

О.М. Игрунова

Удовлетворенный и неудовлетворенный спрос на потребительские услуги

Статья посвящена исследованию понятия «спрос» на потребительские услуги, рассматриваются различные формы его представления на рынке. При этом особое внимание уделяется таким формам спроса, как удовлетворенный и неудовлетворенный.

Ключевые слова: переключенный спрос; мобильный спрос; отложенный спрос; потребительские услуги.

В условиях конкуренции обостряется борьба за потребителей услуг, и ключевой задачей процесса управления развитием сферы потребительских услуг становится ориентация предприятий, оказывающих услуги, на формирующийся спрос потребителей. Проблема выявления, исследования, прогнозирования и мониторинга спроса должна быть в центре внимания стратегической политики компаний. При этом неудовлетворенный спрос становится базой для повышения эффективности деятельности предприятий, функционирующих на потребительском рынке.

Единое и однозначное понимание сущности удовлетворенного и неудовлетворенного спроса в экономической литературе отсутствует. Можно выделить следующие подходы к пониманию содержания понятий «удовлетворенный спрос» и «неудовлетворенный спрос»¹. В экономической литературе **неудовлетворенный спрос**² рассматривается как нереализованный спрос из-за отсутствия нужных товаров на рынке³ или несоответствия их качественных характеристик требованиям покупателей. При этом **удовлетворенный спрос** с известной степенью приближения приравнивается к объему продаж и включает в себя, в том числе

¹ Словарь терминов // Журнал «The Retail Finance»: [электронный ресурс]. URL: http://www.rfinance.ru/dictionary/?id=3066&let=%D0%A1&page_id=2; Словарь финансовых и банковских терминов // Информационный ресурс «Fintrest.Ru»: [электронный ресурс]. URL: <http://www.fintrest.ru/slovar09.html>.

² Словарь // Словари и энциклопедии на Академике: [электронный ресурс]. URL: http://dic.academic.ru/dic.nsf/eng_rus/178844/неудовлетворенный; Какие бывают виды спроса? // Социальная база знаний «Генон»: [электронный ресурс]. URL: <http://www.genon.ru/GetAnswer.aspx?qid=58d9f08d-ef1b-4487-befd-b1c73aa2c5de>; Спрос неудовлетворенный // Бизнес-школа «Мастера экономики»: [электронный ресурс]. URL: http://vocabulary.economicmaster.ru/glava_32-132.html.

³ Изучение покупательского спроса // Справочник советского продавца: [электронный ресурс]. URL: <http://www.soviet-trade.ru/изучениепокупательскогоспрос>; Задачи и методы изучения покупательского спроса // Знайтовар.Ру: товароведение и экспертиза товаров: [электронный ресурс]. URL: <http://www.znaytovar.ru/s/Zadachi-i-metody-izucheniya-pokup.html>.

и условно (или частично), удовлетворенный спрос, который, являясь формально платежеспособным, представляет собой вынужденную покупку товара потребителем в ситуации, когда конкретный товар по некоторым своим свойствам не соответствует его запросам [11: с. 44] либо вообще отсутствует в продаже [6: с. 25–26].

Удовлетворенный спрос, по мнению ученых, можно назвать реализованным, поскольку акт купли-продажи товара или услуги состоялся. При этом, по нашему мнению, условно удовлетворенный спрос следует рассматривать как реализованный, но не в полной мере удовлетворенный, поскольку в нем заложен некоторый уровень неудовлетворенности потребителя. И если бы предприятие захотело улучшить свой товар в соответствии с запросами потребителей и, как следствие, повысить объем продаж, то ему пришлось бы исследовать причины неудовлетворенности потребителей с целью выработки соответствующих управленческих решений.

Удовлетворенный спрос на потребительском рынке товаров и услуг выражается в полном или частичном соответствии характеристик предложения требованиям потребителей. Ситуация частичного соответствия возникает, например, когда потребитель вынужден приобрести зимнюю обувь, но характеристики данного товара (удобство, модель и т. д.) не соответствуют его требованиям. Такой спрос еще называют переключенным. С одной стороны, спрос является уже реализованным (человек приобрел обувь, и он уже не замерзнет зимой, или приобрел определенные знания, обучаясь на курсах), поскольку акт купли-продажи товара или услуги состоялся. С другой стороны, человек не удовлетворен качественными параметрами товара или услуги. Причем следует отметить, что качественные параметры товаров и услуг с точки зрения производителя и с точки зрения конечных потребителей не всегда совпадают, что приводит к необходимости более внимательного изучения спроса на рынках товаров и услуг. Кроме того, следует обратить внимание, что на товарных рынках до момента совершения сделки купли-продажи клиент может сравнить несколько товаров одной группы между собой по каким-либо критериям. В частности, при выборе йогурта в супермаркете человек может взять две упаковки и сравнить по составу ингредиентов или с желаемыми параметрами качества товара (возникшими в сознании потребителя). Таким образом, неудовлетворенный спрос на рынке товаров народного потребления может быть выражен в форме отсутствия товара на рынке или несоответствии качественных характеристик предложения требованиям потребителей, в результате чего акт купли-продажи не будет иметь место.

Кроме того, в экономической литературе неудовлетворенный спрос разделяют на два вида: явный и скрытый⁴ [7].

⁴ Разновидности неудовлетворенного спроса // Информационно-образовательный проект «Финансовый менеджмент, управление предприятием»: [сайт «RuManager.com»]. URL: <http://rumanager.com/raznovidnosti-neudovletvorenno-go-sprosa>; Толковый словарь экономических терминов // Толковый словарь экономических терминов «Это — бизнес»: [электронный ресурс]. Раздел «Право, бизнес, финансы». URL: <http://www.bibliotekar.ru/biznes-15-6/96.htm>; Спрос в аптеке: виды и специфика // «Фарм-бизнес: современная аптека»: [сайт провизора]. URL: <http://pharm-business.ru/mastery/491>.

Явный неудовлетворенный спрос рассматривается как определенная сумма денежных средств, которая не может быть реализована на рынке и скапливается на руках у населения или в банках. По мнению ученых, денежное воплощение имеет только явный неудовлетворенный спрос. Например, на вкладах населения в банках находится явный накопленный неудовлетворенный спрос, на руках — текущий. Кроме того, некоторые исследователи явный неудовлетворенный спрос подразделяют на: текущий неудовлетворенный спрос (неудовлетворенный спрос, образующийся у населения за какой-либо короткий промежуток времени, например, за год), накопленный неудовлетворенный спрос (объем неудовлетворенного спроса, суммированный за все годы, начиная с момента его образования) и мобильный спрос (суммарный объем текущего неудовлетворенного спроса, образовавшегося за несколько последних лет) [5]. Мобильный спрос является наиболее активным и по своему объему больше текущего неудовлетворенного спроса, поскольку он определяет реальную степень несбалансированного спроса и предложения на рынке. Мобильный спрос предъявляет та часть населения, которая готова приобрести товар, располагая денежными средствами, скопившимися у нее для покупки в течение длительного времени, но при этом не находит необходимый товар.

Отличительной особенностью явного неудовлетворенного спроса населения является то, что он предъявлен денежными средствами, которые при появлении в продаже нужных товаров и услуг могут быть сразу пущены в оборот. С данным подходом нельзя согласиться по следующим причинам.

Во-первых, население может накапливать определенные денежные средства в банках или на руках с целью приобретения дорогостоящих товаров, недвижимости и т. д. Следовательно, это не всегда свидетельствует о явном неудовлетворенном спросе. Более корректно данный вид спроса назвать отложенным⁵.

Во-вторых, спрос как экономическая категория — это конкретная потребность, обеспеченная денежными средствами, а не просто предъявленные на рынке денежные средства.

Скрытый неудовлетворенный спрос, по мнению ученых, реализуется при покупке товаров и услуг, которые не являются полноценными заменителями отсутствующих либо вообще не связаны с ними отношениями взаимозаменяемости. По нашему мнению, использование вышеуказанного подхода не совсем корректно.

Во-первых, если потребность человека выражается в покупке товара с определенными свойствами, предъявлена на рынке и подтверждена денежным эквивалентом, то эта категория называется спросом. А если соответствующее предложение на рынке отсутствует, этот спрос следует рассматривать как неудовлетворенный. Употребление в этом случае характеристики

⁵ Тришкина Н.А. Экономика организации (предприятия) // Московский институт экономики, менеджмента и права. Центр дистанционных образовательных технологий МИЭМП. Учебный курс. Учебно-методический комплекс. 2010: [электронный ресурс]. URL: http://www.e-college.ru/xbooks/xbook010/book/index/index.html?go=part-013*page.htm.

«скрытый» некорректно. Следует согласиться с теми авторами, которые считают, что спрос в случае отсутствия одних товаров и переключения покупателя на другие, представленные на рынке в данный момент времени, следует называть переключенным [6: с. 21; 27].

Во-вторых, данный подход не учитывает особенности его применения в сфере услуг. Процесс переключения с одной услуги на другую на рынке услуг осложняется специфическими свойствами самих услуг. В частности, конкретную услугу очень сложно заменить другой услугой, например, фотоуслуги невозможно заменить на ремонт обуви. Спрос — это потребность в конкретных услугах. Процесс замены услуги на услугу может осуществляться в рамках только одной группы услуг либо выражаться в переходе покупателя от одного предприятия к пользованию услугами другого. Кроме того, на рынке услуг может иметь место ситуация, когда покупатель, при определенных условиях, переключается с приобретения услуги на покупку нового товара, например с ремонта стиральной машины на покупку новой.

В-третьих, если рассматривать неудовлетворенный спрос с позиции конкретного предприятия, то для принятия обоснованных управленческих решений не так важно, какова форма спроса — скрытая или явная. Перед предприятием стоит задача увеличить объем реализованного удовлетворенного спроса. Следовательно, в данном случае важна характеристика именно неудовлетворенного спроса, формы его представления на рынке, в частности, причины неудовлетворенности и установление способов увеличения удовлетворенного спроса за счет объема неудовлетворенного. Таким образом, на рынке услуг с позиции конкретного предприятия более актуально осуществлять исследования именно неудовлетворенного спроса с целью удержания соответствующих конкурентных преимуществ.

В работе И.В. Петручени неудовлетворенный спрос рассматривается с позиции уровня дохода потребителя [9]. По его мнению, у лиц с низкими доходами неудовлетворенный спрос относительно невелик и связан с недостатком товаров, необходимых для поддержания «нормальных» условий жизни. У лиц, имеющих доступ к широкому кругу разнообразных качественных товаров и услуг, т. е. у группы населения со средним уровнем дохода, неудовлетворенный спрос если и возникает, то быстро удовлетворяется. Население с высокими доходами предъявляет значительный неудовлетворенный спрос на дорогостоящие и высококачественные товары. В данном случае И.В. Петрученя неудовлетворенный спрос приравнивает к категории спрос. С данным подходом следует не согласиться по ряду причин. Во-первых, у людей с низким уровнем дохода спрос вообще невелик и ограничивается отсутствием необходимых денежных средств, а не отсутствием предложения. Спрос — это потребность, подкрепленная денежным эквивалентом, а не предложением. В случае, когда у покупателя имеется потребность, обеспеченная платежеспособностью и предъявленная на рынке, но в силу отсутствия соответствующего предложения она не реализовалась, спрос

переходит из базовой категории в форму неудовлетворенного спроса. Экономически некорректно обосновывать низкий уровень потребления у людей с низким уровнем дохода отсутствием предложения. Во-вторых, неудовлетворенный спрос у людей со средним уровнем дохода автор приравнивает к реализованному спросу. При этом следует отметить: не всегда у людей со средним уровнем дохода имеется доступ к широкому кругу разнообразных и, что очень важно, качественных товаров. В-третьих, население с высоким уровнем дохода предъявляет на рынке более дифференцированный спрос и он не всегда является неудовлетворенным. Только в случае отсутствия на рынке качественных или количественных характеристик товара, соответствующих предъявленному спросу на них со стороны покупателя, можно говорить о неудовлетворенном спросе.

По мнению автора, рассматривая неудовлетворенный спрос на рынке услуг, следует особо учитывать специфичность самих услуг. Человек не может оценить качество услуги в большинстве случаев до ее приобретения, и проблема исследования неудовлетворенного спроса в сфере услуг приобретает в силу этого особенную актуальность, поскольку, во-первых, услуги, как правило, не являются предметом первой необходимости, как, например, хлеб или вода. Во-вторых, процесс исследования неудовлетворенного спроса выступает в форме обратной связи, информирующей производителя о низком качестве предоставляемых им услуг. В-третьих, при вынужденном систематическом приобретении некачественных услуг нарастает внутреннее негативное состояние человека, что может привести к конфликтным ситуациям с производителями услуг. Потребители, купившие услугу и реализовавшие спрос, но ощущающие несоответствие между их ожиданиями и полученной услугой, могут перейти в группу с неудовлетворенным спросом и в дальнейшем отказаться от приобретения услуг, не соответствующих их запросам. Таким образом, реализованный спрос на услуги находится как бы в состоянии неустойчивого равновесия: при одних условиях он может быть удовлетворенным, а при других — неудовлетворенным (удаленность места предоставления услуги от местонахождения потребителя, неудобный график работы и т. д.). Поэтому реализованный неудовлетворенный спрос на рынке услуг необходимо рассматривать не как стабильную часть удовлетворенного спроса, а как его подвижную часть и исследовать его необходимо как самостоятельную форму неудовлетворенного спроса, что дает потенциальную возможность укрупнить массив удовлетворенного спроса за счет снижения доли реализованного неудовлетворенного спроса (см. рис. 1).

Таким образом, по мнению автора, неудовлетворенный спрос на рынке услуг может быть в следующих формах:

- неудовлетворенный нереализованный спрос:
 - спрос, не удовлетворенный в результате отказа от купли-продажи услуги по причине несоответствия потребительских качеств услуги критериям, предъявляемым к ней клиентами;
 - спрос на услуги, не представленные на потребительском рынке региона;



Рис. 1. Структура спроса населения на услуги по критерию удовлетворенности

- неудовлетворенный, дискретно реализованный спрос:
 - спрос на услуги, удовлетворение которого не может быть произведено в силу отсутствия должного представления (дефицит услуги в регионе);
 - спрос на услуги, качественные характеристики которых не соответствуют требованиям клиентов, но потребляемые в силу их необходимости.

Структуризация неудовлетворенного спроса на потребительские услуги позволяет более полно оценивать потребности населения, уровень соответствия работы предприятий, предоставляющих услуги, запросам потребителей, что является основой более объективной оценки состояния рынка услуг в регионе, в том числе и с позиции предприятия. В процессе исследования спроса изучать степень удовлетворенности потребителей следует именно «с привязкой» к региону [4: с. 43], поскольку одно из свойств услуги как товара является неотделимость от территории.

Литература

1. *Игрунова О.М.* Исследование подходов к определению понятия «спрос» // Вестник Московского городского педагогического университета. Серия «Экономика». 2015. № 1. С. 71–78.
2. *Игрунова О.М.* Исследование управляемых факторов, определяющих спрос на потребительские услуги // Вестник Московского городского педагогического университета. Серия «Экономика». 2012. № 4. С. 152–161.
3. *Игрунова О.М.* Современные подходы к анализу и развитию сферы услуг в регионах: монография. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Изд-во МГАДА, 2011. 183 с.
4. *Котляр А.Э.* Возможности минимизации безработицы в России // Человек и труд. 2001. № 9. С. 43.

5. *Кривошеева Т.М.* Формирование спроса населения на товары и услуги в условиях различных механизмов функционирования экономики: автореф. дис. ... канд. экон. наук (08.00.05). М., 2006. 24 с.
6. *Кривошеева Т.М.* Формирование спроса населения на товары и услуги в условиях различных механизмов функционирования экономики: дис. ... канд. экон. наук (08.00.05). М. 2006. 271 с.
7. *Лаврова Т.И.* Спрос как форма проявления потребностей. Л., 1987. 20 с.
8. *Манакова Е.В., Мищенко С.Н., Морозовская Л.Л.* Исследование удовлетворенности потребителей качеством образовательных услуг в сфере высшего профессионального образования // Вестник Московского городского педагогического университета. Серия «Экономика». 2013. № 3. С. 39–45.
9. *Петрученя И.В.* Изучение спроса на рынке потребительских товаров: дис. ... канд. экон. наук (08.00.05). Красноярск: ГТУ. 2000. 185 с.
10. *Прима Я.Г., Щурин К.В.* Роль потребителя в управлении качеством продукции научного приборостроения // Стандарты и качество. 2008. № 1. С. 68–72.
11. Статистика рынка товаров и услуг: учебник / И.К. Беляевский, Г.Д. Кулагина, А.В. Коротков и др., под ред. И.К. Беляевского. М.: Финансы и статистика, 1995. 431 с.
12. *Чекрышова И.И.* Совершенствование управления социальной инфраструктурой региона: монография. М.: Научный консультант. 2014. 150 с.

Literatura

1. *Igrunova O.M.* Issledovanie podkhodov k opredeleniyu ponyatiya «spros» // Vestnik Moskovskogo gorodskogo pedagogicheskogo universiteta. Seriya «E'konomika». 2015. № 1. S. 71–78.
2. *Igrunova O.M.* Issledovanie upravlyaemy'x faktorov, opredelyayushhix spros na potrebitel'skie uslugi // Vestnik Moskovskogo gorodskogo pedagogicheskogo universiteta. Seriya «E'konomika». 2012. № 4. S. 152–161.
3. *Igrunova O.M.* Sovremenny'e podkhody' k analizu i razvitiyu sfery' uslug v regionax: monografiya. 2-e izd., pererab. i dop. M.: Izd-vo MGADA, 2011. 183 s.
4. *Kotlyar A.E'.* Vozmozhnosti minimizacii bezrabotichy' v Rossii // Chelovek i trud. 2001. № 9. S. 43.
5. *Krivosheeva T.M.* Formirovanie sprosa naseleniya na tovary' i uslugi v usloviyax razlichny'x mexanizmov funkcionirovaniya e'konomiki: avtoref. dis. ... kand. e'kon. nauk (08.00.05). М., 2006. 24 с.
6. *Krivosheeva T.M.* Formirovanie sprosa naseleniya na tovary' i uslugi v usloviyax razlichny'x mexanizmov funkcionirovaniya e'konomiki: dis. ... kand. e'kon. nauk (08.00.05). М. 2006. 271 с.
7. *Lavrova T.I.* Spros kak forma proyavleniya potrebnostej. L., 1987. 20 s.
8. *Manakova E.V., Mishhenko S.N., Morozovskaya L.L.* Issledovanie udovletvorennosti potrebitelej kachestvom obrazovatel'ny'x uslug v sfere vy'sshego professional'nogo obrazovaniya // Vestnik Moskovskogo gorodskogo pedagogicheskogo universiteta. Seriya «E'konomika». 2013. № 3. S. 39–45.
9. *Petruchenya I.V.* Izuchenie sprosa na ry'nke potrebitel'skix tovarov: dis. ... kand. e'kon. nauk (08.00.05). Krasnoyarsk: GTU. 2000. 185 s.
10. *Prima Ya.G., Shhurin K.V.* Rol' potrebitelya v upravlenii kachestvom produkcii nauchnogo priborostroeniya // Standarty' i kachestvo. 2008. № 1. S. 68–72.

11. Statistika ry'nka tovarov i uslug: uchebnik / I.K. Belyaevskij, G.D. Kulagina, A.V. Korotkov i dr., pod red. I.K. Belyaevskogo. M.: Finansy' i statistika, 1995. 431 s.
12. *Chekry'shova I.I.* Sovershenstvovanie upravleniya social'noj infrastrukturoj regiona: monografiya. M.: Nauchny'j konsul'tant. 2014. 150 s.

O.M. Igrunova

Satisfied and Unsatisfied Demand for Consumer Services

The article is devoted to research of the concept of demand for consumer services. The author considers various forms of its presentation on the market. Herewith special attention is given to such forms of demand such as satisfied demand and unsatisfied demand.

Keywords: switched demand; mobile demand; delayed demand; consumer services.