уровне прошлых лет (101,9 % в 2019 г., 102,8 % в 2018 г.).

Среди причин сохранения низкого уровня реальных денежных доходов населения следует отметить отставание темпа роста реального размера пенсий и социальных пособий от темпа роста цен. Растет задолженность населения по кредитам (рис.2).

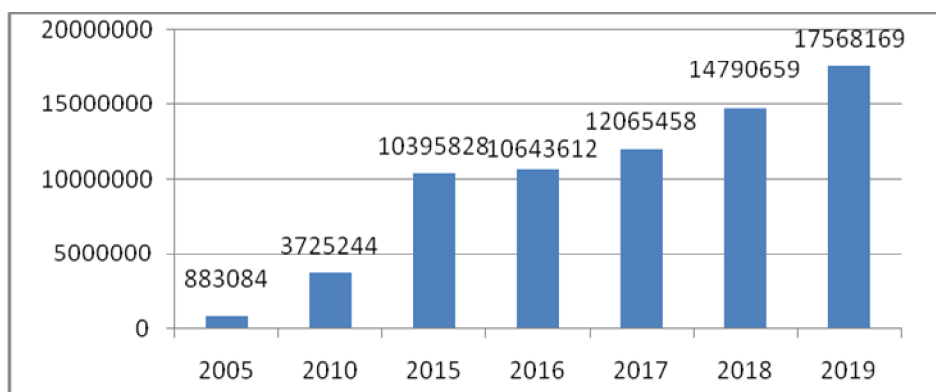


Рис.2. Кредиты, предоставленные физическим лицам в рублях, млн руб., на конец года

Следовательно, можно сделать вывод, что падение среднедушевых реальных располагаемых денежных доходов снижает покупательную способность населения и способствует росту дефицита дохода граждан.

Во-вторых, фактором, влияющим на развитие потребительского спроса и степень удовлетворения потребностей населения, является уровень жизни различных доходно-имущественных и социально-демографических категорий домохозяйств.

Уровень жизни населения характеризуют следующие показатели:

1) обобщающие показатели: ВВП, соотношение индекса денежных доходов и индекса потребительских цен, индекс денежных доходов населения, уровень бедности, уровень безработицы, уровень образования, ожидаемая продолжительность жизни, младенческая смертность;

2) доходы населения: баланс денежных доходов и расходов населения, реальные располагаемые доходы, оплата труда, пенсии, пособия, покупательная способность населения;

3) расходы и потребление: общий объем потребления материальных благ и услуг, денежные расходы, потребление продовольственных и непродовольственных товаров и услуг, калорийность питания, налоги и сбережения;

4) имущество и жилище: накопленное имущество, жилищные условия, благоустройство жилищ;

5) расслоение общества: распределение населения по размеру среднедушевого дохода; коэффициент дифференциации доходов, индекс Джини; прожиточный минимум, минимальный и рациональный потребительский бюджет; численность и доля населения, имеющего среднедушевые доходы ниже стоимости минимального потребительского бюджета и прожиточного минимума; минимальный размер заработной платы, пенсий;

6) условия жизнедеятельности населения: обеспеченность населения объектами социально-культурного назначения, показатели развития социальной инфраструктуры, заболеваемость населения, состояние окружающей среды, число преступлений.

Отдельные показатели из данного перечня, представленные в таблицах 1 и 2, свидетельствуют, что в 2000-2019 гг., несмотря на улучшение демографической ситуации, снижение уровня безработицы и рост стоимости рабочей силы, в РФ сохраняется невысокий уровень жизни населения, существенная доля бедного населения, социальная дифференциация и высокая поляризация доходов граждан. Обозначенные негативные тенденции отрицательно отражаются на количественных и качественных характеристиках потребительского спроса, понижают его социальные и стимулирующие функции в системе факторов экономического роста.

В-третьих, на развитие потребительского спроса влияет **рост производства товаров потребительского назначения**, темпы изменения которого определяют динамику уровня безработицы в РФ, величину доходов, формируют товарное предложение и характер спроса.

РФ обладает мощным экономическим потенциалом. Экономика РФ занимает 6-е место среди стран мира и 2-е среди стран Европы по объёму ВВП по паритету покупательной способности, который за 2019 г. оценивается в 4,390 трлн. долларов. Как показывают данные табл. 2, индексы физического объема ВВП в стране в 2000–2019 гг. имеют положительную динамику (за исключением 2015 и 2020 гг.), что непременно отражается на величинах фактического конечного потребления домашних хозяйств и розничного товарооборота.

Таблица 2

Динамика ВВП в 2000–2019 гг. (в % к предыдущему году) [3, 122]

	2000	2005	2010	2015	2016	2017	2018	2019	2020
ВВП	110,0	106,4	104,5	98,0	100,2	101,8	102,8	102	96,9
Фактическое конечное потребление домохозяйств	105,9	110,8	104,3	91,6	97,6	103,2	103	102,3	-
Розничный товарооборот, %	109	112,8	106,5	90,0	95,2	101,3	102,8	101,9	95,9

Заметим, что структура использования ВВП, в том числе и доля расходов на конечное потребление домашних хозяйств, зависит от экспорта и импорта, поэтому на сбалансированность потребительского рынка и степень удовлетворения потребительского спроса влияет размер и структура импорта потребительских товаров.

В-четвертых, импорт потребительских товаров.

Доля импорта во внешнеторговом обороте РФ остается на протяжении последних 10 лет относительно стабильной – на уровне 36–40 % (в 2010 г. – 38,5 %, в 2019 г. – 37, 8 %).

Таблица 3

Внешняя торговля РФ [1, 35–39]

	2010		2015		2017		2018		2019	
	Млрд. долл. США	В % к пред. году	Млрд. долл. США	В % к пред. году	Млрд. долл. США	В % к пред. году	Млрд. долл. США	В % к пред. году	Млрд. долл. США	В % к пред. году
Внешнеторговый оборот	638,3	132,7	534,4	66,4	591,5	125	691,8	117	672,0	97,3
Импорт	245,7	132,1	193,21	62,7	238,4	124,5	248,7	104,3	254,1	102,2
Экспорт	392,7	133,6	341,4	68,7	353,1	125,3	443,1	125,5	418,8	94,5

Значительная часть ввозимых товаров приходится на страны дальнего зарубежья (Китай, Германия, Италия) и только 10 % из общего объема составляет торговля со странами СНГ (в частности, Беларусь). Экспорт в наибольшем объеме осуществляется в Китай (13,4 % в 2019 г.), Германию (7,6 %), Нидерланды (10,6 %), Беларусь (4,9 %). Самая весомая доля в товарной структуре импорта приходится на машины, оборудование и транспортные средства (46,2 % в 2019 г.), продукцию химической промышленности и каучук (19,6 %), продовольственные товары и сельскохозяйственное сырье [1, 524]. При этом доля импорта продовольственных товаров из года в год стабильно сокращается (с 21,8 % в 2000 г. до 12,2 % в 2019 г.), а доля первых двух позиций увеличивается.

Необходимо отметить, что формирование потребительского спроса населения за счет зарубежных поставок товаров бытового назначения и продовольствия не представляет особой опасности для экономики страны. Однако, на наш взгляд, сложившаяся тенденция сокращения

удельного веса потребительских товаров в общем объеме импорта РФ с 40,4 % в 2010 г. до 33,8 % в 2019 г. связана в большей мере с протекционистской политикой, которая, в конечном счете, может негативно сказаться на интересах покупателей, приведет к сокращению емкости внутреннего рынка. Между тем развитие импорта – это реальный фактор создания конкурентной среды на потребительском рынке и развития спроса покупателей.

Выводы

На основе исследования сделаны следующие выводы:

1. Потребительское поведение и спрос в современных условиях формируются под влиянием внешних и внутренних факторов. Информационные технологии оказывают существенное влияние на предпочтения потребителей и трансформируют структуру и динамику спроса.

2. В России сохраняется невысокий уровень жизни населения и существенная разница в уровне денежных доходов различных слоёв населения, наблюдается рост задолженности по потребительским кредитам, что в целом негативно сказывается на количественных и качественных характеристиках потребительского спроса, ограничивает возможности покупателей.

3. На степень удовлетворения спроса оказывает влияние структура и размер импорта. Снижение доли потребления импортных товаров под влиянием политики импортозамещения влечет уменьшение емкости внутреннего потребительского рынка и его конкурентной среды – и, как следствие, снижение покупательской активности.

Литература

1. Россия в цифрах. 2020: крат. стат. сб. / Росстат. М., 2020. 550 с.
2. Сафиуллина Е.А., Янгирова Е.И. Потребительское поведение домохозяйств как признак классификации субъектов Российской Федерации // Экономика и управление: научно-практический журнал. 2019. № 4. С.111–115.
3. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. URL: <https://showdata.gks.ru/report/277382/>