

УДК 339.5

А.П. Бувич

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Москва,
email: buanpet@mail.ru

НОВЫЕ ПОДХОДЫ К АНАЛИЗУ СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Ключевые слова: спрос, предложение, санкции, экономическая теория, ситуативное поведение, эмпирический подход, экзогенные факторы, эндогенные факторы.

В статье проведен обзор возможностей и ограничений осуществления анализа спроса и предложения в современных условиях. Систематизированы базовые представления о взаимодействии спроса и предложения согласно классической теории. Выявлены ограничения на использование действующей концепции, определены причины имеющихся ограничений и указаны дефекты результатов анализа спроса и предложения, которые могут образоваться в результате использования классических подходов к анализу. Разработана система авторских предложений по адаптации процесса анализа спроса и предложения к условиям санкционной действительности.

A.P. Buevich

Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow,
email: buanpet@mail.ru

UPON THE QUESTION OF MANAGING A FOREIGN TRADE ENTERPRISE IN THE CONDITIONS OF SEARCHING FOR NEW SALES MARKETS

Keywords: demand, supply, sanctions, economic theory, situational behavior, empirical approach, exogenous factors, endogenous factors.

The article provides an overview of the possibilities and limitations of analyzing supply and demand in modern conditions. The basic ideas about the interaction of supply and demand according to the classical theory are systematized. Limitations on the use of the current concept are identified, the reasons for existing limitations are identified, and defects in the results of supply and demand analysis that can arise as a result of using classical approaches to analysis are indicated. A system of original proposals has been developed to adapt the process of supply and demand analysis to the conditions of sanctions reality.

Теоретический анализ, постановка проблемы

Теоретические категории спроса и предложения находятся в поле зрения экономистов с середины XVIII века. Всестороннее изучение этой пары понятий было введено Джеймсом Стюартом в 1767 году в его работе «Исследование принципов политической экономии».

Классический подход к анализу спроса и предложения, используемый для анализа рыночного равновесия и его динамики в условиях устойчивой экономической ситуации и сложившейся рыночной системы в отрасли, исходит из следующих тезисов [1]:

– и продавец, и покупатель ведут себя рационально, отсутствует девиантность спроса и предложения, когда продавец и / или покупатель исходят из неэкономических либо заведомо некорректных экономических тезисов;

– и продавец, и покупатель совершают сделку добровольно либо при влиянии внешних факторов, не являющихся системно значимыми;

– рынок, на котором совершается сделка, институализирован, то есть на нем действует система институтов, однозначно предписывающих продавцу и покупателю конструктивное коммерческое взаимодействие, и обладают эффективными инструментами для пресечения деструктивного.

Цель исследования

Цель исследования – рассмотреть теоретические и практические аспекты формирования спроса и предложения в современных условиях.

При соблюдении указанных условий возможно построить графики спроса и предложения, аппроксимируя фактические и ожидаемые величины спроса и предложения графическими функциями, как

это показано на рисунке 1 для линейной интерпретации спроса и предложения.

С прикладной точки зрения значение моделей спроса и предложения как аналитических инструментов заключается в том, что с их использованием возможно оценивать:

- текущее рыночное равновесие и его устойчивость;
- потенциальные изменения рыночного равновесия в случае изменения одного или нескольких факторов, влияющих на спрос и предложение;
- наиболее вероятные сценарии поведения продавцов и покупателей, обладающих некоторой информацией о равновесном состоянии на рынке и имеющих возможность воздействия на это равновесие для его изменения в своих интересах.

Материал и методы исследования

Для целей аппроксимации спроса и предложения, выявления определяющих их факторов необходимо пригодное для этих целей состояние информационного пространства. Минимальный набор институциональных условий, необходимых для получения аналитиком соответствующей информации, включает в себя:

1. Наличие института, ответственного за сбор рыночной информации, позволяющей оценить рыночные перспективы и возможные стратегии развития компаний. Именно на основе этой информации аналитики организации могут формировать модели спроса и предложения. Порядок получения подобной информации зависит от конфигурации конкретной рыночной системы и может предоставляться [6]:

- на платной основе в виде отдельных блоков информации;
- на бесплатной основе либо на условно – платной основе в виде открытых публикаций, научных докладов, выступлений официальных лиц;
- на системной основе в виде открытой статистической отчетности, публикуемой статистическими органами и официальными органами власти в целях обеспечения информированности бизнеса и формирования оптимального инновационно – инвестиционного климата для участника национальной экономики [5].

2. Наличие некоторого арбитра, обеспечивающего соблюдение правил на рынке таким образом, что нарушение правил торговли становится для контрагента ме-

нее выгодным, чем следование правилам с учетом потенциальных санкций за нарушение правил.

3. Наличие переговорного пространства, в рамках которого обеспечивается переговорный процесс между участниками рыночных отношений. Сложность переговорного процесса зависит как от переговорных позиций конкретного продавца и покупателя, так и от минимального числа участников: чем оно выше, тем сложнее организация переговоров и ниже вероятность их положительного исхода.

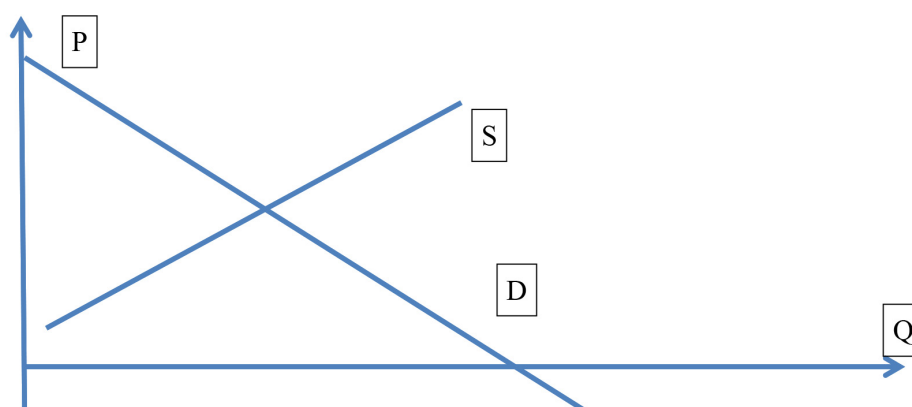
Результаты и их обсуждение

Отличительной особенностью моделирования спроса и предложения является то, что оно осуществляется с учетом коммерческих реалий. В случае дополнения спектра коммерческих факторов блоком дополнительных факторов, в первую очередь факторами социально, политически и геополитически обусловленных решений, модель спроса и предложения может трансформироваться. Остановимся на наиболее известных возможностях трансформации модели спроса и предложения.

1. Спрос и предложение становится невозможным представить как непрерывные функции. В этом случае их можно заменить функциями с разрывом, когда спрос и предложение состоит из нескольких непрерывных участков, разделенных разрывом, либо дискретной функцией. Последняя ситуация может иметь место в случае, когда речь идет о полностью регулируемом государством рынке, на котором государство является единственным покупателем и / или продавцом.

2. Информация, которая используется для моделирования спроса и предложения, существенно искажена из-за нежелания сторон раскрывать реальную ситуацию по причине:

- санкционной неопределенности и опасений, либо включения не подсанкционных в настоящее время компаний в санкционный список по причине их текущей активности, либо опасений противодействия своей международной деятельности со стороны подсанкционных компаний;
- опасений компании раскрывать весь спектр своих контрагентов, географию и объемы своей деятельности из-за сложности прогнозирования последствий обнародования этой информации [8].



P – цена продукции;
Q – количество продукции;
S - линейная модель функции предложения;
D – линейная модель функции спроса.

Рис. 1. Модель рыночного равновесия, построенная посредством представления спроса и предложения в виде линейных функций

Источник: составлено автором на основе Быкадоров, И. А. Рыночное равновесие в моделях межрегиональной торговли при монополистической конкуренции / И. А. Быкадоров, Ю. Н. Исмайлова, М. В. Пудова // Вестник НГУЭУ. – 2022. – № 3. – С. 183-203.

В этой же группе факторов следует отметить либерализацию российского законодательства в отношении обеспечения транспарентности российского и зарубежного бизнеса в части раскрытия информации о его деятельности и засекречивание части национальной макроэкономической и коммерческой статистики после 2022 г.

С учетом изложенного, использование классического инструментария для анализа спроса и предложения, который основан на моделировании поведения агрегированного продавца и покупателя либо раздельном моделировании системообразующих компаний на олигопольных рынках, не всегда в настоящее время является достаточным.

В связи с этим, для оценки будущего состояния спроса и предложения рекомендуется использовать следующие дополнительные инструменты.

1. Разделить ранее единые модели спроса и предложения на два вида моделей. Первая модель должна формироваться на основе достоверной информации, которая получается на основе проведенных компанией переговоров с потенциальными контрагентами, ин-

формации, полученной от дружественных компаний, участвующих в качестве партнеров в совместных проектах, и достоверной информации, получаемой от аналитических агентств, имеющих исчерпывающую информацию о намерениях продавца (покупателя). В качестве такого агентства в сложившихся российских условиях санкционной неопределенности и санкционной фрагментации информационного и маркетингового пространств может выступать:

- официально аффилированная с государством структура, занимающаяся регулированием данного рынка и осуществляющая прямую поддержку компаний, предоставляющих ей данные о результатах финансово-хозяйственной деятельности за прошлый период и намерениях развития в будущем периоде в обмен на возможность участвовать в размещаемых этой структурой тендерах и программах;

- иностранная организация, в которую потенциальные партнеры включаются в качестве членов и размещают соответствующую информацию о результатах и намерениях развития своей деятельности как члены этой организации.

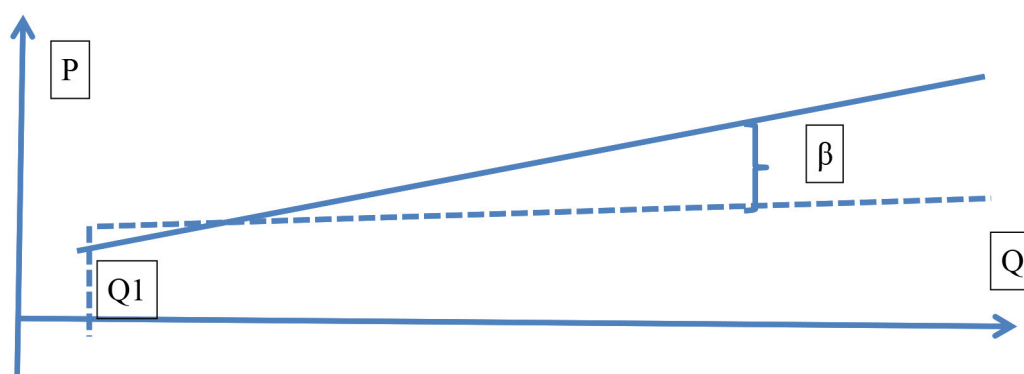


Рис. 2. Дополнительные параметры моделирования предложения в условиях санкционного давления в России

Источник: составлено автором на основе Шкодинский, С. В. Влияние санкций на технологический суверенитет России / С. В. Шкодинский, А. М. Кушнир, И. А. Продченко // Проблемы рыночной экономики. – 2022. – № 2. – С. 75-96.

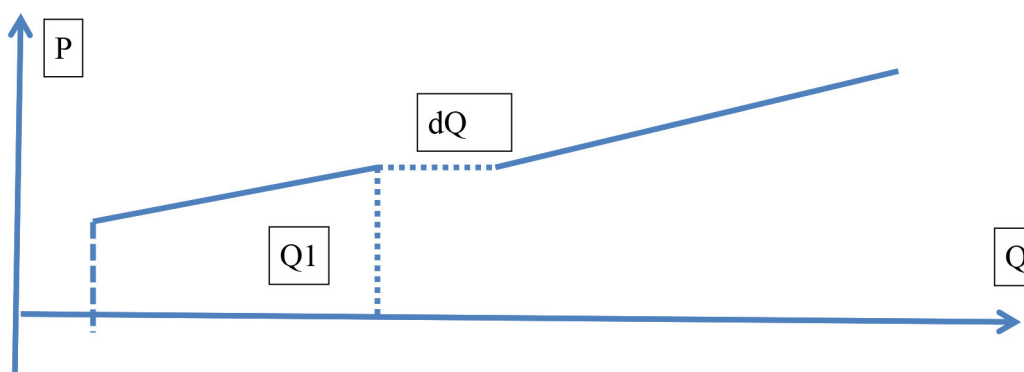


Рис. 3. Дополнительные параметры моделирования предложения в условиях санкционного давления в России

Источник: составлено автором на основе Шкодинский, С. В. Влияние санкций на технологический суверенитет России / С. В. Шкодинский, А. М. Кушнир, И. А. Продченко // Проблемы рыночной экономики. – 2022. – № 2. – С. 75-96.

Вторая группа моделей спроса и предложения может включать в себя спектр моделей, которые строятся в зависимости от заранее заданных ожиданий компании в отношении возможного состояния рынка. Алгоритм построения этого спектра моделей выглядит следующим образом.

2. Определяются ключевые параметры, которые, каждый в отдельности и в определенных сочетаниях, определяют экономическую целесообразность для компании оставаться на данном

рынке. При этом имеется в виду как намерение оставаться в рамках участия в каком – либо проекте, не связанном с иными проектами этой компании, так и собственно намерение продолжать бизнес.

3. Определяются сценарии развития рынка, при которых сохранение организации на нем целесообразно. Каждый из соответствующих сценариев следует представить в качестве результата сочетания параметров, определяющих спрос и предложение.

4. Разработать систему рекомендаций, на основе которой возможно формировать рыночную цену продукции.

Рассмотрим, как предлагаемая методика может быть использована для моделирования предложения (см. рис. 2)

Величина Q_1 показывает, при каком минимальном количестве производство становится выгодным при условии вовлечения в производственный процесс заданной технологии. Более совершенная и, следовательно, дорогая технология становится оправданной для внедрения при более высоком показателе Q_1 , так как при меньших его значениях она не окупается. До ужесточения санкций в 2022 г. российский производитель ориентировался на глобальный рынок технологий при моделировании спроса, однако в настоящее время многие из этих технологий стали не доступны. Соответственно, внедрение новых технологий требует от национального производителя масштабирования производства и поиска новых рынков в дружественных и нейтральных странах, в противном случае ему приходится переходить на более дешевые технологические аналоги либо пользоваться обратными инновациями.

Угол β определяет, насколько возрастает стоимость производства по мере увеличения объемов производства на одну единицу (одну минимальную партию, лот). Этот угол тем меньше, чем больше у производителя доступных альтернатив – субститутов на рынке сырья и средств производства [7]. Ужесточение санкционного давления привело к существенному росту коэффициента, и по этой причине при анализе предложения следует исследовать:

- возможности уменьшения этого коэффициента при соблюдении минимальных требований спроса со стороны клиентов;

- влияние реорганизации производственной системы с новым коэффициентом β на конкурентоспособность производства в долгосрочном периоде, в том числе в ситуации смягчения санкций и открытия рынков.

Рассмотрим, какая ранее не подлежащая сбору в обязательном порядке информация о поведении клиентов может оказаться востребованной современными

ми российскими компаниями для корректного моделирования спроса. Прежде всего, это информация о возможных государственных интервенциях, после которых функция спроса становится «разрывной», как это показано на рисунке 3.

В точке Q_1 при достижении цены на рынке некоторого критического значения государство выходит с продуктовой интервенцией за счет субсидирования продавца. Величина объема продуктовой интервенции может быть любой, вплоть до dQ , при этом цена на рынке меняться не будет. Актуальным является и учет при планировании спроса обратного механизма: в случае снижения цены на рынке до критической, государство отказывается от субсидирования продавца и осуществления интервенций на рынок, соответственно, это приостанавливает снижение цены и создает разрыв в функции спроса.

Востребованной для моделирования спроса информацией является также информация о стоимости организации дублирующего контура поставок. Как правило, предприниматель, планируя спрос на продукцию, исходит из неизменности его целевых аудиторий. Вместе с тем, наличие спроса и конфигурация его графика в условиях санкционной экономики, в значительной степени зависит от доступности субституты с учетом санкционных ограничений.

Выводы

Применительно к анализу спроса в качестве дополнительных параметров следует учитывать [2], [3]:

- валютную структуру спроса;
- реагирование клиентов на изменение экзогенных параметров, таких, как курс рубля к безвалютной корзине;
- наличие товаров – субституты и вероятность их сохранения на рынке в контексте ожиданий продолжения ухода части иностранных брендов с российского рынка.

В случае наличия у компании достаточных ресурсов целесообразно расщепление ранее единой модели рынка и представление его в виде нескольких рынков с принципиально разными покупателями для каждой вариации указанных параметров и отдельного анализа каждой разновидности рынка.

Библиографический список

1. Аскаров А.Д., Рафиков Р.И. Формирование рыночной цены и рыночное равновесие // Скиф. Вопросы студенческой науки. 2023. № 5(81). С. 642-646
2. Быкадоров И.А., Исмайлова Ю.Н., Пудова М.В. Рыночное равновесие в моделях межрегиональной торговли при монополистической конкуренции // Вестник НГУЭУ. 2022. № 3. С. 183-203.
3. Киянова Л.Д., Литвиненко И.Л. Развитие системы образования как фактор становления национальной инновационной системы // Интеллектуальные ресурсы региональному развитию. 2014. № 1. С. 163-166.
4. Литвиненко И.Л. Инновационная система России: отечественная и зарубежная оценка // Вестник Московского государственного гуманитарно-экономического института. 2013. № 2 (14). С. 64-70.
5. Литвиненко И.Л. О необходимости реализации государственной инновационно-инвестиционной политики в России // Европейский журнал социальных наук. 2013. № 11-1(38). С. 378-386.
6. Редькина Т.М., Фирова И.П., Бикезина Т.В. Переосмысление процесса управления финансами на уровне государства в условиях трансформации взаимодействий РФ с зарубежными странами // Глобальный научный потенциал. 2023. № 1 (142). С. 198-200.
7. Шкодинский С.В., Кушнир А.М., Продченко И.А. Влияние санкций на технологический суверенитет России // Проблемы рыночной экономики. 2022. № 2. С. 75-96.
8. Pimenova O.V., Repkina O.B., Timokhin D.V. The Economic Cross of the Digital Post-coronavirus Economy (on the Example of Rare Earth Metals Industry) // Brain-Inspired Cognitive Architectures for Artificial Intelligence: BICA*AI 2020: Proceedings of the 11th Annual Meeting of the BICA Society, Natal, Brazil, 10-15 октября 2020 года. Natal, Brazil: Springer Nature Switzerland AG, 2021. P. 371-379.