

Интернет-журнал «Наукovedение» ISSN 2223-5167 <http://naukovedenie.ru/>

Том 7, №5 (2015) <http://naukovedenie.ru/index.php?p=vol7-5>

URL статьи: <http://naukovedenie.ru/PDF/78EVN515.pdf>

DOI: 10.15862/78EVN515 (<http://dx.doi.org/10.15862/78EVN515>)

УДК 338.242

Ибрагимова Маргарита Хакимовна

ФГАОУ ВПО «Дальневосточный федеральный университет»

Россия, Владивосток¹

Ассистент кафедры «Экономики и управления на предприятии» Школы экономики и менеджмента

E-mail: ibragimova.mkh@dvfu.ru; risha20@mail.ru

РИНЦ: http://elibrary.ru/author_items.asp?authorid=811283

Влияние уровня платежеспособного спроса на выбор вида деловой стратегии компании

¹ 690050, г. Владивосток, о. Русский, пос. Аякс, 10, корпус G (22), ауд. 539 (538)

Аннотация. Разработка деловой стратегии является одним из важнейших процессов стратегического управления в компании. От выбора вида стратегии развития зависит перспективное будущее организации. Если выбор сделан некорректно, компания не будет экономически эффективной, не сможет достичь конкурентного преимущества на рынке и, соответственно, не сможет добиться успеха.

Для принятия верного стратегического решения в отношении выбора вида деловой стратегии компании необходимо проводить всесторонний анализ как внешнего окружения, так и внутреннего экономического потенциала организации. Анализ макросреды подразумевает глубокое исследование таких групп факторов, как экономические, политические, социальные и т.д. Статья посвящена изучению одного из факторов, относящихся к последней указанной группе.

Один из основополагающих элементов рынка – это спрос. В статье рассмотрены эволюция понятия «спрос», основные факторы, влияющие на его размер и структуру, представлена группировка указанных факторов в соответствии с классификационными признаками, а также обосновано использование в стратегическом менеджменте понятия «платежеспособный спрос». От корректной оценки уровня платежеспособного спроса в стране (регионе) зависит правильный выбор деловой стратегии компании и ее конкурентоспособность на рынке.

Ключевые слова: спрос; платежеспособный спрос; эффективный спрос; эволюция теории спроса; факторы спроса; оценка платежеспособного спроса; деловая стратегия.

Ссылка для цитирования этой статьи:

Ибрагимова М.Х. Влияние уровня платежеспособного спроса на выбор вида деловой стратегии компании // Интернет-журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ» Том 7, №5 (2015) <http://naukovedenie.ru/PDF/78EVN515.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ. DOI: 10.15862/78EVN515

Формирование стратегии развития компании – это сложный, многоступенчатый процесс. Одним из важнейших элементов данного процесса является анализ внешней среды организации.

На деятельность компании оказывает влияние многообразие факторов: экономические, политические, рыночные, экологические, социальные и т.д. [5]. Факторы, относящиеся к социальной группе, оказывают значительное влияние на выбор вида деловой стратегии организации, так как развитие компании непосредственно связано с имеющимся или потенциальным спросом на выпускаемую продукцию (оказываемые услуги, выполняемые работы). В свою очередь, спрос зависит от демографической ситуации в стране (регионе), половозрастной характеристики, уровня экономической активности и т.д.

Исследованию теории и понятия спроса посвятили себя многие зарубежные и отечественные ученые, такие как А. Смит, Ж.Б. Сэй, Т. Мальтус, К. Маркс, Ф. Энгельс, К. Мергер, Е. Бем-Баверк, Л. Вальрас, У.С. Джевонс, А. Маршалл, Дж.М. Кейнс, Э. Хансен, С. Харрис, Р. Солоу, Г. Беккер, А. Тоффлер, Т. Шульц, А.И. Левин, П.П. Маслов, А.В. Бузгалин, А.А. Колганов и др. Так как первые исследования рынка, общественных и индивидуальных благ, воспроизводства, потребностей людей и т.д. были проведены еще в XVIII в., то за последние два столетия с развитием рыночной экономики теория спроса претерпела множественные изменения (табл. 1).

Таблица 1

Эволюция теории спроса (Составлено автором по: [1, 2, 3, 4, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18])

Автор	Год	Основные идеи теории спроса, определение понятия «спрос»
А. Смит	1776	Спрос – потребность (спрос), подкрепленная денежным обеспечением.
Ж.Б. Сэй	1803	В условиях экономического либерализма производство (предложение) порождает адекватное потребление (спрос).
Т. Мальтус	1820	Недостижимость достаточного спроса и полной реализации общественного блага без посильного и необходимого участия наряду с производственными классами «непроизводственных» классов (чиновники, религиозные и административные учреждения и т.п.).
Дж.С. Милль	1848	Спрос - требуемое количество товаров, соединенное с покупательной силой.
К. Макконнеллу и С.Л. Брю	1850 – 1870-е	Спрос - это количество продукта, которое потребители будут покупать по разным возможным ценам.
К. Маркс, Ф. Энгельс	1885-1894	Спрос ограничивается той суммой денег, которую покупатели могут потратить на покупку товаров, т.е. их платежеспособностью.
А. Маршалл	1890-1900	Степень эластичности (или быстрота реакции) спроса на рынке зависит от того, в какой мере возрастает его объем при данном снижении цены или сокращается при данном повышении цены.
Дж. М. Кейнс	1936	Эффективный спрос – это совокупный платежеспособный спрос, определяющий уровень занятости.
П.П. Маслов	1960-1970-е	Потребительский спрос – это та сторона общественного бытия, где содержание экономических процессов тесно связано с индивидуальной психикой, ... возможность покупателя купить нужные ему товары.

Автор	Год	Основные идеи теории спроса, определение понятия «спрос»
И.И. Коржневский [11]	1960-1970-е	Под покупательским спросом мы понимаем представленную на рынке платежеспособную потребность в товарах, т.е. не только потребность, но и, что является главным, возможность приобретения товара.
Б.И. Гоголь [12]	1960-1970-е	Платежеспособный спрос определяет возможный объем реализации товаров, т.е. характеризует емкость рынка. Спрос – это определенный размер общественной потребности, выраженный в деньгах. Таким образом, это потребность в товарах, представленная на рынке.
А.И. Левин [7]	1970-1980-е	Спрос – это форма проявления потребностей, обеспеченных денежными средствами. А потребность, обеспеченная денежными средствами, – это есть платежеспособная потребность, т.е. спрос – это форма проявления платежеспособной потребности.
И.С. Батурина [8]	1993	Спрос – это платежеспособная потребность, показывающая зависимость между ценами товаров и готовностью потребителей их приобретать.
С.И. Ожегов [13]	1990-е	Спрос – это требование на товары со стороны покупателя.
Большой экономический словарь [9]	2002	Спрос - подкрепленное денежной возможностью желание, намерение покупателей, потребителей приобрести данный товар.
В.И. Видяпин [15]	2003	Представленную на рынке потребность товаров,..., подлежащую удовлетворению и обеспеченную денежным эквивалентом, т.е. платежеспособную потребность.
Скляренко В.К., Прудников В.М. [14]	2005	Спрос - количество товаров, которое потребители готовы и в состоянии приобрести по рыночным ценам и в течение определенного периода времени.

Таким образом, с последовательным изучением рыночного механизма и его основных элементов подходы к определению понятия «спрос» изменялись.

На раннем этапе исследования теории спроса ученые отождествляли спрос с потребностями людей. *Представители ранней школы классической политической экономии* (А. Смит, Ж.Б. Сэй, Т. Мальтус) предполагали, что спрос зависит только от желания людей, предложение на рынке равнялось спросу. То есть подразумевалось, что все предложенные на рынке товары обязательно должны удовлетворить потребности покупателей и быть приобретены. Недостатком данного подхода можно назвать тот акт, что при определении спроса ученые не учитывали изменения, которые могут произойти во внешней среде (кризис, повышение цен и т.д.).

Представители поздней школы классической экономии (Дж.С. Милль, К. Маркс, Ф. Энгельс) предположили тесную взаимосвязь основных элементов рынка: спроса, предложения и цены. Приверженцы данной школы подразумевали, что спрос не может быть изолированным от покупательской способности людей, он далеко не во всех случаях абсолютно равен потребностям покупателей. При определении спроса обязательно необходимо учитывать и платежеспособность людей и сколько именно товара того или иного

вида они смогут приобрести. К. Маркс в своей главной работе «Капитал» выделил отдельное понятие «платежеспособного спроса».

В свою очередь, представитель *неоклассической школы экономической мысли* А. Маршалл соглашается с утверждением классиков по вопросу тесной взаимосвязи таких элементов рынка, как спрос и предложение, а также вводит новое понятие «эластичности спроса». В соответствии с данным законом эластичности есть прямая обратная связь между указанными понятиями: при повышении цены спрос снижается, и наоборот.

Один из самых выдающихся представителей *экономической школы XX века* Дж.М. Кейнс предложил новое понятие – эффективный спрос. Ученый в своих работах выявил взаимосвязь не только между потребностями людей и их покупательной способностью, но и с уровнем занятости. Чем большее количество людей занято в общем процессе воспроизводства, тем выше совокупный платежеспособный спрос населения.

В *отечественной экономической науке* изучением спроса ученые стали заниматься с середины XX века (П.П. Маслов, И.И. Коржневский, Б.И. Гоголь, А.И. Левин и др.). Все они придерживались мнения, что спрос – это не только потребность покупателей, а потребность, подтвержденная денежными средствами.

Можно сделать вывод, что спрос состоит из двух взаимодополняемых элементов: желания приобрести товар и возможность для совершения данной сделки. При отсутствии того или иного элемента спроса не будет.

Таким образом, можно выделить наиболее распространенное определение понятия, данное А.И. Левиным: *спрос* - это форма проявления потребностей, обеспеченных денежными средствами.

На основании всех вышеизложенных аргументов можно сделать вывод о тождественности понятий «спрос» и «платежеспособный спрос».

На развитие платежеспособного спроса оказывают влияние различные факторы, которые можно классифицировать в соответствии с несколькими признаками (рис. 1).



Рисунок 1. Классификация факторов, оказывающих влияния на развитие платежеспособного спроса (составлено автором)

К *экономическим факторам* можно отнести экономическую ситуацию в стране (регионе, мире), уровень инфляции, денежные доходы населения, уровень розничных цен, общественное производство. К *социальным факторам* относятся уровень жизни населения, социальная политика государства, определение различных социальных нормативов. *Демографические факторы* включают в себя численность населения и его состав, половозрастную структуру, миграционные процессы. К *природно-климатическим факторам* можно отнести сезонность, продолжительность времен года, географическое местоположение. И *исторические факторы* включают в себя традиции, обычаи и т.д.

По характеру воздействия на платежеспособный спрос факторы классифицируются на общие и специфические. К *общим факторам* можно отнести численность населения, его половозрастной состав, уровень доходов, цен и т.д. *Специфические факторы* связаны с увеличением или уменьшением спроса на отдельные виды продукции или со стороны определенной категории населения.

По возможности количественного измерения факторы подразделяются на измеримые и не измеримые. В *первой группе* относится большинство экономических и демографических факторов (численность, уровень доходов и т.д.). Факторы, принадлежащие ко *второй группе*, сложно измерить количественно. К ним можно отнести предпочтения потребителей, обычаи определенной территории и т.д.

Основными факторами, которые оказывают существенное влияние на изменение платежеспособного спроса, являются численность населения и его половозрастной и

социальный состав, уровень доходов и цен на товары. Рассмотрим более детально каждый из указанных факторов.

С ростом денежных доходов населения значительно меняется структура платежеспособного спроса. При прочих равных условиях и стабильной экономической ситуации в стране увеличение доходов потребителей связано с увеличением доли непродовольственных товаров и, соответственно, уменьшением доли продовольственных в потребительской корзине. А также изменяется и структура внутри указанных групп товаров. Рост доходов населения приводит к увеличению затрат, связанных с приобретением товаров более высокой ценовой категории как в группе продовольственных товаров (мясные продукты, кондитерские изделия, фрукты вместо картофеля и макаронных изделий), так и в группе непродовольственных (автомобили, электротовары вместо швейных изделий первой необходимости).

Также на структуру платежеспособного спроса влияет и численность населения, его половозрастной и социальный состав. Например, потребители, относящиеся к категории служащих, имеют более разнообразную потребительскую корзину по сравнению с рабочими. Доля непродовольственных товаров корзины первой категории покупателей значительно превышает долю аналогичных товаров второй категории. И, наоборот, на продовольственные товары (особенно, товары первой необходимости) рабочие тратят существенно большую сумму от дохода, чем служащие. При этом стоит обратить внимание и на половозрастной состав населения. Структура потребительской корзины покупателя в возрасте от 20 до 40 лет значительно отличается от корзины пенсионера.

И, конечно, на структуру спроса оказывает существенное влияние уровень цен на товары. При изменении цены на тот или иной товар спрос на него либо увеличивается, либо уменьшается. Но при этом стоит отметить, что изменение уровня спроса зависит и от товара, и от потребителя. Так, повышение цен на товары первой необходимости повлияет на уменьшение спроса, но в меньшей степени, если бы повышение произошло на менее необходимые товары. Или снижение цены на товар может вызвать резкое увеличение спроса со стороны тех категорий населения, кто не в полной мере может удовлетворить свои потребности исходя из получаемого дохода. Но при этом другие категории населения, у которых доход значительно выше, слабо реагируют на снижение цены.

Таким образом, можно сделать вывод, что спрос является одним из основных механизмов эффективного функционирования рыночной экономики. При этом стоит отметить, что для экономистов представляет интерес категория «платежеспособный спрос», то есть спрос, подтвержденный денежным эквивалентом. Это утверждение подтверждается исследованием различных подходов со стороны как зарубежных, так и отечественных ученых к определению данного понятия.

В процессе формирования деловой стратегии компании необходимо проанализировать уровень платежеспособного спроса населения. На размер и структуру эффективного спроса оказывает влияние множество факторов. Но к основным из них можно отнести численность населения, его половозрастной и социальный состав, уровень доходов и цен. Указанные выше факторы тесно взаимосвязаны между собой. При проведении анализа платежеспособного спроса необходимо учитывать их совокупное влияние.

В практике анализа указанных факторов используется множество методов, которые можно объединить в 3 группы:

1. Общие – синтез, индукция, дедукция, сравнение, графический и т.д.
2. Экономико – математические: моделирование, выборочное распределение, корреляционный, регрессионный и т.д.

3. Демографические: коэффициент рождаемости, смертности т.д.

Выбор того или иного метода зависит от целей анализа. Для получения наиболее корректного результата необходимо использование нескольких методов в совокупности.

Оценка уровня платежеспособного спроса является одним из ключевых, но далеко не единственным фактором, влияющим на выбор вида деловой стратегии компании. При прочих равных условиях (то есть при неизменности других факторов внешней среды) при снижении спроса на выпускаемую продукцию организации необходимо ориентироваться на выбор стратегии, связанной с удержанием позиций на рынке или диверсификацией бизнеса, при повышении спроса можно выбирать стратегию интенсивного или диверсифицированного роста [6]. Но обязательно необходимо помнить, что принятие стратегических решений должно базироваться на основе анализа всех факторов как макро- и микроокружения, так и экономического потенциала компании в совокупности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Батурина И.О. Потребности и спрос // Российский экономический журнал. – 1993. - №2. – С. 16-19.
2. Биткина И.В. Становление концепции инвестиционной привлекательности (на примере экономического учения д. М. Кейнса) // Финансы и кредит. – 2010. - №19 (403). – С. 72-75.
3. Борисов А.Б. Большой экономический словарь. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Книжный мир, 2006. – 860 с.
4. Гоголь Б.И. Платежеспособный спрос и розничный товарооборот. – М.: Экономика, 1968.
5. Ибрагимова М.Х. Анализ внешней среды компании для целей обоснования принятия стратегических решений // Проблемы современной экономики. - 2012. - №2. - С. 140-143.
6. Ибрагимова М.Х. Современные модели выбора вида деловой стратегии компании // Интернет-журнал «Наукоедение», Том 7, №2 (2015). - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://naukovedenie.ru/PDF/128EVN315.pdf> (доступ свободный).
7. Кейнс Дж.М. Общая теория занятости, процента и денег: пер. с англ. – М.: Прогресс, 1978.
8. Коржевский И.И. Основные закономерности развития спроса в СССР. – М.: Экономика, 1971.
9. Левин А.И. Платежеспособный спрос. Экономическая энциклопедия. Политическая экономия. – Т.3. – М.: Издательство «Советская энциклопедия», 1979.
10. Макконнел К., Брю С.Л. Экономика: Т.1-2. Баку: Азербайджан, 1992.
11. Маршалл А. Принципы экономической науки. – М.: Прогресс, 1993.
12. Маслов П.П. Измерения потребительского спроса (теоретические очерки). – М.: Экономика, 1971.
13. Романенко И.В. История экономических учений // Экономика. Бизнес. Право. – 2014. - №2. – С. 56-94.
14. Складенко В.К., Прудников В.М. Экономика предприятия: учебник. – М.: ИНФРА-М, 2005. – 528 с. – (Высшее образование).
15. Словарь русского языка / Под ред. С.И. Ожегова. Екатеринбург: Урал-Советы, 1994.
16. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. Кн. 1-111. - М.: Наука, 1992.
17. Экономическая теория: учебник / Под общ. ред. акад. В.И. Видяпина, А.И. Добрынина, Г.П. Журавлевой, Л.С. Тарасевича. – М.: ИНФРА-М, 2003. – 714 с.
18. Ядгаров Я.С. История экономических учений: учебник. – 3-е изд. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 320 с.

Рецензент: Шарошенко Ирина Валерьевна, канд. экон. наук, зав. кафедрой «Экономики таможенного дела», ГКОУ ВПО «Российская таможенная академия» Владивостокский филиал.

Ibragimova Margarita Khakimovna

Far Eastern Federal University

Russian Federation, Vladivostok

E-mail: ibragimova.mkh@dvfu.ru; risha20@mail.ru

Influence of level of solvent demand for a choice of a type of the company's business-level strategy

Abstract. Development of business strategy is one of the most important processes of strategic management in the company. The organization's perspective future depends on choice of a type of strategy of development. If the choice is made incorrectly, the company won't be cost-efficient, won't be able to reach competitive advantage on the market and won't be able to achieve success.

It is necessary to carry out the comprehensive analysis of an external environment and internal economic capacity of the organization for admission of the right strategic decision, choice of a type of company's business-level strategy. The analysis of a macro environment implies in-depth study of such groups of factors, as economic, political, social, etc. Article is devoted to studying the one of the factors relating to the last specified group.

Demand is the one of fundamental elements of the market. The evolution of the concept "demand", major factors influencing its size and structure, are considered, the group of the specified factors according to classification signs is provided, and also use in strategic management of the concept "solvent demand" is proved in article. The right choice of company's business-level strategy and its competitiveness on the market depends on a correct assessment of level of solvent demand in the country (region).

Keywords: demand; solvent demand; effective demand; evolution of the theory of demand; demand factors; assessment of solvent demand; business-level strategy.

REFERENCES

1. Baturina I.O. Potrebnosti i spros // Rossiyskiy ekonomicheskiy zhurnal. – 1993. - №2. – S. 16-19.
2. Bitkina I.V. Stanovlenie kontseptsii investitsionnoy privlekatel'nosti (na primere ekonomicheskogo ucheniya d. M. Keynsa) // Finansy i kredit. – 2010. - №19 (403). – S. 72-75.
3. Borisov A.B. Bol'shoy ekonomicheskiy slovar'. – 2-e izd., pererab. i dop. – M.: Knizhnyy mir, 2006. – 860 s.
4. Gogol' B.I. Platezhesposobnyy spros i roznichnyy tovarooborot. – M.: Ekonomika, 1968.
5. Ibragimova M.Kh. Analiz vneshney sredy kompanii dlya tseley obosnovaniya prinyatiya strategicheskikh resheniy // Problemy sovremennoy ekonomiki. - 2012. - №2. - S. 140-143.
6. Ibragimova M.Kh. Sovremennye modeli vybora vida delovoy strategii kompanii // Internet-zhurnal «Naukovedenie», Tom 7, №2 (2015). - [Elektronnyy resurs]. – Rezhim dostupa: <http://naukovedenie.ru/PDF/128EVN315.pdf> (dostup svobodnyy).
7. Keyns Dzh.M. Obshchaya teoriya zanyatosti, protsenta i deneg: per. s angl. – M.: Progress, 1978.
8. Korzhevskiy I.I. Osnovnye zakonomernosti razvitiya sprosа v SSSR. – M.: Ekonomika, 1971.
9. Levin A.I. Platezhesposobnyy spros. Ekonomicheskaya entsiklopediya. Politicheskaya ekonomiya. – T.3. – M.: Izdatel'stvo «Sovetskaya entsiklopediya», 1979.
10. Makkonnel K., Bryu S.L. Ekonomika: T.1-2. Baku: Azeyrbaydzhan, 1992.
11. Marshall A. Printsipy ekonomicheskoy nauki. – M.: Progress, 1993.
12. Maslov P.P. Izmereniya potrebitel'skogo sprosа (teoreticheskie ocherki). – M.: Ekonomika, 1971.
13. Romanenko I.V. Istoriya ekonomicheskikh ucheniy // Ekonomika. Biznes. Pravo. – 2014. - №2. – S. 56-94.
14. Sklyarenko V.K., Prudnikov V.M. Ekonomika predpriyatiya: uchebnik. – M.: INFRA-M, 2005. – 528 s. – (Vysshee obrazovanie).
15. Slovar' russkogo yazyka / Pod red. S.I. Ozhegova. Ekaterinburg: Ural-Sovety, 1994.
16. Smit A. Issledovanie o prirode i prichinakh bogatstva narodov. Kn. 1-111. - M.: Nauka, 1992.
17. Ekonomicheskaya teoriya: uchebnik / Pod obshch. red. akad. V.I. Vidyapina, A.I. Dobrynina, G.P. Zhuravlevoy, L.S. Tarasevicha. – M.: INFRA-M, 2003. – 714 s.
18. Yadgarov Ya.S. Istoriya ekonomicheskikh ucheniy: uchebnik. – 3-e izd. – M.: INFRA-M, 2000. – 320 s.