

ИССЛЕДОВАНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕГИОНА С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ИНСТРУМЕНТОВ ФОРМИРОВАНИЯ СПРОСА РЕГИОНАЛЬНЫХ СЕЛЬХОЗПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ

Неживенко Е. А.¹, Головихин С. А.¹, Новикова И. А.²

¹МОУ ВПО «Южно-Уральский профессиональный институт», Челябинск, Россия (454138, Челябинск, пр. Победы, 290 в), e-mail: mrcpk@list.ru

²ГУП «Продовольственная корпорация Челябинской области», Челябинск, Россия (454080, Челябинск, ул. Труда, 162, офис 305)

В статье раскрываются вопросы взаимосвязи формирования спроса региональных сельхозпроизводителей и региональной конкурентоспособности. Особое внимание уделяется теоретическим основам формирования спроса. Раскрывается содержание потребности, спроса и потребления в трактовках классической экономической концепции, неоклассической концепции, концепции абсолютного дохода, концепции относительного дохода, концепции постоянного (нормального) дохода. Концепции рассматриваются в историческом аспекте. Приводится адаптация этих концепций применительно к спросу сельскохозяйственных производителей. Указывается на необходимость учета базовых теоретических положений данных концепций при прогнозировании спроса. Поднимается проблема обеспечения конкурентоспособности региона за счет развития региональных сельхозпроизводителей. Доказывается, что такого развития можно добиться путем целенаправленного формирования их спроса. Ставится вопрос формирования и использования специфических инструментов создания спроса региональных сельхозпроизводителей.

Ключевые слова: регион, спрос, конкурентоспособность, конкурентоспособность региона.

THE STUDY OF REGIONAL COMPETITIVENESS, USING THE TOOLS OF THE DEMAND FORMATION OF REGIONAL AGRICULTURAL PRODUCERS

Nezhivenko E. A.¹, Golovikhin S. A.¹, Novikova I. A.²

¹South-Ural Professional Institute, Chelyabinsk, Russia (454138, Chelyabinsk, Pobedy avenue, 290 в), e-mail: mrcpk@list.ru

²Food Corporation of Chelyabinsk region, Chelyabinsk, Russia (454080, Chelyabinsk, Truda street, 162, office 305)

The article describes the relationship between the demand of regional agricultural producers and regional competitiveness. Special attention is given to the theoretical foundations of the demand. The content of needs, demand and consumption in the interpretation of the classical economic concept, the neoclassical concept, the concept of absolute income, the relative income concept, the permanent income hypothesis are revealed. Concepts are discussed in historical perspective. We present an adaptation of these concepts in relation to the demand of agricultural producers. The need of taking an account of the provision of the basic theoretical concepts in forecasting demand is pointed. The problem of the insuring competitiveness of the region through the development of regional agricultural producers is raised. It is proved that such a development can be achieved by targeting the formation of their demand. The question of formation and using the specific tools to create demand of regional agricultural producers is raised.

Keywords: region, demand, competitiveness, regional competitiveness.

В современных условиях повышения степени самостоятельности и усиления конкуренции между регионами возрастает значимость обеспечения и сохранения высокого уровня качества регионального сельскохозяйственного производства и продовольственной безопасности регионов. Однако добиваться этого становится все более сложно в условиях глобализации [2]. В связи с этим на первый план выступает задача стимулирования и мотивации деятельности региональных сельхозпроизводителей, в том числе за счет применения инструментов формирования спроса. Анализ проблем формирования спроса региональных сель-

хозпроизводителей следует начать с общей характеристики исходных понятий, используемых в общей экономической теории. Такими понятиями являются потребность и спрос.

Классическая экономическая концепция определяет потребность как «абсолютный спрос» [7, с. 175] или «спрос, являющийся синонимом желания» [5, с. 183]. Неоклассическая концепция также считает потребность синонимом спроса, а ее удовлетворение – синонимом потребления, но рассматривает их во взаимосвязи с изменениями форм трудовых усилий и деятельности человека, являющимися ключевыми мотивами развития истории человечества [4, с. 145,147; 6, с. 77–78, 88–90]. Разделяя положения о связи потребности с желаниями человека, потреблением и трудовой деятельностью, вместе с тем нельзя согласиться с утверждением, что потребность является синонимом спроса.

В современной экономической науке под потребностью понимают нужду, которая приняла специфическую форму в соответствии с культурным уровнем и личностью индивида. Это определение, на наш взгляд, наиболее полно характеризует сущность данной экономической категории. Потребности многочисленны, виды их очень разнообразны, но возможности их удовлетворения обычно ограничены.

Развитие потребностей подчинено действию закономерностей, являющихся следствием общего закона структуры потребления, суть которого заключается в максимизации потребителем удовлетворения объективно складывающегося, исторически развивающегося комплекса потребностей [1, с. 93–99, 371], характеризующего их комплексность: 1) на каждом уровне потребления одновременно в какой-то мере удовлетворяются все разнообразные потребности; 2) при переходе от более низкого общего уровня потребления к более высокому совместно (хотя и не одинаковыми темпами) растет удовлетворение всех потребностей; 3) ни одна из потребностей не удовлетворяется на уровне полного насыщения, если все потребности в целом не насыщены; 4) для каждой стадии роста потребления в целом характерен некоторый минимум удовлетворения каждой отдельной потребности; 5) степени насыщения различных потребностей, пока не достигнуто их полное удовлетворение, не одинаковы.

Учет рассмотренных выше закономерностей развития потребностей в прогнозных исследованиях спроса региональных сельхозпроизводителей, на наш взгляд, позволяет: 1) разрабатывать модели поведения сельхозпроизводителей на рынке и использовать их при написании сценариев формирования спроса; 2) отражать различия при формировании спроса различных групп региональных сельхозпроизводителей в зависимости от уровня их дохода; 3) выработать формализованные прогнозные модели, обеспечивающие корректный отбор формирующих спрос факторов и форм их связи со спросом, а также отражать особенности формирования спроса на различные товары и товарные группы.

Обобщением перечисленных статистических закономерностей является гипотеза о целевой функции потребления, предполагающая, что «основные черты изменений структуры потребления определяются различиями между потребностями по степеням их насыщения» [1, с. 100]. Потребности определяют реальные массовые факты поведения сельхозпроизводителя как их внутренний закон и являются той основой, на базе которой формируется спрос.

Спрос является величиной, производной от потребности. Их различие связано со следующими обстоятельствами. Во-первых, не всякая потребность имеет в качестве своего предмета непосредственно какой-либо продукт производства: некоторые потребности удовлетворяются предметами, данными природой, другие – социальные – имеют в качестве объекта те или иные условия жизни, хотя и порождаемые развитием производства, но не представляющие собою составные части общественного продукта (потребности в труде, в общении с людьми, в передаче своих знаний и опыта). Спрос всегда имеет в качестве своего предмета тот или иной конкретный продукт. Во-вторых, часть потребностей даже в условиях, когда в обществе существуют товарно-денежные отношения, удовлетворяется бесплатно. Спрос обращается только на те блага, передача которых потребителю осуществляется через каналы товарного обращения. В-третьих, поскольку не достигается полное удовлетворение потребностей, спрос всегда меньше полной потребности в соответствующих товарах и платных услугах. Наконец, спрос меньше потребностей также и потому, что отчасти удовлетворение потребностей достигается с помощью ранее накопленных потребительских благ.

Основы научной теории спроса, предпочтений и поведения потребителей были заложены А. Смитом (классическая экономическая концепция), предполагавшим, что потребности, спрос и потребление, особенности их изменения и их место в хозяйственной жизни следует определять на основе оценок и решений эгоцентрического рационально действующего потребителя [7, с. 128–129]. А. Смит ввел понятие эффективного (или действенного) спроса и использовал его для обозначения тех, кто хочет и в состоянии предложить за товар то, что он называет его естественной ценой, то есть цену, которая позволит постоянно производить товар и доставлять его на рынок [7, с. 175].

Более развернутое определение эффективного спроса мы находим у Дж.С. Милля, который понимает под ним желание обладать, соединенное с покупательной силой, а также требуемое количество товара. Спрос не является твердо установленным даже в одно и то же время и в одном и том же месте, а меняется обратно пропорционально цене [5, с. 183–184].

Неоклассическую экономическую концепцию (А. Маршалл [4], А. Пигу [6]) отличает стремление его представителей основать экономико-теоретическую систему на психоэкономических принципах поведения, выработать модель хозяйственного равновесия для условий, приближающихся к свободной конкуренции, и приложить элементы маржинального анализа

к проблемам спроса, цен и распределения ограниченных ресурсов. В анализе потребительского спроса особое значение уделяется его регулирующему воздействию на экономику. Поскольку цена, которую субъект хозяйствования может заплатить за факторы производства, зависит от цен товаров, производимых с их использованием, то потребительский спрос в итоге является регулятором совокупного спроса [4, с. 155]. В качестве базы анализа поведения потребителей была выдвинута концепция предельной полезности [4, с. 156–157].

В результате критического изучения классической и неоклассической концепций абстрактного анализа потребительского выбора нами установлено, что при прогнозировании спроса сельхозпроизводителей необходимо учитывать следующие теоретические положения.

1. Функции спроса зависят от следующих переменных: а) наличия предметов и средств удовлетворения потребностей, объем которых ограничен в каждый конкретный момент времени; б) факторов платежеспособности – доходов, накопленных потребительских активов, условий кредита и соотношения уровней цен; в) потребностей.

2. Поведение потребителей выражает объективные особенности массового поведения. Объективное содержание потребительных стоимостей характеризуют параметры, выражающие их общественную полезность, – предпочтения, насыщение конкретных потребностей, комплексность и сравнительная эластичность разных способов удовлетворения потребности.

3. Одна альтернатива выбора потребителями более предпочтительна по сравнению с другой ввиду различий в объективных качествах предметов спроса; полезность выражает комплексную оценку потребителями этих объективных качеств, позволяющую уточнить выгодность выбора. Теоретически более оправдано соизмерение комплексов потребностей.

4. Спрос определяет ход реализации и уравновешенность хозяйственного развития не сам по себе, а в связи с предложением.

Недостатками классической и неоклассической концепций абстрактного аксиоматического анализа потребительского выбора, на наш взгляд, являются: ориентация на абстрактное допущение, что размеры потребительных стоимостей не зависят от величины затрат труда, необходимых для придания предметам спроса полезных свойств; неучет того обстоятельства, что, соизмеряя свои мотивы и предпочтения и принимая решения о расходовании средств, потребители на практике пользуются лишь ограниченной информацией о состоянии и перспективах рынка. Это делает невозможным рациональный выбор в сложных ситуациях.

Пересмотр теоретических предпосылок неоклассической концепции соответственно условиям монополистической конкуренции радикально затронул проблему реализации. Возникли теории спроса-предложения, опирающиеся на концепцию государственного вмешательства в процесс воспроизводства и концепцию «несовершенной» или монополистической

конкуренции. Представители обеих концепций исходят из предпосылки о недостаточности действия рыночного саморегулирования для обеспечения хозяйственного равновесия.

В концепции абсолютного дохода [3] отражена тенденция сохранения потребления на сравнительно стабильном уровне путем выравнивания своих ресурсов во времени при помощи регулирования величины сбережений. В прогнозной модели, построенной на этой концепции, предполагается, что совокупные расходы на потребление (C_R) составляют основную часть суммарного спроса [3, с. 81–82], который тождествен совокупным доходам [3, с. 78, 108]. Остаток составляют совокупные сбережения [3, с. 116–117, 149]. Спрос на них предъявляется в виде инвестиций [3, с. 118–119].

Совокупный реальный потребительский спрос за определенный короткий период (t) зависит от ожидаемого абсолютного уровня реального (выраженного в единицах заработной платы) совокупного дохода ($Y_{R(t)}$) и от склонности к потреблению ($c_{r(t)}$) или пропорции, в которой этот доход распадается на потребительские расходы и сбережения [3, с. 150].

Если $\Delta Y_R/\Delta t > 0$, то:

$$C_{R(t)} = c_{R(t)}(Y_{R(t)} - Y_0) + A_{Y(0)}, \quad (1)$$

то есть в каждый момент общий уровень реальных потребительских расходов является слагаемым двух величин: исходной величины потребительских расходов (A), зависящей от начального уровня дохода (Y_0), и доли расходов на потребление, пропорционально связанной с приростом (или уменьшением) дохода ($c_{R(t)}$).

Концепция предполагает, что и абсолютный уровень потребления, и его относительная величина, сопровождаемые эффектом мультипликации (вторичного спроса) [3, с. 189], определяют ожидаемый уровень национального (регионального) дохода. Зависимость между совокупными предложением и спросом опосредуется количеством занятого населения, влияющим, согласно маржинальной теории, на уровень цен (через величину предельных издержек производства) и уровень потребительского спроса (через уровень предельной заработной платы). Из концепции следует, что совокупные потребительские расходы изменяются в меньшей мере по сравнению с совокупным доходом. Предельная доля расходов (склонность к потреблению) $c_t = \Delta C/\Delta Y$ является положительной величиной [3, с. 157, 179]:

$$c_t = (C_t - A_{Y(0)})/\Delta Y. \quad (2)$$

При увеличении уровня дохода $c_{R(t)}$ асимптотически уменьшается, а при уменьшении – увеличивается до единицы, то есть $0 < \Delta C/\Delta Y < 1$. Эта закономерность проявляется как во

временном разрезе – на протяжении цикла, так и при переходе от группы потребителей с низкими доходами к группе с более высокими доходами.

Использование основных положений концепции абсолютного дохода в прогнозных исследованиях спроса сельхозпроизводителей, на наш взгляд, обеспечивает: переход к изучению функциональных зависимостей и регрессионных связей между спросом и формирующими его факторами; учет склонности к потреблению; перенос внимания с изучения поведения потребителей на проблемы общественного воспроизводства.

В то же время существенными недостатками концепции абсолютного дохода, по нашему мнению, являются следующие: 1) факторы, формирующие склонность к потреблению (пропорция между совокупным и чистым доходом, изменения в налоговой политике, социальные факторы, и др.), в краткосрочном периоде не поддаются государственному контролю и управлению и не учитываются при краткосрочном прогнозировании; 2) концепция предполагает неизменность цен, технического уровня производства, структуры распределения национального дохода, численности и квалификации рабочей силы, а также наличия свободной конкуренции, что снижает достоверность расчетов, выполняемых на ее основе.

Таким образом, концепция абсолютного дохода при прогнозировании, на наш взгляд, может быть применима только для статического описания функциональных зависимостей спроса сельхозпроизводителей в краткосрочном периоде и требует дополнения.

В концепции относительного дохода подчеркивается, что при прогнозировании потребительских расходов необходимо учитывать их зависимость от положения покупателей в обществе, от неравномерности распределения доходов между остальными группами и (или) соотношения текущего и максимального уровней покупательной силы потребителей [8, с. 233–240]. В обоих случаях основной определяющей переменной концепции является относительный уровень доходов потребителей. Отмеченные особенности частично позволяет учесть функция соотношения между текущим уровнем дохода (Y_t) и наиболее высоким из ранее достигнутых его уровней (Y_{max} , в сопоставимых ценах) [8, с. 234]:

$$S_t/Y_t = a(Y_t/Y_{max}) + b. \quad (3)$$

где S_t – текущие сбережения; a , b – параметры.

Чем ниже соотношение текущего и максимального уровней доходов (Y_t/Y_{max}), а также абсолютный уровень Y_t , тем труднее потребителям сохранять привычный жизненный уровень и тем ниже сберегаемая часть дохода. При $aY_t = bY_{max}$ потребитель перестает откладывать сбережения, а при $Y_t/Y_{max} > b/a$ сбережения увеличиваются.

По мнению Дж.С. Дьюзенберри, основой поведения массы потребителей являются типичные рациональные предпочтения одних благ другим [9]. Влияние социальной неравно-

мерности распределения совокупных доходов на уровень расходов заключается в том, что на протяжении цикла с ростом дохода конкретной группы потребителей норма их потребительских расходов понижается и наоборот. Из концепции относительного дохода следует, что увеличение неравенства доходов способствует повышению среднего уровня нормы сбережений и уменьшает долю потребительских расходов в доходах населения. Отсюда для достижения благосостояния необходимо усилить прогрессивное налогообложение доходов.

На наш взгляд, использование основных положений концепции относительного дохода при прогнозировании спроса сельхозпроизводителей позволяет учитывать цикличность и неравномерность распределения расходов потребителей с различными доходами.

Концепция постоянного дохода основана на общих теоретических предпосылках, позволяющих рассматривать концепции абсолютного и относительного дохода в качестве частных случаев. При существенных колебаниях текущего уровня доходов потребителей, согласно концепции, потребительский спрос стабильнее доходов ввиду того, что потребление ориентировано на постоянную часть доходов, усредненную за длительный период. При построении функции спроса в текущих величинах доходов и расходов выделяют постоянные и переменные их компоненты с учетом временного «горизонта принятия решений потребителями».

Постоянный компонент потребительских расходов зависит от части (k) постоянного дохода, которая определяется отношением богатства потребителей к доходу, а также нормой дисконта. Постоянные компоненты потребительских расходов и доходов в основном не зависят от временных, так как первые вызваны факторами, действующими в течение длительного периода, вторые же – переменными причинами. Предполагается, что временные компоненты потребительских расходов и доходов в целом тоже не связаны между собой.

Основным недостатком концепции постоянного дохода, ограничивающим ее использование в прогнозных расчетах спроса сельхозпроизводителей, на наш взгляд, является отсутствие учета взаимосвязи процессов формирования спроса и предложения.

Кроме этого, концепцию постоянного дохода при прогнозировании практически более трудно применять, чем концепции абсолютного и относительного дохода, что связано со сложностью выделения постоянных и переменных компонентов доходов и расходов.

В аспекте изучения эмпирического направления прогнозных исследований спроса можно сделать следующие выводы: Во-первых, модель потребительских расходов представляет собой сочетание систематической (постоянной) структуры, характеризующей общую тенденцию изменения спроса, и переменной структуры, характеризующей отклонения от этой тенденции под влиянием случайного воздействия множества причин (фактор цикличности). Во-вторых, статистическая тенденция снижения годового уровня нормы потребительских расходов с одновременным повышением уровня доходов проявляется на протяжении всего цик-

ла воспроизводства, а также при переходе от группы потребителей с низким уровнем дохода к группе потребителей с более высоким уровнем дохода. В-третьих, проблема реализации возникает в результате недостаточной склонности к потреблению.

Таким образом, основные положения существующих концепций спроса создают предпосылки для разработки методических принципов его анализа и прогнозирования и построения инструментов формирования спроса региональных сельхозпроизводителей как условия эффективного управления конкурентоспособностью региона.

Список литературы

1. Вальтух К. К. Целевая функция потребления: анализ и практическое использование / К. К. Вальтух. – Новосибирск: Наука, 1980. – 384 с.
2. Головихин С. А. Современный научный дискурс по проблеме конкурентоспособности региона / С. А. Головихин // Социум и власть. – 2012. – № 6 (38). – С. 88–92.
3. Кейнс Дж. М. Общая теория занятости, процента и денег / Дж. М. Кейнс. – М.: Прогресс, 1978. – 494 с.
4. Маршалл А. Принципы экономической науки / А. Маршалл. – М.: Изд. группа «Прогресс», 1993. – Т. 1. – 416 с.
5. Милль Дж. С. Основы политической экономии и некоторые аспекты их приложения к социальной философии / Дж. С. Милль. – М.: Прогресс, 1980. – Т. 2. – 480 с.
6. Пигу А. Экономическая теория благосостояния / А. Пигу. – М.: Прогресс, 1985. – Т. 1. – 512 с.
7. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов (книги I–III) / А. Смит. – М.: Наука, 1992. – 572 с.
8. Хансен Э. Экономические циклы и национальный доход / Э. Хансен. – М.: Изд-во ин. лит., 1959. – 760 с.
9. Duesenberry J. S. Income, Saving and the Theory of Consumer Behaviour / J. S. Duesenberry. – Harvard University Press, 1949.
10. Friedman M. Windfalls, the Horizon and Related Concepts in the Permanent Income Hypothesis / M. Friedman. – In: Measurement in Economics. – Stanford, 1963.

Рецензенты:

Попова Е. А., доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры финансов, бухгалтерского учета и аудита Челябинского института (филиала) ГОУ ВПО «Российский государственный торгово-экономический университет» (Министерство образования и науки РФ), г. Челябинск.

Крюков Д. Н., доктор юридических наук, профессор, ректор МОУ ВПО «Южно-Уральский профессиональный институт» (Министерство образования и науки РФ), г. Челябинск.