

Герасимов Б.И., Гурова Л.Г.

Экономический анализ рынка платных услуг в сфере бытового обслуживания региона: Монография. Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2004. 164 с.

В монографии рассмотрены вопросы экономического анализа рынка платных услуг в сфере бытового обслуживания региона на базе социально-экономической теории и диалектического метода познания.

Предназначена для научных работников и специалистов по проблемам менеджмента качества продукции, товаров и услуг, а также преподавателей, аспирантов и студентов экономических специальностей университетов и других высших учебных заведений.

Министерство образования Российской Федерации
Тамбовский государственный технический университет

Б.И. Герасимов, Л.Г. Гурова

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ РЫНКА ПЛАТНЫХ УСЛУГ В СФЕРЕ БЫТОВОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ РЕГИОНА

Тамбов

□• Издательство ТГТУ □•
2004

ББК У9(2)442
Г371

Рецензенты:

Доктор экономических наук, профессор
В.Д. Жариков

Доктор экономических наук, профессор
Н.И. Куликов

ISBN 5-8265-0271-
1

© Герасимов Б.И., Гурова Л.Г.,
2004

© Тамбовский государственный
технический университет
(ТГТУ), 2004



Б.И. ГЕРАСИМОВ, Л.Г. ГУРОВА

**ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ РЫНКА ПЛАТНЫХ УСЛУГ
В СФЕРЕ БЫТОВОГО
ОБСЛУЖИВАНИЯ
РЕГИОНА**



ИЗДАТЕЛЬСТВО ТГТУ

НАУЧНОЕ ИЗДАНИЕ

ГЕРАСИМОВ Борис Иванович,
ГУРОВА Людмила Григорьевна

**ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ
РЫНКА ПЛАТНЫХ УСЛУГ
В СФЕРЕ БЫТОВОГО
ОБСЛУЖИВАНИЯ РЕГИОНА**

Монография

Редактор Е.С. Мордасова

Компьютерное макетирование И.В. Евсеевой

Подписано к печати 8.01.2004

Гарнитура Times New Roman. Формат 60 × 84/16. Бумага офсетная

Печать офсетная. Объем: 9,53 усл. печ. л.; 10,0 уч.-изд. л.

Тираж 400 экз. С. 3^М

Издательско-полиграфический центр ТГТУ
392000, Тамбов, Советская, 106, к. 14

ВВЕДЕНИЕ
.....

Глава 1 РАМОЧНЫЕ ПАРАМЕТРЫ И ДИНАМИКА
ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ РЕГИО-
НАЛЬНЫХ
РЫНКОВ
УСЛУГ
.....

1.1 Рынок услуг населению – как социально-
экономи-ческая подсистема экономики ре-
гиона

1.2 Состав и структура регионального рынка
услуг населению
.....
..

1.3 Особенности формирования потребитель-
ского рынка услуг в условиях трансформа-
ционных процессов в экономике региона
.....

Глава 2 МОНИТОРИНГ СОСТОЯНИЯ И РАЗВИТИЯ
СФЕРЫ
ПЛАТНЫХ УСЛУГ В ТАМБОВСКОЙ ОБ-
ЛАСТИ

2.1 Состояние и тенденции развития рынка
платных услуг населению в Тамбовской об-
ласти и ее субрегионах
.....
..

2.2 Роль малого предпринимательства в форми-
ровании рынка услуг Тамбовской области
.....

Глава 3 СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ РЕГИОНАЛЬНО-
ГО
МЕХАНИЗМА РАБОТЫ РЫНКА ПЛАТНЫХ
УСЛУГ
В СФЕРЕ БЫТОВОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ
.....

3.1 Основы механизма реализации бытовых ус-
луг населению в регионе
.....

3.2 Стратегия и тактика регионального регули-
рования оказания платных услуг населению
(на примере
бытового обслуживания населения в Там-
бовской области)
.....
..

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

СПИСОК

ЛИТЕРАТУРЫ

ПРИЛОЖЕНИЯ

Введение

Будущее российской экономики объективно связано с развитием и совершенствованием рыночных отношений, эффективными преобразованиями в различных отраслях экономики. Рынок услуг, являющийся важнейшей составной частью территориальной социально-экономической системы, находится в настоящее время в состоянии противоречивых реорганизаций и поиска наиболее приемлемых форм функционирования и развития. Он представляет собой специфическую, сложную, разнородную, разветвленную социально-экономическую сферу, включающую множество различных видов деятельности, имеющих не только определенные сходства, но и порой весьма существенные отличия.

Трансформационные процессы в экономике России в значительной степени затронули сферу платных услуг. В частности, это проявилось в падении объемов производства, невыполнении заданий по вводу в действие объектов социальной сферы, резком повышении цен на платные услуги.

Недостатки прежней командно-административной системы управления продолжают тяжелым бременем ложиться на выбор действенной системы формирования потребительского рынка в экономике региона, который является существенным стабилизирующим фактором экономического роста. Роль рынка услуг проявляется в смягчении проблем безработицы путем организации новых рабочих мест, росте благосостояния народа, обслуживании социально незащищенных, малообеспеченных слоев населения, привлечении значительных инвестиционных ресурсов для развития предприятий услуг.

Эффективное управление рынком платных услуг предусматривает знание основных механизмов данного процесса, использование современных методов мониторинга, разработку стратегии регулирования рынка платных услуг населению.

Решение данных проблем требует проведения глубоких научных исследований и разработки практических рекомендаций в области формирования и развития регионального рынка платных услуг населению в современных условиях. Все вышеизложенное определяет актуальность настоящего исследования.

Исследование теоретических и практических вопросов формирования потребительского рынка услуг, их государственного регулирования проводилось в научных трудах многих отечественных и зарубежных авторов, таких как: А.М. Бабич, С.В. Браун, П.М. Джексон, Е.В. Егоров, Е.Н. Жильцов, А.В. Шаронов, Л.Н. Якобсон и др. Проблемы формирования регионального рынка услуг в течение длительного периода времени являются одним из основных предметов исследований та-

ких отечественных специалистов, как И.В. Бушуева, Л.Н. Ерохина, Т.Н. Корягина, Н.Н. Кузнецова, В.Ю. Морозов, Н.А. Платонова, В.М. Рутгайзер, Л.Б. Сульповар, Л.С. Ядгаров и др. В этих работах исследуются основные понятия, характеризующие данное направление, дается классификация услуг, изучены особенности рынка платных и в том числе, бытовых услуг и условия, формирующие потребительский рынок услуг.

Однако разнообразие и динамизм протекающих процессов на фоне трансформации собственности выдвигают ряд нерешенных проблем, связанных с изменением общей экономической ситуации. Многие аспекты формирования потребительского рынка услуг в регионах, управления бытовым обслуживанием на региональном уровне требуют дальнейшего изучения, поиска и обоснования путей развития, подготовки конкретных рекомендаций для практиков. Разработка

новых теоретических подходов к формированию рынка платных услуг как одной из составляющих экономики региона и рекомендаций по совершенствованию его развития обусловлен выбор темы данной монографии и направлений исследования.

Глава 1

РАМОЧНЫЕ ПАРАМЕТРЫ И ДИНАМИКА ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНЫХ РЫНКОВ УСЛУГ

1.1 РЫНОК УСЛУГ НАСЕЛЕНИЮ – КАК СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПОДСИСТЕМА ЭКОНОМИКИ РЕГИОНА

В международной классификации отраслей принято выделять три сектора: первичный (сельское хозяйство, добывающая промышленность), вторичный (обрабатывающая промышленность) и третичный (сфера услуг или социальная сфера). Сфера услуг является составной частью народнохозяйственного комплекса, участвует в общей системе экономических отношений и подчиняется общим экономическим законам, действующим в данном обществе.

Как считает В.Д. Стаханов, если термин «непроизводственная сфе-ра» заменить терминами «социальная сфера» и «институциональная сфера», то можно показать, что сфера услуг в большей или меньшей степени охватывает все сферы человеческой жизнедеятельности (рис. 1) [105].



Рис. 1 Принципиальная модель основных сфер
человеческой жизнедеятельности

В данной модели:

- институциональная сфера включает все институты государственного управления от высших органов власти до местного самоуправления;
- производственная сфера включает все формы организации производства материальных благ;
- социальная сфера включает все разнообразие способов удовлетворения социальных потребностей людей;
- сфера услуг включает все виды производства самых разнообразных услуг.

Экономику, функционирование которой направлено первоочередным образом на удовлетворение потребностей человека, семьи, исходя из социальных запросов, принято называть социально ориентированной.

Построение социально ориентированной экономики предполагает ослабление дифференциации между различными слоями населения и направлено в первую очередь на удовлетворение социальных запросов граждан. Увеличение социальной роли государства в период реформ, как правило, способствует снятию социальной напряженности в области, позволяет увеличить покупательную способность населения и способствует более эффективному функционированию экономики. Роль сферы услуг – традиционно социальной отрасли народного хозяйства – за годы реформ была значительно ослаблена и трансформировалась как в России, так и в регионах. В социальной политике регионов сфера услуг в настоящее время занимает незначительное место. Современная роль услуги должна проявиться в конкурентов с возросшим материальным производством, в ориентировании на конкретного потребителя в целом, в высокой мобильности данной отрасли, которая выражается в поиске и предоставлении принципиально новых услуг, основанных на применении новых технологий. Для построения такой социально ориентированной экономики необходимо преодолеть инерционность прежнего типа воспроизводства и сформировать принципиально новые формы, отношения и институты, отвечающие современной роли сферы услуг в социально ориентированном рыночном пространстве региона.

В экономической теории все блага, предлагаемые на рынке, разделяются на товары и услуги в зависимости от материального и нематериального характера продукта [164]. Только очень немногие продукты относятся к «чистым» товарам или «чистым» услугам.

Услуги – важный вид экономической деятельности, оказывающий влияние на все стороны жизни общества. Степень удовлетворения потребностей населения в услугах является одним из главных индикаторов уровня и качества жизни.

Под услугами принято понимать результаты экономической деятельности, которые не принимают материальной (вещной) формы и удовлетворяют определенные потребности – личные, коллективные и общественные.

С переходом на международную методологию учета и статистики было ликвидировано понятие «непроизводственная сфера», которое применяли к сфере услуг. В связи с этим потребовалось пересмотреть сложившееся за предшествующие 70 лет в отечественной науке и практике представление о роли услуг в развитии общества, в экономике страны.

Труд в сфере услуг признан производительным, сама эта сфера производственной, а результаты ее функционирования учитываются в валовом внутреннем продукте и в других показателях результатов экономической деятельности.

Важность роли услуг в экономике обусловлена следующими факторами:

- высокой доходностью (ликвидностью) услуг, которые, как правило, потребляются в момент их производства;
- относительно невысокой материалоемкостью (включая так называемые нематериальные услуги), что увеличивает объем добавленной стоимости, следовательно, национальный доход;
- коротким сроком получения платы за выполненные услуги.

Несмотря на то, что в развитых странах в сфере услуг занято более половины трудоспособного населения, ее место в системе общественного производства определяется некоторой подчиненностью по

отношению к материальному производству, так как именно уровень развития производственных сил, потенциал материального производства определяют возможные границы в развитии отраслей услуг, устанавливают экономические и материальные ориентиры в социальном пространстве реального бытия.

С другой стороны, сфера сервиса также оказывает весьма существенное влияние на развитие материального производства, на уровень и качество жизни общества в целом.

Сфера сервиса обслуживает процессы производства, распределения, обмена и потребления материальных благ и услуг, обеспечивает их сбалансированное и эффективное взаимодействие и развитие, выступает посредником между производством и потреблением, между конкретным производителем и конкретным потребителем, создает конкуренцию товарам, производимым в основном в материальном производстве, заменяя отсутствие материальных благ.

Кроме того, грамотно спроецированный на общественные отношения сервис:

- способствует повышению эффективности общественного и, в частности, материального производства, прежде всего через повышение производительности труда и создание условий оптимизации трудового процесса;

- обеспечивает поддержание воспроизводства экономически активного населения в общественно необходимом масштабе за счет специфических видов деятельности (образование, переподготовка кадров, медицина), воздействующих на интеллект и физическое состояние работников;

- оптимизирует структуру внерабочего времени экономически активного населения;

- повышает уровень и качество жизни, формирует оптимальную для исторически конкретного общества структуру потребностей и способствует их реальному удовлетворению;

- создает условия для нормальной жизнедеятельности экономически неактивного населения за счет специфических видов деятельности, воздействующих на структуру их свободного времени, интеллект, здоровье, личное имущество;

- способствует сбалансированности доходов и расходов экономически неактивного населения;

- формирует в своей структуре такие ключевые факторы материального роста, как научные знания, нематериальные формы накопления, информационные технологии и т.п.;

- оказывает существенное влияние на обеспечение национальной безопасности государства и общества.

Таким образом, рассматривая сервис с точки зрения его участия в производстве и воспроизводстве общественной жизни, нетрудно заметить, что во всех сферах общественного устройства и на всех его уровнях институт сервиса в той или иной степени обнаруживает свое присутствие и свое влияние.

С точки зрения его участия в общественном устройстве в целом, сервис можно рассматривать как показатель экономического, политического и социального развития государства, как показатель исторического развития общества; сервис выступает как конкретный индикатор материального благополучия и уровня экономического благосостояния населения, исчисляемый через участие в его сфере доли трудоспособного населения, через поддающуюся регистрации сферу бытовых и, в какой-то мере, индивидуальных «чистых» услуг.

Как отмечает Ю.П. Свириденко, основной функцией сервиса как такового является доведение до потребителя материальных и нематериальных благ в соответствии с индивидуальными вкусами и запросами путем предоставления соответствующих потребностей, обслуживания процесса их потребления; создание условий для быта, отдыха и досуга; способствование увеличению свободного времени и рациональному его использованию. В этом заключается особая личностная значимость сервиса: он непосредственно формирует условия, образ и уровень жизни населения, т.е. реализует социальную константу экономики, особенно в условиях рынка [66].

Сервис выступает и как социальный заказ государства, и как социальный заказ общества.

В целом, в мировом сообществе роль и значение института сервиса неуклонно возрастают.

Так, к концу 1990-х гг. суммарная доля услуг в общественном производстве ведущих зарубежных стран достигла 62...74 %, количество занятых в сфере сервиса по отношению к общей численности занятых – 63...75 %, объем капиталовложений превысил 50 % от общей суммы инвестиций.

В реальных цифрах показатели развития института сервиса в России существенно выросли. Так, в 2002 г. по отношению к 1990 г. валовой внутренний продукт в экономическом исчислении увеличился в сфере сервиса с 23 до 52 %, а общая численность занятых выросла

с 37 до 58,0 % [123]. Однако, в преобладающей своей части этот рост связан с более глубоким кризисом в сфере материального производства.

Тем не менее сфера услуг, как в России, так и в нашей области, в последнее десятилетие претерпела существенные изменения, постепенно превращаясь из неразвитой и социально не престижной сферы бытовых услуг в динамично развивающуюся реально и потенциально престижную сферу сервиса, в известной своей части уже отвечающую требованиям европейских и мировых стандартов.

В валовом внутреннем продукте США стоимость услуг составляет 75 %, Англии – 64 %. В России в настоящее время на его долю приходится более 49 %, в Тамбовской области – 52 % [125].

Социальная сфера услуг – совокупность отраслей и видов деятельности, функциональное назначение которых в системе общественного производства выражается в производстве и реализации услуг и духовных благ для населения.

По мнению А.Л. Леонова, отрасли обслуживания в зависимости от их роли в процессе воспроизводства, от характера удовлетворения или потребностей можно объединить в две группы. Одна представляет отрасли, деятельность которых нацелена на удовлетворение социально-культурных, духовных, интеллектуальных запросов человека, поддержание его нормальной жизнедеятельности (образование, здравоохранение, физкультура, социальное обеспечение, культура, искусство). Другая охватывает отрасли материально-бытового обслуживания: жилищно-коммунальное хозяйство, бытовое обслуживание, пассажирский транспорт, непромышленная связь, розничная торговля, общественное питание. Они призваны способствовать сокращению затрат труда на ведение домашнего хозяйства, обслуживание членов семьи, расширению возможностей для удовлетворения духовных запросов и гармоничному развитию личности [119].

Услуги как особый вид товара приобретают все более разнообразные формы. Для Тамбовской области, как и для России в целом, рынок услуг в последние годы развивается и совершенствуется достаточно быстрыми темпами. Для него характерно как существование традиционных услуг, так и появление новых или модернизация имеющихся на рынке.

Все чаще услуга рассматривается не просто как отдельное действие со стороны предприятия или индивидуума, приносящее выгоду корпоративному или индивидуальному клиенту. В индустриальном обществе услуга начинает играть ведущую роль в формировании конкурентно-способного предложения «товар-услуга» или «продукт».

Все чаще товар воспринимается покупателем позитивно и привлекательно только на третьем уровне, а именно как «товар с подкреплением», что обуславливается следующими обстоятельствами:

– товары длительного пользования становятся все более сложными в монтаже, ремонте и другом обслуживании;

– так как потребительские товары повседневного спроса отличаются огромным ассортиментом и насчитывают множество марок, то необходимыми услугами при их покупке становятся обеспечение удобства, облегчение выбора, продвижение и т.д.;

– продукция промышленного назначения традиционно сопровождается рядом сложных услуг «промышленного» характера. Их роль особенно возрастает в последнее время, так как среди прочих факторов содействует установлению длительных межфирменных взаимодействий, в чем заинтересованы практически все предприятия.

Появление товара в форме услуги вызвало к жизни формирование рынка услуг, который представляет собой совокупность социально-экономических, юридических, материальных и финансовых отношений, возникающих между производителями этих услуг – продавцами и их потребителями (покупателями) в процессе купли-продажи услуг. В качестве субъектов этих отношений выступают предприятия, учреждения и физические лица, оказывающие и потребляющие платные услуги.

Поскольку рынок удовлетворяет потребности «конечного» потребителя, и с этой точки зрения от его функционирования непосредственно зависит уровень и качество потребления, а следовательно, жизни населения, такой рынок называется **потребительским**. Немаловажную роль и место в последнее время играет услуга как составляющая потребительского рынка, судя по масштабам экономических возможностей, которые приняла за последние десятилетия эта сфера производства.

Рынок потребительских услуг предлагает к реализации потребительские услуги, выступающие на этом рынке как товар.

Сбыт платных услуг является в основном функцией от величины финансовых ресурсов населения, предназначенных для их оплаты и, в дальнейшем мы будем рассматривать рынок платных услуг населению. Следует подчеркнуть тот момент, что категория «платные услуги» включает большое количество разнообразных услуг, которые имеют неодинаковое значение для потребителя. Поэтому рынок платных услуг зависит от приоритетности каждого вида услуг.

Природа сферы услуг, особенности, отличающие услугу от материального товара, обуславливают специфику рынка услуг, который рассматривается в единстве с товарным рынком как одна из его разновидностей, подчиняющаяся общим законам рыночной экономики, среди которой выделяют:

- **высокий динамизм;**
- **территориальную сегментацию и локальный характер;**
- **высокую скорость оборота капитала вследствие короткого производственного цикла;**
- **преобладание малых и средних предприятий, а также их высокую чувствительность к рыночной конъюнктуре в связи с невозможностью транспортировать и складировать услуги;**
- **специфику процесса оказания услуг, связанную с личным контактом производителя и потребителя;**
- **индивидуальность и нестандартность оказываемых услуг и технологий во многих отраслях;**
- **высокую дифференциацию продукта в одной и той же отрасли;**
- **неопределенность результата во многих случаях при оказании услуг;**
- **наличие ассиметрии информации у производителя и потребителя.**

Для обоснования стратегического выбора дальнейшего развития региона необходим анализ достигнутого социально-экономического уровня в целом, в разрезе основных отраслей и сфер жизнедеятельности, а также выявление тенденций и факторов, обусловивших тот или иной характер протекания социально-экономических процессов.

Условия социально-экономического развития определяются значительным количеством взаимосвязанных факторов, оказывающих как позитивное, так и негативное влияние на перспективу развития. К числу таких параметров качества жизни можно отнести, прежде всего факторы здоровья населения, уровня медицинского обслуживания, обеспеченность жильем и важнейшими продуктами питания, составляющие уровня и образа жизни населения и др. Многие аспекты качества жизни населения представлены уровнем развития регионального потребительского рынка.

Известно, что необходимое условие социально-экономического развития региона – сбалансированность в нем отраслей материального производства и сферы обслуживания, так как только при пропорциональном их развитии возможно наиболее эффективное использование материальных и трудовых ресурсов территории. Проблема регулирования этого процесса состоит не только в привлечении работников, но и в закреплении их в регионе. Приживаемость населения в значительной мере зависит от тех жизненных условий, которые создаются объектами сферы услуг, в том числе и бытовых. В современных условиях решение большинства из указанных выше вопросов может быть осуществлено путем применения программно-целевого метода управления как важнейшего средства реализации социальной политики региональных органов управления.

Дальнейшее развитие сферы услуг, и прежде всего бытового обслуживания, будет осуществляться в основном путем создания предпринимательских структур. В этих условиях проблема регулирования сферы услуг в интересах всего общества является прерогативой региональных органов управления и включает в себя значительное число аспектов, в частности, стратегию и тактику социальной политики, выбор форм и методов, а также рычагов экономического воздействия на развитие сферы услуг.

Автор считает, что развитие институциональной структуры сервиса в инфраструктурном комплексе экономики стимулирует оптимизацию хозяйственно-экономического механизма на уровне конкретного региона, проявляя в содержании предоставляемых услуг взаимодействие отраслей экономики, а также взаимодействие социальных объектов, выраженных в удовлетворенности потребностей населения в тех или иных видах услуг.

В связи с этим можно говорить о том, что следуя мировым сообществам, в числе приоритетных отраслей экономики необходимо развивать в частности и сферу услуг. Проведение соответствующей политики должно осуществляться не только на федеральном, но и на региональном уровне, и в первую очередь в области привлечения инвестиций, поскольку именно недостаточность региональных финансовых средств делает невозможным развитие сферы услуг.

Таким образом, хозяйственный механизм в сфере услуг представляет собой единство социального и экономического аспектов, баланс социальной справедливости и экономической эффективности на основе упорядочения системы форм и методов, инструментов государственного и общественного воздействия на социальные и экономические процессы, что позволяет говорить о рынке услуг как о самостоятельной социально-экономической подсистеме рыночной экономики региона. Сущность потребительского рынка как социально-экономической системы региона проявляется, во-первых, как специфическая часть единого рынка региона, во-вторых, как наибольшая и значимая часть рынка услуг в регионе, в-третьих, как особая форма реализации экономических отношений между хозяйствующими субъектами и населением региона, что в свою очередь предопределено характером и формами отношений собственности, производства, присвоения и перераспределения доходов.

1.2 СОСТАВ И СТРУКТУРА РЕГИОНАЛЬНОГО РЫНКА УСЛУГ НАСЕЛЕНИЮ

Услуга в качестве основополагающего сущностного признака и неотъемлемого атрибута содержит в диалекте своего бытия единый процесс производства и персонального субъективного потребления. Специализированный процесс соединения производителя услуг с индивидуально-конкретным потребителем, целеполагающее доведение до потребителя самого труда и его результатов носит название «сервис» или «обслуживание». Осязаемого, овеществленного продукта производства потребителю не представляется. Процесс обслуживания, как правило, индивидуален, поливариантен, в своей конструкции носит творческий характер, дифференцирован по времени, месту, срокам и способам предоставления услуг и т.д. Сложность конструкции обслуживания обусловливается неопределенной множественностью и разнообразием субъектов потребления и стремлением производителей услуг удовлетворить по условиям, ассортименту и качеству еще большее множество заявленных в сфере их деятельности потребностей.

Все эти характеристики сферы сервиса, смещение функциональных акцентов в ту или иную отрасль обслуживания в конечном итоге привели к появлению различных классификаций услуг как у нас в стране, так и за рубежом.

Сфера услуг – крайне многообразна. Классификация услуг способствует пониманию изучаемого явления, позволяет выделить отличительные черты каждого вида услуг, определить специфику методов управления.

К сфере услуг принято относить:

- торговлю (оптовую и розничную);
- услуги по обеспечению питания и проживания (гостиницы, рестораны и т.д.);
- транспорт;
- связь и информационное обслуживание;
- услуги по снабжению, заготовкам и хранению материально-технических ресурсов;
- кредит, финансы и страхование, сделки с недвижимостью и другие услуги по функционированию рынка;
- образование, культуру и искусство;
- науку и научное обслуживание;
- здравоохранение, включая физическую культуру и спорт;
- услуги по обслуживанию домашнего хозяйства (услуги по поддержанию и ремонту жилищного хозяйства, производственно-бытовые и коммунальные услуги);
- услуги личного характера (непроизводственные бытовые услуги, парикмахерские, услуги фотоателье и т.д.);
- услуги государственного управления.

Такая отраслевая классификация сферы услуг действует во многих странах, в том числе и в России.

При рассмотрении услуг применяются разные классификации и группировки.

Основополагающим для классификации услуг является то, что они могут иметь материальный и нематериальный характер. **Услуги материальные** – это услуги, оказанные материальному производ-

ву. **Услуги нематериальные** – услуги науки, страховых организаций, банковские услуги, услуги связи, образования, культуры, обороны, здравоохранения и прочие. Под нематериальными услугами следует понимать результаты социально-экономической деятельности предприятий и учреждений сферы услуг и населения, удовлетворяющие потребности населения и государства (республики, региона), но не воплощающиеся в материальных продуктах.

В рыночной экономике принципиальным является деление услуг на рыночные и нерыночные.

Рыночные услуги оказываются по ценам, покрывающим издержки и обеспечивающим прибыль, т.е. это услуги, предназначенные к реализации или реализованные по экономически значимым ценам.

Нерыночные услуги оказываются бесплатно. Это, как правило, социально-ориентированные услуги, финансируются они из бюджета или общественными организациями. Если они и оцениваются, то по экономически не значимой цене. Таковой формально считается цена, если она покрывает меньше 50 % затрат на оказание услуг. Потребляются такие услуги либо обществом в целом, либо домашними хозяйствами.

Попытка более системного описания сферы услуг предпринята Ловелокком, которая приводится в изложении В.Д. Марковой (табл. 1) [79].

1 Основы классификации услуг

Основные классы услуг	Сфера услуг
1 Осязаемые действия, направленные на тело человека	Здравоохранение, пассажирский транспорт, салоны красоты и парикмахерские, спортивные заведения,
2 Осязаемые действия, направленные на товары и другие физические объекты	рестораны и кафе Грузовой транспорт, ремонт и содержание оборудования, охрана, поддержание чистоты и порядка, прачечные, химчистки, ветеринарные услуги
3 Неосязаемые действия, направленные на сознание человека	Образование, радио- и телевизионное вещание, информационные услуги, театры, музеи
4 Неосязаемые действия с неосязаемыми активами	Банки, юридические и консультационные услуги, страхование, операции с ценными бумагами

Главное в данной классификации – на кого (на что) направлены услуги и являются ли они осязаемыми, т.е. это так называемая классификация услуг **по признаку осязаемости**: «услуги осязаемые» и «услуги неосязаемые». Приведенная классификация отражает в общих чертах специфику нематериального производства и в случае необходимости может быть существенно изменена и дополнена при сохранении ее основополагающих признаков.

Однако необходимо заметить, что этих классификационных групп также явно недостаточно, поскольку на современном этапе развития индустрии сервиса сложилась тенденция к увеличению разнообразия оказываемых услуг, которые обладают различными признаками. А значит, следует искать новые пути расширения и обновления классификации.

Рассмотрим официальный Общероссийский классификатор услуг населению (ОКУН), являющийся до настоящего времени структурным элементом единой системы классификации и кодирования технико-экономической и социальной информации (ЕСКК ТЭИ).

В преамбуле отмечено, что классификатор разработан для решения следующих задач:

– развития и совершенствования стандартизации в сфере услуг населению;

- осуществления сертификации услуг с целью обеспечения безопасности жизни, здоровья потребителей и охраны окружающей среды, предотвращения причинения вреда имуществу потребителей;
- повышения эффективности средств вычислительной техники;
- учета и прогнозирования объектов реализации услуг населению;
- изучения спроса населения на услуги;
- предоставления услуг населению предприятиями и организациями различных организационно-правовых форм собственности и гражданами – «индивидуалами»;
- гармонизации классификации услуг населению с международными классификациями;
- актуализации видов услуг с учетом новых социально-экономических условий в Российской Федерации.

Классификатор включает в себя следующие группы услуг:

- 01 – бытовые услуги;
- 02 – услуги пассажирского транспорта;
- 03 – услуги связи;
- 04 – жилищно-коммунальные услуги;
- 05 – услуги учреждений культуры;
- 06 – туристские и эксплуатационные услуги;
- 07 – услуги физической культуры и спорта;
- 08 – медицинские услуги, санаторно-оздоровительные услуги, ветеринарные услуги;
- 09 – услуги правового характера;
- 10 – услуги банков;
- 11 – услуги в системе образования;
- 12 – услуги торговли и общественного питания, услуги рынков;
- 80 – прочие услуги населению.

В части поставленных перед собой целей авторы свою задачу несомненно выполнили. Новый классификатор услуг явился, безусловно, шагом вперед по сравнению с существовавшими классификаторами прошлых лет. Однако представляется, что здесь все же мы имеем дело с традиционно сложившейся в российском социальном пространстве сферой услуг, мало учитывающей реалии сегодняшнего дня.

Видимо, в прочие услуги придется включать многие виды деятельности в непроизводственной сфере, появившиеся у нас сравнительно недавно, но составляющие в западных странах существенную часть сервиса. Вероятно излишне говорить, что при сопоставлении с зарубежными вариантами методик исследования сервиса рассмотренный классификатор приемлем только частично.

Однако заметим, что мы имеем дело с классификатором сегодняшнего дня. Авторы, несомненно, прогнозировали такой поворот событий и, судя по кодировке, оставили за собой коллективное право расширять классификатор по мере формирования в стране полноценного по современным меркам сервиса.

Очевидно, что практически неограниченный круг бытовых потребностей граждан и объективная необходимость его сопоставления с материальными, организованными, социальными, квалификационными и иными возможностями исполнительских бытовых структур требуют определенной упорядоченности этих потребностей и соответствующих форм их удовлетворения, а, следовательно, обуславливают использование в качестве критериев упорядочения различных сущностных признаков оказываемых услуг.

Потребительский рынок – это сочетание связанных друг с другом отраслей, обеспечивающих платежеспособный спрос населения региона. На сегодняшний день этот сектор экономики, представленный совокупностью самостоятельно хозяйствующих субъектов различной формы собственности и осуществляющих свою деятельность в сферах торговли, общественного питания, жилищно-коммунального хозяйства, бытового обслуживания, индустрии отдыха и развлечений и тому подобное, призван повысить степень комфортности проживания населения, участвовать в регулировании его занятости [120]. Рынки обеспечивают потребление через ответное предложение товаров и услуг.

Потребление материальных и духовных благ определяет качество жизни населения. С пози-

ции возмездности для населения потребление можно разделить на две большие группы: потребление на платной основе и на бесплатной основе. Бесплатное потребление обеспечивается в основном за счет государственного сектора: бесплатное медицинское обслуживание, бесплатное образование и т.п. Платное обслуживание обеспечивается за счет рынка товаров и услуг. Таким образом, с точки зрения экономических категорий, потребительский рынок охватывает все сферы потребления, где возможны рыночные отношения. Как формируется платное потребление, т.е. потребительский рынок, можно увидеть на рис. 2 [120].

К традиционному делению потребностей на материальные и нематериальные добавляются такие сегменты, как:

- потребность в поддержании жизнедеятельности организма – необходимость в еде, одежде, жилье, медицинской помощи;
- потребность в поддержании нормальных условий жизни – обслуживание жилья, облегчение домашнего труда, обеспечение информацией и т.п.;
- потребность в духовном и культурном развитии – познание, расширение кругозора, культура и т.д.

Каждый вид потребностей может быть удовлетворен соответствующей отраслью регионального хозяйства или социальной инфраструктуры.

Поскольку речь идет не о минимальных потребностях, не о региональном потреблении, а о качестве жизни населения региона, можно предположить, что в каждом сегменте существует платежеспособный спрос. А наличие платежеспособного спроса подразумевает его реализацию на рынке. Формируя ответное предложение товаров или услуг, рынки обеспечивают потребление.

По данным Тамбовского областного комитета госстатистики наблюдаются серьезные отличия потребления сельских и городских жителей, особенно в части продуктов питания (рис. 3).

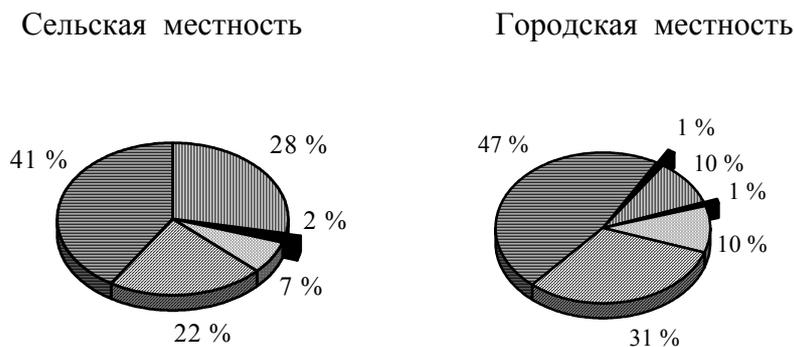


Рис. 3 Соотношение потребительских расходов населения Тамбовской области по городской и сельской местности в 2002 г.:

- – стоимость предоставленных в натуральном выражении дотаций и льгот;
- – стоимость натуральных поступлений продуктов питания;
- – расходы на покупку алкогольных напитков;
- – расходы на оплату услуг;
- – расходы на покупку непродовольственных товаров;
- – расходы на покупку продуктов питания

Эти отличия связаны в основном с тем, что для сельского населения преобладает натуральное поступление за счет приусадебных хозяйств, выращивания домашней птицы и скота. Вследствие этого значимость потребительского рынка для поддержания качества жизни для сельского населения значительно ниже, чем для городского.

Роль потребительского рынка в формировании качества жизни определяется фактором покупательной способности населения региона. В этой связи неравнозначны и отрасли, входящие в его состав. Ранжирование значимости и очередности удовлетворения той или иной потребности во многом зависит от социальной принадлежности, доходности, стиля жизни конкретного потребителя, а также многих других факторов.

Рассмотрев общую структуру потребительских расходов населения Тамбовской области в 2002 г. (табл. 2), автор делает следующие выводы:

- наиболее значимыми для населения являются потребности в продуктах питания;
- на втором месте по значимости находятся непродовольственные товары;
- третье место занимают расходы на оплату услуг;
- послекризисный период характеризуется некоторым увеличением доли услуг в потребительских расходах населения за счет всех остальных групп, однако общая тенденция распределения расходов сохраняется.

2 Структура потребительских расходов населения Тамбовской области (по данным выборочного обследования бюджетов домашних хозяйств, %)

Показатели	Все домохозяйств	В том числе по 10 %-ным (децильным) группам населения ¹									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

1995 г.

Потребительские расходы, из них:	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
на покупку продуктов питания	52,8	63,6	61,5	58,9	58,4	55,9	54,2	52,0	50,1	49,8	46,0
на питание вне дома	1,6	0,5	0,4	1,4	1,6	1,6	2,6	1,6	1,6	1,8	1,2
на покупку алкогольных напитков	2,2	1,6	1,8	2,3	1,5	2,3	2,3	2,3	2,5	2,0	2,3
на покупку непродовольственных товаров	34,8	27,0	29,8	28,4	28,3	30,5	31,6	36,1	36,5	38,0	42,9
на оплату услуг	8,6	7,3	6,5	9,0	10,2	9,7	9,3	8,0	9,3	8,4	7,6

2002 г.

Потребительские расходы, из них:	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
на покупку продуктов питания	53,5	69,7	68,1	64,0	61,8	61,0	55,5	51,3	48,8	53,3	45,9

на питание вне дома	0,7	0,3	0,5	0,4	0,3	0,6	1,1	1,5	1,1	0,8	0,1
на покупку алкогольных напитков	1,9	0,8	0,9	1,0	1,3	1,6	2,0	1,5	2,1	2,0	2,5
на покупку непродовольственных товаров	33,3	17,8	19,3	22,3	24,0	24,4	31,3	36,3	37,7	33,9	41,4
на оплату услуг	10,6	11,4	11,2	12,3	12,6	12,4	10,1	9,4	10,3	10,0	10,1

¹ В зависимости от размера среднедушевых располагаемых ресурсов.



РИС. 4 МЕСТО РЫНКА УСЛУГ В ЕДИНОМ РЫНКЕ

Как следует из рис. 4 рынок услуг в целом и рынок бытовых услуг включены в потребительский рынок как его составные части [107].

Для потребительского рынка определяющим признаком является личное потребление приобретаемых товаров и услуг отдельными лицами или семьями, в то время как для других клиентурных рынков характерно использование товаров и услуг в дальнейшем для производства других продуктов. В данной ситуации не следует искать четких границ разделения единого рынка на различные типы клиентурных рынков, поскольку одни и те же лица, организации или учреждения могут выступать и как покупатели, и как продавцы на различных рынках практически в одно и то же время. Представленная схема отражает лишь условное местоположение рынка бытовых услуг во всей совокупности рынков.

В целом же потребительский рынок можно разделить на два типа – рынок потребительских товаров и рынок потребительских услуг, в котором составной частью являются и бытовые услуги.

По данным Тамбовского областного комитета госстатистики в области сложилась следующая структура рынка услуг (табл. 3).

Из табл. 3 видно, что у потребителей услуг под воздействием внешних и внутренних факторов, характеризующих рыночный процесс, произошло изменение ценностных и потребностных ориентаций, определяемых из изменения структуры сферы услуг.

Приведенные данные наглядно иллюстрирует ситуацию, сложившуюся к настоящему моменту в сфере платных услуг области. За последние 12 лет обозначились тенденции, свидетельствующие о том, что люди стали уделять больше внимания развитию индивидуальных способностей. Об этом свидетельствует рост удельного веса услуг системы образования (в 3,7 раза). Значительно возрос удельный вес жилищно-коммунальных услуг – в 1,3 раза. Начиная с 1999 г., наметилась тенденция к росту потребления санаторно-курортных и оздоровительных услуг, с 1998 г. – медицинских услуг. В то же время,

удельный вес услуг, обеспечивающих бытовые нужды населения сократился (бытовые услуги, пассажирского транспорта).

Следует отметить, что такие же тенденции наблюдаются и по России в целом.

Рынок бытовых услуг рассматривается в единстве с товарным рынком как одна из его разновидностей, подчиняющаяся общим законам рыночной экономики. При этом рынок бытовых услуг имеет ряд **особенностей**, среди которых выделяют такие, как высокий динамизм, территориальная сегментация и локальный характер, высокая скорость оборота капитала вследствие короткого производственного цикла, высокая чувствительность услуг к рыночной конъюнктуре в связи с невозможностью транспортировать и складировать услуги, особенностями процесса оказания услуг, связанными с личным контактом производителя и потребителя, индивидуальность и нестандартность оказываемых услуг и технологий во многих отраслях, неопределенность результата во многих случаях при оказании услуг, наличие асимметрии информации у производителя и потребителя.

Особенностью сферы бытовых услуг является и то, что она отвечает в большей мере, чем другие отрасли деятельности, требованиям свободного рынка: она менее всего поддается монополизации, поскольку производство услуг рассредоточено и основной формой его организации выступает малое предпринимательство, основанное на частной и коллективной собственности.

Рынок бытовых услуг по сравнению с рынком производства товаров отличается большей конкурентностью и непредсказуемостью, а это означает, что вопрос о выживаемости предприятий и фирм как субъектов сферы сервиса стоит достаточно остро и не случайно. Как свидетельствует зарубежный опыт, наибольшее количество банкротств фирм происходит именно в сфере сервиса. Кроме того, в сфере услуг происходит переориентация современного индивида с процесса жизнеобеспечения на процесс личностного развития, изменения требований и к самой услуге. Конкурентноспособными можно считать теперь только те предприятия, которые внесли изменения в свою деятельность в соответствии с этой тенденцией.

Важно также отметить, что само по себе производство услуг носит необратимый характер, т.е. несохраняемость, непостоянство их качества приводит к тому, что усиливаются фактор неопределенности и фактор риска, что не обеспечивает гарантию в получении стабильного дохода, прибыли. Важно и такое обстоятельство: одновременно с производством и потреблением услуг требуют постоянного и особого учета такие факторы формирования благоприятных условий распределения услуг, как: конъюнктура спроса на услуги и применение особых мер по согласованию спроса и предложения на рынке услуг, а также оптимизация организационных форм обслуживания населения, традиционно являющихся самым слабым местом российского сервиса.

Рынок бытовых услуг, также как и рынок в целом, имеет свою структуру. В ходе исследования развития данного рынка была выявлена следующая структура рынка бытовых услуг по Тамбовской области за ряд лет (табл. 4)

Как видно из табл. 4, в структуре бытовых услуг на долю производственных или материальных услуг приходится в среднем 74,3 %. Производственные услуги направлены на удовлетворение спроса населения по изготовлению новых и ремонту существующих предметов длительного пользования. К данной группе относят пошив и ремонт швейных и меховых изделий, головных уборов, обуви, изготовление и ремонт трикотажных, кожгалантерейных, ювелирных изделий, химическую чистку, крашение и стирку одежды, ремонт и строительство жилья и других объектов, ремонт и техническое обслуживание радиоэлектронной аппаратуры, бытовых машин и приборов, транспортных средств и прочее. Установлено, что развитие данных видов услуг по области, как и по России в целом, имеет тенденцию к повышению. Так, если в 1995 г. на их долю приходилось 58,9 %, в 2000 г. – 70,1 %, то в 2002 г., как отмечалось выше, уже 74,3 %.

Мы рассмотрели лишь основные структурные составляющие рынка платных услуг, лежащих в основе их классификации на российском рынке услуг. Однако услуги, и в соответствии с этим и рынки, можно классифицировать и по другим основаниям, принимая во внимание нечто общее или особенное в их структуре, к примеру особенности формирования их в условиях трансформационных процессов, наблюдающихся в экономике региона, которые будут рассмотрены нами в следующем параграфе.

1.3 ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА УСЛУГ В УСЛОВИЯХ ТРАНСФОРМАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В ЭКОНОМИКЕ РЕГИОНА

Недостатки прежней командно-административной системы управления продолжают тяжелым бременем ложиться на выбор действенной системы управления как страной, так и регионом. В связи с этим, на наш взгляд, огромное значение приобретают вопросы рыночных отношений в нашей стране, в том числе и вопросы построения модели рыночных отношений в отдельно взятом регионе. В этом случае вопрос формирования потребительского рынка следует рассматривать в качестве некой модели построения рыночных отношений в отдельно взятой социально-экономической системе.

Трудности, связанные с правильным выбором действенной системы управления хозяйством страны, сказались и на вопросе построения модели экономических отношений в отдельных регионах, т.е. вопросах, связанных с построением непосредственно потребительского рынка. Сегодня трансформационные процессы в России уничтожили прежнюю систему управления, оставив предприятия и отрасли, не умеющие работать в условиях рыночных отношений, без необходимого руководства. При трансформации системы управления важно понять, что рынок не самоцель. Обществу нужен не рынок как таковой, а высокоэффективная и социально ориентированная экономика, где бы функционировал некий меха-

низм с учетом потребительских запросов (потребительский рынок), выступающий средством повышения уровня жизни основной массы населения, снятия напряженности в обществе, основным инструментом социально развитой экономики, способным обеспечить высокий уровень и качество жизни для основной массы населения.

Вопрос формирования сферы услуг в России, как составляющей потребительского рынка, подразумевает под собой формирование несколько крупных, функционально более или менее однородных подразделений, общей весьма разнородной структуры: транспорта, связи, оптовой и розничной торговли, кредитно-финансовой сферы, страхования, операций с недвижимостью, услуг по производству и обращению, бытовых услуг, ремонта и обслуживания автотранспорта, культурно-рекреационной деятельности и блока услуг социального профиля – образования, здравоохранения, социальных услуг ряду категорий населения.

На каждом этапе своего развития общество располагает количественно и качественно определенными материальными и трудовыми ресурсами, определяемыми на региональном уровне особенностями функционирования региональной экономики.

При этом сфера услуг, как институциональная структура, имеет возможность за счет адаптации и изменения отдельных своих элементов повышать эффективность всего регионального хозяйства, увеличивать конечный продукт и фонд потребления. К сожалению, особенности развития российского сервиса, сложившиеся под влиянием определенного планового хозяйственного уклада, характеризующего национальную экономику до последнего времени, не позволили сформировать конкурентноспособный рынок услуг. Его финансирование производилось по остаточному принципу и его развитию как целостной системы, обеспечивающей процесс развития как всего производственного процесса, так и каждого члена общества, не уделялось должного внимания.

Однако в последнее время, с активизацией рыночных отношений, сервис начинает играть все большую роль в жизни общества в целом и индивида, в частности.

Это связано с тем, что производители услуг начинают осознавать значимость сферы услуг и стремятся обеспечивать как процесс развития всей экономики, воспроизводя и сохраняя участника общественного производственного процесса, так и индивидуальное развитие личности. Такой подход дает возможность переориентировать всю систему сервиса с ситуации элементарного жизнеобеспечения потребителей к ситуации внутреннего развития индивида и обозначить сферу услуг как важнейший инфраструктурный социально-экономический комплекс страны.

Потребительский рынок услуг в регионе сложился, но отличается некоторой структурной диспропорциональностью. Частичное объяснение этому – экономические процессы переходного периода. Это либерализация цен, валютного курса, радикально изменивших ценовые пропорции в экономике и породивших значительное сжатие конечного спроса, монетарная политика подавления инфляции; стремительный рост импорта потребительских товаров; общие дезинтеграционные процессы в экономике.

На потребление платных услуг населением оказывает влияние значительное число факторов, как объективного, так и субъективного порядка. Сфера услуг имеет специфические особенности, одна из которых заключается в совпадении процесса удовлетворения потребности в определенной услуге с процессом ее производства. Потребитель услуги дает установку производству в форме заказа, становится активным участником всех его стадий и лично оценивает конечные результаты труда в области обслуживания. Предприятия сферы платных услуг непосредственно создают предметы потребления для удовлетворения физических потребностей человека, и, кроме того, их услуги удовлетворяют потребности в поддержке уже находящихся в процессе потребления предметов. Спрос населения на услуги в значительной мере определяется сформировавшимися потребностями в них населения, определяющими возможный верхний уровень потребления платных услуг. Но величина возможного потребления услуг зависит прежде всего от наличия у населения денежных средств. Спрос есть форма проявления той части потребностей населения, которая обеспечена покупательной способностью, т.е. реально спрос ограничен наличием у населения денежных ресурсов и поэтому для большинства потребителей он пока еще меньше потребностей.

Объем потребления многих видов платных услуг, их ассортимент во многом зависит от уровня денежных доходов населения. С их ростом совершенствуется и спрос.

Происходит сокращение доли традиционных повседневных услуг первой необходимости и увеличение доли престижных видов услуг – строительства домов, рекреационных услуг, а также вновь появляющихся и развивающихся их видов. В общем виде совокупность факторов, формирующих потребности в услугах представлена на рис. 5 [18].

Отражение региональной специфики является важным показателем платежеспособного спроса населения на платные услуги. Это, прежде всего, природно-климатические особенности территорий, уровень их социально-экономического развития, национальные традиции в потреблении.

Главная задача сферы платных услуг состоит в удовлетворении личных потребностей населения. Одним из важнейших критериев классификации потребностей является степень их **настоятельности** или первоочередности. Этот вопрос исследован недостаточно, поэтому разграничить потребности в услугах по степени настоятельности можно только весьма условно. Однако существуют услуги, которые потребляются всеми категориями населения, и их оплата составляет основную часть расходов на услуги. На практике к первоочередным потребностям относят, как правило, потребности в услугах, сопряженных с удовлетворением изначальных физиологических потребностей человека. Распределение по степени первоочередности потребности в платных услугах по России в целом, округам России и областям Центрального Федерального округа представлено в табл. 5.

Первые три места во всех регионах занимают такие виды услуг, как жилищно-коммунальные, пассажирского транспорта и бытовые услуги.

По нашему мнению, такое распределение объясняется тем, что данные виды услуг относятся к жизненно важным и практически не предоставляются населению на бесплатной основе.

Распределение потребностей по настоятельности нельзя рассматривать как постоянное и неизменное. На смещение акцентов в очередности удовлетворения многих потребностей оказывает влияние многообразие социально-экономических факторов и условий жизни.

На избирательность потребностей большое влияние, наряду с экономическими условиями жизни, оказывают такие факторы, как обычаи и традиции, социальное положение граждан, их профессия, род занятий, место жительства, наличие свободного времени, приверженность к любительским увлечениям и т.д. Необходимо учитывать сложившуюся дифференциацию территорий по уровню доходов, что связано с их отраслевой структурой. Так, регионы с сельскохозяйственной направленностью, занимающиеся выпуском продукции легкой промышленности, машиностроения, как наша область, имеют в настоящее время очень низкий уровень доходов, что особо остро проявляется в регионах с городами, имеющими узкоспециализированную экономику, население которых занято на предприятиях, продукция которых не находит спроса в силу нарушенных производственных связей и общей неблагоприятной экономической ситуации в стране. Наглядным примером может служить г. Котовск. В более выгодном положении оказались территории с наличием городов – центров финансовой и посреднической деятельности, с большим числом предприятий и организаций, с разносторонней направленностью экономической деятельности. Наиболее высокий уровень доходов присущ также сырьевым регионам с экспортной направленностью, что сказывается на потреблении услуг.

Настоятельность потребностей человека в платных услугах несколько отличается от настоятельности потребностей в товарах. Потребление последних в решающей степени зависит от экономических факторов, ввиду чего каждый индивидум строит свою иерархию потребностей, которая согласуется с его пониманием настоятельности, исходя из реальных жизненных условий. По этой причине он вынужден отказаться от удовлетворения тех потребностей, которые выходят за рамки более необходимых и отдает предпочтение потребностям, без которых в данный момент он не может обойтись. Таким образом проявляется связь настоятельности потребностей с товарно-денежными отношениями [118].

В сфере платных услуг индивидум располагает большими возможностями удовлетворения своих потребностей. Он может экономить часть доходов за счет самостоятельного выполнения отдельных услуг, т.е. удовлетворять соответствующие потребности с минимальными затратами денежных средств. Образующая таким путем экономия денег позволяет расширить круг удовлетворяемых потребностей, включить в их ряд новые потребности, удовлетворение которых, с точки зрения потребителя, представляется более необходимым. Причем, следует иметь в виду, что экономия, достигаемая за счет выполнения услуг в домашних условиях, не всегда направляется на расширение их потребления. Нередко эти средства используются для приобретения товаров. Например, владелец личного автомобиля может тратить их на покупку запчастей, бензина. Ремонт жилья собственными силами позволяет направить сбережения на покупку строительных материалов и т.д.

Взгляд на роль потребностей в платных услугах с точки зрения совершенствования социального образа жизни позволяет подразделить их на следующие группы:

- потребности, реализация которых направлена на увеличение свободного времени;
- потребности, обеспечивающие возможность использования свободного времени по усмотрению населения;
- потребности, удовлетворение которых способствует созданию и улучшению жизненной среды [65].

В каждой отраслевой группе платных услуг присутствуют услуги, в той или иной степени удовлетворяющие указанные выше потребности. На наш взгляд, в данном аспекте особое внимание целесообразно уделить исследованию бытовых услуг, так как вопрос социальной значимости данной отраслевой группы весьма актуален, однако недостаточно проработан.

Как показывают результаты исследования, бытовые услуги занимают важное место среди расходов населения.

Данный отраслевой вид услуг является основным с точки зрения высвобождения времени, что определяет степень его социальной значимости. Второй причиной, по которой бытовые услуги возможно отнести к категории социально-значимых, по нашему мнению, является наличие у населения потребностей, которые носят первичный характер, однако не всегда могут быть удовлетворены в порядке самообслуживания по ряду причин.

Результаты бюджетных обследований показали, что во всех доходных группах население осуществляет расходы на оплату бытовых услуг. Диапазон разброса бытовых услуг в общем объеме данной категории потребительских расходов достаточно велик, однако наличие этих расходов подтверждает неоспоримый факт, что даже при минимальных среднедушевых доходах население вынуждено потреблять бытовые услуги в силу их социальной значимости.

Необходимо определить степень социальной значимости отдельных видов бытовых услуг, так как потребительские предпочтения и степень первоочередности удовлетворения потребностей в различных социальных и доходных группах населения нетождественны.

С точки зрения обеспечения жизненно важных условий существования человека на первое место могут быть выдвинуты потребности в ремонте и изготовлении обуви и одежды (в меньшей степени это касается изготовления модных изделий), ремонте ряда предметов длительного пользования (холодильники, телевизоры), ремонте и строительстве жилищ, проведении траурных ритуалов, услугах парикмахерских, бань, прачечных, химчистки и т.д. Однако для уточнения данного перечня, а также ранжирования видов услуг по степени значимости необходима более точная информация. **С этой целью автором был проведен опрос населения для выявления социально-значимых услуг.**

В результате проведенного опроса были выявлены услуги, относимые населением к социально-значимым (прил. 2). В табл. 6 представлен перечень услуг, которые наиболее часто отмечались в ответах опрашиваемых как первоочередные. Удовлетворение потребностей в этих услугах, на наш взгляд, является приоритетной задачей региональной социальной политики.

6 Перечень социально-значимых бытовых услуг для населения Тамбовской области

№ п/п	Вид бытовых услуг	Удельный вес населения, выделяющего услугу как первоочередную, %
1	Услуги парикмахерских	53,8
2	Ремонт обуви	41,3
3	Ритуальные и обрядовые услуги	32,5
4	Обслуживание и ремонт автомобильного транспорта	18,8
5	Химическая чистка и крашение одежды	12,5
6	Ремонт и техобслуживание бытовой радиоэлектронной аппаратуры	12,5

Однако перечень первоочередных услуг в различных доходных группах населения неодинаков. В табл. 7 представлены результаты ранжирования видов бытовых услуг по степени их социальной значимости для низкодоходных категорий населения.

7 Распределение бытовых услуг по степени их первоочередности для малообеспеченного населения Тамбовской области

Ранг	Вид бытовых услуг	Удельный вес населения, выделяющего услугу как первоочередную, %
1	Услуги парикмахерских	72,0
2	Ремонт обуви	60,0
3	Ритуальные и обрядовые услуги	50,0
4	Ремонт и техническое обслуживание бытовой радиоэлектронной аппаратуры	20,0
5	Услуги бань и душевых	18,0
6	Услуги фото- и кинолабораторий	16,0
7	Ремонт и изготовление металлоизделий	14,0
8	Обслуживание и ремонт автомобильного транспорта	12,0
9	Пошив швейных, меховых, кожаных изделий	10,0
10	Ремонт и строительство жилья	10,0
11	Химическая чистка и крашение одежды	8,0
12	Услуги прачечных	6,0
13	Ремонт бытовых машин и приборов	4,0

14	Ремонт швейных, меховых, трикотажных, кожаных изделий	4,0
15	Услуги предприятий по прокату	2,0
16	Ремонт мебели	2,0
17	Пошив, вязка трикотажных изделий	2,0
18	Пошив обуви	2,0
19	Ремонт трикотажных изделий	2,0
20	Изготовление мебели	2,0

В связи с тем, что малообеспеченная группа потребителей является весьма представительной частью населения области (одна треть от общей численности) и наименее социально-защищенной, необходимо ориентироваться при выборе первоочередных услуг, прежде всего, на этот сегмент.

Однако, несмотря на высокую социальную значимость отмеченных групп услуг, не все они доступны для потребителя, особенно для незащищенных категорий населения. Такая ситуация объясняется целым рядом причин. Как **выявило проведенное обследование, наиболее важными из них являются нижеследующие:**

1. *Высокий уровень цен* (или несоответствие цен на услуги качеству их исполнения) имеет наибольшую значимость при отказе от потребления следующих услуг: ремонт и строительство жилья, ремонт обуви и пошив швейных изделий, парикмахерские услуги;

2. *Отсутствие предприятий* бытового обслуживания во многих городах и районах, прежде всего, сказывается на снижении степени удовлетворения потребностей в услугах проката, прачечных, химической чистки и крашения, пошива обуви и ремонта мебели;

3. *Территориальная недоступность* предприятий часто негативно отражается на уровне потребления услуг бань и душевых, ремонта мебели, услуг проката;

4. *Неудобный режим работы* предприятий назван большинством респондентов в качестве главной причины, снижающей частоту потребления таких услуг, как ремонт и изготовление металлоизделий, ремонт и техническое обслуживание бытовой радиотелевизионной аппаратуры, услуг бань и душевых;

5. *Значительное число нареканий* по поводу качества услуг были высказаны в отношении ремонта обуви, химической чистки, пошива одежды, ремонта бытовых машин и приборов, бытовой радиоэлектронной аппаратуры, что, в свою очередь, заставляет потребителя отказываться от пользования данными услугами. В отношении ремонта обуви, швейных изделий и мебели, услуг парикмахерских также было указано на *низкий уровень обслуживания*

Тенденция снижения удельного веса бытовых услуг в общем объеме платных услуг не обеспечивает должного уровня развития инфраструктуры общественного производства, поскольку нет адекватного обеспечения жизненных процессов работников (сильное снижение потребления бытовых услуг). Следовательно, обеспечение эффективного функционирования региональной экономики связано прежде всего с необходимостью развития инфраструктурной составляющей, обеспечивающей производственный процесс. И в первую очередь сюда относится бытовое обслуживание, уровень развития которого показывает направленность развития экономики региона. Услуги данной отрасли обеспечивают регулярное восстановление индивида как работника, удовлетворяя его повседневные первоочередные физиологические, материальные, социальные потребности, оказывая этим самое непосредственное влияние на эффективность его работы и производительность труда.

Под бытовым обслуживанием мы понимаем совокупность целесообразных видов деятельности, функциональное назначение которых в системе личного потребления выражается в оказании и реализации, как правило, платных услуг населению, удовлетворяющих их физические, материальные, интеллектуальные, социальные и другие потребности.

Все бытовые услуги имеют социально-ориентированный характер, их роль как экономического блага и национального богатства постоянно возрастает, поэтому сфера бытовых услуг является одной из основных составляющих сервисной сферы.

По сравнению с материальным производством **сфера бытовых услуг имеет ряд особенностей**, в частности, в силу специфики обслуживающей деятельности ее работников уже использованы возможности замещения живого труда овеществленным, а повышение качества услуг сопровождается, как правило, увеличением ресурса затрат. Кроме того, эта сфера испытывает, **во-первых**, сильные воздействия

социально-демографических процессов, а также целого ряда факторов, связанных с денежными доходами и расходами населения.

Во-вторых, на развитие сферы бытового обслуживания оказывает влияние динамика воспроизводства домашнего и личного хозяйства.

В-третьих, при чрезвычайном разнообразии видов обслуживания характерной чертой большинства предприятий сферы бытового обслуживания является их малый размер при относительно легком доступе в эту сферу. Кроме того, как правило, капиталовооруженность труда в таких видах услуг примерно в два раза ниже, чем в промышленности. Отсюда – большое значение сферы услуг для поглощения рабочей силы, выталкиваемой из отраслей материального производства.

Учитывая потребительски-ориентированный характер бытовых услуг и их возрастающую роль как социально-экономического блага, целесообразно охарактеризовать бытовое обслуживание как один из основных элементов институциональной структуры сервиса.

Формирование экономической системы бытового обслуживания обусловлено прежде всего ее включенностью в общую сервисную схему, а также имеющимися взаимосвязями с остальными элементами потребительского рынка, который также выступает элементом единого рыночного пространства. Следовательно, эти отношения как внутри собственно рынка услуг, так и за его пределами и выступают основными факторами, обуславливающими экономическую структуру рынка бытовых услуг.

8 Группировка регионов тамбовской области по темпам роста (снижения) объема бытовых услуг (в сопоставимых ценах) (1995 – 2002 гг.)

Темп роста (снижения) по сравнению с предыдущим годом, %	Число регионов, единиц			Удельный вес в общем числе регионов, %			Удельный вес в объеме бытовых услуг, %		
	1995	2000	2002	1995	2000	2002	1995	2000	2002
До 80	3	–	–	10,0	–	–	3,1	–	–
80...89,9	2	–	2	6,7	–	6,7	3,6	–	1,3
90...99,9	1	–	1	3,3	–	3,3	0,6	–	0,3
100...104	3	13	20	10,0	43,3	66,7	12,4	66,5	79,4
104,1...115	3	16	3	10,0	53,4	10,0	48,4	29,7	10,7
115,1 и выше	18	1	4	60,0	3,3	13,3	31,9	3,8	8,9

За последние годы в Тамбовской области наблюдается увеличение количества регионов, получивших прирост объема бытовых услуг (табл. 8). Их число по итогам 2002 г. составило 27 (90 % от общего количества) против 24 в 1995 г. и 30 в 2000 г., тогда как в 1992 г. не было ни одного района или города, превысившего уровень предыдущего года.

Как видно из прил. 10, наибольший рост объемов бытовых услуг в 2002 г. наблюдался в городе Уварово (131,4 %), Токаревском (в 2,4 раза) и Никифоровском (130,5 %) районах.

Отслеживание динамики изменения структуры рынка и объемов реализации бытовых услуг населению по регионам позволяет определить различия потребности в услуге, существующую для данного конкретного региона и определенного территориального расположения предприятия бытового обслуживания в соответствии с масштабом конкретного рыночного действия и альтернативными вариантами данного типа услуги. На основании результатов анализа потребности в услуге определяется и наиболее эффективная организационная форма элементов структуры сервиса.

Проведенное автором исследование показало, что в сфере бытового обслуживания области к настоящему моменту определились следующие основные группы хозяйствующих субъектов.

Первая – индивидуалы, представляющие повсеместно широкий спектр бытовых услуг населению, используя для этого собственное оборудование, инструмент и, как правило, собственное жилое помещение в качестве производственных площадей. В зависимости от видов предоставляемых услуг они оказывают от 20 до 90 %, а в большинстве сельских населенных пунктов – до 100 % общего объема бытовых услуг (в среднем по области 40 %). Примерно 10 % индивидуалов зарегистрировано в качестве предпринимателей, остальные работают неофициально, без разрешения. Государственная статистика на основании Методики определения общего объема платных услуг населению с учетом объемов неформальной экономики определяет объемы этой группы предпринимателей.

Несмотря на то, что эта группа не располагает большими возможностями в стимулировании сбыта своих услуг, она максимально приближена к потребителю и имеет возможность систематически отслеживать изменения, происходящие в окружающей среде. Эта группа имеет возможность мгновенного реагирования на изменение спроса.

Вторая – малые предприятия, сохранившие традиционные формы организации бытовых услуг. Около трети предприятий этой группы имеют статус муниципальных или государственных, остальные являются обществами различного типа, вновь созданными или образованными в результате приватизации. Эта группа предприятий оказывает всего лишь около 6 % общего объема бытовых услуг области.

Третья – так называемые «непрофильные» предприятия и организации различных отраслей и организационно-правовых форм, которые кроме своей основной деятельности участвуют в оказании бытовых услуг населению. Их доля в общем объеме бытовых услуг области значительна и сложилась на уровне примерно 47 % общего объема бытовых услуг.

Четвертая – крупные и средние государственные и негосударственные предприятия, предоставляющие бытовые услуги населению и организациям, т.е. «профильные» предприятия. Их удельный вес – около 7 % общего объема услуг.

Сложившаяся структура системы сервиса в области значительно отличается от структуры в целом по стране и прежде всего соотношением элементов, а также наличием групп. По нашему мнению, это связано с особенностями региона. Таким образом, проявления региональной специфики и обуславливают конкретную структуру рынка бытовых услуг, включающего в себя, как и любой другой рынок, три основных элемента: спрос, предложение и цену, формируемые под влиянием ряда факторов и условий (рис. 6) [107].



РИС. 6 ФАКТОРЫ И УСЛОВИЯ, ФОРМИРУЮЩИЕ РЫНОК БЫТОВЫХ УСЛУГ

Ключевым условием функционирования рынка является личный интерес индивида, т.е. собственно спрос на ту или иную услугу.

Важнейшим показателем, характеризующим уровень развития потребительского рынка в регионе, является динамика цен на основные виды бытовых услуг, обуславливающая направленность регионального развития. Наблюдая за изменениями цен и тарифов на бытовые услуги, можно довольно точно охарактеризовать ситуацию, складывающуюся на региональном рынке. При этом цена, с одной стороны, оказывает влияние на платежеспособный спрос, а с другой, как один из основных элементов рынка, сама подвержена колебаниям под влиянием различных факторов. Среди таких факторов следует указать на уровень затрат предприятия, уровень платежеспособного спроса на товары и услуги, уровень производства товаров и услуг, предлагаемый на товарный рынок, уровень платежеспособной дисциплины предприятий, наличие свободной денежной массы государства, уровень инвестиционной активности в производстве, инфляционные ожидания и т.д.

Несмотря на относительное снижение инфляции, цены на потребительские товары и услуги повышаются в результате влияния ряда факторов. Так, например, сложившаяся в последние время низкая платежеспособная дисциплина предприятий-производителей товаров и услуг приводит к ухудшению их финансового состояния. Такое положение дел требует увеличения цены на

**9 Средние цены на отдельные виды бытовых услуг
в Тамбовской области за 1995 – 2002 гг. (тыс. р.; с 1998 г. – р.)**

Виды услуг	199 5	199 7	199 8	199 9	200 0	200 1	200 2
Пошив женского платья, за штуку	43,5	106, 0	117, 1	165, 4	221, 9	272, 0	350, 7
Ремонт обуви (постановка набоек), за 1 пару	8,3	11,4	13,3	21,4	26,0	31,8	38,2
Ремонт телевизоров цветного изображе- ния, за 1 вид работ	52,5	65,3	70,8	98,1	108, 7	123, 0	158, 0
Ремонт холо- дильников, за 1 вид работ	64,1	33,8	33,6	64,3	72,0	107, 0	204, 0
Химчистка, за 1 штуку изделия	34,5	65,0	80,0	101, 9	130, 0	160, 0	192, 0
Стирка и глажение белья прямого, за 1 кг	1,1	2,4	2,5	3,3	3,3	4,0	5,2
Стрижка модельная в женском зале	12,4	19,0	22,8	29,4	35,8	42,0	52,0
Стрижка модельная в мужском зале	7,5	14,6	16,6	22,1	30,4	38,0	45,0

кредиторской задолженности и увеличения собственных средств, что, в свою очередь, негативно отражается на состоянии рынка потребительских товаров и услуг в целом, так как приводит к сокращению платежеспособного спроса на товары и услуги, предлагаемые на рынок.

Увеличению цен на бытовые услуги способствует также и наличие значительных размеров денежной массы в руках населения. При этом растет уровень платежеспособного спроса на услуги, что при стабильном уровне их предложения приводит в следующем периоде времени к увеличению общего уровня цен на потребительских рынках.

В связи с этим, решение проблемы ценообразования в сфере бытовых услуг на уровне предприятия основывается на определении потребностей в услугах в рамках регионального пространства функционирования субъекта. Это обеспечивает более глубокую интеграцию предприятия сферы сервиса в экономику региона.

На основании данного подхода определяется структура второго элемента рынка – предложения бытовых услуг.

Среди основных показателей, характеризующих состояние предложения услуг бытового характера, особое место занимает объем производства и реализации услуг в стоимостных и натуральных показателях, которые являются количественной характеристикой предложения. Анализ количественных показателей необходимо проводить во взаимосвязи, чтобы иметь реальную картину функционирования рынка бытовых услуг.

Если на уровень спроса на бытовые услуги влияют, например, такие факторы, как уровень доходов населения, уровень потребностных и ценностных запросов, то и предложение бытовых услуг, как экономической категории, подвержено влиянию различных факторов.

Ценовой фактор обладает наибольшей степенью значимости для предлагаемого количества бытовых услуг потребителям на рынке. Для оценки подверженности предложения бытовых услуг влиянию фактора цены следует проанализировать ценовую эластичность предложения бытовых услуг.

Коэффициент эластичности предложения по цене можно представить следующим образом:

$$K_{\text{пр}} = \frac{\Delta O_{\text{пр}}}{O_{\text{пр}0}} / \frac{\Delta Ц}{Ц_0},$$

где $\Delta O_{\text{пр}}$ – абсолютное изменение количества предлагаемых бытовых услуг, млн. р.; $O_{\text{пр}0}$ – первоначальное значение объема предлагаемых услуг, млн. р.; $\Delta Ц$ – абсолютное изменение цены на бытовую услугу, млн. р.; $Ц_0$ – первоначальное изменение цены на услугу, р. [64].

Результаты проведенных расчетов приведены в табл. 10.

Расчеты ценовой эластичности по Тамбовской области дали следующие результаты. На ремонт и индивидуальный пошив одежды, пошив и вязку трикотажных изделий, ремонт бытовой радиоэлектронной аппаратуры, ремонт бытовых машин и приборов, услуги парикмахерских предложение является неэластичным, т.е. изменяется в процентном отношении меньше, чем цена на данный вид услуг. Для остальных видов услуг предложение носит характер эластичного. Это означает, что объем предложения данных видов услуг сократился значительно, чем возросла цена на них.

10 Динамика эластичности предложения отдельных видов бытовых услуг в Тамбовской области за 1995 – 2002 гг.

Виды услуг	1996/95	1999/98	2000/99	2001/00	2002/01
Ремонт и индивидуальный пошив обуви	0,20	3,73	2,72	0,67	1,53
Ремонт и индивидуальный пошив одежды, пошив и вязка трикотажных изделий	0,22	2,67	0,25	0,01	0,33
Ремонт бытовой радиоэлектронной аппаратуры, бытовых машин и приборов, ремонт и изготовление металлоизделий	0,70	11,5	5,0	0,01	0,5
Ремонт и техническое обслуживание транспортных средств	8,56	4,33	2,15	0,37	1,39
Химическая чистка и крашение	2,01	0,71	1,78	10,9 3	1,14
Услуги парикмахерских	1,07	1,0	0,41	1,56	0,53
УСЛУГИ БАНЬ И ДУШЕЙ	2,83	0,31	1,69

Взаимосвязь спроса, предложения и цены в сервисной сфере характеризует конкретную ситуацию, сложившуюся на данном рынке, где конкурентным преимуществом обладают те субъекты институциональной структуры сервиса, которые учитывают в своем действии требования потребителей к услуге и процессу ее оказания.

Существует целый ряд обстоятельств, ограничивающих возможность предоставления населению услуг социально-бытового характера на чисто рыночной основе. При этом, учитывая значение бытового обслуживания как определяющего направление развития экономики региона посредством обеспечения процесса восстановления работника, участвующего в общественном воспроизводстве, необходимо обеспечить согласованность бытового обслуживания с интересами региональной экономики.

Это включает в себя потребность в государственном регулировании рыночного процесса производства и реализации бытовых услуг через систему налогового обложения, бюджетного субсидирования производителей, развития и преобразования государственной собственности на разных уровнях через специальные государственные программы социального развития, а также через различные формы поддержки развития отрасли и предпринимательской деятельности в ней. Дополнительным фактором государственного регулирования их деятельности является выполнение государством функции социальной справедливости в распределении доходов, которое в рыночной экономике очень неравномерно и может служить причиной социальной нестабильности в обществе. В сфере платных услуг проблема социальной справедливости выступает как обеспечение доступности важнейших услуг всем членам общества независимо от уровня их доходов и, в первую очередь, для населения, находящегося за чертой бедности.

Кроме того, сфера услуг в рыночной экономике обеспечивает реализацию важнейших прав человека, закрепленных Конституцией Российской Федерации: на охрану здоровья, образование, труд, на благоустроенный быт и т.д.

Переживаемый в настоящее время в большинстве отраслей национальной экономики кризис наиболее ярко проявляется в сфере сервиса и, в первую очередь, в бытовом обслуживании. Предоставленная предприятиям бытового обслуживания самостоятельность, появление различных форм собственности являются необходимым условием перехода к рынку, но в то же время их результатом стало разрушение ранее действовавшей государственной и отраслевой системы управления. Многие реорганизованные и вновь созданные предприятия не смогли обеспечить удовлетворение потребностей населения в бытовых услугах, прежде всего из-за несовпадений интересов производителей и потребителей и неумения первых адекватно оценить потребности последних и предложить востребуемое рынком количество и качество услуг. Несмотря на то, что потребность в бытовых услугах растет в последние годы, постоянно сужается круг оказываемых населению услуг. В ряде регионов население во многих случаях уже не обращается за получением бытовых услуг, а предпочитает обходиться собственными силами. В основе такого положения лежит ряд объективных и субъективных причин: сокращение покупательной способности значительной части населения (соотношение доходов 10 % наиболее и наименее обеспеченного населения Тамбовской области в 2002 г. составило 10,8 раза, рост цен на бытовые услуги по сравнению с 1990 г. составил 16,3 тыс. раз, практически еще не созданы полноценные структуры административного управления и экономического регулирования, отвечающие требованиям рыночной экономики. А самое главное – персонал, оказывающий бытовые услуги, до сих пор не до конца сумел подстроиться под новые требования рынка и ввести в структуру обслуживания такие элементы, как доброжелательность, активность, заинтересованность, гибкость, открытость, индивидуальный подход к клиенту.

В настоящее время сфера бытового обслуживания начала выходить из кризисного положения, но для исправления и выхода из этого состояния необходимы конкретные реальные меры в соответствии с экономическими условиями и правовыми нормами страны в целом и региона в частности.

В настоящее время в России для формирования полноценного рынка сервисных услуг имеются определенные экономические предпосылки.

Во-первых, в этой сфере действует большое количество предприятий, которые (за исключением отдельных видов услуг) не занимают монопольного положения на потребительском рынке. Поэтому в этой сфере можно достаточно быстро создать условия для свободной конкуренции между производителями услуг.

Во-вторых, согласно Указу Президента России «О коммерциализации деятельности предприятий бытового обслуживания населения», основная часть предприятий службы быта приобрела статус юридического лица, экономическую самостоятельность и ответственность за результаты своей деятельности.

В-третьих, в связи с тем, что производство услуг всегда неразрывно связано с их реализацией потребителю, в сфере быта накоплен определенный опыт работы с населением в условиях изменяющегося потребительского спроса.

В-четвертых, в системе сервисных услуг уже давно имелся довольно значительный сектор, функционирующий на рыночных принципах, в который входили кооперативные предприятия и граждане, работающие в порядке индивидуальной трудовой деятельности.

Таким образом, современная сфера бытовых услуг является особым специфическим рынком, имеющим свои особенности и в связи с этим развивающаяся по своим законам, которые необходимо учитывать при разработке мер государственного регулирования на различных управленческих уровнях, целью которых является обеспечение интересов как производителя, так и потребителя.

На общие тенденции формирования потребительского рынка в сложившихся условиях действуют факторы, как ограничивающие, так и расширяющие структуру и объем платных услуг населению. К расширяющим факторам и условиям можно отнести: разгосударствление и приватизацию сферы потребительских услуг; увеличение числа хозяйствующих субъектов, работающих на основе различных форм собственности и организационно-правовых форм управления; сокращение и удорожание выпуска новых товаров повседневного и длительного пользования, удовлетворяющих бытовые потребности населения; изменения в структуре бытовых потребностей населения; инвестиционную привлекательность региона и др. Ограничительными параметрами формирования данного рынка являются: сокращение реального сектора экономики региона; падение общего уровня доходов населения; разрушение субрегиональных систем и структур оказания платных услуг населению; низкая инвестиционная привлекательность региона и т.д.

Глава 2

МОНИТОРИНГ СОСТОЯНИЯ И РАЗВИТИЯ СФЕРЫ ПЛАТНЫХ УСЛУГ В ТАМБОВСКОЙ ОБЛАСТИ

2.1 СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА ПЛАТНЫХ УСЛУГ НАСЕЛЕНИЮ В ТАМБОВСКОЙ ОБЛАСТИ И ЕЕ СУБРЕГИОНАХ

Сфера услуг, регулирующая занятость населения и вносящая существенный вклад в производство валового регионального продукта, становится все более значимой в экономике Тамбовской области. За годы рыночных преобразований в составе валового регионального продукта области (ВРП) происходило снижение доли отраслей, производящих товары, и усиление значения сектора услуг. Только за последние восемь лет доля услуг в валовом региональном продукте в текущих ценах возросла с 37,3 % в 1994 г. до 52,0 % в 2002 г. (табл. 11).

Общая тенденция роста доли услуг в ВРП области за последние годы могла бы вызвать удовлетворение, если бы не общее кризисное состояние экономики. Именно поэтому в области наблюдается довольно парадоксальное явление – при углублении рыночных реформ происходит относительное увеличение доли рыночных услуг (с 7,7 % в 1995 г. до 14,4 % в 2002 г.).

Параллельно с экономическим развитием шел рост занятости населения в сфере услуг. Если в 1990 году в сфере услуг Тамбовской области было занято 37 % рабочей силы, то в 2002 г. – 53 %.

Показатели	1994	1995	2000	2001	2002
Произведено всего	100	100	100	100	100
в том числе:					
товаров	56,3	63,0	42,8	46,7	41,8
услуг	37,3	31,9	50,7	47,9	52,0
из них:					
рыночные услуги	24,9	24,2	39,1	36,1	37,6
нерыночные услуги	12,4	7,7	11,6	11,8	14,4
чистые (за вычетом субсидий) налоги на продукты и импорт (НДС, акцизы, импортные пошлины)	6,4	5,1	6,5	6,1	6,2

На протяжении длительного периода сфера платного обслуживания населения как в России, так и в Тамбовской области, была развита достаточно слабо. Объем и структура платных услуг, их потребительские свойства не в полной мере соответствовали запросам потребителей. Это являлось следствием официально проводимой политики на приоритетное развитие отраслей материального производства. Отчасти это было вызвано и существовавшей в течение десятилетий методологии статистической оценки результатов экономической деятельности, обуславливающей финансирование развития сферы услуг только за счет перераспределения дохода, созданного в материальной сфере. Это оправдывало финансирование развития услуг, в том числе платных, по остаточному принципу.

Длительное время рынок платных услуг развивался недостаточно высокими темпами. Впервые резкий скачок объемов рыночных услуг произошел в 1985 – 1988 гг. (на 11,1 %). Это в значительной мере было следствием принятия Комплексной программы развития производства товаров народного потребления и сферы услуг на 1986 – 2000 гг., в соответствии с которой наряду с предприятиями сферы обслуживания устанавливались конкретные задания предприятиям и организациям, для которых оказание услуг не являлось основной деятельностью. Однако очередная попытка решить проблему административно-командными, не рыночными методами не дала ожидаемых результатов. В 1989 – 1990 гг. развитие производства платных услуг замедлилось. Среднегодовые темпы их прироста в 1989-1990 гг. снизились до 7,9 % с 13,2 % в 1987-1988 гг.

В последнее десятилетие сфере услуг как составляющей экономики области, были свойственны те же тенденции в развитии, что наблюдались в экономике Тамбовской области.

Видовая структура услуг отличается существенным разнообразием, причем в последние годы появились новые, характерные для рыночной экономики виды услуг. В их числе аудиторские, рекламные, консалтинговые, лизинговые, информационно-компьютерные, страховые и другие услуги, потребителями которых выступают главным образом предпринимательские структуры. Рынок услуг для населения дополнился риэлторскими, оценочными услугами, услугами игорных заведений и т.п.

Для начального этапа переходного периода экономики к рыночным отношениям (1991 – 1993 гг.) было характерно снижение в потребительских расходах доли расходов населения на оплату услуг: с 12,3 % в 1990 г. до 7,4 % в 1993 г., что явилось следствием либерализации цен. С 1994 г. этот показатель начинает увеличиваться, достигнув своего максимума в 1997 г. (17,4 %). Финансовая нестабильность в 1998 г. и вызванный ею рост цен привели к переориентации покупательского спроса на товары. В результате доля расходов на оплату услуг стала снижаться и уменьшилась до 14,0 % в 1999 г., однако уже в 2002 г. эта доля стала составлять 19,8 % (рис. 7) [99].

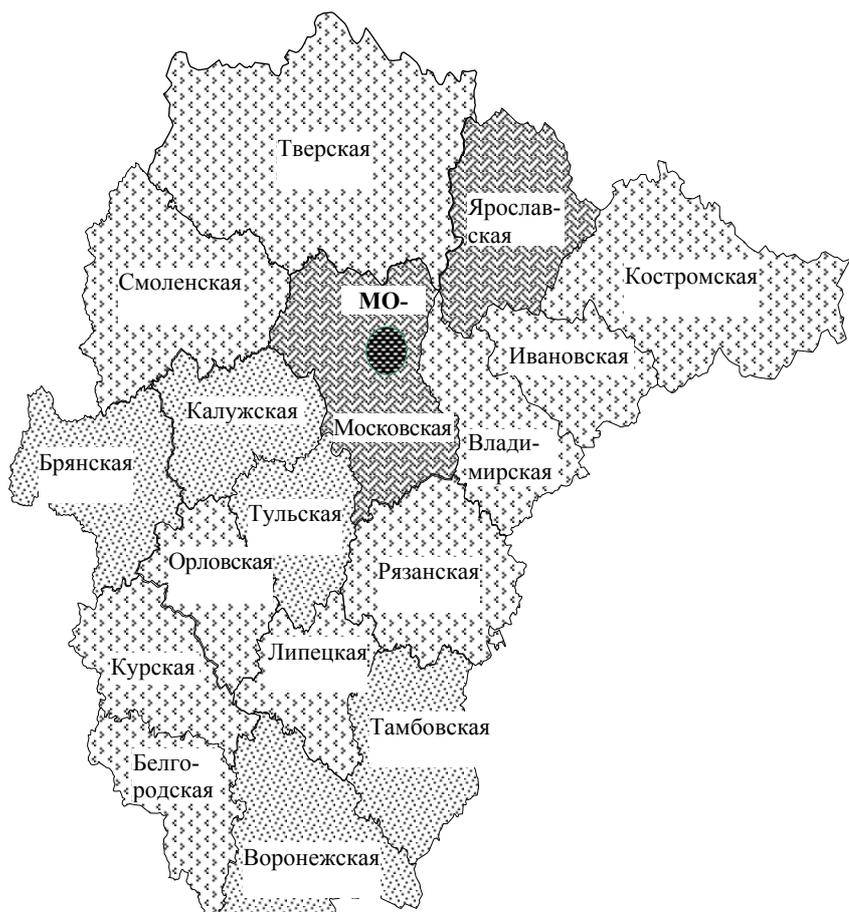
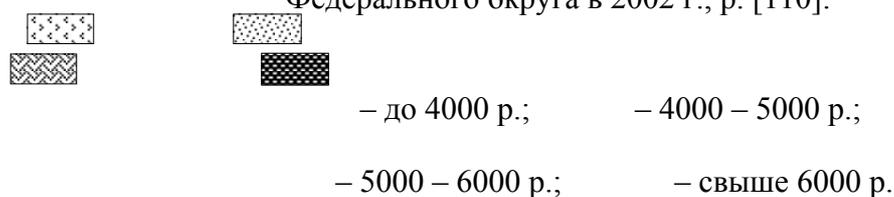


Рис. 8 Объем платных услуг на душу населения Центрального Федерального округа в 2002 г., р. [110]:



В расчете на одного жителя области объем платных услуг в 2002 г. составил 4106 р.

По этому показателю Тамбовская область занимает 55 место в Российской Федерации, восьмое – среди 18 областей Центрального Федерального округа (рис. 8) и второе – среди 5 областей Центрально-Черноземного района, опережая Липецкую, Белгородскую и Курскую области, что видно из табл. 12.

В четырех городах области этот показатель превышает среднеобластной уровень, однако ни в одном из 23 районов он не достиг среднеобластного уровня (прил. 7).

В расчете на одного жителя объем платных услуг в областном центре составил 7807 р., что соответствует первому месту среди городов области. В г. Кирсанове, как и в областном центре, платные услуги представлены наиболее широко. Каждому жителю в среднем в 2002 г. было оказано услуг на сумму 5141 р., по этому показателю г. Кирсанов занимает второе место среди городов области.

На последнем, среди городов, месте по обеспечению жителей платными услугами стоит г. Рассказово – 3855 р. на душу населения.

Среди районов лидируют Уваровский (3089 р.), Инжавинский (2985 р.) и Мичуринский (2780 р.) районы. Ниже всех этот показатель в Моршанском (1519 р.) Бондарском (1537 р.) и Сосновском (1624 р.) районах.

12 Объем платных услуг на душу населения, темпы роста (снижения) по областям Центрально-Черноземного района за 2002 г.

Центрально-Черноземный район	Платные услуги		
	Объем услуг на душу населения, р.	Занимаемое место по объему услуг на душу населения	Темп роста (снижения) 2002 к 2001 г., в %
Тамбовская область	4106,3	2	102,7
Белгородская область	3933,0	4	94,5

Воронежская область	4225,3	1	100,6
Курская область	3299,0	5	98,4
Липецкая область	3972,6	3	103,2

**13 Денежные расходы населения Тамбовской области
на оплату услуг в 1998 – 2002 гг.**

(по данным обследования бюджетов домашних хозяйств)
в среднем на члена домохозяйства в месяц; р.

Годы \ 10 %-ные группы обследуемого населения	1998	1999	2000	2001	2002
Первая ¹	12,2	20,2	30,1	32,8	68,0
Вторая	19,2	32,1	43,7	56,6	98,3
Третья	24,2	45,4	56,0	81,9	117,1
Четвертая	29,0	43,4	76,4	98,5	155,3
Пятая	34,9	53,1	83,8	127,8	176,5
Шестая	37,0	59,4	93,6	155,6	239,2
Седьмая	40,6	73,2	120,5	220,4	227,6
Восьмая	62,9	89,7	129,7	296,4	261,6
Девятая	78,6	111,5	137,1	353,3	277,8
Десятая ²	94,7	183,2	223,7	380,7	406,9

¹ С наименьшими располагаемыми ресурсами;

² С наибольшими располагаемыми ресурсами.

Уровень потребления населением платных услуг находится в прямой зависимости от материальной обеспеченности семей. По данным обследования бюджетов домашних хозяйств, расходы на оплату услуг у 10 % населения с наименьшим уровнем располагаемых ресурсов составили в 2002 г. – 68,0 р. в месяц на члена домохозяйства, в то время как у 10 % населения с наибольшим уровнем располагаемых ресурсов – 406,9 р. (табл. 13). Доля расходов на оплату услуг в потребительских расходах у наиболее обеспеченных выросла до 12,8 % против 10,7 % в 2001 г., у наименее обеспеченных до 15,7 % против 11,1 % в 2001 г.

Как видно из табл. 14 и рис. 9, семьи с разным уровнем материального достатка имеют и разную видовую структуру расходов на оплату услуг. В низкодоходных семьях (первая группа) около 61,0 % всех расходов на услуги составляют жилищно-коммунальные платежи, около 13 % – транспортные расходы и около 7 % – оплата услуг связи, т.е. есть в бюджете малообеспеченной семьи набор потребляемых услуг примерно на 81 % представлен услугами «обязательными к оплате» (в 2001 г. – 92 %).

У высокодоходных слоев населения (десятая группа) доля расходов на оплату перечисленных видов услуг составляет около 61 % (в 2002 г. – 66 %). Зато существенен удельный вес затрат на услуги образования (8,1 % против 0,9 % у малообеспеченных) и бытовые услуги (7,2 % против 3,3 %).

14 Структура расходов на оплату услуг домашних хозяйств населения Тамбовской области с различными среднедушевыми располагаемыми ресурсами в 2002 г., %

Показатели	Все домохозяйства	В том числе по децильным (10 %-ным) группам населения	
		Первая группа	Десятая группа
Расходы на оплату услуг	100	100	100
В том числе на оплату:			
жилищно-коммунальных	44,4	61,2	36,2
Из них:			
жилья	5,8	7,0	4,9
электроэнергии	9,2	14,1	7,2
газа	15,4	20,5	13,5
центрального отопления	7,1	12,5	5,0
коммунальных	6,9	7,1	5,6
бытовых	7,7	3,3	7,2
учреждений культуры	3,0	0,5	5,2
в системе образования	7,4	0,9	8,1
медицинских	4,6	12,8	12,0
услуг отдыха	0,5	–	–
пассажирского транспорта	18,2	13,1	15,8
связи	9,7	7,3	9,4
прочих	4,5	0,9	6,1

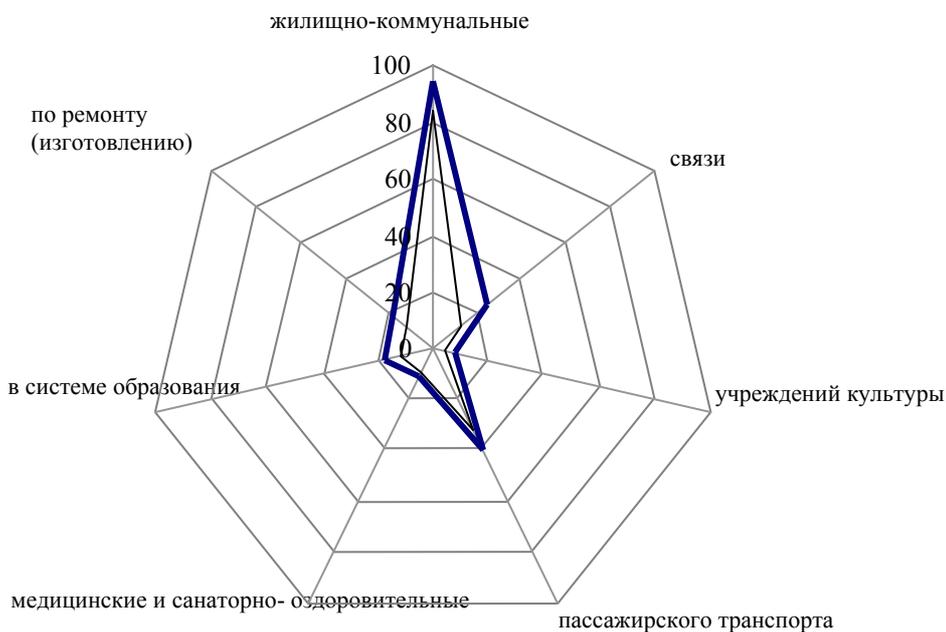


Рис. 10 Денежные расходы населения Тамбовской области на оплату услуг по видам в среднем на члена домохозяйства в месяц за 2002 г., р.:

— город; — село

Различия в уровне потребления городским и сельским населением платных услуг обусловлены, с одной стороны, более низким материальным достатком сельчан, а с другой, дислокацией предприятий сферы услуг в основном в городской местности. Из 375 ателье, цехов, мастерских бытового обслуживания населения только 131 (34,9 %) расположено в сельской местности (прил. 12). Отсутствие предприятий службы быта по месту жительства особенно проявляется на степени удовлетворения потребностей сельских жителей в таких услугах, как услуги проката, бань, ремонт мебели, ремонт и пошив обуви, химическая чистка, крашение.

В силу специфики платных услуг динамика потребления их населением в натуральном выражении находится под влиянием ценового фактора (удорожание услуг ведет к снижению спроса на них и наоборот) и покупательского поведения на потребительском рынке товаров. Статистически она измеряется индексом физического объема платных услуг, в котором снято влияние инфляционной составляющей с помощью индекса потребительских цен на услуги.

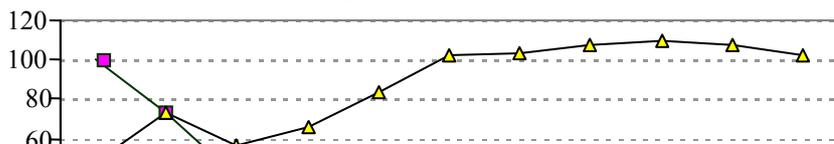


РИС. 11 ДИНАМИКА ОБЪЕМА ПЛАТНЫХ УСЛУГ НАСЕЛЕНИЮ ТАМБОВСКОЙ ОБЛАСТИ ЗА 1992 – 2002 ГГ., %:

— индекс физического объема к 1990 г.; — индекс физического объема к 1992 г.; — индекс физического объема к предыдущему году

Как видно из рис. 11 и табл. 15 в первой половине 1990-х гг. на потребительском рынке услуг наблюдалось ежегодное падение физического объема платных услуг. Максимальное значение падения объемов наблюдалось в 1992 г. (на 51,7 %). С 1995 г. началось замедление темпов падения физического объема платных услуг, продолжившееся и в 1996 г. В 1997 г. впервые после 1990 г. объем платных услуг в сопоставимых ценах превысил уровень предыдущего года (на 2,0 %). Позитивная тенденция сохраняется до конца 2002 г. В 2002 г. в целом по области объем платных услуг составил 5054,9 млн. р. и превысил уровень 2001 г. на 2,7 %, но составил лишь 12,7 % по отношению к 1990 г. Как видно из прил. 6 рост объема услуг в 2002 г. по отношению к предыдущему году наблюдался в 21 регионе области из 30 (в 1995 г. ни в одном городе и районе области не был достигнут уровень предыдущего года, в 2000 г. – в 25, в 2001 г. – в 30 регионах).

Объем реализации превысил уровень 1990 г. только по медицинским услугам (на 3,9 %) и услугам правового характера (в 10,4 раза). Наибольший прирост рассматриваемого периода в 2002 г. по сравнению с предыдущим годом наблюдался по таким видам услуг как туристско-экскурсионные услуги и услуги правового характера (2,2 раза и 39,4 % соответственно), ветеринарные (на 33,7 %), связи (на 16,8 %), транспортные услуги (на 5,4 %). Вместе с тем не был достигнут уровень 2001 г. по жилищным и коммунальным услугам, услугам культуры, физической культуры и спорта, санаторно-оздоровительным и системы образования.

У потребителей услуг под воздействием внешних и внутренних факторов, характеризующих рыночный процесс, так же произошло изменение ценностных и потребностных ориентаций потребителей, определяемое из изменения структуры сферы услуг.

15 Индексы физического объема платных услуг населению Тамбовской области по видам услуг за 1992 – 2002 гг. (в сопоставимых ценах, в % к предыдущему году)

Виды услуг	1992	1995	1998	1999	2000	2001	2002
Все оказанные услуги	48,3	65,5	103,3	107,5	109,4	107,5	102,7
в том числе:							
бытовые	63,1	115,9	103,0	109,9	104,4	101,2	104,7
транспортные услуги	80,0	60,5	119,8	102,4	113,3	106,7	105,4
связи	73,2	97,9	91,1	124,8	126,1	123,5	116,8
жилищные	61,8	114,9	90,5	101,2	96,4	119,3	98,9
коммунальные	115,5	47,3	105,4	100,8	103,8	96,8	96,8
культуры	64,0	118,9	88,7	105,9	60,1	90,0	63,4

туристско-экскурсионные	90,9	154,2	43,3	... ¹	... ¹	45,4	в 2,2 р.
услуги гостиниц и аналогичных средств размещения	–	–	–	–	–	–	113,1
физической культуры и спорта	...	56,8	121,2	169,1	97,3	77,8	94,6
медицинские	50,2	170,1	123,2	124,8	123,3	98,6	93,1
санаторно-курортные и оздоровительные	34,5	113,7	119,1	117,4	137,8	105,8	84,0
ветеринарные ¹	123,0	133,7
правового характера	в 7,6 р.	57,7	139,9	104,1	138,8	103,4	139,4
системы образования	66,8	124,3	109,5	128,4	102,4	138,6	86,3
прочие услуги ¹

¹ Не рассчитывается индекс потребительских цен.

Наглядную картину развития рынка платных услуг области дает анализ динамики видовой структуры объема реализации платных услуг (табл. 3), приведенной в первой главе.

В структуре расходов населения на оплату услуг сохраняется преобладающая доля жилищно-коммунальных, бытовых услуг пассажирского транспорта и связи. Вместе с тем удельный вес бытовых услуг снижается при росте доли расходов населения на оплату таких социально-значимых услуг, как жилищно-коммунальные, медицинские и услуги в системе образования, которые ранее предоставлялись населению бесплатно либо со скидкой. По последним данным уже около 60 % объема услуг формируется за счет обязательных к оплате (жилищно-коммунальные, пассажирского транспорта, связи и ритуальные) и на 20 % – за счет услуг для высокодоходных групп населения (услуги автосервиса, по ремонту и строительству жилья, образовательные услуги, услуги правового характера и др.).

Почти не меняли своих позиций услуги физкультуры и спорта, ветеринарные услуги, занимающие в общем объеме незначительный удельный вес. В разрезе регионов складывается аналогичная ситуация.

Такая ситуация, на наш взгляд, негативно характеризует положение на рынке услуг с точки зрения общественной эффективности. Наименее обеспеченные слои населения зачастую не имеют возможности удовлетворить первоочередные потребности в отдельных социально-значимых видах услуг и вынуждены в дальнейшем сокращать свои расходы в этой части и отказываться от ряда тех услуг, которыми пользовались традиционно.

За период 1991 – 2000 гг. цены и тарифы на платные услуги населению росли более высокими темпами, чем на товары (превышение составило 7,2 раза). Отставание динамики тарифов на услуги по сравнению с ростом цен на товары за последнее время отмечалось только в 1998 и 1999 гг. В 2000 г. тенденция изменилась, и опережающими темпами стали вновь расти тарифы на платные услуги. Прирост тарифов на платные услуги в 2002 г. составил 28,0 %, на товары – 10,7 % при среднем изменении потребительских цен на товары и услуги за этот период на 13,8 %. Об этом свидетельствуют данные табл. 16.

В целом за 1993 – 2000 гг. из наблюдаемых групп платных услуг в большей степени подорожали жилищно-коммунальные услуги, услуги пассажирского транспорта и связи. В 2000 – 2001 гг. опережающими темпами увеличивались цены и тарифы на жилищно-коммунальные, медицинские и услуги учреждений культуры. В 2002 г. наряду с услугами учреждений культуры лидирующее место по темпам роста тарифов заняли медицинские и жилищно-коммунальные услуги (табл. 17).

Среди отдельных наблюдаемых видов платных услуг в декабре 2002 г. отмечались значительные различия в уровнях цен и тарифов по России и Тамбовской области (табл. 18).

16 Динамика цен и тарифов на товары и услуги в Тамбовской области (в % к предыдущему году)

Годы	1991	1992 ₁	1993 ₁	1994 ₁	1995 ₁	2000	2001	2002
Показатели								
Индекс потребительских цен	188,8	12,1	10,9	4,0	3,0	125,3	119,3	113,8
в том числе на:								
товары	191,0	12,0	10,5	3,7	2,8	124,4	116,0	110,7
платные услуги населению	171,7	14,4	15,2	9,8	4,7	130,6	136,8	128,0

¹ В размах.

17 Динамика цен и тарифов на услуги в Тамбовской области (на конец периода; в % к предыдущему году)

Годы	1993 ₁	1994 ₁	1995 ₁	2000	2001	2002
Виды услуг						
Платные услуги	15,2	9,8	4,7	130,6	136,8	128,0
из них:						
жилищного хозяйства	14,3	9,2	3,5	130,5	138,1	142,1
коммунальные	10,2	10,0	9,4	135,4	146,2	148,2
медицинские	14,8	3,3	2,8	137,5	139,4	149,0
пассажирского транспорта	18,5	10,1	4,1	123,8	137,0	108,2
связи	14,8	7,1	3,8	128,5	121,1	123,2
учреждений культуры	20,2	5,6	2,0	в 2,2 р.	132,4	175,3
образования	9,2	5,5	2,9	136,6	126,2	121,4
санаторно-оздоровительные	19,6	4,1	2,1	135,4	130,4	132,1
туристско-	11,2	3,3	2,1	...	103,7	122,0

экскурсионные						
бытовые	11,3	5,3	2,6	129,5	145,4	130,9
правового характера	50,8	4,5	3,3	100,0	119,1	105,4
физкультуры и спорта	...	5,2	5,3	123,2	139,0	123,0

¹ В размах.

18 Различия в уровнях цен и тарифов на отдельные виды жилищно-коммунальных услуг в Тамбовской области в декабре 2002 г., р.

Показатели	Средняя цена по России	Средняя цена по Тамбовской области	Отношение средней цены по Тамбовской области к средней цене по России, %
Квартирная плата в домах муниципального жилищного фонда, за 1 м ² общей площади	3,24	2,06	63,6
Оплата эксплуатационных расходов в домах ЖСК, за 1 м ² общей площади	–	0,83	–
Плата за водоснабжение и канализацию, за месяц с 1 человека	39,04	37,83	96,9
Плата за отопление, за 1 м ² общей площади	4,55	4,75	104,4
Плата за электричество (основной тариф в квартирах без электроплит), за 100 кВт·час	70,85	71,00	100,2
Плата за газ сетевой, за месяц с 1 человека	9,47	15,65	165,3
Плата за газ сжиженный, за месяц с 1 человека	–	22,50	–

В общем объеме платных услуг населению 31,5 % занимают услуги, оказанные организациями государственной формы собственности, 43,7 % – частной, 24,8 % – других негосударственных форм собственности.

В сфере услуг, как и в других сферах экономики, в переходный период образовался значительный по своим масштабам неформальный сектор. В 2002 г. его доля в общем объеме платных услуг составила более 42 %. Выше, чем в среднем по области удельный вес неформального сектора отмечается по услугам правового характера (86,3 %), бытовым (80,4 %) и прочим видам услуг (82,1 %). Значительный удельный вес неформального сектора свидетельствует о невмешательстве со стороны законодательной и исполнительной власти в сферу платных услуг. При некорректном вмешательстве со стороны государства, когда нет стимулирования развития мелкого и среднего бизнеса, когда нет гибкой, продуманной налоговой политики, не соблюдаются одинаковые для всех правила игры, возникают предпо-

сылки к возникновению значительных теневых объемов в сфере платных услуг. В связи с этим возникает необходимость системного подхода к проблеме перекачки денежной массы из тени в формальный сектор экономики. Объемы, оказанные населению в неформальном секторе экономики, в основном предоставлены услугами, выполненными физическими лицами, занимающимися предпринимательской деятельностью без образования юридического лица. На их долю приходится 28,4 % в общем объеме платных услуг, причем в объемах производства различных видов услуг она сильно колеблется (табл. 19).

19 Соотношение объемов платных услуг населению Тамбовской области по их видам по предприятиям и физическим лицам за 2000 – 2002 гг., %

Виды услуг	2000 г.		2002 г.	
	В том числе оказанных:			
	предпр-иями	физически-ми лицами	предпр-иями	физически-ми лицами
Всего:	71,6	28,4	73,6	26,4
в том числе по видам услуг:				
бытовые	59,7	40,3	62,9	37,1
пассажирского транспорта	48,2	51,8	48,4	51,6
связи	100,0	–	100,0	–
жилищно-коммунальные	100,0	–	100,0	–
культуры	75,2	24,8	87,8	12,2
туристско-экскурсионные	100,0	–	100,0	–
физкультуры и спорта	54,2	45,8	70,5	29,5
медицинские	80,2	19,8	80,2	19,8
санаторно-оздоровительные	97,2	2,8	97,2	2,8
ветеринарные	60,8	39,2	60,8	39,2
правового характера	17,6	82,4	17,6	82,4
система образования	60,5	39,5	60,8	39,2
прочие услуги	26,5	73,5	26,5	73,5

В организованном секторе экономики населением приобретено платных услуг в 2002 г. на 3718,1 млн. р. (73,6 % от общего объема), что в физической массе на 5,5 % больше, чем в 2001 г., в секторе индивидуального предпринимательства – на 1336,8 млн. р., на 4,3 % меньше, чем в 2001 г.

Исходя из приведенных данных следует, что услуги связи, жилищно-коммунальные и туристско-экскурсионные, по-прежнему, полностью оказываются организациями. Также велика роль организованного сектора в предложении таких услуг, как санаторно-оздоровительные услуги (97,2 %), медицинские (80,2 %) и культуры (87,8 %). В большей мере физическими лицами оказываются услуги правового характера (82,4 %), пассажирского транспорта (51,6 %) и бытовые (37,1 %). Аналогичная ситуация складывается и по районам, городам области.

Бытовое обслуживание первым из всех отраслей сферы услуг начало выходить из кризисного состояния.

Если в целом по платным услугам рост физического объема начался с 1997 г., то по бытовым – стабильный ежегодный рост начался с 1995 г., когда их объем за этот период увеличился в 2,0 раза (рис. 12).

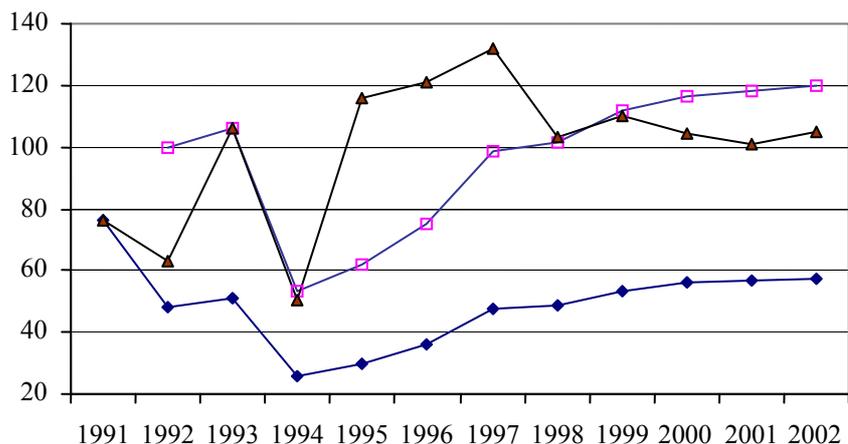


Рис. 12 Динамика объемов бытовых услуг населению Тамбовской области за 1991 – 2002 гг.:

◆ – темп роста (снижения) в % к 1990 г.; ▲ – темп роста (снижения) в % к 1992 г.;
 ▲ – темп роста (снижения) в % к предыдущему году

Это значительно выше, чем в среднем по России (в 1,2 раза). В результате удельный вес Тамбовской области в Российском объеме возрос с 0,20 % в 1995 г. до 0,65 % – в 2000 г. и 0,87 % – в 2002 г., в объеме Центрального федерального округа – с 1,36 % до 1,47 % и 2,15 % соответственно. В общем объеме услуг Центрально-Черноземного района по удельному весу Тамбовская область в 2002 г. занимает третье место (рис. 13).

Однако по отношению к 1990 году объем бытовых услуг по области в 2002 г. составил лишь чуть более половины (57,4 %). Снижение объемов за рассматриваемый период произошло практически по всем видам услуг. Наибольшее сокращение покупательского спроса за последние десять лет наблюдалось на услуги по ремонту и индивидуальному пошиву швейных изделий, пошиву и вязке трикотажных изделий, бань и душей, прачечных, химчистки и крашения. По этим видам услуг объем остался на уровне 8...11 % от 1990 г., по услугам парикмахерских – 29 %.

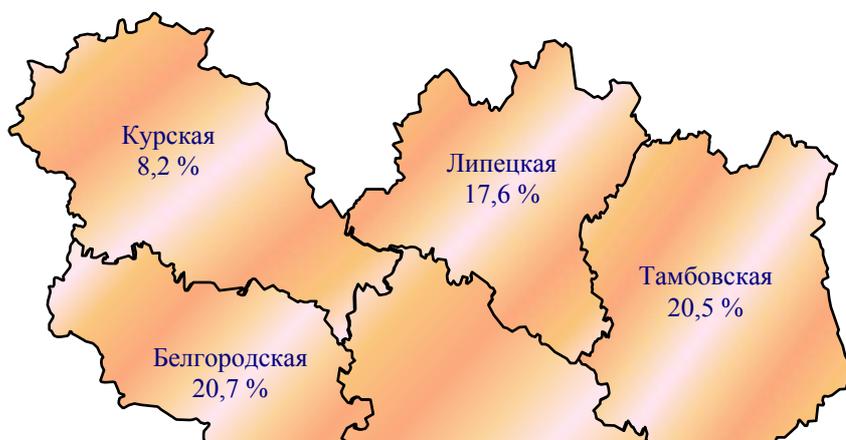


РИС. 13 УДЕЛЬНЫЙ ВЕС ОБЪЕМА БЫТОВЫХ УСЛУГ НАСЕЛЕНИЮ В ОБЩЕМ ОБЪЕМЕ УСЛУГ ЦЕНТРАЛЬНО-ЧЕРНОЗЕМНОГО РАЙОНА В 2002 Г., %

20 Динамика индексов физического объема бытовых услуг населению Тамбовской области по видам услуг за 1996 – 2002 гг.

(В СОПОСТАВИМЫХ ЦЕНАХ; В % К ПРЕДЫДУЩЕМУ ГОДУ)

Виды услуг	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Бытовые услуги – всего	120,8	131,8	103,0	109,9	104,4	101,2	104,7
в том числе:							
ремонт и индивидуальный пошив обуви	79,2	139,3	132,9	106,2	113,7	57,5	108,8
ремонт и индивидуальный пошив одежды, пошив и вязка трикотажных изделий	77,4	135,5	94,0	75,6	90,6	199,7	101,5
ремонт бытовой радиоэлектронной аппаратуры, бытовых машин и приборов, ремонт и изготовление металлоизделий	95,9	103,8	106,2	108,3	104,9	98,0	99,7
ремонт и техническое обслуживание транспортных средств	в 2,4 р.	192,8	125,8	111,5	108,8	149,8	132,5
ремонт и изготовление мебели	43,2	... ¹					
бытовая химическая чистка и крашение	126,6	39,6	110,5	в 2,7 р.	106,3	63,3	117,5
услуги прачечных	51,7	82,2	115,3	102,2	74,0	77,5	8,4
ремонт и строительство жилья и других построек	192,3	120,4	122,0	113,6	105,9	91,0	94,2
услуги фотографий	171,8	173,5	122,4	71,2	96,8	93,8	108,0

услуги парикмахерских	99,0	103,5	87,4	106,4	100,2	115,7	115,5
услуги бань и душей	127,7	127,1	99,0	103,4	95,9	95,5	102,7
услуги прокатных пунктов	91,8	... ¹					
транспортно-экспедиторские услуги	70,5	... ¹					
ритуальные услуги	72,0	125,4	119,4	127,2	108,3	118,1	102,4
прочие виды услуг	... ¹						

¹ Не рассчитывается индекс цен.

21 Индексы физического объема бытовых услуг по России и Тамбовской области за 1995 – 2002 гг.

(В ПРОЦЕНТАХ К ПРЕДЫДУЩЕМУ ГОДУ)

Показатели	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Российская Федерация	108,6	108,4	112,4	93,7	101,5	102,6	99,1	104,2
Тамбовская область	115,9	120,8	131,8	103,0	109,9	104,4	101,2	104,7

Из табл. 21 видно, что за последние годы в Тамбовской области объемы бытовых услуг растут значительно большими темпами, чем в среднем по Российской Федерации.

Как отмечалось в предыдущей главе, за последние годы большинство регионов области обеспечили рост объемов бытовых услуг против предыдущих годов, что характеризует общие положительные тенденции в формировании рынка бытовых услуг в Тамбовской области. Можно предположить, что как в самой области, так и в ее городах и районах, местные власти проводят специальную, направленную на поддержку бытового обслуживания, политику.

С целью изучения ситуации на рынке бытовых услуг области нами в декабре 2001 г. было проведено обследование конъюнктуры и деловой активности предприятий, оказывающих бытовые услуги населению. Обследование базировалось на оценке руководителями бытовых предприятий различных аспектов их деятельности в 2001 г. и прогнозе тенденций ее развития в ближайшей перспективе (прил. 1).

В обследовании принимали участие 50 предприятий бытового обслуживания, оказывающих населению различные виды услуг.

В рамках обследования был осуществлен анализ полученных результатов, который позволил сделать следующие выводы. Средний однодневный объем услуг 72 % обследованных предприятий службы быта не превышал 3 тыс. р.

О росте объемов услуг сообщили 72 % предприятий, каждое пятое предприятие (20 %) – сохранило стабильный объем услуг. К позитивным моментам следует отнести тот факт, что 24 % предприятий увеличили в 2001 г. по сравнению с предыдущим годом численность работников. Об уменьшении производственных площадей сообщили лишь 12 % предприятий, остальные оставили производственные площади на том же уровне. Деятельность бытовых предприятий осуществляется в условиях высокого уровня конкуренции. Более половины предпринимателей (56 %) оценивают ее как «высокую» и «очень высокую», треть – как «умеренную». Но вместе с тем, в этих условиях бытовые предприятия не стремятся расширить виды услуг, большинство из них (84 %) имеют сложившиеся виды услуг и только 16 % предприятий сообщили об увеличении видов услуг.

Оценивая финансовое состояние обследованных предприятий, можно сделать вывод, что большинство предприятий обеспечены финансовыми ресурсами, кредитными и заемными средствами не поль-

зуются, более половины (60 %) предприятий сообщили об увеличении прибыли или сохранении ее на том же уровне, что можно рассматривать как свидетельство их относительно устойчивого финансового положения.

Подавляющее большинство руководителей предприятий (92 %) охарактеризовали экономическое положение как «удовлетворительное» и «благоприятное». Респонденты, оценившие экономическую ситуацию как «неблагоприятную», составили лишь 8 % всех опрошенных. Ухудшения экономической ситуации в будущем году ожидают только 8 % опрошенных.

Приоритетными направлениями вложения средств, предназначенных для развития и расширения производственной деятельности, являются модернизация и обновление оборудования, реклама. В 2001 г. об отчислении средств на модернизацию и обновление оборудования сообщили 24 % респондентов, на рекламу – 20 %. Половина предприятий службы быта (48 %) не имеют средств на развитие и расширение своей деятельности.

Развитие предприятий бытового обслуживания населения сдерживается рядом негативных факторов, среди которых наиболее существенными являются «высокий уровень налогов» – 76 % всех ответов, «недостаток собственных оборотных средств» – 64 %, «недостаток современного оборудования» – 60 %, «недостаточный платежеспособный спрос населения» – 52 % и «большие коммунальные расходы» – 48 %.

Сложившиеся в 2001 г. условия хозяйствования позволили руководителям бытовых предприятий оптимистично оценить перспективы своей деятельности в 2002 г., 96 % из них считают, что ситуация в отрасли в следующем году не ухудшится. Более половины руководителей обследуемых предприятий ожидают дальнейшего роста объема бытовых услуг, 44 % считают, что объем услуг останется на прежнем уровне. При этом каждый четвертый респондент предполагает увеличить численность работников, половина – сохранить численность на том же уровне.

Наиболее наглядным индикатором уровня обслуживания населения в регионах является такой показатель, как объем услуг на одного жителя как в целом по услугам, так и по бытовому обслуживанию населения.

В целом по объему бытовых услуг наметились положительные тенденции, показатель услуг в стоимостном выражении на одного жителя вырос с 64 р. в 1995 г. до 447 р. в 2000 г. и 895 р. в 2002 г. (табл. 22). Это на 1,1 % больше, чем в среднем по России. По этому показателю область занимает первое место среди областей Центрально-Черно-земного района.

22 Объем бытовых услуг на душу населения Тамбовской области по видам услуг за 1995 – 2002 гг. (тыс. р.; с 1998 г. – р.)¹

Виды услуг	1992	1995	1998	1999	2000	2001	2002
Весь объем бытовых услуг	645	63662	229	326	446	664	895
в том числе:							
ремонт, окраска и индивидуальный пошив обуви	78	2620	9	12	17	12	15
ремонт и пошив швейных, меховых и кожаных изделий, головных уборов и изделий текстильной галантереи, ремонт, пошив и вязание трикотажных изделий	154	4738	9	10	11	30	39

ремонт бытовых машин и приборов, ремонт и изготовление металлоизделий	51	5879	14	24	30	35	48
ремонт и техническое обслуживание транспортных средств	66	4685	23	36	46	85	117
ремонт и изготовление мебели	14	947	1	2	2	2	2
химическая чистка и крашение	3	148	10	0,0	0,0	1	1
услуги прачечных	16	1063	2	2	2	1	0,0
ремонт и строительство жилья и других построек	91	12 739	94	137	205	321	442

Продолжение табл. 22

Виды услуг	1992	1995	1998	1999	2000	2001	2002
услуги фотоаппаратов	10	2177	18	21	25	26	34
услуги парикмахерских	27	3445	8	12	13	22	33
услуги бань и душевых	5	600	1	2	3	3	4
услуги прокатных пунктов	5	470	1	1	1	1	1
транспортно-экспедиторские услуги	42	6212	11	11	17	20	...
ритуальные услуги	29	8832	18	25	33	49	64
прочие виды услуг	54	9107	20	32	41	56	95

¹ В ценах соответствующих лет.

Все города и районы обеспечили прирост объема услуг на одного жителя (прил. 11). Как видно на рис. 14 наибольший объем бытовых услуг, предоставленных в расчете на одного жителя, наблюдается в городах: Тамбове, Уварово, Кирсанове и Моршанске, районах: Жердевском, Мичуринском, Мордовском, Сампурском и Токаревском; наименьший – в Бондарском и Моршанском районах.

Приведенные данные свидетельствуют о значительных возможностях региона в росте объемов услуг на одного жителя. Расчеты показывают, что только увеличение душевого потребления бытовых услуг у 50 % районов и городов области до среднеобластного уровня позволит возрасти общему объему бытовых услуг в целом по области на 8...10 %.

Изменение объемов услуг привело к изменению их структуры. В распределении платных услуг по районам и городам области прослеживается одна и та же тенденция: сокращение доли бытового обслуживания, пассажирского транспорта, услуг культуры, рекреационных услуг. Структурные сдвиги свидетельствуют и о том, что не преодолены сложившиеся диспропорции в удовлетворении потребностей населения в различных видах услуг. Особенности территорий и уровня жизни населения обуславливают различия в структуре потребления населением платных услуг по отдельным регионам. Например, если в 16 городах и районах Тамбовской области услуги бытового обслуживания населения занимают более трети объема платных услуг, то в 6 городах и районах они не превышают 20 %.

За последние годы в сфере бытовых услуг произошли процессы, имеющие негативные последствия для предоставления населению области социально-значимых бытовых услуг.

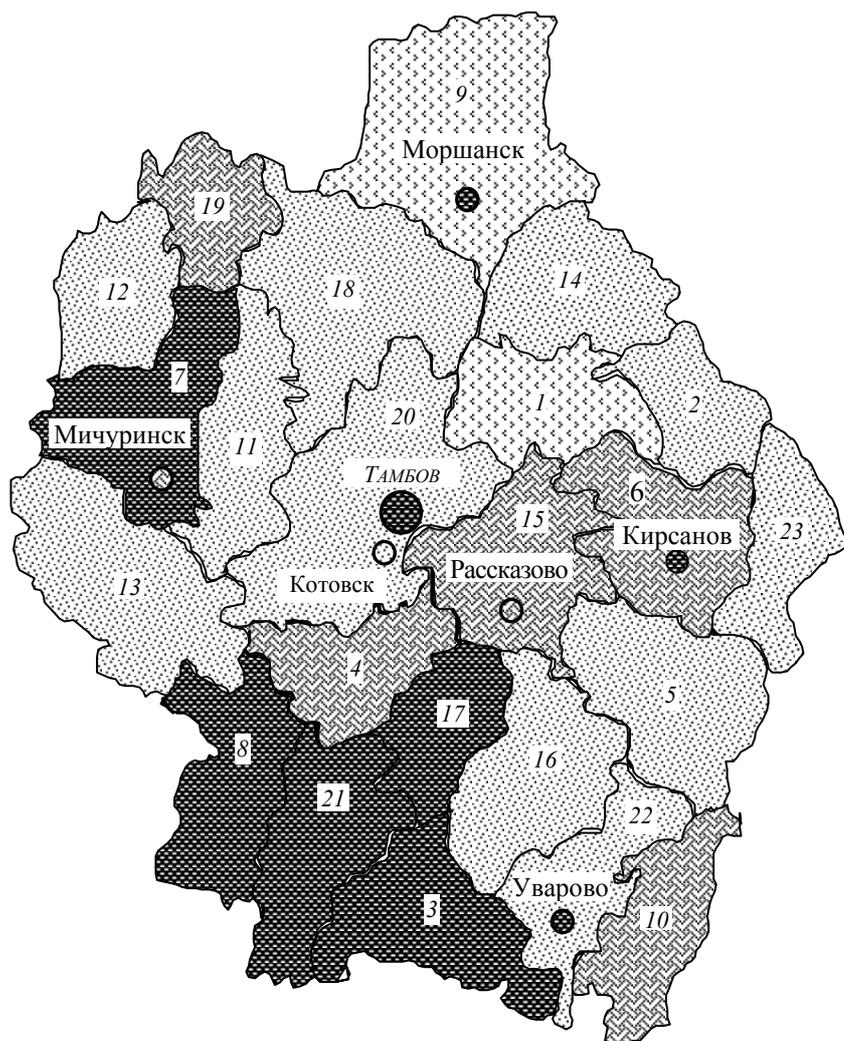
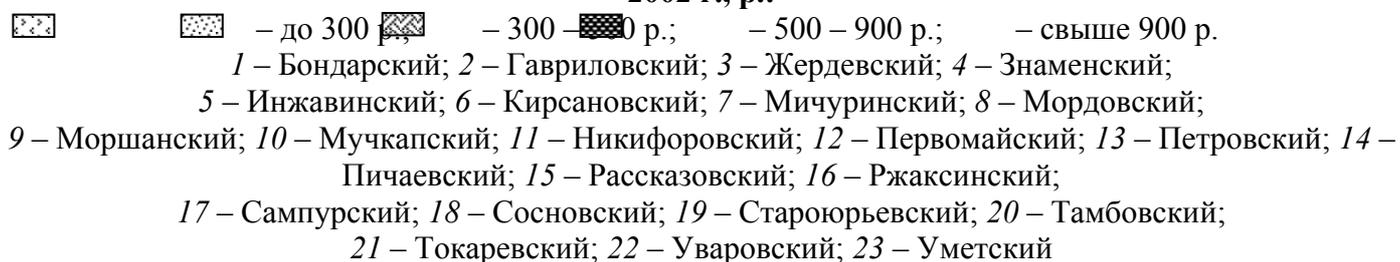


Рис. 14 Объем бытовых услуг на душу населения по городам и районам Тамбовской области в 2002 г., р.:



Эти процессы выразились:

– в сокращении физических объемов производства бытовых услуг по сравнению с дореформенным периодом по всем 15 основным группам бытовых услуг. Так, в 2002 г. объем бытовых услуг составил 57,4 % от уровня 1990 г. (в сопоставимых ценах), а по таким видам как услуги прачечных, бань и душей – 10,5 %, химчистки и крашения – 8,2 %, услуг парикмахерских – 38,8 %, по ремонту и индивидуальному пошиву одежды, пошиву и вязке трикотажных изделий – 16,8 %;

– в значительном росте цен на бытовые услуги. При среднем росте цен в 2000 году по отношению к 1990 г. в 9,5 тысячи раз, по таким услугам, как услуги бань и душей он составил 24,7 тыс. раз, ремонт и строительство жилищ – 19,9 тыс. раз, химическая чистка и крашение – 15,9 тыс. раз, услуги прачечных

– 15,1 тыс. раз, услуги фотографий – 11,9 тыс. раз. В то же время относительно низкими темпами росли цены по ремонту и техническому обслуживанию транспортных средств – 9,2 тыс. раз, на ритуальные услуги – 6,4 тысячи раз. Однако даже такое повышение цен снижает их ценовую доступность для незащищенных слоев населения. За 2001-2002 гг. цены на бытовые услуги в среднем выросли еще в 1,9 раза.

– в структурных изменениях объема бытовых услуг. Растет спрос на услуги по ремонту и строительству жилищ, основными потребителями которых являются высоко- и среднедоходные группы населения, на услуги фотографий, ритуальные и прочие услуги, падает спрос на услуги по ремонту и пошиву обуви, одежды, пошиву и вязке трикотажных изделий, ремонту и изготовлению мебели, услуги парикмахерских, бань и душей, прокатных пунктов, транспортно-экспедиторские;

– в сокращении сети предприятий бытового обслуживания, особенно в сельской местности. К началу 2000 г. в области насчитывалось 375 ателье, цехов, мастерских, что в 3,7 раза меньше, чем на начало 1991 г., а в сельской местности соответственно меньше в 9,0 раза. Более, чем в 3 раза уменьшилась численность работающих, при том, что именно эта сфера имеет преимущества с точки зрения создания дополнительных рабочих мест;

– в изменении доли участников сферы сервиса в общей структуре сервиса;

– в увеличении доли бытовых услуг в потребительских расходах населения. Если в 1995 г. доля бытовых услуг в потребительских расходах составляла 2,5 %, то в 2002 г. – 4,3 %;

– в снижении роли государственного сектора на рынке бытовых услуг и усилении роли негосударственного сектора, на долю которого в 2002 г. приходился 91 % против 75 % в 1994 г.

Изменения в структуре спроса обусловили и потребность в качественном изменении содержания организационной структуры предприятий бытового обслуживания, обусловленную интенсивным расширением экономического пространства, когда случайная организация услуг не могла обеспечить потребности общества. На сегодняшний день отрасли бытового обслуживания как централизованно управляемой системы предприятий не существует. С учетом локального характера службы быта главную роль в управлении этой сферой в современных условиях должны играть региональные органы власти. Это требует создания организационных структур, совокупность которых представляет собой единую институциональную систему. В этой связи особое значение имеет анализ современного состояния управления развитием бытового обслуживания, выявление сложившихся тенденций в этой области.

Разрешение этих проблем в регионах происходит различными путями и зависит от уровня развития региональной экономики.

Так, в соответствии с Указом Президента Российской Федерации от 28.11.91 № 240 «О коммерциализации деятельности предприятий бытового обслуживания населения в РСФСР» в Тамбовской области в 1991 – 1992 гг. было произведено разгосударствление предприятий бытового обслуживания. На их базе в области были образованы самостоятельные юридические лица, причем без контроля со стороны руководства службы быта и администраций на местах. Вся собственность по бытовому обслуживанию была передана, в основном, в муниципальную собственность, в областной собственности осталось незначительное количество предприятий. В результате проведенной приватизации число приватизированных предприятий бытового обслуживания за 1992 – 1996 гг. составило 220, получено средств от приватизации в сумме 287,1 млн. р.

Однако, качественного улучшения не произошло, а наоборот: необдуманное, без учета местных условий и специфики отрасли, проведение коммерциализации и приватизации предприятий службы быта привело к нарушению внутриотраслевых связей, распаду единого, координирующего деятельность предприятий, органа в каждом городе, районе, и в конечном итоге областного органа, что сказалось на бытовом обслуживании населения. Формальное отношение к приватизации привело к безнаказанному перепрофилированию деятельности многих предприятий. Примером тому являются многие дома быта, в которых бытовые услуги производятся на 20...30 % площадей, остальные отданы в аренду под розничные и оптовые предприятия торговли, некоторые практически не используются.

Резко ухудшилось финансовое состояние предприятий по причине многократного увеличения себестоимости услуг из-за повышения цен на сырье, материалы, коммунальные услуги, арендную плату за занимаемые помещения, налоговые платежи и отчисления. **Как показало проведенное обследование эти затраты составляют до 60 % в составе цен на бытовые услуги.** Удорожание услуг обусловило значительное снижение платежеспособного спроса населения. Для малообеспеченных слоев населения многие виды услуг, в том числе и социально-значимые, стали фактически недоступными. Произошло резкое снижение объемов реализации бытовых услуг (в % к предыдущему году): 1991 г. – на 23,9 %, 1992 г. – на 37,0 %, 1994 г. – на 49,7 %.

Поспешность в проведении работ по коммерциализации привела к закрытию предприятий по оказанию социально-значимых услуг (химчистки, мастерские по ремонту обуви, ателье ремонта одежды, трикотажных изделий и др.). При этом спрос на данные услуги не только не уменьшается, а зачастую, увеличивается.

В наиболее плачевном состоянии оказалось обслуживание населения в сельской местности. В 1996 г. на селе работало 108 комплексных приемных пунктов или 24,2 % от ранее действовавших, а число приемных пунктов уменьшилось еще в большей степени (в 14 раз) и составило 43 единицы.

Более половины предприятий бытового обслуживания стали убыточными, остальные – низкорентабельными.

Учитывая необходимость координации деятельности предприятий бытового обслуживания населения, оказания помощи в развитии сферы услуг администрацией Тамбовской области был создан Комитет по развитию предпринимательства, связи и платных услуг и утверждена «Программа стабилизации и развития бытового обслуживания населения Тамбовской области на 1997 – 1998 гг.», а затем и «Программа дальнейшего развития и улучшения бытового обслуживания населения Тамбовской области на 1999 – 2001 гг.».

В соответствии с вышеуказанными программами были выполнены конкретные мероприятия.

В результате получила дальнейшее развитие инфраструктура сферы бытового обслуживания населения. Так, за последние годы в городах и районах области было открыто 82 ателье, мастерских, 67 комплексных приемных пунктов, что позволило создать дополнительно 884 рабочих места.

Дальнейшее развитие получила внутрисистемная кооперация, которая позволяет более полно загружать мощности специализированных (базовых) предприятий и удовлетворять потребности населения в различных видах бытовых услуг. За 1999 – 2001 гг. населению было предоставлено по внутрисистемной кооперации услуг на 5,1 млн. р. или 2,2 % от объема бытовых услуг за 2000 г.

С целью совершенствования структуры и управления бытовым обслуживанием населения при государственном предприятии «Тамбовоблбытслужбы» создана областная диспетчерская служба. Диспетчерские службы функционируют в 17 районных территориях. Кроме того, предприятие «Тамбовоблбытслужбы» занимается вопросами материально-технического обеспечения предприятий бытового обслуживания.

Областной администрацией были пересмотрены в сторону уменьшения корректирующие коэффициенты при расчете единого налога на вмененный доход для предпринимателей, занимающихся оказанием бытовых услуг населению. Только в 2001 г. на рынок бытовых услуг области привлечено дополнительно 417 предпринимателей, а всего их трудится в этой сфере около 5 тысяч.

В соответствии с вышеуказанными Программами продолжается подготовка кадров массовых профессий на базе учебно-производственного центра сервиса. За 1999 – 2002 гг. около 900 учащихся получили профессии парикмахеров, парикмахеров-модельеров, портных, закройщиков, закройщиков-модельеров.

Проводилась финансово-экономическая поддержка предприятий службы быта из бюджетов всех уровней. Только за январь – сентябрь 2001 г. из местных бюджетов территорий было выделено 1,3 млн. р. и шесть автомобилей. Полученные льготы позволили стабилизировать цены на услуги, сохранить профиль предприятий, поддерживать производство на современном уровне.

Повсеместное распространение в городах и районах области получил такой метод регулирования развития сферы услуг, как предоставление предприятиям бытового обслуживания льгот в части уплаты налогов и обязательных платежей, поступающих в областные и местные бюджеты. Как показывает практика, применение налоговой системы как рычага регулирования региональной экономики вполне правомерно и довольно эффективно.

Кроме того, свое применение нашло предоставление предприятиям сферы бытовых услуг льгот по арендной плате за используемые помещения. Такие льготы введены во многих городах и районах области.

Во всех городах и районах области разработаны целевые программы или мероприятия, направленные на развитие бытового обслуживания населения региона.

Реализация намеченных мероприятий позволила обеспечить стабильное развитие бытовых услуг области. Только за последние пять лет (с момента действия программ) объем услуг увеличился в сопоставимых ценах в 1,3 раза, по отношению к 1992 г. – на 19,8 %, однако к уровню 1990 г. он составляет пока 57,4 %.

Тамбовская область по объему реализации бытовых услуг на одного жителя среди других регионов Центрального Федерального округа переместилась с 14 места в 1995 г. на 4 место в 2002 г. и имеет 1 место по Центрально-Черноземному району.

По нашему мнению, принципиальным моментом в оценке тенденций формирования рынка бытовых услуг региона является необходимость дифференцированного подхода к различным видам услуг и сложившимся тенденциям реализуемого спроса на них, в том числе в силу имеющихся диспропорций в доходах населения. Возникшие проблемы требуют участия государства и местных органов управления в дальнейшем развитии данного сектора платных услуг населению.

На наш взгляд, в сложившихся условиях требуется разработать общую концепцию развития бытового обслуживания в регионах в рыночных условиях. Так как пока еще не совсем четко действуют рыночные рычаги, обеспечивающие поступательное развитие предпринимательства, не до конца разработана государственная политика поддержки рыночных отношений, необходима всемерная поддержка (в том числе и материальная) предприятий бытового обслуживания для обеспечения населения комплексом социально необходимых услуг.

Представляется целесообразным разработать программы по развитию бытового обслуживания, начиная с государственной, в которой должна быть сформирована концепция развития этой сферы и государственные меры поддержки. В региональных программах необходимо предусмотреть конкретные меры по возрождению или созданию заново системы предприятий бытового обслуживания разных форм собственности, исходя из потребностей региона в услугах, наработке мер по привлечению предпринимателей в эту сферу.

XX век завершил формирование единой мировой экономики. Нормальный экономический процесс в каждой конкретной стране в настоящее время невозможен без внешнеэкономических связей. То есть, внешнеэкономическая деятельность (ВЭД) страны, в целом, и отдельных предприятий стала важным фактором экономического роста.

Внешнеэкономические связи становятся все более влиятельной и эффективной составной частью хозяйственной деятельности российских фирм и организаций. Российская экономика все более интегрируется в мировое хозяйство и во все возрастающих масштабах участвует в международном разделении труда (МРТ). Открытость экономики стала возможной благодаря внутрироссийским хозяйственным реформам, а также под влиянием политики Мирового Банка и МВФ. Все это имеет прямое отношение к сфере сервиса.

Услуги все сильнее влияют на внешнюю торговлю товарами, особенно наукоемкими. Это связано с развитием НТП и привело к росту стоимости услуг в цене товаров (торговля лицензиями, ноу-хау, инжиниринговые, консалтинговые услуги и т.п.).

Во всем мире предоставление услуг – наиболее динамичная статья внешней торговли. Международная торговля услугами – это предпринимательская деятельность, направленная на удовлетворение потребностей других лиц за исключением деятельности, осуществляемой на основе трудовых правоотношений.

Однако в Тамбовской области ситуация на рынке международных услуг за последние 6 лет (1997 – 2002 гг.) продолжает оставаться нестабильной и характеризуется снижением физической массы объема услуг и, как следствие, заметным сокращением их доли во внешнеторговом обороте товаров и услуг (табл. 23).

Внешнеторговый оборот международных услуг области в 2002 г. составил 0,9 млн. долларов США и уменьшился по сравнению с уровнем предыдущего года на 4,2 %, в том числе экспорт соответственно – 0,8 млн. долларов США (снижение на 11,0 %), импорт – 0,1 млн. долларов США (рост в 1,8 раза), но по отношению к 1995 г. снижение в целом по обороту услуг составило около 48 %. Удельный вес экспорта услуг во внешнеторговом обороте товаров и услуг снизился против 1996 г. на 2,9 процентных пункта и составил 0,7 %, а в общем объеме предоставленных услуг на территории области и экспортируемых за границу в 2002 г. составил всего лишь 0,6 %.

23 Динамика объемов внешней торговли товаров и услуг предприятий и организаций Тамбовской области за 1996 – 2002 гг., млн. долларов США

Показатели	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Внешнеторговый оборот то-	154,4	132,9	143,6	125,5	84,3	126,0	128,2

варов и услуг							
в % к предыдущему периоду	125,8	86,0	108,7	86,9	67,2	149,5	101,7
в % к 1995 г.	125,8	107,9	117,6	102,2	68,7	102,7	104,4
в % к итогу	100	100	100	100	100	100	100
Внешнеторговый оборот товаров	148,8	128,2	142,5	124,7	82,9	125,0	127,3
в % к предыдущему периоду	123,0	86,2	111,2	87,5	66,5	150,8	101,8
в % к 1995 г.	123,0	106,0	117,9	103,2	68,6	103,4	105,3
в % к итогу	96,4	96,5	99,2	99,4	98,4	98,3	99,3
Внешнеторговый оборот услуг	5,6	4,7	1,1	0,8	1,4	1,0	0,9
в % к предыдущему периоду	в 2,8 р.	84,5	23,8	72,4	173,6	68,8	95,8
в % к 1995 г.	в 2,8 р.	в 2,3 р.	55,8	40,4	70,2	48,3	46,3
в % к итогу	3,6	3,5	0,8	0,6	1,6	1,7	0,7

24 Внешнеторговый оборот услуг предприятий и организаций Тамбовской области за 1996 – 2002 гг., млн. долларов США

Показатели	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Внешнеторговый оборот	5,6	4,7	1,1	0,8	1,4	1,0	0,9
в % к предыдущему периоду	в 2,8 р.	84,5	23,8	72,4	173,6	69,1	95,8
Экспорт	4,1	3,4	1,0	0,6	1,2	0,9	0,8
в % к предыдущему периоду	в 2,1 р.	79,3	53,6	33,3	в 2,0 р.	73,1	89,0
Импорт	1,5	1,3	0,1	0,2	0,2	0,1	0,1
в % к предыдущему периоду	в 35,6 р.	87,7	5,4	в 2,7 р.	96,8	41,3	131,4
Сальдо	2,6	2,2	1,8	0,4	1,0	0,8	0,7
Коэффициент покрытия импорта экспортом, %	в 2,9 р.	в 2,7 р.	в 9,0 р.	в 3,0 р.	в 6,0 р.	в 12,4 р.	в 6,1 р.

Из данных табл. 24 и рис. 15 видно, что **внешнеторговое сальдо** услуг составило 0,7 млн. долларов США и увеличилось по сравнению с 2001 г. в 2,7 раза. В 2002 г. экспорт услуг превышал импорт в 6,1 раза (в 2001 г. – в 12,4 раза).

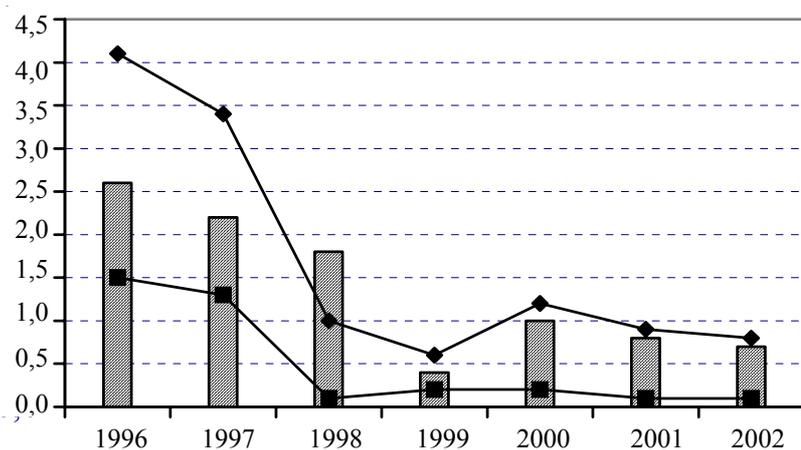


Рис. 15 Экспорт и импорт услуг Тамбовской области за 1996 – 2002 гг.:

□ – сальдо; ◆ – экспорт; ■ – импорт

экспортных поставок в страны вне СНГ, что только за 1999 г. повысило их удельный вес в общем объеме экспорта области на 16 процентных пунктов (с 29 до 45 %), а за 2000 г. – еще на 31 процентный пункт (до 76 %). Доля этих стран в общем объеме импорта в 2000 г. по сравнению с 1998 г. не изменилась и составила 100 %. В 2002 г. доля экспорта в страны вне СНГ увеличилась еще до 72 %, а доля импорта снизилась до 80 %.

В структуре экспорта услуг в 2002 г. преобладали такие виды услуг, как телефонные услуги и услуги в области образования.

Доля телефонных услуг в 2002 г. составила чуть менее половины (48,3 %) общего объема экспорта услуг области (в 1999 г. – 65,5 %). Удельный вес услуг в области образования увеличился за год на 16,9 процентных пункта (с 23,8 до 40,7 %). По остальным видам услуг произошли незначительные изменения.

В структуре импорта услуг наблюдалось снижение услуг бюро путешествий сухопутного транспорта и туристических агентств.

В импорте основное место занимали услуги по монтажу машин и оборудования – 88,6 % от всего объема областного импорта услуг, а также услуги сухопутного транспорта (8,6 %), предоставляемые странами Дальнего Зарубежья. Импорта услуг из стран СНГ в 2002 г. не было, в 1999 г. импортировались услуги по ремонту транспортного оборудования.

На страны вне СНГ приходилось 73,2 % областного внешнеторгового оборота услуг, на страны Содружества – 26,8 %.

В пятерку основных партнеров области по оказанию услуг в 2002 г. вошли Вьетнам, Германия, Китай, Словения и Испания.

Таким образом можно констатировать, что за последние годы наметилась тенденция роста объемов реализации платных услуг населению в натуральном выражении, расширился спектр освоенных рынком видов обслуживания, что является предвестником постепенного выхода сферы услуг из кризиса.

Анализ формирования и функционирования рынка платных услуг в условиях рыночной экономики выявил достаточно негативные явления, а именно:

- свертывание инфраструктуры организованного сектора рынка услуг;
- сокращение по сравнению с 1990 г. в 7,9 раза объемов реализации платных услуг;
- внешнеторговый оборот услуг снизился за последние шесть лет более чем на половину;
- структура платных услуг за последние десять лет претерпела значительные изменения: более 60 % общего объема предоставлено услугами «обязательными к оплате», платежеспособный спрос на остальные услуги снизился;
- структура расходов населения сместилась в сторону товаров первой необходимости и, опять же, услуг «обязательных к оплате»;
- усилилась дифференциация жителей городской и сельской местности по уровню и набору потребляемых услуг в зависимости от материального достатка семьи.

В связи с этим, на наш взгляд, одним из главных условий стабильного функционирования рынка платных услуг является восстановление управляемости этой сферой, отвечающей требованиям рынка, а именно:

- координация на всех уровнях (регион, город, район) комплексного развития рынка платных услуг за счет более глубокого анализа происходящих изменений в их производстве и потреблении;
- наработка мер, исключающих развитие негативных тенденций и явлений;
- разработка экономических регуляторов, стимулирующих рост услуг;
- организация работы по лицензированию, сертификации и стандартизации платных услуг;
- более полное целевое использование имеющейся сети, недопущении ее перепрофилирования, в том числе в сельской местности;
- активизация работы с органами социальной защиты населения с целью оказания адресной поддержки социально-незащищенным слоям населения;
- решение проблемы нехватки у организаций сферы услуг высокотехнологичных основных производств на основе финансовой аренды (лизинга) оборудования, которую осуществляют лизинговые организации.

2.2 РОЛЬ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ФОРМИРОВАНИИ РЫНКА УСЛУГ ТАМБОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Мировой опыт развития экономических отношений показывает, что малый бизнес – это важный элемент рыночной экономики, без которого не может гармонично развиваться государство. Он – одно из слагаемых, определяющих темпы экономического роста и качество валового внутреннего продукта, формирующего примерно половину последнего. Но дело не только в количественных показателях – этот сектор, по своей сути, является наиважнейшим элементом рыночной инфраструктуры.

Выход на высокий уровень развития малого предпринимательства – необходимое составляющее современной модели рыночно-конкурентного хозяйства. Если прежняя экономическая система в России делала отчетливый акцент на развитие крупных и даже гигантских предприятий, то в настоящее время преодоление чрезмерной концентрации производства и капитала, разукрупнение структуры экономики – одно из важнейших звеньев процесса приватизации, всей экономической реформы в целом.

Малый бизнес во многом способствует поддержанию конкурентного тонуса в экономике, создает естественную социальную опору общественному устройству, организованному на началах рынка, а также формирует новый социальный слой предпринимателей.

Малое предпринимательство в настоящее время – неотъемлемый элемент современной рыночной системы экономики страны.

Становление и развитие предпринимательства в современной России характеризуется высокими показателями динамики и особенно в сфере услуг. Данному сектору экономики присуще многообразие видов деятельности, ориентация на конкретного потребителя и региональный рынок, высокая социальная значимость. В сфере услуг существуют объективные предпосылки для малого предпринимательства и реализации индивидуальной предпринимательской активности. При этом относительно невысокая фондоемкость и материалоемкость процессов оказания услуг позволяют начинать бизнес при малых объемах начального капитала.

Малые предприятия позволяют за короткий период приобщить к бизнесу и предпринимательству большое количество людей, помогают безработным найти работу, обучают и обеспечивают работой малоквалифицированных рабочих. Велика роль малых предприятий и в процессе структурных изменений. Они позволяют развиваться конкуренции, что делает процесс реструктуризации более независимым, чем при вовлечении в него больших фирм. Малые предприятия более гибки по сравнению с большими.

Малый бизнес в сфере услуг должен составлять основу рыночной инфраструктуры сферы услуг и малые предприятия присутствуют во всех отраслях, оказывающих услуги населения. Но вместе с тем, несмотря на развитие малого бизнеса в стране и в нашей области, количественные и качественные показатели развития малого бизнеса пока не растут так быстро, как предполагалось, поскольку неблагоприятной остается внешняя среда, а именно: отсутствуют законодательные гарантии неизменности и долгосрочности политики в отношении малого предпринимательства, не полностью разделены полномочия по регулированию деятельности и поддержке малых предприятий между федеральными органами и администрациями субъектов.

По данным сплошного обследования малых предприятий, проведенного органами госстатистики, во всех отраслях экономики количество малых предприятий в Тамбовской области, занимающихся оказанием платных услуг населению, на 1 января 2001 г. составило 274 единицы или 11,0 % к общему числу отчитавшихся малых предприятий. Каждое третье предприятие из числа малых предприятий, занимающихся оказанием услуг населению (31,2 % от их общего количества) функционировало в промышленности. По другим отраслям эта категория малых предприятий наиболее широко представлена в отрасли «транспорт» (21,6 % от их общего количества), и «непроизводственные виды бытового обслуживания населения» (8,5 %).

Как показали результаты обследования, предприятия с частной формой собственности составляют подавляющую часть (97,5 %) от общего количества малых предприятий, занимающихся оказанием платных услуг населению. Их вклад в развитие малого бизнеса вполне соответствует этому удельному весу, если судить по объему платных услуг (99,0 %).

Распределение малых предприятий по административно-территориальным образованиям области крайне неравномерно.

Почти половина малых предприятий (44,9 %) расположены в г. Тамбове, каждое девятое предприятие – в г. Мичуринске. По количеству малых предприятий лидируют Тамбовский (4,8 % к общему количеству малых предприятий) и Сосновский (2,5 %) районы. В Бондарском и Уваровском районах нет малых предприятий по оказанию платных услуг населению. Более успешно работают малые предприятия в г. Тамбове, Тамбовском, Мордовском и Уметском районах. В вышеназванных регионах объем услуг, предоставленных населению в расчете на одно малое предприятие, выше, чем сложилось в среднем по области (2,1 %).

Каждые три региона из четырех имеют удельный вес объема платных услуг, оказанных населению малыми предприятиями в общем объеме платных услуг региона, ниже, чем сложилось в среднем по области (табл. 25).

Обследование позволило выявить особенности деятельности малых предприятий на рынке услуг.

Спектр этих услуг довольно разнообразен. Ведущее место в оказываемых малыми предприятиями услугах занимают услуги бытового характера (43,4 %). Довольно значителен удельный вес таких услуг, как услуги транспорта (18,9 %) и деятельность по операциям с жилым фондом (8,6 %). Другие (прочие) услуги занимают также большой удельный вес (8,3 %), что свидетельствует о стремлении респондентов обойтись отражением в форме обобщений сведений (табл. 26).

25 Группировка регионов Тамбовской области по удельному весу объема платных услуг, оказанных населению малыми

предприятиями в общем объеме платных услуг региона в 2000 г.

Удельный вес объема платных услуг, оказанных населению малыми предприятиями, в общем объеме платных услуг региона, %	Число регионов, ед.	Наименование регионов с минимальным и максимальным значением в группе
2,1	1	Тамбовская область (2,1 %)
3,5...5,2	3	Ржаксинский район (3,5 %) Мордовский район (5,2 %)
1,2...2,8	10	Моршанский район (1,2 %) Первомайский район (1,2 %) г. Мичуринск (1,2 %) г. Моршанск (1,2 %) г. Тамбов (2,8 %)

0,1...0,9	15	Кирсановский район (0,1 %) Пичаевский район (0,1 %) г. Рассказово (0,9 %)
–	2	Бондарский район Уваровский район

26 Количество малых предприятий и объем услуг, оказанных населению Тамбовской области, по видам услуг за 2000 г.

Виды услуг	Количество предприятий, ед.	Оказано услуг, тыс. р.	В % к ито-гу по		Объем услуг в расчете на 1 предприятие, тыс. р.
			количеству предприятий	объ-ему ус-луг	
Объем платных услуг – всего	274	49 627,0	100,0	100,0	181,1
в том числе: бытовые услуги	159	21512,3	55,8	43,4	140,6
услуги гостиниц	4	686,4	1,5	1,4	171,6
услуги ресторанов, баров и столовых	2	204,9	0,7	0,4	102,5
услуги транспорта	26	9357,4	9,5	18,9	359,9
услуги бюро путешествий и туристских агентств	2	801,7	0,7	1,6	400,9
услуги связи	3	366,0	1,1	0,7	122,0

Продолжение табл. 26

Виды услуг	Количество предприятий, ед.	Оказано услуг, тыс. р.	В % к ито-гу по		Объем услуг в расчете на 1 предприятие, тыс. р.
			количеству предприятий	объ-ему ус-луг	
деятельность по операциям с жилым фондом	14	4293,9	5,1	8,6	306,7
деятельность по операциям с другими видами недвижимого имущества	12	2058,8	4,4	4,1	171,6

услуги по сдаче в аренду машин и оборудования без оператора	4	134,0	1,5	0,3	33,5
услуги, связанные с компьютером	2	277,9	0,7	0,6	139,0
услуги в области права	2	216,5	0,7	0,4	108,3
услуги в области рекламы	4	288,3	1,5	0,6	72,1
услуги в области образования, включая дошкольное воспитание	3	1356,7	1,1	2,7	452,2
услуги в области распространения информации, культуры, отдыха и развлечений	5	2556,9	1,8	5,1	511,4
услуги по охране здоровья населения	5	370,0	1,8	0,8	74,0
услуги по организации занятий спортом	3	39,0	1,1	0,1	13,0
коммунальные услуги населению	10	988,9	3,7	2,0	98,9
другие (прочие) услуги	44	4117,4	7,3	8,3	205,9

В среднем каждое предприятие малого бизнеса оказало за 2000 г. платных услуг на 181,1 тыс. р. Значительно превышают этот показатель предприятия, оказывающие услуги в области распространения информации, культуры, отдыха и развлечений (511,4 тыс. р.), в области образования, включая дошкольное воспитание (452,2 тыс. р.), услуги бюро путешествий и туристских агентств (400,9 тыс. р.), транспорта (359,9 тыс. р.). Менее успешны результаты деятельности малых предприятий, оказывающих услуги по организации занятий спортом (13,0 тыс. р.), по сдаче в аренду машин (33,5 тыс. р.), в области рекламы (72,1 тыс. р.).

К субъектам малого предпринимательства в России помимо малых предприятий относятся с 1995 г., в соответствии с Законом «О государственной поддержке малого предпринимательства» и индивидуальные предприниматели, действующие без образования юридического лица (физические лица), причем на них приходится основная доля объема (85,6 % от объема в целом по субъектам малого предпринимательства, или 28,3 % от общего объема платных услуг в целом по области). Этому способствует прежде всего относительная простота регистрации индивидуальных предпринимателей, налоговые льготы и возможность создавать рабочие места без значительных инвестиций.

Малое предпринимательство стало играть все большую роль на потребительском рынке услуг. В 2000 г. на долю малого предпринимательства приходилась почти треть (30,4 %) от общего объема платных услуг. Следует отметить, что это самый высокий показатель среди областей Центрального Черноземья.

Субъектами малого предпринимательства области в 2000 г. было оказано платных услуг на сумму 796,3 млн. р., при этом темп роста в сопоставимых ценах к 1999 г. составил в целом по этому сектору экономики 105,5 %, в том числе по малым предприятиям – 99,0 %, для индивидуальных предпринимателей – 106,0 % (табл. 27).

Сдерживают развитие малых предприятий такие проблемы, как недоступность кредитов и высокие процентные ставки по ним. Кроме того, наряду с финансовыми возникают информационные трудности, высокий риск и значительные административные издержки, а также нехватка квалифицированного персонала и пригодных для деятельности фирм помещений. Сохраняется чрезмерный налоговый пресс, инвестиционные ресурсы недоступны для малых предприятий. Отсутствуют механизмы финансирования, надежная социальная защищенность и безопасность предпринимателей.

Сложившаяся структура малого предпринимательства по видам услуг за последние годы практически не изменилась. Из объема услуг, оказанных субъектами малого предпринимательства, наиболее значительная доля приходится на услуги пассажирского транспорта (34,1 %),

27 Динамика объема платных услуг населению
Тамбовской области по секторам реализации за 2000 г.

Показатели	2000 г., млн. р.	В % к		Справоч- но: 1999 г. в % к	
		1999 г.	ито- гу	1998 г.	ито гу
Объем платных услуг населению	2614,5	109,4	100,0	107,5	100,0
в том числе оказано: организациями (без субъектов малого предпринимательства)	1818,3	111,2	69,6	114,9	68,4
субъектами малого предпринимательства					
из них:	796,2	105,5	30,4	94,4	31,6
малыми предприятиями	54,3	99,0	2,1	33,2	2,3
физическими лицами, занимающимися предпринимательством на индивидуальной основе	741,9	106,0	28,3	111,5	29,3

услуги бытового характера (32,8 %), прочие услуги (12,8 %) и услуги образования (9,3 %). Наиболее привлекательными для субъектов малого предпринимательства по-прежнему остаются такие виды услуг, как услуги правового характера (82,4 % объема данного вида услуг), пассажирского транспорта (52,6 %), физической культуры (50,9 %), бытовые услуги (46,4 %).

Бытовые услуги занимают важное место среди расходов населения. Данный вид услуг является основным с точки зрения высвобождения времени, что определяет степень его социальной значимости.

По данным областной администрации в области на начало 2001 г. было зарегистрировано 4259 предпринимателей, занимающихся оказанием услуг в сфере бытового обслуживания, они ос-

воили почти все виды бытовых услуг, кроме химчистки и крашения, бань и душей, прачечных и услуг по прокату, которые пока полностью представляются организациями.

Это объясняется рядом объективных причин, среди которых: затруднительность приобретения специального оборудования для качественного выполнения таких видов услуг и площадей для его размещения, жесткий контроль со стороны санитарно-эпидемиологической службы за соблюдением санитарно-гигиенических стандартов в этой области деятельности.

В общем объеме бытовых услуг на долю услуг, оказанных населению физическими лицами, в 2000 г. приходилось 40,3 % (в целом по платным услугам 28,3 %), а по таким видам, как ремонт бытовых машин и приборов, техническое обслуживание и ремонт транспортных средств, услуги фотографий, ритуальные услуги, доля частного индивидуального предпринимательства достигает 68...86 % (рис. 16).

Анализ развития предпринимательства в Тамбовской области позволил автору заключить, что за годы рыночных преобразований в сфере услуг возникла конкурентная среда, ей стало свойственно многообразие форм хозяйствования, активную роль взяло на себя малое предпринимательство в целом, а в его составе – частный индивидуальный бизнес, наиболее мобильный вид предпринимательства.

Однако вклад малых предприятий в сферу услуг области мог бы быть более значителен. Малое предпринимательство сталкивается с такими серьезными проблемами, сдерживающими развитие этого сектора экономики области, как:

- несовершенство нормативно-правовой базы, регулирующей предпринимательскую деятельность и ее государственную поддержку;
- недостаточная зрелость трансформирующихся форм собственности;
- неэффективное функционирование инфраструктуры поддержки малого предпринимательства;
- деформация товарно-денежных отношений;
- недостаточный уровень подготовки менеджеров хозяйствующих субъектов малого бизнеса;
- отсутствие финансовой поддержки субъектов малого предпринимательства.

Становление и развитие малого бизнеса для России – жизненно важная задача. Малый бизнес может стать той важной основой, с помощью которой будет осуществлен поворот к позитивным процессам в экономике, к созданию хозяйственной предпринимательской сферы. Однако, для того, чтобы малый бизнес смог выполнить все задачи, для решения которых он предназначен, для того чтобы он мог в полной мере реализовать заложенный в нем потенциал и использовать все свои преимущества, необходима поддержка со стороны государства. Особенно возрастает роль государственной поддержки как ведущей формы государственного регулирования предпринимательства в рамках мер государственной и региональной политики развития предпринимательской деятельности.



**Рис. 16 Удельный вес индивидуального предпринимательства
в объеме бытовых услуг населению Тамбовской области
по отдельным видам в 2000 г., %**

Следует отметить, что методы государственного регулирования развития предпринимательства, как в России в целом, так и в отдельных ее регионах, в полном объеме еще не сформировались, как правило, они совершенствуются от одного нормативно-законодательного документа к другому. Кроме этого многие законодательные и нормативные акты несовершенны и создают прецедент для их произвольного толкования, а большая их часть устаревает уже на стадии их принятия.

Так, малые предприятия освобождались от налога на добавленную стоимость, а затем его ввели. Было время, когда малые предприятия не платили налог на прибыль, теперь тоже платят. В декабре 2001 г. правительство и президент обещали разработать для малого предпринимательства целый пакет документов, направленных на снижение налогового бремени и улучшение климата для развития бизнеса. Однако с 1 января 2002 г. ввели единый социальный налог, прибавив его к единому налогу на вмененный налог.

Новая система налогообложения, подготовленная Минэкономразвития, которую озвучил Президент России В. Путин в Байкальске, предусматривает освобождение предприятий малого бизнеса от всех видов налогов и сборов, кроме одного, причем этот оставшийся вид, в свою очередь, можно выбрать из трех вариантов.

Предлагаемая схема налогообложения, как утверждают российские эксперты, даст стимул для роста и развития малого бизнеса, а также выведет малые предприятия из тени.

Тамбовская область, находясь в системе общероссийской социально-экономической политики, не может действовать изолированно, абстрагируясь от государственного регулирования в рамках всего общества. Однако, в регионе стратегия государственного регулирования экономики имеет свои черты и свои каналы реализации, в том числе и в сфере предпринимательства.

На сегодняшний день создание системы поддержки малого предпринимательства в области еще не завершено.

Основой политики государственной поддержки регионального предпринимательства в Тамбовской области должна явиться разработанная администрацией области Программа развития и поддержки малого предпринимательства в Тамбовской области на 2002 – 2004 гг. Целью Про-

граммы является обеспечение благоприятных условий для развития малого предпринимательства на основе повышения качества и эффективности мер государственной поддержки на региональном уровне.

Одним из шести приоритетных направлений развития малого предпринимательства и его государственной поддержки, намеченных Программой, предполагается развитие предпринимательства в сфере бытового обслуживания населения, однако успешное выполнение этой Программы будет сдерживаться, по мнению автора, недостаточным финансовым обеспечением.

Таким образом, можно констатировать, что в настоящее время в отрасли услуг сложилось противоречие, когда с одной стороны, предприниматели очень осторожно входят в рынок платных услуг, а с другой стороны, именно эти услуги представляются идеальным объектом для малого массового предпринимательства. Предприятия сферы услуг созданы для рынка – они мобильны, имеют небольшие размеры, непосредственно контактируют с потребителем, могут практически повсеместно достаточно эффективно использовать трудовые ресурсы, местное сырье, материалы, производственные мощности крупных организаций.

В связи с этим возникает необходимость определить экономические рычаги, обеспечивающие всплеск интересов предприятий сервиса через конкурентную среду в увеличении объемов услуг населению.

На наш взгляд, желаемого результата можно достичь посредством радикальных мер дальнейшей государственной поддержки и стимулирования этого важнейшего сектора экономики и прежде всего субъектов малого предпринимательства. Необходимо создание четкой нормативно-правовой базы и льготного налогообложения, доступа к финансовым ресурсам и аренде помещений, обеспечение квалифицированными кадрами предприятий малого бизнеса, т.е. необходимо разработать конкретный механизм совершенствования работы рынка платных услуг на региональном уровне.

Глава 3

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ РЕГИОНАЛЬНОГО МЕХАНИЗМА РАБОТЫ РЫНКА ПЛАТНЫХ УСЛУГ В СФЕРЕ БЫТОВОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ

3.1 ОСНОВЫ МЕХАНИЗМА РЕАЛИЗАЦИИ БЫТОВЫХ УСЛУГ НАСЕЛЕНИЮ В РЕГИОНЕ

Предприятия сферы бытового обслуживания в настоящее время практически вышли из-под юрисдикции государства и управление ими на федеральном уровне невозможно, хотя и необходимо в части проведения общей политики поддержки сферы услуг. Региональные же власти, в состоянии и формально, и практически управлять подведомственными территориями, стимулировать и поддерживать деятельность предпринимателей в этом важном для населения.

Из анализа современной ситуации, проведенной автором во второй главе, можно вывести приоритетные направления развития и совершенствования регионального рынка бытовых услуг:

- 1) совершенствование структуры сервиса на всех уровнях, позволяющего обеспечить высококачественное обслуживание населения;
- 2) создание условий для максимального приближения комплекса бытовых услуг к месту жительства и приложения труда (дислокация сети);
- 3) расширение сети предприятий службы быта;
- 4) увеличение масштабов применения прогрессивных и эффективных форм обслуживания;
- 5) повышение качества услуг и роста объема их производства и реализации;
- 6) расширение мощности и технической оснащенности предприятий бытового обслуживания;
- 7) совершенствование режима работы предприятий с учетом сезонности и спроса населения.

Проблема регулирования потребительского рынка в регионе актуальна и связана она с уровнем сформированности этого рынка. На сегодняшний момент федеральные, региональные и местные органы власти играют незначительную роль в формировании очертания потребительского рынка, формировании хозяйственного рыночного механизма. При этом заметим, отсутствует какая-либо научная концепция регулирования со стороны государства потребительского рынка. Очевидно, в процессе формирования потребительского рынка должна быть задействована специфическая модель рыночной экономики, адекватная российским условиям.

Необходимо сосредоточить усилия по реализации государственной программы демонополизации экономики и развития конкуренции во внутренних рынках; предупреждать и пресекать злоупотребления доминирующим положением хозяйственных субъектов, противодействовать созданию или сохранности монопольных структур в соответствующих отраслях. Должны оказываться помощь и содействие в формировании и развитии малого бизнеса, который в сфере услуг занимает традиционно важные позиции.

В ситуации, которая сложилась на сегодняшний день на потребительском рынке, предприятия, предоставляющие населению услуги, оказались в непростом положении. Большая часть населения, испытывая экономические затруднения, ограничивается минимальным спектром услуг или не в состоянии пользоваться услугами вообще. Предприниматели сталкиваются с кризисными ситуациями. Для их преодоления важную роль играют финансы, которые необходимы для обеспечения процесса производства и реализации услуг.

Все сказанное в той или иной мере относится ко всем отраслям сферы услуг, но в большей мере это относится к сфере бытовых услуг – как важнейшей составляющей рынка услуг.

Поэтому вопросы разработки концепции нового механизма развития платных услуг в регионе рассмотрим на примере бытового обслуживания населения.

Повышение эффективности деятельности объектов сферы бытовых услуг может обеспечить региону рост таких показателей, как:

- занятость и заработная плата работоспособной части населения;
- валовой региональный продукт, включающий в себя стоимость реализованных населению бытовых услуг и др.

В связи с этим необходим пересмотр региональной и муниципальной политики по отношению к данной отрасли. Утрата существовавших ранее связей и механизмов управления и планирования требует выявления новых возможностей и путей вывода из кризиса бытового обслуживания, а на его примере и других видов платных услуг. Для успешного развития данного сектора регионального хозяйства большое значение имеет помощь из средств местного бюджета и соответствующие льготы на государственном уровне.

Во многом перспектива развития бытового обслуживания населения в регионе зависит от внимания к нему органов власти. Понимание необходимости создания нормальных условий для жизнедеятельности населения определяет активное участие администраций и муниципалитетов в формировании рынка платных услуг.

Обслуживание населения – одна из основных функций местного самоуправления. Их близость к населению позволяет с большей эффективностью, чем при жестко централизованной системе государственного управления, на местах решать вопросы локального значения, обеспечивать учет потребностей и интересов граждан, в том числе в сфере бытового обслуживания.

Как показывает опыт, среди основных проблем развития бытового обслуживания населения, можно выделить следующие:

- низкая удовлетворенность потребностей населения в бытовых услугах;
- низкое качество предоставляемых услуг;
- отсутствие комплекса бытовых услуг, удовлетворяющих первоочередные потребности населения региона;
- нерациональное размещение предприятий бытового обслуживания на территории региона;
- ценовая недоступность многих видов бытовых услуг и др.

Наличие одновременно трех и более из указанных проблем предполагает комплексное вмешательство со стороны органов управления.

Изучение трудов отечественных ученых и специалистов позволило отметить, что вопросы регулирования отрасли бытового обслуживания имеют важнейшее значение для региональных органов власти. Управление сферой услуг необходимо, так как в сложившихся условиях отсутствия централизованного руководства, разрозненные обособленные предприятия не в состоянии вывести бытовое обслужи-

вание на должный уровень. Исследование показало, что проводимые экономические реформы негативно повлияли на деятельность большинства предприятий бытового обслуживания населения. Местные органы исполнительной власти в своем большинстве не могут обеспечить поддержку этих предприятий. Таким образом, необходимость координации развития бытового обслуживания населения не вызывает никаких сомнений.

Анализ работ отечественных ученых позволил выделить три группы регионов по организационной структуре управления бытовым обслуживанием. В большинстве регионов России управленческие функции сосредоточены только в администрациях. Так, в Тамбовской области регулирование работы предприятий бытового обслуживания населения осуществляет Управление по развитию предпринимательства и потребительского рынка.

Ряд регионов России (Липецкая, Псковская, Ярославская) имеют специальные подразделения в администрации области и дополнительную управленческую структуру, объединяющую предприятия бытового обслуживания.

Среди регионов страны была выявлена и группа областей, которая не имеет в своих управленческих структурах подразделений, направленных на координацию развития сферы бытового обслуживания и в целом платных услуг населению (Волгоградская, Курганская, Новосибирская области и ряд других регионов).

Повсеместное распространение в регионах получил такой метод регулирования развития сферы услуг, как предоставление предприятиям бытового обслуживания льгот в части уплаты налогов и обязательных платежей в областные и местные бюджеты, льгот по арендной плате за используемое помещение. Также в некоторых регионах имеет место введение льготных тарифов на электрическую и тепловую энергию. В ряде регионов разрабатываются целевые программы, направленные на развитие бытового обслуживания населения.

В качестве одного из возможных методов экономико-административного регулирования развития бытового обслуживания населения выступает лицензирование предпринимательской деятельности. Лицензирование бытовых услуг можно определить как систему мер по созданию необходимых административных условий по защите потребителя от появления на рынке некачественных услуг, а также повышению уровня обслуживания населения, соблюдению экономических и санитарных норм. Так как бытовое обслуживание носит ярко выраженный локальный характер, лицензирование этого вида деятельности следует отнести к компетенции местных органов власти.

В связи с этим возникает необходимость разработки нормативно-законодательной базы в области лицензирования бытовых услуг. В соответствии с законодательством в настоящее время лицензируются услуги ломбардов и ритуальные услуги, право выдачи лицензий по этим видам предоставлено субъектам федерации, но нормативная база требует доработки.

Вместе с тем, ряд регионов России высказывается за расширение перечня лицензируемых видов услуг, что позволит выявить обеспеченность населения теми или иными бытовыми услугами, проанализировать материально-техническую базу предприятий и уровень профессиональной подготовки трудовых кадров.

В ряде регионов осуществляется сертификация отдельных видов услуг – оформление и выдача документа, подтверждающего качество предоставляемых услуг. К примеру, в Карелии, Тульской, Пермской областях сертифицируются услуги по ремонту и техническому обслуживанию транспортных средств, в Тюменской области и Карелии – услуги по ремонту сложной бытовой техники, а также услуги по химической чистке и крашению изделий, парикмахерских и др.

Большое развитие во всех регионах получила социальная политика по отношению к наиболее незащищенным слоям населения в части доступа их к жизненно необходимым видам услуг. Частью указанной политики является определение перечня социально-значимых видов бытовых услуг, в которых, прежде всего, нуждается население региона. Такой перечень разработан в Карелии, Ленинградской, Орловской, Ульяновской областях.

Одно из направлений рассматриваемой политики – разработка и внедрение в практику целевых программ, направленных на социальную поддержку малоимущих слоев населения (Самарская, Читинская области, Якутия и др.).

В регионах практикуется компенсирование потерь предприятиям, оказывающим льготным категориям населения услуги на бесплатной или частично платной основе. Кроме указанных выше преференций, предприятия получают возможность возмещения затрат и частично недополученной прибыли. Такая система успешно функционирует в Белгородской области.

Наиболее близкими к реализации государственных минимальных социальных стандартов являются меры, принимаемые в Ленинградской области. В целях защиты малоимущих слоев населения комитетом были разработаны рекомендации по организации муниципальной системы бытового обслуживания, которые включают:

- перечень социально значимых бытовых услуг и периодичность их представления;
- порядок предоставления льготных услуг;
- примерный уровень предоставления скидок;
- примерный образец книжки льготного потребителя.

Однако в большинстве случаев научное обоснование устанавливаемых в регионах социальных нормативов является весьма слабым. Отсутствует единая методологическая основа формирования территориальных и отраслевых социальных норм и нормативов в сфере бытового обслуживания; механизма их использования и финансирования их реализации. Бесплатное и частично платное обслуживание не закреплено законодательным образом на уровне Федерации. Финансовые нормативы слабо увязаны с обеспечением натурально-физических норм оказания бытовых услуг и часто пересматриваются в сторону понижения в зависимости от темпов инфляции и имеющихся бюджетных финансовых ресурсов.

Большое значение для реализации поставленных задач имеет разработка концепций и программ перспективного развития сферы бытовых услуг в регионе. Для решения актуальных теоретических и практических задач в сфере бытовых услуг региона нами предлагается Концепция развития бытового обслуживания региона, сформулированная следующим образом:

- 1 Подготовка и принятие федерального Закона о бытовом обслуживании населения.
- 2 Пересмотр и утверждение Общероссийского классификатора бытовых услуг.
- 3 Разработка и внедрение Положения о муниципальном заказе в бытовом обслуживании населения.
- 4 Разработка программы подготовки и переподготовки кадров для сферы бытового обслуживания в условиях рыночной экономики.
- 5 Проведение мер по преодолению негативных последствий приватизации в сфере бытовых услуг.
- 6 Восстановление государственной статистической отчетности для предприятий, оказывающих бытовые услуги населению, независимо от их организационно-правовой формы и формы собственности, включая и малые предприятия.
- 7 Проведение регулярных сплошных переписей индивидуальных предпринимателей, занимающихся оказанием бытовых услуг населению.
- 8 Разработка и утверждение нормы и социальных нормативов, регламентирующих деятельность бытового обслуживания и увязанных с задачами комплексного и высококачественного удовлетворения потребностей населения в бытовых услугах на уровне региона.
- 9 С учетом утвержденных норм разработать новую схему размещения объектов бытового обслуживания населения.
- 10 Активизировать работу по лицензированию, сертификации и стандартизации предприятий, оказывающих бытовые услуги.
- 11 Определить сеть муниципальных предприятий службы быта по отдельным видам бытовых услуг для обслуживания наименее социально защищенных слоев населения.
- 12 Содействовать формированию различных общественных ассоциаций, объединений и других структур бытового обслуживания населения.
- 13 Разработать стратегию комплексного регионального регулирования развития рынка платных услуг.

Выработка механизма реализации задач, сформулированных в рекомендуемой региональной концепции, требует более детальной переработки в рамках отдельного научного исследования.

Вопрос стратегии и тактики комплексного регионального регулирования развития рынка услуг (на примере бытового обслуживания населения) рассмотрен нами в следующем параграфе.

3.2 СТРАТЕГИЯ И ТАКТИКА РЕГИОНАЛЬНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ОКАЗАНИЯ ПЛАТНЫХ УСЛУГ НАСЕЛЕНИЮ (НА ПРИМЕРЕ БЫТОВОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ НАСЕЛЕНИЯ В ТАМБОВСКОЙ ОБЛАСТИ)

В новых условиях хозяйствования взаимоотношения участников развития регионов – органов управления как выразителей интересов населения и хозяйственных субъектов – должны строиться на принципиально новых подходах – преимущественно на базе экономических интересов на взаимовыгодной основе. Основной тенденцией здесь является использование экономических методов регулирования деятельности предприятий.

Экономические методы управления все больше выходят на первый план как основные рычаги регулирования деятельности предприятий сферы обслуживания населения на региональном уровне. В современных условиях полного перехода предприятий сервиса в частное владение муниципальные органы управления уже не в праве и не в состоянии оказывать воздействие на низовые звенья на административном уровне. Управление на экономической основе должно, с одной стороны, дать предпринимателю большую свободу в осуществлении своих задач, с другой стороны, одновременно обеспечить население региона достаточным количеством услуг в соответствии с потребительскими предпочтениями.

Важнейшими инструментами влияния местных органов власти на развитие предприятий в настоящее время являются налоговая политика, формирование регионального заказа, механизм ценового и кредитного регулирования, платность региональных ресурсов, выпуск ценных бумаг и др.

В условиях перехода к рынку предпринимаются шаги по организации взаимоотношений на преимущественно экономической основе как на федеральном, так и на местном уровне (введение налоговых льгот, предложение различных мер поддержки малого бизнеса и т.д.). Однако нестабильность экономической ситуации, неопределенность государственной и региональной политики, нехватка опыта в рыночном хозяйствовании не дают возможности эффективного использования системы регулирования на основе экономических методов управления.

Всю систему регионального регулирования можно схематично представить в виде рис. 17.

Условиями, на которых предприятиям бытового обслуживания будут предоставляться указанные льготы, должны являться:

- сохранение профиля, сохранение (увеличение) числа рабочих мест и работников предприятия;
- сохранение (увеличение) объема реализации услуг в натуральном выражении, расширение ассортимента услуг;
- сохранение уровня цен;
- льготное или бесплатное обслуживание незащищенных слоев населения;
- создание филиалов, приемных пунктов.

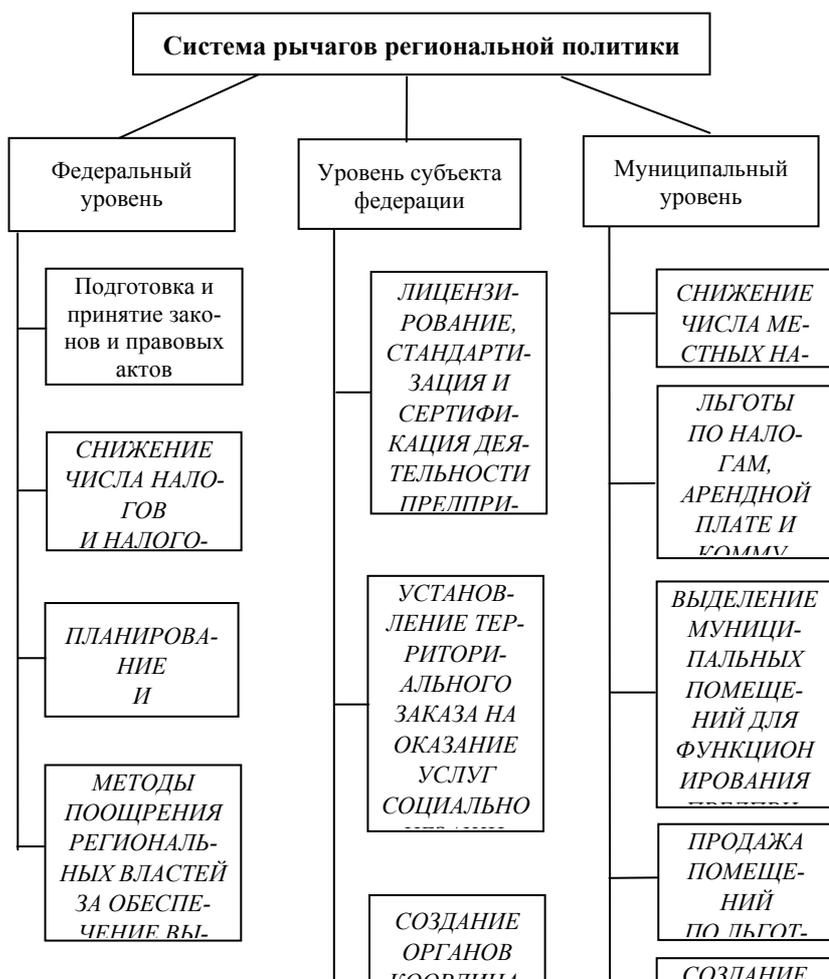


Рис. 17 Система рычагов регионального регулирования

Основная задача органов управления на местах по развитию и совершенствованию сферы бытового обслуживания в регионе должна производиться на основе расширения сети предприятий службы быта и увеличения масштабов применения прогрессивных и эффективных форм обслуживания, повышения качества услуг и роста объема их производства и реализации, расширения мощности и технической оснащенности предприятий бытового обслуживания, совершенствования режима работы предприятий с учетом сезонности и спроса населения.

Важное место в решении этой проблемы занимают развитие и совершенствование видов предоставляемых услуг и самих предприятий бытового обслуживания, а также форм организации службы быта. Нами предлагаются следующие формы организации, способы и методы бытового обслуживания населения в регионе:

1. *Формы организации бытового обслуживания по месту приема, выдачи или оказания услуги клиенту:*

- на предприятиях бытового обслуживания;
- по месту работы, учебы, отдыха или лечения клиента;
- передвижные предприятия (мастерские) по оказанию бытовых услуг в сельских районах;
- комплексные приемные пункты по оказанию бытовых услуг на центральных усадьбах сельскохозяйственных предприятий;
- оказание услуги на дому (в надомных условиях);
- при покупке товаров, изделий (подгон одежды по росту, сборка и установка сложной бытовой техники, ее доставка и т.д.).

2. *Способы и методы бытового обслуживания:*

- выполнение заказов в сроки, установленные правилами приема и выдачи заказов;
- срочное бытовое обслуживание;
- экспресс-обслуживание;
- специальное бытовое обслуживание (пенсионеров, инвалидов и др.);
- самообслуживание при доме (химчистка, стирка на машинах общего пользования в специально отведенных местах);
- гарантийное бесплатное обслуживание потребителей;
- оказание услуг посредством особых условий (обмен неисправных изделий на новые или заранее отремонтированные, заказ по телефону, почте, предварительной записи и т.д.).

Система бытового обслуживания населения региона должна носить комплексный характер, обеспечивать ценовую и территориальную доступность услуг для всех жителей городской и сельской местности, а также обеспечивать интересы и потребности потребителей услуги. При этом первостепенное значение и поддержка должны быть оказаны социально-значимым видам услуг: ремонт и пошив одежды и обуви по индивидуальным заказам, прачечные, ритуальные услуги и др. Органы территориального управления должны добиваться создания в каждом регионе, городе полного набора предприятий по услугам повседневного спроса. По остальным услугам – постепенное достижение норматива с учетом ре-

ального спроса на услуги. Увеличение количества предприятий и повышение их территориальной доступности создаст условия для развития конкуренции между ними и некоторого снижения цен на услуги.

Ввиду этого, при формировании бытового обслуживания на региональном уровне требуется разработка организационно-нормативной правовой базы, согласующей и регламентирующей деятельность субъектов рыночной структуры сферы сервиса.

Для этого управлению по развитию предпринимательства и потребительского рынка администрации области, совместно с администрациями городов и районов, следует подготовить расчетные показатели по созданию новых, реконструкции и модернизации действующих предприятий сферы услуг, исходя из нормативных показателей, что позволит создать дополнительно новые рабочие места. При этом имеется в виду, что необходимые производственные площади районные (городские) администрации и комитеты по имуществу ищут непосредственно на местах за счет лучшего использования имеющихся нежилых помещений, занятых предприятиями сферы услуг.

Кроме того, в установленном порядке следует вернуть для развития отрасли нежилые помещения, переданные (проданные) ранее различным организациям с условием использования их для сферы услуг, если такое условие не соблюдается. Также предлагается установить порядок, при котором передача прав аренды на помещения, освобождаемые предприятиями бытового обслуживания, производится с условием их целевого использования по организации бытовых услуг населению.

Расчеты, произведенные автором, показывают, что в настоящий момент, в сравнении с нормативами, обеспеченность предприятиями бытового обслуживания на 1000 жителей по области в целом составляет около 36 % (табл. 28). По отдельным субрегионам области (особенно по сельским) этот показатель значительно ниже.

Помимо разработки организационно-нормативного правового обеспечения экономических процессов в сфере сервиса, необходимо решить проблему измельченности предприятий бытового обслуживания, территориальную раздробленность и неразвитость рыночной инфраструктуры и уровня малого предпринимательства. В настоящий момент это частично или полностью можно решить путем создания на региональном уровне самостоятельных корпоративных организаций, ассоциаций и союзов. Создание подобных союзов даст малым предприятиям возможность объединить усилия по достижению общих интересов данных предприятий. При этом основным способом объединения предприятий в союзы, ассоциации и прочее является самоорганизация.

28 КОЛИЧЕСТВО ПРЕДПРИЯТИЙ БЫТОВОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ И РАБОЧИХ МЕСТ ПО ВИДАМ УСЛУГ В ТАМБОВСКОЙ ОБЛАСТИ ЗА 2000 Г.

Виды услуг	Норматив на тысячу жителей [108]	Фактическое количество		Количество рабочих мест			Ранг обеспеченности по услугам
		предприятий	рабочих мест	по нормативу	отклонение от норматива		
					(+, -)	в %	
Всего		375	4147	11572	-7425	35,8	
в том числе:							
ремонт и пошив обуви	0,24	15	259	302	-43	85,8	3
ремонт и пошив швейных изделий, вязание трикотажных изделий	2,58	54	1168	3242	-2074	36,0	9
ремонт бытовых машин и приборов	0,65	43	428	817	-389	52,4	6

ремонт и изготовление металлоизделий	0,12	7	105	151	-46	69,5	5		
ремонт и техническое обслуживание транспортных средств	0,41	21	420	515	-95	81,6	4		
ремонт и изготовление мебели	0,26	1	20	327	-	307	6,1	14	
химическая чистка и крашение	0,2	1	37	251	-	214	14,7	11	
услуги прачечных	0,2	7	66	251	-	185	26,3	10	
услуги фотоателье и фото-, кинолабораторий	0,22	16	102	276	-	174	37,0	8	
услуги бань и душевых	2,6	103	241	3267	-	302	6	7,4	13
услуги парикмахерских	1,15	70	719	1445	-	726	49,8	7	
услуги проката	0,2	2	28	251	-	223	11,2	12	
ритуальные услуги	0,18	20	283	226	57	125,	2	1	
прочие виды услуг	0,2	15	271	251	20	108,	0	2	

Можно рассмотреть и такое предложение: в структуре аппарата управления региона сформировать и оформить в правовой акт (постановление) идею создания негосударственной некоммерческой организации, объединяющей бытовые предприятия в систему ремесленных палат. Ремесленная палата создается с целью содействия в области бытового обслуживания развитию экономики малого предпринимательства, ремесленничества в сфере бытовых услуг, создания цивилизованных рыночных механизмов предпринимательской деятельности и благоприятных условий для работы бытовых служб, урегулирования их взаимоотношений с социальными партнерами и потребителями бытовых услуг.

Как уже отмечалось, дальнейшее развитие бытового обслуживания может осуществляться, как правило, на основе малого предпринимательства. Это связано с особенностями бытовых услуг, а именно, обязательным индивидуальным и личным контактом изготовителя услуги и потребителя, а также с местным характером спроса на предоставляемые услуги и его сезонными колебаниями и конъюнктурными изменениями.

Тем не менее, развитие малого предпринимательства, как и любого другого социально-экономического процесса, нуждается в управлении и руководстве. Но в этом деле о прямом, непосредственном регулировании, тем более управлении, видимо, не может идти и речи, поскольку малое предпринимательство – свободная, самостоятельная, независимая деятельность, регулируемая только рынком, а также системой государственного налогообложения.

Для привлечения предпринимателей в отрасль, стимулирования организации предприятий с относительно большей стоимостью оборудования предлагается создание лизинговых компаний, образованных при администрации городов (районов).

Выгодность использования услуг лизинговых компаний для предпринимателя очевидна. В этом случае значительные затраты должны быть произведены из местного бюджета, что в современных условиях затруднено. Однако, следует заметить, что в ближайшем будущем лизинговые компании будут пользоваться значительной поддержкой государства.

В современных условиях для оказания практической помощи предпринимателям в сфере бытового обслуживания населения на наш взгляд **назрела необходимость создания региональных центров содействия развитию предпринимательства, функционирующих на коммерческой основе.**

Именно такие региональные центры поддержки и развития предпринимательства в сфере бытового обслуживания населения могут решить комплекс проблем развития и становления, в первую очередь, малого предпринимательства, предоставляя не только консалтинговые, юридические, учебно-деловые и маркетинговые виды услуг, но и позволяя решить два важнейших вопроса: финансово-кредитное обеспечение через содействие с фондами поддержки и развития малого предпринимательства, а также через созданные собственные структуры самофинансирования, самокредитования, самострахования, решить другую важнейшую проблему – материально-техническое и кадровое обеспечение предприятий бытового обслуживания населения. Здесь могут быть решены проблемы централизованного обеспечения на основе договоров (оборудованием, средствами технического оснащения, сырьем, внедрением компьютерной техники, развитие лизинговых операций и т.д.). Повышение квалификации кадрового состава организаций бытового обслуживания также может быть эффективно организовано подобными центрами.

Схема создания такого негосударственного коммерческого центра поддержки и развития предпринимательства на базе действующего государственного предприятия «Тамбовоблбытуслуги» представлена на рис. 18.

Как уже отмечалось, наиболее актуальной задачей сегодня является развитие инфраструктуры малого предпринимательства. Это, по сути дела, те каналы, по которым государственная поддержка доводится до ее получателя – субъекта малого предпринимательства. Одновременно по этим же каналам осуществляется обратная связь, позволяющая в максимальной степени ориентировать всю систему на действительные интересы малого бизнеса. В данном случае речь идет о создании гильдий предпринимателей и ремесленных палат.

На основе проведенного исследования автором предлагается выделить следующие формы и виды поддержки предприятий службы быта на региональном рынке услуг:

- правовые;
- экономические;
- ресурсные;
- организационные;
- социальные и психологические.

Такая классификация позволяет не только сконцентрировать внимание на основных направлениях, но и увидеть место каждого направления на разных уровнях управленческой системы.

1 Правовая база поддержки малого предпринимательства, ее развитие и совершенствование на различных уровнях для формирования единого правового поля и экономического пространства, позволяющего обеспечить оптимальные взаимодействия государства и предприятий сферы сервиса.

2 Экономические формы поддержки малого предпринимательства в сфере бытовых услуг:

– налоговые льготы, совершенствование системы налогообложения, превращение ее из фискальной в стимулирующую развитие производства услуг и предпринимательской деятельности;



**Рис. 18 Предлагаемая схема негосударственного регионального
коммерческого центра поддержки и развития предпринимательства
в сфере бытового обслуживания населения на базе предприятия
«Тамбовбытуслуги»**

– реализация федеральных и региональных программ, мероприятий по финансированию, стабилизации и стимулированию инвестиционной активности;

3 Ресурсные формы поддержки малого предпринимательства:

– развитие и внедрение всех форм лизинга;

– развитие фрайчайзинга (предоставление базовой фирмой юридическому или физическому лицу права на производство, продажу товаров или предоставление услуг под его фирменной маркой или его технологии и других партнерских обязательств) и факторинга, позволяющего превратить долги в наличность;

4 Организационные формы поддержки малого предпринимательства:

– завершение формирования на федеральном и региональном уровне необходимых элементов системы информационного обеспечения малого предпринимательства;

– формирование единого концептуального подхода к созданию и завершению всех составных элементов инфраструктуры и поддержки малого предпринимательства, создание региональных государственных центров (агентств) поддержки малого бизнеса на территории региона, а также формирование негосударственной инфраструктуры поддержки малого бизнеса и др.

5 Социальные и психологические формы поддержки малого предпринимательства.

– реформирование системы пенсионного, медицинского, социального страхования;

– создание системы экономической и личной безопасности, содействие созданию мотивационного механизма, стимулирующего деятельность предприятий, обеспечивающего устойчивое развитие региона при приоритетном соблюдении экологической безопасности общества;

– создание и совершенствование государственной и негосударственной системы делового последипломного образования через систему бизнес-инкубаторов, дистанционное обучение, развитие социально-деловых и учебных центров и других видов подготовки кадров для рыночной экономики;

– переход к единой системе подготовки и переподготовки управленческого и инженерно-экономического персонала предприятий с учетом потребностей региона в различных направлениях предпринимательства в сфере бытового обслуживания населения.

Таким образом, предлагаемый нами комплекс предложений совершенствования работы рынка платных услуг на региональном уровне будет способствовать решению задачи формирования и развития данного рынка.

Заключение

В результате проведенного исследования тенденций формирования и развития регионального рынка платных услуг населению автором были сделаны следующие выводы:

1 *Услуги* – важный вид экономической деятельности, оказывающий влияние на все стороны жизни общества. Степень удовлетворения потребностей населения в услугах является одним из главных индикаторов уровня и качества жизни. Немаловажную роль и место в последнее время играет услуга как составляющая потребительского рынка, судя по масштабам экономических возможностей, которые приняла за последнее десятилетие эта сфера производства. Рынок потребительских услуг предлагает к реализации потребительские услуги, выступающие на этом рынке как товар. Специфическими чертами потребительского рынка услуг являются высокая динамичность рыночных процессов, территориальная сегментация, локальный характер производства и потребления услуг, высокая скорость оборота капитала, высокая чувствительность к изменениям рыночной конъюнктуры, специфика организации производства услуг, специфика процесса оказания услуг, высокая степень дифференциации услуг, неопределенность результата деятельности по оказанию услуг.

Современная роль услуги должна проявиться в конкурировании с возросшим материальным производством, в ориентировании на конкретного потребителя, в целом – в высокой мобильности данной отрасли, выражающейся в поиске и предоставлении принципиально новых услуг, основанных на применении новых технологий. Для построения такой социально-ориентированной экономики необходимо преодолеть инерционность прежнего типа воспроизводства и сформировать принципиально новые формы, отношения и институты, отвечающие современной роли сферы услуг в социально-ориентированном рыночном пространстве региона.

Сущность потребительского рынка услуг как социально-экономической подсистемы региона заключается, во-первых, в том, что рынок услуг выступает как специфическая часть единого рынка региона; во-вторых, как наибольшая и значимая часть рынка услуг в регионе; в-третьих, как особая форма реализации экономических отношений между хозяйствующими субъектами и населением в регионе, что, в свою очередь, предопределено характером и формами отношений собственности, производства, присвоения и перераспределения доходов.

2 Рынок платных услуг включен в потребительский рынок как его составная часть и имеет свою структуру. Потребительский рынок услуг в Тамбовской области сложился, но отличается некоторой структурной диспропорциональностью. Первые три места во всех регионах занимают такие виды услуг, как жилищно-коммунальные, пассажирского транспорта и бытовые услуги. Такое распределение объясняется тем, что данные виды услуг относятся к жизненно важным и практически не представляются населению на бесплатной основе. В практику вошло понятие «услуги для богатых» (новые виды услуг связи, услуги в области платного образования и здравоохранения, физкультуры и спорта, рекреации, развлечений и досуга и т.п.), которые в ряде случаев просто недоступны для низкодоходных слоев населения. В отраслях социальной сферы бесплатные виды услуг все больше сменяются платными.

3 Бытовые услуги имеют социально-ориентированный характер, их роль как экономического блага и национального богатства постоянно возрастает, поэтому рынок бытовых услуг является одной из основных составляющих потребительского рынка услуг. В ходе исследования развития структуры данного рынка было выявлено, что на долю производственных или материальных услуг приходится в среднем 74,3 %. И они имеют тенденцию к повышению. Так, если в 1995 г. на их долю приходилось 58,9 %,

в 1999 г. – 68,1 %, 2000 г. – 70,1 %, то в 2002 г. – уже 74,3 %. Сама структура рынка бытовых услуг также не одинакова по регионам области.

Проведенный опрос выявил услуги, относимые населением к социально-значимым. К ним относятся: услуги парикмахерских – на них показало 53,8 % опрошенных, ремонт обуви – 41,3 %, ритуальные и обрядовые услуги – 32,5 %, обслуживание и ремонт автомобильного транспорта – 18,8 %, химическая чистка и крашение одежды – 12,5 %, ремонт и техобслуживание бытовой радиоэлектронной аппаратуры – 12,5 %. Однако, перечень первоочередных услуг в различных доходных группах населения не одинаков. В связи с тем, что малообеспеченная группа потребителей является весьма представительной частью населения области (одна треть от общей численности) и наименее социально-защищенной, необходимо ориентироваться при выборе первоочередных услуг, прежде всего, на этот сегмент. По результатам обследования был сделан вывод, что несмотря на высокую социальную значимость отмеченных групп бытовых услуг, не все они доступны для потребителя, особенно для незащищенных категорий населения. Такая ситуация объясняется рядом причин, наиболее важными из них являются: высокий уровень цен, отсутствие предприятий во многих городах и районах, территориальная недоступность их, неудобный режим работы, значительное число нареканий на качество услуг и низкий уровень обслуживания.

4 Выявлены рамочные параметры и общие тенденции формирования потребительского рынка услуг в условиях трансформационных процессов в регионе. К ним можно отнести как факторы ограничивающие, так и расширяющие структуру и объем платных услуг населению. К расширяющим факторам и условиям относятся: разгосударствление и приватизация сферы потребительских услуг; увеличение числа хозяйствующих субъектов, работающих на основе различных форм собственности и организационно-правовых форм управления; сокращение и удорожание выпуска новых товаров повседневного и длительного пользования, удовлетворяющих бытовые потребности населения; изменение в структуре бытовых потребностей населения; инвестиционная привлекательность региона и др. К ограничительным параметрам формирования рынка потребительских услуг относятся: сокращение реального сектора экономики региона; падение общего уровня доходов населения; разрушение субрегиональных систем и структур оказания платных услуг населению; низкая инвестиционная привлекательность региона и т.д. В силу динамичного взаимодействия этих факторов и условий в регионах возникли особые трансформационные процессы в экономике, что определило тенденции развития рынков платных услуг населению. Проведенный мониторинг рынка платных, в том числе бытовых, услуг позволил выявить ряд тенденций. Если, для начального этапа переходного периода экономики области к рыночным отношениям было характерно снижение в потребительских расходах доли расходов населения на оплату услуг с 12,3 % в 1990 г. до 7,4 % в 1992 г., то с 1994 г. этот показатель начинает увеличиваться, достигнув своего максимума в 1997 г. (17,4 %). В результате финансовой нестабильности в 1998 г. и вызванного ею роста цен доля расходов на оплату услуг стала снижаться и уменьшилась до 14,0 % в 1999 г., в 2000 г. она составила 15,4 %, а в 2002 г. увеличилась до 19,8 %. В структуре расходов населения на оплату услуг удельный вес бытовых услуг повышается при одновременном росте доли расходов населения на оплату таких социально-значимых услуг, как жилищно-коммунальные, медицинские услуги и услуги в системе образования, которые ранее предоставлялись населению бесплатно, либо со скидкой. По последним данным уже около 60 % объема услуг формируется за счет обязательных к оплате (жилищно-коммунальные, пассажирского транспорта, связи и ритуальные) и на 20 % – за счет услуг для высокодоходных групп населения. Семьи с разным уровнем материального достатка имеют и разную видовую структуру расходов на оплату услуг. В бюджете низкодоходных семей набор потребляемых услуг примерно на 80 % представлен услугами «обязательными к оплате», у высокодоходных слоев населения – около 60 %. Сложившаяся ситуация негативно характеризует положение на рынке платных услуг с точки зрения общественной эффективности. Наименее обеспеченные слои населения, зачастую не имеющие возможности удовлетворить первоочередные потребности в отдельных (социально-значимых) видах услуг, вынуждены и в дальнейшем сокращать свои расходы в этой части.

Анализ состояния платных услуг в Тамбовской области в сравнении со среднероссийскими показателями свидетельствует о том, что доля области в общем объеме оказываемых в стране услуг составляла в 2002 г. около 0,46 %, в Центральном федеральном округе – 1,2 %. Область занимает 53 место в России по объему реализации платных услуг на одного жителя. Удельный вес бытовых услуг в объеме Рос-

сии составил 0,87 % против 0,20 % в 1995 г., в объеме Центрального федерального округа 2,15 % (в 1995 г. – 1,36 %).

Более детальный анализ показал, что Тамбовская область находится в группе областей, где динамика развития сферы платных услуг выше, чем средние показатели по Российской Федерации. Однако, по такому показателю как объем платных услуг на душу населения, его уровень составляет чуть более половины (54,1 %) от среднероссийского и около одной трети (34,8 %) от уровня по Центральному федеральному округу в целом. Анализ региональных особенностей потребления платных услуг населением показывает значительные различия (в 1,3 ра-за) в уровне потребления городским и сельским населением. Различия в уровне потребления городским и сельским населением платных услуг обусловлены, с одной стороны, более низким материальным достатком сельчан, а с другой, дислокацией предприятий сферы услуг в основном в городской местности.

4 Выявлена роль малого предпринимательства в сфере услуг Тамбовского региона и определено его влияние на формирование и развитие рынков отдельных услуг в регионе. Хотя в сфере услуг существуют объективные предпосылки для малого предпринимательства и реализации индивидуальной предпринимательской активности, малый бизнес в настоящий момент пока не составляет основу рыночной инфраструктуры сферы услуг, как это предполагалось, поскольку неблагоприятной остается внешняя среда, и малое предпринимательство сталкивается с серьезными проблемами, сдерживающими развитие этого сектора экономики. В то же время анализ перспектив развития малого предпринимательства показывает наличие высоких потенциальных возможностей, которые могут быть быстро и с высокой эффективностью реализованы при устранении негативных факторов и создании благоприятных условий. Это сделает малое предпринимательство базой развития экономики, прежде всего на региональном уровне, а также будет способствовать формированию у значительной части населения деловой активности и инициативы по обеспечению самозанятости и созданию дополнительных рабочих мест.

5 Кроме того, анализ формирования и функционирования рынка платных услуг в условиях рыночной экономики выявил следующие негативные явления:

- свертывание инфраструктуры организованного сектора услуг и образование значительного по своим масштабам неформального сектора, что свидетельствует или о невмешательстве со стороны законодательной и исполнительной власти в сферу платных услуг, или о некорректном вмешательстве со стороны государства;

- сокращение по сравнению с 1990 г. в 7,9 раза объемов реализации платных и в 1,7 раза – бытовых услуг, снижение оборота международных услуг за последние шесть лет более чем на половину;

- снижение роли государственного сектора на рынке бытовых услуг и усиление роли негосударственного сектора, на долю которого в 2000 г. приходился 91 % против 75 % в 1994 г.;

- сокращение сети предприятий бытового обслуживания, особенно в сельской местности.

6 В целом же в сфере платных услуг наметились позитивные тенденции. В 2002 г. объем платных услуг превысил уровень 2001 г. на 2,7 %, 1995 г. – на 13,9 %. Расширился спектр освоенных рынком видов обслуживания, что является предвестником постепенного выхода сферы услуг из кризиса. Бытовое обслуживание первым из всех отраслей сферы услуг начало выходить из кризисного состояния. Если в целом по платным услугам стабильный рост физического объема начался с 1997 г., то по бытовым – с 1995 г. За этот период объем бытовых услуг увеличился в сопоставимых ценах в 2,0 раза.

Приоритетными направлениями развития и совершенствования регионального рынка бытовых услуг является совершенствование структуры рынка услуг на всех уровнях, позволяющего обеспечить высококачественное обслуживание населения, создание условий для максимального приближения комплекса бытовых услуг к месту жительства и работы, расширение сети предприятий службы быта и применение эффективных и прогрессивных форм обслуживания, расширение мощности и технической оснащенности предприятий бытового обслуживания, оптимизация режима работы предприятий, совершенствование государственного регулирования рынка услуг и как конечный результат – рост объема производства и реализации услуг.

На основе проведенного нами исследования для формирования и совершенствования рынка бытовых услуг предлагаем следующее:

– использовать предлагаемые формы организации, способы и методы бытового обслуживания населения в регионе;

– разработать организационно-нормативную базу, согласующую и регламентирующую деятельность субъектов рыночной структуры сферы сервиса. Для этого управлению по развитию предпринимательства и платным услугам администрации области, совместно с администрациями городов и районов, следует подготовить расчетные показатели по созданию новых, реконструкции и модернизации действующих предприятий сферы услуг исходя из нормативных показателей, что позволит создать дополнительно новые рабочие места. При этом имеется в виду, что необходимые производственные площади районные (городские) администрации и комитеты по имуществу ищут непосредственно на местах за счет лучшего использования имеющихся нежилых помещений, занятых предприятиями сферы услуг.

Кроме того, в установленном порядке следует вернуть для развития отрасли нежилые помещения, переданные (проданные) ранее различным организациям с условием использования их для сферы услуг, если такое условие не соблюдается. Также предлагается установить порядок, при котором передача прав аренды на помещения, освобождаемые предприятиями бытового обслуживания, производится с условием их целевого использования по организации бытовых услуг населению;

– создать более благоприятные условия для дальнейшего развития рыночных отношений в сфере бытового обслуживания, для чего:

а) поддерживать и развивать частнопредпринимательскую деятельность на потребительском рынке услуг, прежде всего за счет сокращения налогов и введения ряда налоговых льгот;

б) сохранить небольшое количество государственных специализированных предприятий службы быта для поддержания стабильности в соответствующих видах услуг;

в) развивать конкуренцию на рынке бытовых услуг путем создания предприятий с различными формами собственности по одному и тому же виду услуг;

г) для привлечения предпринимателей в отрасль, стимулирования организаций, предприятий с относительно большей стоимостью оборудования предлагается создать лизинговые компании в каждом районе (городе), образованных при администрации городов (районов);

– для оптимизации организационной структуры и системы управления предприятиями службы быта создать: негосударственный коммерческий центр поддержки и развития предпринимательства на базе действующего предприятия «Тамбовоблбытуслуги» и систему ремесленных палат и гильдий предпринимателей, создание которых позволит решить вопросы финансово-кредитного обеспечения через содействие с фондом поддержки и развития малого предпринимательства, а так же через создание собственной структуры самофинансирования, самокредитования, самострахования и т.д.;

– решить важную проблему материально-технического и кадрового обеспечения предприятий бытового обслуживания населения на основе заключенных договоров.

Все эти перечисленные предложения позволят возродить и создать заново систему предприятий бытового обслуживания, удовлетворить многообразные потребности населения в услугах, сократить затраты труда в домашнем хозяйстве и облегчить его ведение, способствовать увеличению свободного времени граждан, расширенному воспроизводству рабочей силы, повышению уровня жизни населения Тамбовской области, что весьма важно в современных экономических условиях.

список литературы

1 ГРАЖДАНСКИЙ КОДЕКС РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ Ч. 1, 2: [С ИЗМ. И ДОП. ОТ 20.02.1996, 12.08.1996, 24.10.1997, 08.07.1999] // СОБР. ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА РФ. 1996.

2 О защите прав потребителей: Федер. закон от 07.02.1992. № 2300-1 // Собр. законодательства РФ. 1992.

3 О стандартизации: Федер. закон от 10.06.1993. № 5154-1 // Собр. законодательства РФ. 1993.

4 О сертификации продукции и услуг: Федер. закон от 10.06.1993. № 5151-1 // Собр. законодательства РФ. 1993.

- 5 О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации: Федер. закон от 14.06.1995. № 88-ФЗ // Российская газета, 20.06.1995.
- 6 Об упрощенной системе налогообложения, учета и отчетности для субъектов малого предпринимательства: Федер. закон от 29.12.1995. № 22-ФЗ // Собр. законодательства РФ. 1995.
- 7 О внесении изменений и дополнений в Закон Российской Федерации «О защите прав потребителей» и Кодекс РСФСР об административных правонарушениях: Федер. закон от 09.01.1996. № 2-ФЗ // Собр. законодательства РФ. 1996.
- 8 О внесении изменений и дополнений в статью 20 Закона Российской Федерации «Об основах налоговой системы в Российской Федерации»: Федер. закон от 31.07.1998. № 150-ФЗ // Собр. законодательства РФ. 1998.
- 9 О лицензировании отдельных видов деятельности: Фед. закон от 25.09.1998. № 158-ФЗ // Собр. законодательства РФ. 1998.
- 10 О мерах по упорядочению государственного регулирования цен (тарифов): Постановление Правительства РФ от 07.03.1995. № 239 // Собр. законодательства РФ. 1995.
- 11 Об утверждении Положения о Системе сертификации ГОСТР: Постановление Госстандарта России от 17.03.1995. № 239 // Собр. законодательства РФ. 1995.
- 12 О принятии и введении в действие правил по стандартизации: Постановление Госстандарта России от 02.09.1997. № 293 // Собр. законодательства РФ. 1997.
- 13 Об утверждении перечня товаров, подлежащих обязательной сертификации, и перечня работ и услуг, подлежащих сертификации: Постановление Правительства РФ от 13.08.1997. № 1013 // Собр. законодательства РФ. 1997.
- 14 Об утверждении Правил бытового обслуживания населения в Российской Федерации: Постановление Правительства РФ от 15.08.1997. № 1025 // Собр. законодательства РФ. 1997.
- 15 Об утверждении методики агрегирования показателей обследования бюджетов домашних хозяйств: Постановление Госстандарта России от 21.02.1998. № 15 // Собр. законодательства РФ. 1998.
- 16 О внесении изменений и дополнений в некоторые акты правительства российской Федерации по вопросам сертификации продукции и услуг: Постановление Правительства РФ от 02.10.1999. № 1104 // Собр. законодательства РФ. 1999.
- 17 Актуальные проблемы рыночной экономики в сфере сервиса // Под ред. Л.Б. Сульповара. М., ГАСБУ, 1995.
- 18 Алексеев А.А. Маркетинговые исследования рынка услуг: Учеб. пособие. СПб., 1998.
- 19 Андрианов А.Д., Кузнецов А.Н. Специальные экономические зоны в мировой экономике. М., МГУ, 1998.
- 20 Арсюткина Л.Н. Прогнозирование структуры и тенденций развития системы бытового обслуживания региона. Автореф. дис. ... канд. экон. наук. М., 1985.
- 21 Асфядярова З.Н. Экономическая база развития непромышленной сферы региона. Автореф. дис. ... канд. экон. наук. М., 1997.
- 22 Атаманчук Г.В. Государственное управление. М.: Экономика, 2000.
- 23 Афанасьев А.М., Гармасар О.А., Знаменский К.Н. и др. Научные основы регионального социально-экономического мониторинга / Под ред. А.В. Ивановского, В.Е. Рохчина. СПб.: ИСЭП, 1998.
- 24 Ахинов Г.А. Социальные аспекты экономической реформы в России. М.: МГУ, 1998.
- 25 Бабич А.М., Егоров Е.В. Экономика и финансирование социально-культурной сферы. Казань, 1996.
- 26 Бабич А.М., Егоров Е.В., Жильцов Е.Н. Социальная сфера в условиях перехода к рынку. М., 1995.
- 27 Бабич А.М., Егоров Е.В., Жильцов Е.М. Социальная сфера в условиях перехода к рынку. М.: РАУ, 1993.
- 28 Бабич А.М., Павлова Л.Н. Государственные и муниципальные финансы. М., 1999.
- 29 Баканов М.И., Шеремет А.Т. Теория экономического анализа. М.: Финансы и статистика, 1997.

- 30 Балалова Е.И. Статистический анализ регионального рынка бытовых услуг. Автореф. дис. ... канд. экон. наук. М., 1999.
- 31 Баринов В.П. Региональные проблемы управления и планирования сферы обслуживания. М., Наука, 1989.
- 32 Бухтерева И.Н. Организационно-экономический механизм предоставления малообеспеченным гражданам бытовых услуг (на примере г. Москвы). Автореф. дис. ... канд. экон. наук. М., 2001.
- 33 Бурджалов Ф.Э. Современная социальная политика: между планом и рынком: Учеб. пособие. М., 1996.
- 34 Бушуева И.В. Управление бытовым обслуживанием на региональном уровне. Автореф. дис. ... канд. экон. наук. М., 1996.
- 35 Вальтер Г.М. Социально-экономические проблемы перехода сферы услуги к рынку. М., 1993.
- 36 Введение в институциональный анализ / Под ред. В.Л. Тамбовцева. М.: МГУ, 1998.
- 37 Гальперин В.М., Гребенников П.И., Леусский А.И., Тарасевич Л.С. Экономика. СПб., 1994.
- 38 Государственное регулирование рыночной экономики / Под общей ред. В.И. Кушлина и Н.А. Волгина. М.: Экономика, 2000.
- 39 Говрякова Н.Н. Государственное регулирование процессов формирования социально ориентированной рыночной экономики в регионе: (на примере Респ. Молдавия). Автореф. дис. ... канд. экон. наук. Саранск, 1998.
- 40 Голованов В.И. Развитие местного самоуправления в системе управления крупным городом. Автореф. дис. ... канд. экон. наук. М., 1998.
- 41 Государственное регулирование экономики переходного периода / Под ред. И.Я. Каца. Ульяновск: Изд-во СВНЦ, 1997.
- 42 Государственное регулирование рыночных отношений / Отв. ред. Краснов А.Г. Чебоксары, 1998.
- 43 Государственное регулирование экономики и социальный комплекс / Под ред. Т.Г. Морозовой. М.: Дис, 1997.
- 44 Гурова Л.Г. О роли малого предпринимательства в сфере услуг // Вопросы статистики, 2001. № 12.
- 45 Гурова Л.Г. Региональный механизм формирования и развития рынка платных услуг в сфере бытового обслуживания. Автореф. дис. ... канд. экон. наук. Тамбов, 2002.
- 46 О совершенствовании механизма рынка платных услуг на региональном уровне // Ученые записки ТРО, ВЭОР. Тамбов, Изд-во ТГУ им. Державина, 2002. Т. 3. Вып. 2.
- 47 О ситуации на рынке платных услуг в Тамбовской области и ее субъектах // Ученые записки ТРО ВЭОР. Тамбов: Изд-во ТГУ им. Державина, 2002. Т. 3. Вып. 2.
- 48 Проблемы и перспективы развития регионального рынка бытовых услуг // Математические и инструментальные методы экономического анализа: управление качеством: Сб. науч. ст. Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2002. Вып. 2.
- 49 О позитивных тенденциях в развитии потребительского рынка // Математические и инструментальные методы экономического анализа в управлении качеством: Сб. науч. ст. Тамбов: Изд-во ТГТУ, 2002. Вып. 2.
- 50 Данков С.А. Местное самоуправление: финансово-экономические проблемы. Автореф. дис. ... канд. экон. наук. М., 1998.
- 51 Дмитриев В.И. Основы изучения и прогнозирования спроса на бытовые услуги. М., Экономика, 1986.
- 52 Дорогов Н.Н. Государственное управление региональным хозяйством. Иваново: ИвГУ, 1998.
- 53 Ерохина Л.И. Управление сферой бытовых услуг в условиях смешанной экономики. Тольятти: Довгань, 1995.
- 54 Жильцов Е.Н. Основы формирования хозяйственного механизма в сфере услуг. М.: МГУ, 1991.

- 55 Жильцов Е.Н., Восколович И.А., Казаков В.Н. Экономика сферы платных услуг. Казань, 1996.
- 56 Журавкова И.В. Анализ развития бытового обслуживания населения региона (на примере Тюменской области). Автореф. дис. ... канд. экон. наук. М., 1990.
- 57 Иванченко Л.А., Гневко В.А. Организационные и правовые приоритеты управления региональной экономикой // Бизнес-центр, 1998.
- 58 Индустрия сервиса в XXI веке: социально-гуманитарный сервис / Под общей ред. Ю.П. Свириденко. М.: Московский государственный университет сервиса. М., 2000.
- 59 Ильенкова Н.Д. Спрос: анализ и управление. М.: Финансы и статистика, 1997.
- 60 Индустрия сервиса в XXI веке: Тезисы докладов и выступлений Второй международной конференции. М., МГУ сервиса. 2000.
- 61 Каретников М.В., Каретникова Т.М. Государственное регулирование экономики. г. Минск: Челябинский Дом печати, 1998.
- 62 Каримов Р.М. Совершенствование финансовой системы в трансформационной экономике региона: Учеб. пособие. М.: Изд-во Института экономики и управления, 1998.
- 63 Кормина О.И. Регулирование развития сферы услуг в регионе (на примере бытового обслуживания населения г. Тольятти). Автореф. дис. ... канд. экон. наук. М., 1997.
- 64 Кисельников А.А. Зарубежный опыт проведения рыночных реформ и управления региональной экономикой. Новосибирск: СибУПК, 1998.
- 65 Колгушкина А.В. Информационное обеспечение планирования развития бытового обслуживания на региональном и внутрифирменном уровне. М., 1997.
- 66 Концепция развития профессионального образования в области сервиса / Под ред. Ю.П. Свириденко. М., 1997.
- 67 Корягина Т.И. Платные услуги в СССР. М.: Экономика. 1990.
- 68 Котлер Ф. Основы маркетинга / Пер. с англ. М.: Прогресс, 1990. С. 637.
- 69 Кротова Е.Л. Бытовое обслуживание населения: проблемы адаптации к рынку. Екатеринбург, 1996.
- 70 Кулиш Н.И. Социально-экономические основы местного самоуправления. Автореф. дис. ... канд. экон. наук. Екатеринбург, 1998.
- 71 Кульман А. Экономические механизмы / Пер. с фр. М.: Международные отношения, 1993.
- 72 Кунц Г., О'Доннел С. Управление: системный и ситуационный анализ. М., Прогресс, 1982. Т. 1, 2.
- 73 Курс социально-экономической статистики: Учебник для вузов / Под ред. проф. М.Г. Назарова. М.: Финстатинформ, ЮНИТИ – ДАНА, 2000.
- 74 Ларина Н.И., Кисельников А.А. Региональная политика в странах рыночной экономики. М.: Экономика, 1998.
- 75 Лексин В.Н., Швецов А.Н. Социальные последствия реформ. Правовые и бюджетные аспекты. М., 1999.
- 76 Леонов С.Н. Региональная экономическая политика в переходной экономике. Владивосток: Дальнаука, 1998.
- 77 Малахов С.А. Лицензирование деятельности в механизме государственного регулирования: социально-экономический аспект. Автореф. дис. ... канд. экон. наук. Волгоград, 1997.
- 78 Малышков В.И. Стратегия развития потребительского рынка в условиях преобразования экономики. Автореф. дис. ... канд. экон. наук, М., 1998.
- 79 Маркова В.Д. Маркетинг услуг. М.: Финансы и статистика, 1996. С. 24.
- 80 Маслов И.А. Организация управления сферой бытового обслуживания населения в условиях экономической реформы. М., 1990.
- 81 Мигунов О.Б. США: сфера услуг. М.: АН СССР. 1984.
- 82 Мильнер Б.З. Организационно-целевое управление. М.: Наука, 1980.

- 83 Мисихина С.Г. Социальные пособия, льготы и выплаты в Российской Федерации. Распределение по группам населения с различным уровнем дохода: проблемы и решения. М., 1999.
- 84 Мовин С.А. Программно-целевое государственное регулирование рыночной экономики. Автореф. дис. ... канд. экон. наук. М., 1998.
- 85 Муниципальная собственность как экономическая основа местного самоуправления: Материал рос. науч.-практ. конф. 8-9 дек., 1997 / Гл. ред. А.Н. Рябцев. Екатеринбург: УГЭУ, 1998.
- 86 Начальный курс рыночной экономики / Под ред. Г.И. Фельдмана. М.: Экономика, 1992.
- 87 Научные основы регионального социально-экономического мониторинга / Под ред. А.В. Иванова, В.Е. Рохчина., СПб.: ИСЭП, 1998.
- 88 Нестеров Л.И. Особенности развития регионов России // Федерализм. 1998. № 3.
- 89 Новиков А.Н. Прогнозирование региональной системы бытового обслуживания населения в условиях рыночных отношений. Автореф. дис. ... канд. экон. наук. М., 1991.
- 90 Новый облик рынка услуг // Экономика и жизнь. 1997. № 48.
- 91 Общероссийский классификатор услуг населению. М.: Изд-во стандартов, 2000.
- 92 Объем платных услуг населению // Вестник статистики. 1997. № 7.
- 93 Осипова Ю.М. Принципы хозяйственной самоорганизации. М.: МГУ, 1993 г.
- 94 Павлов Т.Ю. Международная капиталистическая торговля услугами и проблемы ее регулирования. М.: Экономика, 1987.
- 95 Песоцкая Е.В. Маркетинг услуг: Учебное пособие. СПб.: Питер, 2000.
- 96 Пешехонов Ю.В., Водопьянов С.Ю. Современные проблемы финансирования социальной сферы // Финансы. 1998. № 10, С. 44 – 47.
- 97 Пикулькин А.В. Система государственного управления / Под ред. Т.Г. Морозовой. М.: «Закон и право», ИО «ЮНИТИ», 1997.
- 98 Платонова Н.А. Экономические проблемы бытового обслуживания в период формирования рынка. М., 1995.
- 99 Платные услуги населению области: Стат. сб. // Тамбовский облкомстат. Т., 2003. 176 с.
- 100 Плупеников В. Н. Организационно-экономические аспекты развития рынка труда в регионе (на примере Московской области). Автореф. дис. ... канд. экон. наук. М., 2001.
- 101 Проблемы менеджмента и совершенствование маркетинговой деятельности в сфере услуг. Сб. науч. трудов / Под ред. Л. Б. Сульповара. М., 1994.
- 102 Проблемы формирования рыночных отношений в сфере услуг // Сб. науч. трудов / Под ред. Л.Б. Сульповара, 1994.
- 103 Проблемы практического маркетинга в сфере сервиса: Сборник докладов участников Второй Всероссийской научно-практической конференции / Под ред. Н.А. Платоновой, И.В. Бушуевой, О.И. Вапнярской. М.: МГУ сервиса, 2001.
- 104 Региональное развитие: опыт России и Европейского Союза / Рук. авторского коллектива и отв. ред. А.Г. Гранберг. М.: Экономика, 2000.
- 105 Региональный маркетинг сферы услуг: Сборник трудов. М.: МГУ сервиса. М., 2001.
- 106 Римашевская Н.М. Проблемы развития сферы услуг. М., 1989.
- 107 Розанова Н.М. Экономическая теория рынков. М.: МГУ, 1998.
- 108 Романович В.К. Институциональная структура сервиса в сфере услуг. М.: Социально-технологический институт МГУС, 2001.
- 109 Романович В.К. Институциональная структура сервиса в организационно-экономическом содержании сферы услуг. Автореф. дис. ... канд. экон. наук. М., 2001.
- 110 Российский статистический ежегодник // Госкомстат России, 2001.
- 111 Соболев В.И., Сонжелов В.Х. Планирование экономического и социального развития региона. Волгоград, 1992.

- 112 Современные социально-экономические проблемы регионального рынка товаров и услуг: Тезисы докладов. Саратов, 1996.
- 113 Соломенникова В.Г. Организационно-экономический механизм регионального регулирования развития социальной сферы. М.: ГАУСБ, 1999.
- 114 Социальная статистика: Учебник / Под ред. чл.-кор. РАН С69 И.И. Елисеевой. М.: Финансы и статистика, 1997. 416 с.
- 115 Социальная сфера: проблемы развития в современных условиях / Под ред. И.В. Козловой и Н.А. Платоновой, М.: ГАСБУ, 1995.
- 116 Социальная сфера: проблемы развития в современных условиях / Под ред. И.В. Козловой и Н.А. Платоновой. М.: ГАСБУ, 1996. № 2.
- 117 Социальная сфера: проблемы развития в современных условиях / Под ред. А.В. Колгушкиной и Н.А. Платоновой. М.: ГАСБУ, 1997. № 3.
- 118 Социальная сфера: проблемы развития в современных условиях / Под ред. А.В. Колгушкиной и Н.А. Платоновой. М.: ГАСБУ, 1998. № 4.
- 119 Социальная сфера: проблемы развития в современных условиях: Сборник науч. тр. № 5 // Под ред. Н.А. Платоновой. М.: МГУ сервиса. М., 1999.
- 120 Социальная сфера: проблемы развития в современных условиях: Сборник науч. тр. № 7 / Под ред. Н.А. Платоновой, О.И. Вап-нярской. М.: МГУ сервиса, 2000.
- 121 Социальные последствия экономических преобразований и приватизации в Российской Федерации. Ключевые проблемы и решения. М., 1999.
- 122 Социальные последствия экономических преобразований и приватизации в РФ // Социологические исследования. М., 1999.
- 123 Статистический бюллетень № 5 (98) // Госкомстат России. М., 2003.
- 124 Статистика рынка товаров и услуг / Под ред. И.К. Белявского М.: Финансы и статистика, 1995.
- 125 Статистический ежегодник 2003.: Стат. сб. Тамбовский облкомстат. Тамбов, 2003. 331 с.
- 126 Статистические отчеты предприятий по услугам за 1990 – 2002 гг.
- 127 Структурные проблемы развития экономики социальной сферы в рыночных условиях / Под ред. Е.Н. Жильцова. М.: МГУ, 1998.
- 128 Стратегия развития российской экономики и программа первоочередных шагов. М.: Институт экономики РАН, 1996.
- 129 Сульповар Л.Б. Маркетинг потребительских товаров и услуг. М.: МТН, 1992.
- 130 Супян В.Б., Шейман И.М. Тенденции интенсификации сферы услуг США // США – Экономика, политика, идеология. 1987. № 3.
- 131 Сфера бытового обслуживания в США. Научно-технические достижения и передовой опыт в области БОН // Информационный сборник. Мб, 1990.
- 132 Сфера бытового обслуживания в США. Совершенствование управления сферой услуг, современные формы предприятий // Реферативный обзор. 1991. № 2.
- 133 Сфера быта: перемены назрели // Экономика и жизнь. 1994. № 50.
- 134 Сфера бытового обслуживания в США. Научно-технические достижения и передовой опыт в области БОН // Информационный сборник. 1990. № 6.
- 135 Сфера услуг в России: Стат. сб. Госкомстат России. М., 2000. 316 с.
- 136 Сфера услуг: новая концепция развития экономики. М., 1984.
- 137 Сфера услуг: проблемы и перспективы развития. Т. I. Формирование сферы услуг / Под ред. Ю.П. Свириденко. М.: ВЕГА ИНТЕЛ XXI, 2000.
- 138 США: рынок потребительских товаров и услуг. М., 1983.
- 139 Талонов А.В. Организационно-экономический механизм развития рыночных отношений в жилищно-коммунальном хозяйстве // Автореф. дис. ... канд. экон. наук. М., 1998.
- 140 ТАМБОВЦЕВ В.Л. ГОСУДАРСТВО И ПЕРЕХОДНАЯ ЭКОНОМИКА: ПРЕДЕЛЫ УПРАВЛЯЕМОСТИ. М.: МГУ, 1998.
- 141 Тамбовцев В.Л. Исследования по метаэкономике. М.: МГУ, 1998.

- 142 Тамбовцев В.Л. Экономика и математические методы. М., 1998.
- 143 Танци В. Роль государства в экономике: эволюция концепций / Пер. с англ. // *Мировая экономика и международные отношения*. 1998. № 10.
- 144 Теория переходной экономики. Макроэкономика / Под ред. В.В. Герасименко. М.: МГУ, 1998.
- 145 Трощевский Ю.И. Государственное регулирование экономики в период формирования рыночных отношений / Под ред. И.Т. Корогодина. Воронеж, 1998.
- 146 Уколов В.Ф., Ситников П.И. Управление эффективностью услуг. Развитие общественного и частного предпринимательства. М.: Московский рабочий, 1991.
- 147 Уколова А.Г. Предпринимательство в коммерческом секторе услуг при переходе к рынку // Автореф. дис. ... канд. экон. наук. М., 1994.
- 148 Управление хозяйственным механизмом на предприятиях сервиса / Под ред. В.Н. Соловьева, Д.В. Шопенко. СПб., 1995.
- 149 Р.В. Гутман, А.А. Мироедов, С.В. Федин. Управление региональной экономикой / Под ред. Р.В. Гутмана. М.: Финансы и статистика, 2001. 176.
- 150 Федоров В.П. Региональное программирование в переходной экономике. Тверь: ТГУ, 1998.
- 151 Формирование комплексного механизма управления социально-экономическим развитием предприятий и регионов России / Под ред. О.В. Аксеновой. Ульяновск: Институт экономики и бизнеса). 1997.
- 152 Хольцер М., Бухарт., Мартин Д.В. и др. Эффективность государственного управления. Частный сектор в сфере обслуживания / Пер. с англ. // *Экономика и жизнь*. 1991. № 45.
- 153 Христофорова И.В. Совершенствование маркетинговой деятельности на предприятиях бытового обслуживания населения (на примере предприятий по пошиву одежды). Автореф. дис. ... канд. экон. наук. М., 1997.
- 154 Чвилев Д.В. Развитие социально-культурных отраслей в условиях местного самоуправления. Автореф. дис. ... канд. экон. наук. М., 1998.
- 155 Шагас Н.Л., Туманова Е.А. Макроэкономика – 2. (Долгосрочный аспект). М.: МГУ, 1998.
- 156 Шагас Н.Л., Туманова Е.А. Макроэкономика – 2. (Краткосрочный аспект). М.: МГУ, 1998.
- 157 Шамхалов Ф.И., Нечипоренко В.С. Государственная поддержка предпринимательства в России. М.: Экономика, 1997.
- 158 Шаронов А.В, Ильин И.А. Управление социальными процессами в России: формирование системы минимальных социальных стандартов. М., 1999.
- 159 Шаронов А., Ильин И. Формирование системы государственных минимальных социальных стандартов // *Экономист*, 1999. № 1.
- 160 Шнякина Ю. Р. Формирование и развитие системы муниципального управления и сферы общественных услуг // Автореф. дис. ... канд. экон. наук. М., 1997.
- 161 Экономика общественного сектора: Учеб. пособие / Под ред. Е.Н. Жильцова, Ж. Д. Лафея. М.: МГУ, 1998.
- 162 Экономика / Под ред. А.С. Булатова. М.: Изд-во «БЕК», 1995.
- 163 Экономика сферы платных услуг / Под ред. Е.Н. Жильцова. Казань, 1996.
- 164 Экономическая теория: Учеб. для вузов / Под ред. П. Журавлевой, В.М. Юрьева. Тамбов: Изд-во Тамб. ун-та, 2000.
- 165 Экономические аспекты социальной политики в Российской Федерации // Матер. международной конференции. М., 1999.
- 166 Энтони Б. Аткинсон, Джозеф Э. Стиглиц. Лекции по экономической теории государственного сектора // Пер. с англ.; под ред. Л.Л. Любимова М., 1995.
- 167 Юдаев О.Б. Планирование социально-бытовой инфраструктуры – социологический подход // М.: Экономика, 1990.
- 168 Ядгаров Я.С. Бытовое обслуживание. Экономика и культура сервиса. М.: Экономика, 1990.
- 169 Ядгаров Я.С. Теоретико-методические и практические проблемы монополизации и приватизации в сфере услуг. М.: Изд-во Российской экономической академии. 1993.

170 Яковсон Л.И. Эффективность и качество работы в непроизводственной сфере. М.: Экономика, 1984.

171 Яковсон Л.И. Экономические методы управления в социаль-но-культурной сфере. М.: Экономика, 1991.

172 Яковсон Л.И. Экономика общественного сектора. М.: Аспект пресс, 1996.

173 **Яндиев М.И. Региональные и местные бюджетные системы. М.: МГУ, 1998.**

ПРИЛОЖЕНИЕ 2

СВОДНЫЕ ИТОГИ АНКЕТИРОВАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ БЫТОВЫХ УСЛУГ ТАМБОВСКОЙ ОБЛАСТИ

1 Относите ли Вы себя к низкодоходным (малообеспеченным) слоям населения
– да – 50 ответов;

– нет – 30 ответов.

2 Какие из перечисленных ниже видов услуг Вы относите к социально-значимым?

Виды услуг	Всего ответов	В том числе по низкодоходным слоям населения
Ремонт обуви	33	30
Пошив обуви	1	1
Ремонт швейных, меховых, кожаных изделий	2	2
Пошив швейных, меховых, кожаных изделий	5	5
Ремонт трикотажных изделий	1	1
Пошив и вязка трикотажных изделий	1	1
Ремонт и техобслуживание бытовой радиоэлектронной аппаратуры	10	10
Ремонт бытовых машин и приборов	2	2
Ремонт и изготовление металлоизделий	7	7
Ремонт мебели	1	1

Изготовление мебели	1	1
Химчистка и крашение одежды	10	4
Ремонт и строительство жилья	5	5
Обслуживание и ремонт автомобильного транспорта	15	6
Услуги фотографий, фото- и кинолабораторий	8	8
Транспортно-экспедиторские услуги	–	–
Услуги предприятий по прокату	1	1
Услуги парикмахерских	43	36
Услуги прачечных	3	3
Услуги бань и душевых	9	9
Ритуальные и обрядовые услуги	26	25
Прочие (напишите) услуги		

Продолжение прил. 2

3 Какие причины ограничивают или не позволяют Вам пользоваться услугами?

ВИДЫ УСЛУГ	Цена		Территориальная недоступность предприятий		Не устраивает качество		Не устраивает режим работы предприятий
	не соответствует качеству	слишком высокая	предприятия отсутствуют	далеко расположены	обслуживания	выполнения услуг	
Ремонт обуви	11	35	4	12	27	48	22
Пошив обуви	5	12	17	15	11	11	11
Ремонт швейных, меховых, кожаных изделий	9	13	3	13	31	8	9
Пошив швейных, меховых, кожаных изделий	19	24	8	13	9	53	7
Ремонт трикотажных изделий	2	11	4	16	2	12	15
Пошив и вязка трикотажных изделий	3	9	4	16	3	7	15
Ремонт	8	11	9	9	11	41	38

и техоб- служива- ние быто- вой радио- электрон- ной аппа- ратуры							
Ремонт бытовых машин и приборов	7	14	8	7	17	62	29
Ремонт и изготовле- ние метал- лоизделий	5	1	7	7	4	4	45
Ремонт ме- бели	3	4	28	21	29	3	14
Изготовле- ние мебели	2	1	13	14	3	1	11

Продолжение прил. 2

ВИДЫ УСЛУГ	Цена		Территори- альная не- доступность предприятий		Не уст- раивает качество		Не устра ивает ре- жим рабо- ты пред- прия- тий
	не со- ответ- ствует каче- ству	слиш- ком вы- сока	пред- при- ятия отсут- ствуют	дале- ко распо- ложены	об- слу- жив- а- ния	вы- пол- не- ния ус- луг	
Ремонт обуви	11	35	4	12	27	48	22
Химчистка и крашение одежды	9	3	21	16	3	39	18
Услуги прачечных	–	–	18	15	1	4	9
Ремонт и строительс- тво жилья	18	32	14	7	9	3	11
Обслужи- вание и ремонт ав- томобиль- ного транс- порта	–	9	3	4	18	7	20
Услуги фото- ателье, фото- и кинолабо- раторий	–	4	–	–	–	8	7
Услуги ломбардов	–	–	–	–	–	–	–

Услуги бань и душевых	–	11	12	18	9	–	44
Услуги парикмахерских	5	41	–	–	41	7	22
Транспортно-экспедиторские услуги	–	7	9	6	3	18	18
Услуги предприятий по прокату	–	8	19	29	1	4	11
Прочие	–	–	–	9	–	–	–

ПРИЛОЖЕНИЕ 3

ОБЪЕМ ПЛАТНЫХ УСЛУГ НАСЕЛЕНИЮ ПО РЕГИОНАМ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В 1999 – 2001 ГГ., (МЛН. Р.)

Российская Федерация и регионы	2002	В % к		
		1999	2000	2001
Российская Федерация, млрд. р.	1088,1	110,3	105,4	103,7
Центральный федераль- ный округ	431 565,0	104,3	104,7	103,5
Белгородская область	5903,9	107,7	104,1	94,5
Брянская область	6504,9	104,6	104,6	101,3
Владимирская область	5679,1	100,3	98,3	100,9
Воронежская область	10 171,1	114,3	114,9	100,6
Ивановская область	4498,2	94,3	95,8	104,7
Калужская область	4661,1	114,9	109,8	103,6
Костромская область	2471,2	100,6	97,8	98,7
Курская область	4225,3	95,1	101,9	98,4
Липецкая область	4864,5	110,3	105,3	103,2
Московская область	50 478,2	108,7	110,2	104,4
Орловская область	3482,5	115,6	115,5	111,6
Рязанская область	4795,4	117,7	118,0	106,0
Смоленская область	3882,7	94,6	90,4	94,7
Тамбовская область	5054,9	120,8	110,4	102,7
Тверская область	5648,7	107,7	105,4	104,3
Тульская область	7356,5	117,5	113,4	109,7
Ярославская область	7407,0	103,2	98,7	101,9
г. Москва	294 479,8	100,3	101,2	103,7
Северо-Западный феде- ральный округ	111 791	107,3	106,2	105,5
Республика Карелия	3967,6	105,3	101,8	105,1
Республика Коми	7491,6	105,3	109,9	103,5
Архангельская область	7583,5	115,1	113,1	108,6
в том числе Ненецкий авт. округ	149,2	124,9	109,0	97,0

Вологодская область	7161,3	101,2	102,0	98,4
Калининградская область	5910,8	115,4	120,3	112,0
Ленинградская область	6741,1	116,4	112,7	113,8
Мурманская область	8934,4	95,1	104,8	102,2
Новгородская область	3523,4	89,0	91,4	98,1
Псковская область	3222,8	127,9	117,2	106,5
г. Санкт-Петербург	57 255,2	108,2	104,5	105,8

Продолжение прил. 3

Российская Федерация и регионы	2002	В % к		
		1999	2000	2001
Южный федеральный округ	110 907,4	113,2	106,2	100,4
Республика Адыгея	1206,9	88,7	98,8	97,3
Республика Дагестан	4588,8	183,7	129,8	109,5
Республика Ингушетия	507,5	130,8	117,0	114,0
Кабардино-Балкарская Республика	3473,6	121,7	119,2	109,7
Республика Калмыкия	472,9	85,0	78,1	92,6
Карачаево-Черкесская Республика	1265,7	132,7	105,1	104,0
Республика Северная Осетия-Алания	3687,2	136,2	99,3	98,9
Чеченская Республика
Краснодарский край	33 119,9	94,3	102,2	94,9
Ставропольский край	17 202,6	104,3	98,5	96,5
Астраханская область	5101,5	120,7	101,2	93,8
Волгоградская область	15 912,3	135,4	127,7	111,1
Ростовская область	24 368,5	110,8	106,7	103,9
Приволжский федеральный округ	159 950,4	109,5	105,7	102,9
Республика Башкортостан	25 423,7	117,3	112,8	107,5
Республика Марий Эл	2353,6	93,0	111,6	104,3
Республика Мордовия	2813,6	89,2	94,2	98,1
Республика Татарстан	19 278,0	133,2	121,0	113,7
Удмуртская Республика	7462,2	99,2	100,9	98,2
Чувашская Республика	6134,8	102,9	102,1	98,6
Кировская область	6958,3	99,0	99,6	100,3
Нижегородская область	15 477,7	91,8	91,2	95,7
Оренбургская область	9350,7	117,9	108,6	100,9
Пензенская область	5743,2	131,2	112,3	101,6
Пермская область	17 709,7	105,5	98,7	97,8
в том числе				
Коми-Пермяцкий авт. округ	187,9	115,6	106,5	100,5
Самарская область	23 023,9	115,7	115,0	106,8
Саратовская область	11 395,5	105,4	102,0	102,9
Ульяновская область	6825,5	90,7	89,6	95,5
Уральский федеральный округ	89 972,0	111,6	103,5	102,9
Курганская область	3555,5	94,7	94,6	95,1
Свердловская область	34 029,0	113,6	100,2	98,8

Окончание прил. 3

Российская Федерация	2002	В % к		
----------------------	------	-------	--	--

и регионы		1999	2000	2001
Тюменская область	33 566,5	118,6	113,7	106,0
в том числе:				
Ханты-Мансийский авт. округ	17 491,4	116,0	112,2	103,3
Ямало-Ненецкий авт. округ	6519,4	135,3	118,3	112,1
Челябинская область	18 821,0	103,4	97,1	107,2
Сибирский федеральный округ	118 985,4	110,3	107,6	104,8
Республика Алтай	440,9	133,6	130,1	112,5
Республика Бурятия	3449,5	140,5	120,8	109,1
Республика Тыва	623,8	104,8	110,9	109,7
Республика Хакасия	3214,0	98,2	92,7	91,7
Алтайский край	9839,3	123,5	113,5	108,1
Красноярский край	21 896,0	88,3	99,3	104,1
в том числе:				
Таймырский (Долгано-Ненецкий) авт. округ	236,9	88,0	97,8	93,9
Эвенкийский авт. округ	36,4	67,2	87,3	85,2
Иркутская область	14 902,2	111,5	111,3	103,6
в том числе				
Усть-Ордынский Бурятский авт. округ	81,2	95,0	108,4	108,0
Кемеровская область	15 177,1	104,5	98,8	98,0
Новосибирская область	23 784,5	93,2	86,4	102,9
Омская область	11 641,1	124,8	120,3	107,0
Томская область	9290,7	148,9	129,5	116,1
Читинская область	4726,3	155,2	148,8	121,8
в том числе Агинский Бурятский авт. округ	100,3	297,9	232,5	183,1
Дальневосточный федеральный округ	64 883,0	105,6	105,6	101,2
Республика Саха (Якутия)	9659,9	130,3	116,5	112,8
Приморский край	17 968,9	98,5	100,4	94,4
Хабаровский край	18 826,4	96,3	102,1	100,8
Амурская область	4611,1	132,0	102,2	103,8
Камчатская область	4223,1	98,1	99,3	95,8
в том числе				
Корякский авт. округ	163,4	67,7	63,2	74,7
Магаданская область	2298,6	91,0	108,7	98,1
Сахалинская область	5900,2	127,5	126,2	112,6
Еврейская авт. область	733,9	106,9	106,8	104,3
Чукотский авт. округ	660,9	110,8	112,8	95,7

**Объем платных услуг населению по районам и городам
Тамбовской области в 1995 – 2002 гг. (млн. р.; с 1998 г. – тыс. р.)**

Города и районы	1995	1998	1999	2000	2001	2002
Всего по области	455 112	1 364 655	1 829 591	2 614 547	3 843 889	5054 868
в том числе:						
Города областного подчинения:						
Тамбов	211 602		795 250	1 182 798	1 806 201	2 376 286
Мичуринск	72 697	171 563	214 053	272 366	350 830	463 550
Моршанск	22 239		103 088	130 812	173 724	230 297
Рассказово	17 549			113 270	151 230	185 600
Котовск	12 271	41 755	56 383	76 295	107 362	144 337
Кирсанов	9162	36 155	51 252	60 965	78 009	101 011

Уварово	11 467	36 901	49 956	68 908	97 858	138 083
Районы: Бондар- ский	2145	5589	8036	11 330	17 279	23 279
Гаврилов- ский	1565	7303	11 228	15 164	23 133	29 541
Жердев- ский ¹	8852	28 681	43 632	53 890	73 264	90 084
Знамен- ский	2545	10 507	15 592	22 673	32 991	39 333
Инжавин- ский	8887	20 611	28 872	52 685	79 687	87 909
Кирсанов- ский	3251	15 350	19 203	27 066	38 164	52 627
Мичурин- ский	7923	20 911	31 634	57 862	95 038	101 331
Мордов- ский	3302	9651	12 438	18 975	29 318	37 136
Моршан- ский	5540	13 633	19 662	29 876	43 240	60 692
Мучкап- ский	2665	10 666	13 993	20 636	30 095	37 621
Никифоро- вский	3923	13 477	19 943	27 352	40 287	53 491
Первомай- ский	4687	22 521	30 424	44 436	66 348	90 483
Петров- ский	3198	10 498	14 779	22 386	33 953	40 614
Пичаев- ский	2451	9725	14 724	20 921	26 162	35 758
Рассказов- ский	3705	14 613	22 442	29 188	38 428	53 517
Ржаксин- ский	2553	9760	13 900	20 536	30 919	39 386
Сампур- ский	2172	9052	13 659	20 637	32 319	40 710
Соснов- ский	4867	16 232	22 411	32 443	48 842	64 618
Староюрье- вский	3894	12 727	15 901	23 048	34 030	42 184
Тамбов- ский	13 449	48396	75 157	112 448	190 140	283 829
Токарев- ский	3932	10 980	13 881	20 364	31 193	45 457
Уваров- ский	661	5233	7026	10 157	29 634	38 149
Уметский	1958	7265	10909	15 060	22 685	27 955

¹ г. Жердевка учитывается вместе с Жердевским районом.

Приложение 6

**Индексы физического объема платных услуг по районам
и городам Тамбовской области в 1995 – 2002 гг.
(в % к предыдущему году)**

Города и районы	1995	1998	1999	2000	2001	2002
Всего по области	65,5	103,3	107,5	109,4	107,5	102,7
в том числе:						
Города областного подчинения:						
Тамбов	63,7	106,5	110,4	115,2	110,0	102,8
Мичуринск	64,8	97,9	115,5	101,9	100,1	103,2
Моршанск	62,8	100,6	103,6	102,2	104,3	103,6
Рассказово	68,3	94,1	97,5	108,3	100,1	95,9
Котовск	72,6	100,7	104,7	103,6	103,7	105,0
Кирсанов	46,1	101,6	120,4	100,6	100,1	101,2
Уварово	76,2	88,9	110,9	105,6	104,3	110,2
Районы:						
Бондарский	73,1	96,9	107,6	98,2	106,4	105,3
Гавриловский	65,0	107,9	114,3	96,6	111,5	100,2
Жердевский	65,0	100,1	120,7	103,3	108,6	96,1
Знаменский	60,4	99,0	130,6	105,3	112,1	93,1
Инжавинский	62,1	100,1	112,6	133,9	102,5	86,2
Кирсановский	79,2	106,1	113,3	101,6	109,7	104,8
Мичуринский	71,9	115,2	113,3	129,9	115,7	83,3
Мордовский	47,1	97,9	100,8	106,6	106,4	100,1
Моршанский	84,6	104,5	112,7	105,1	101,1	109,7
Мучкапский	74,7	100,6	104,5	106,4	105,0	100,1
Никифоровский	86,5	86,3	110,1	96,1	109,0	103,7
Первомайский	77,0	95,8	108,8	104,8	106,1	106,5
Петровский	85,7	102,8	108,7	104,2	115,9	93,5
Пичаевский	59,4	100,2	115,1	102,6	100,1	106,8

Рассказов-ский	57,0	124,2	113,8	94,0	105,6	108,8
Ржаксин-ский	85,4	103,2	109,8	105,1	102,8	100,3
Сампурский	62,7	98,6	121,3	108,6	109,5	98,4
Сосновский	46,8	104,6	105,7	102,6	107,2	103,4
Староюрь-евский	68,7	108,1	105,8	104,8	109,4	96,8
Тамбовский	42,0	107,0	127,6	107,1	116,1	116,6
Токаревский	76,4	101,8	110,7	104,1	110,9	113,9
Уваровский	91,0	99,6	111,2	97,3	в 2,1 р.	100,6
Уметский	78,4	108,6	115,2	100,1	108,0	96,3

ПРИЛОЖЕНИЕ 7

ОБЪЕМ ПЛАТНЫХ УСЛУГ В СРЕДНЕМ НА ДУШУ НАСЕЛЕНИЯ И ЗАНИМАЕМОЕ МЕСТО ПО РАЙОНАМ И ГОРОДАМ ТАМБОВСКОЙ ОБЛАСТИ В 1999 – 2002 ГГ.

Города и рай-оны	Платные услуги на душу населения, р.				Занимаемое место			
	1999	2000	2001	2002	1999	2000	2001	2002
Всего по области	1434	2072	3082	4106				
Города областного подчинения:								
Тамбов	2536	3809	5872	7807	2	1	1	1
Мичуринск	1766	2268	2953	3949	6	5	6	6
Моршанск	2074	2648	3546	4768	3	3	3	3
Рассказово	1612	2307	3112	3855	4	4	4	7
Котовск	1504	2057	2933	3982	7	7	7	5
Кирсанов	2550	3064	3940	5141	1	2	2	2
Уварово	1523	2127	3068	4426	5	6	5	4
Районы:								
Бондарский	493	713	1115	1537	22	23	22	22
Гавриловский	780	1076	1689	2205	11	13	10	13
Жердевский	1202	1514	2087	2611	1	3	4	6
Знаменский	857	1260	1764	2267	5	5	9	11

Инжавинский	922	171 6	264 7	298 5	3	1	1	2
Кирсановский	814	116 7	167 4	234 9	8	10	12	9
Мичуринский	848	155 5	258 3	278 0	6	2	2	3
Мордовский	512	797	126 4	163 2	21	20	20	20
Моршанский	467	718	106 2	151 9	23	22	23	23
Мучкапский	703	104 8	155 1	195 9	15	15	15	16
Никифоровский	791	109 4	163 8	221 5	10	11	14	12
Первомайский	895	131 9	199 2	275 9	4	4	5	4
Петровский	584	903	139 7	171 4	17	17	18	19
Пичаевский	832	118 9	151 2	211 6	7	8	16	14
Рассказовский	947	125 3	168 5	238 9	2	6	11	8
Ржаксинский	615	925	141 2	183 6	16	16	17	18
Сампурский	776	118 6	187 9	242 3	12	9	6	7
Сосновский	534	788	120 9	162 4	20	21	21	21
Староюрьевский	811	119 4	180 1	228 6	9	7	8	10
Тамбовский	717	107 1	180 6	269 4	14	14	7	5
Токаревский	578	859	132 7	195 5	18	18	19	17
Уваровский	549	806	239 0	308 9	19	19	3	1
Уметский	768	107 6	164 4	205 6	13	12	13	15

**Объем бытовых услуг населению по городам и районам
Тамбовской области в 1992 – 2002 гг. (млн. р.; с 1998 г. – тыс. р.)**

Города и районы	1992	1995	1998	1999	2000	2001	2002
Всего по области	846	83 582	294 327	416 111	562 767	828 180	1 101 379
в том числе:							
Города областного подчинения:							
Тамбов	36 9	36 292	109 377	154 300	206 940	352 351	45 9307
Мичуринск	76	819 4	25 408	34 234	44 355	53 961	70 837
Моршанск	37	32 90	16 184	21 775	28 883	37 281	46 150
Рассказово	32	377 9	11 447	15 894	21 091	29 141	39 970
Котовск	11	144 6	5252	8012	10 422	13 728	17 850
Кирсанов	13	141 2	6372	9189	12 307	19 780	26 713

Уварово	33	260 3	9764	13 638	21 258	25 575	43 820
Районы:							
Бондарский	6	313	1510	2037	2809	3140	3735
Гавриловский	3	337	2068	3044	4149	6423	6823
Жердевский	28	146 1	11 041	15 600	21 547	25 025	31 240
Знаменский	10	557	3584	5827	7551	11 598	12 280
Инжавинский	10	130 0	4444	6011	8162	8143	10 460
Кирсановский	7	442	3652	5994	8576	12 056	15 960
Мичуринский	7	117 2	4968	10 729	14 746	35 986	47 263
Мордовский	12	892	3512	4738	6386	12 506	21 624
Моршанский	13	192 8	4058	5515	7149	9032	10 806
Мучкапский	7	949	4106	5424	7249	8889	11 545
Никифоровский	10	502	3058	4211	5673	6332	9906
Первомайский	18	866	7434	10 119	14 127	15 111	19 125
Петровский	12	112 5	4733	6957	9781	9170	10 645
Пичаевский	12	591	3819	5471	7568	7037	9252
Рассказовский	28	190 2	6284	8824	829	11 916	14 130
Ржаксинский	7	637	3889	5517	7681	9962	12 730
Сампурский	12	746	3161	5972	8604	20 783	26 765
Сосновский	18	113 7	3562	4835	6381	12 568	15 747
Староюрьевский	12	121 1	3561	4616	6252	10 245	12 570
Тамбовский	17	665 8	18 728	25 069	34 191	42 853	58 417
Токаревский	14	843	4160	5462	7431	7973	23 080
Уваровский	5	192	2745	3575	5009	6731	7139

Уметский	10	805	2446	3470	4660	4184	5490
----------	----	-----	------	------	------	------	------

**Индексы физического объема бытовых услуг по городам и районам Тамбовской области в 1995 – 2002 гг.
(в % к предыдущему году)**

Города и районы	1995	1998	1999	2000	2001	2002
Всего по области	115,9	103,0	109,9	104,4	101,2	104,7
в том числе:						
Города областного подчинения: всего по области						
Тамбов	108,1	111,1	109,6	103,6	103,7	102,1
Мичуринск	102,5	127,7	109,1	100,1	100,2	104,0
Моршанск	104,6	127,6	100,6	102,4	100,2	100,1
Рассказово	124,2	114,9	101,9	102,5	89,3	105,0
Котовск	146,4	120,5	109,8	100,4	100,1	100,1
Кирсанов	51,5	116,1	116,9	103,4	100,8	103,3
Уварово	145,4	118,0	124,3	120,4	59,8	131,4
Районы:						
Бондарский	56,8	124,1	104,7	106,5	100,7	91,7
Гавриловский	в 2,4 р.	115,4	110,7	105,3	115,9	81,2
Жердевский	103,7	116,9	110,7	106,7	114,3	100,4
Знаменский	116,2	117,9	119,1	100,1	111,1	100,1
Инжавинский	185,3	117,5	109,2	104,9	94,2	100,9
Кирсановский	132,5	115,3	114,5	110,5	127,9	102,4
Мичуринский	195,0	166,4	130,9	106,1	131,1	101,0
Мордовский	72,3	104,9	104,7	104,1	100,2	136,0
Моршанский	168,5	116,5	104,5	100,1	109,8	100,2
Мучкапский	185,7	114,4	104,7	103,2	96,7	102,0
Никифоровский	96,7	113,4	101,6	104,0	100,0	130,5
Первомайский	113,2	112,9	111,3	107,8	101,9	100,1
Петровский	в 2,6 р.	118,1	106,6	108,6	102,9	100,5
Пичаевский	139,5	113,1	106,4	106,8	106,4	100,9
Рассказовский	80,5	115,5	105,7	103,5	101,4	102,0
Ржаксинский	135,1	118,5	111,4	107,5	87,7	101,9
Сампурский	101,7	107,8	150,0	111,3	108,0	100,3
Сосновский	80,4	137,1	96,1	101,9	101,4	106,0
Староюрьевский	125,3	120,4	97,7	104,6	105,9	101,5
Тамбовский	в 2,5 р.	114,9	115,6	105,3	101,3	104,5
Токаревский	174,9	115,6	113,5	105,1	88,6	в 2,4 р.
Уваровский	в 3,2 р.	116,3	108,5	108,2	105,6	81,0
Уметский	168,0	117,5	113,7	103,7	92,3	100,3

Объем бытовых услуг в среднем на душу населения Тамбовской области и занимаемое место по районам и городам области в 1999 – 2002 гг.

Города и районы	Бытовые услуги на душу населения; р.				Занимаемое место			
	1999	2000	2001	2002	1999	2000	2001	2002
Всего по области	326	446	664	895	–	–	–	–
в том числе:								
Города областного подчинения:			114					
Тамбов	492	667	6	1509	1	1	1	1
Мичуринск	283	369	454	603	6	6	6	6
Моршанск	438	585	761	956	3	4	4	4
Рассказово	320	430	600	830	5	5	5	5
Котовск	214	281	375	492	7	7	7	7
Кирсанов	457	618	999	1359	2	3	2	3
Уварово	416	656	802	1405	4	2	3	2
Районы:								
Бондарский	125	177	203	247	22	21	23	23
Гавриловский	211	294	469	509	17	17	10	16
Жердевский	430	605	713	906	1	1	3	5
Знаменский	320	420	620	708	4	5	4	7
Инжавинский	192	266	271	355	19	19	20	21
Кирсановский	254	370	529	713	11	10	8	6
Мичуринский	288	396	978	1297	7	8	2	2
Мордовский	195	268	539	951	18	18	7	4
Моршанский	131	172	222	271	21	22	22	22
Мучкапский	273	368	458	601	10	11	11	10
Никифоровский	167	277	257	410	20	20	21	18
Первомайский	298	419	454	583	6	6	13	12
Петровский	275	394	377	449	9	9	16	17
Пичаевский	309	430	407	548	5	4	15	15
Рассказовский	372	508	479	631	2	2	9	9
Ржаксинский	244	346	455	594	13	12	12	11
Сампурский	339	495	1208	1593	3	3	1	1
Сосновский	115	155	311	396	23	23	18	20
Староюрьевский	236	324	542	681	15	15	6	8
Тамбовский	239	326	407	555	14	14	14	14
Токаревский	228	314	339	993	16	16	17	3
Уваровский	279	398	543	578	8	7	5	13
Уметский	244	333	303	404	12	13	19	19

¹ рублей

Основные показатели развития сети предприятий бытового обслуживания населения Тамбовской области в 1990 – 1992, 1996, 1999 гг. (на конец года)

Показатели	1990	1991	1992	1996 ¹	1999
Число ателье, цехов, мастерских-единиц	1392	1383	967	451	375
в том числе:					
в городах и поселках городского типа	505	516	442	320	...
в сельской местности	887	867	525	131	...
Число приемных (включая при ателье) пунктов-единиц	999	962	354	170	283
в том числе:					
в городах и поселках городского типа	392	382	198	127	...
в сельской местности	607	580	156	43	...
Комплексные приемные пункты – единиц	498	480	191	175	...
в том числе:					
в городах и поселках городского типа	52	35	2	67	...
в сельской местности	446	445	189	108	...
Среднесписочная численность работающих, человек	12 889	12 977	8676	4605	4147

¹ Данные приведены по состоянию на 1 октября 1996 г.

Приложение 13

Число ателье (цехов, мастерских) по Тамбовской области за 1993, 1996, 1999 гг. (на конец года)

Виды услуг	1993	1996 ¹	1999
			9

	Все го	в том числе сель- ская ме- стность	Все- го	в том числе сель- ская ме- стность	Все го
Всего	964	522	451	131	375
в том числе:					
ремонт и окраска обуви	26	10	19	3	15 ²
пошив обуви	20	5	11	–	–
ремонт и пошив швей- ных, меховых и кожаных изделий, головных уборов и изделий тек- стильной галантереи	91	34	57	16	54 ³
ремонт, пошив и вяза- ние трикотажных изде- лий	16	3	5	–	–
ремонт бытовых ма- шин и бытовых прибо- ров	70	22	42	12	43
ремонт и изготовление металлоизделий	7	–	8	1	7
техническое обслужива- ние и ре-монт автотран- спортных средств	20	–	24	–	21
изготовление и ремонт мебели	8	–	–	–	1
химическая чистка и крашение	5	–	4	–	1
услуги прачечных	19	2	8	1	7
ремонт и строительст- во жилья и других по- строек	28	10	7	–	5
услуги фотоателье и фото- кинолабораторий	34	6	26	1	16
услуги бань и душевых	396	350	87	54	103
услуги парикмахерских	112	46	90	29	70
услуги предприятий по прокату	30	7	25	8	2
транспортно- экспедиторские услуги	20	5	3	–	8
ритуальные услуги	21	–	21	3	20
прочие услуги	41	16	14	3	9

¹ Данные приведены по состоянию на 1 октября 1996 г.

² Число ателье (цехов, мастерских) по ремонту, окраске и пошиву обуви.

³ Число ателье (цехов, мастерских) по ремонту, пошиву швейных, меховых, кожаных изделий, головных уборов и изделий текстильной галантереи и ремонт, пошив и вязание трикотажных изделий.

Дайджест анализа рынка платных услуг в сфере бытового обслуживания региона

ВВЕДЕНИЕ

Будущее российской экономики объективно связано с развитием и совершенствованием рыночных отношений, эффективными преобразованиями в различных отраслях экономики. Рынок услуг, являющийся важнейшей составной частью территориальной социально-экономической системы, находится в настоящее время в состоянии противоречивых реорганизаций и поиска наиболее приемлемых форм функционирования и развития. Он представляет собой специфическую, сложную, разнородную, разветвленную социально-экономическую сферу, включающую множество различных видов деятельности, имеющих не только определенные сходства, но и порой весьма существенные отличия.

Трансформационные процессы в экономике России в значительной степени затронули сферу платных услуг. В частности, это проявилось в падении объемов производства, невыполнении заданий по вводу в действие объектов социальной сферы, резком повышении цен на платные услуги.

Недостатки прежней командно-административной системы управления продолжают тяжелым бременем ложиться на выбор действенной системы формирования потребительского рынка в экономике региона, который является существенным стабилизирующим фактором экономического роста.

Роль рынка услуг проявляется в смягчении проблем безработицы путем организации новых рабочих мест, росте благосостояния народа, обслуживании социально незащищенных, малообеспеченных слоев населения, привлечении значительных инвестиционных ресурсов для развития предприятий услуг.

Эффективное управление рынком услуг предусматривает знание основных механизмов данного процесса, использование современных методов мониторинга, разработку стратегии регулирования рынка платных услуг населению.

Решение данных проблем требует проведения глубоких научных исследований и разработки практических рекомендаций в области формирования и развития регионального рынка платных услуг населению в современных условиях. Все вышеизложенное определяет актуальность настоящего исследования.

Степень разработанности проблемы. Исследование теоретических и практических вопросов формирования потребительского рынка услуг, их государственного регулирования проводилось в научных трудах многих отечественных и зарубежных авторов, таких как А.М. Бабич, С.В. Браун, П.М. Джексон, Е.В. Егоров, Е.Н. Жильцов, А.В. Шаронов, Л.Н. Якобсон и др. Проблемы формирования регионального рынка услуг в течение длительного периода времени являются одним из основных предметов исследований таких отечественных специалистов, как И.В. Бушуева, Л.Н. Ерохина, Т.Н. Корягина, Н.Н. Кузнецова, В.Ю. Морозов, Н.А. Платонова, В.М. Рутгайзер, Л.Б. Сульповар, Л.С. Ядгаров и др. В этих работах исследуются основные понятия, характеризующие данное направление, дается классификация услуг, изучены особенности рынка платных и, в том числе, бытовых услуг и условия, формирующие потребительский рынок услуг.

Однако разнообразие и динамизм протекающих процессов на фоне трансформации собственности выдвигают ряд нерешенных проблем, связанных с изменением общей экономической ситуации. Многие аспекты формирования потребительского рынка услуг в регионах, управления бытовым обслуживанием на региональном уровне требуют дальнейшего изучения, поиска и обоснования путей развития, подготовки конкретных рекомендаций для практиков. Эти обстоятельства обусловили выбор направлений исследования.

Целью работы является разработка основных механизмов формирования и развития потребительского рынка услуг бытового обслуживания в условиях рыночных отношений.

Достижение поставленной цели предполагает решение следующих взаимосвязанных задач:

- раскрыть сущность потребительского рынка услуг как социально-значимой подсистемы экономики региона;
- определить состав и структуру рынка услуг населению;
- выявить особенности формирования и развития потребительского рынка услуг в условиях трансформационных процессов в экономике региона;
- провести мониторинг современного состояния сферы платных услуг Тамбовской области и определить тенденции ее развития;
- выявить место и роль малого предпринимательства в сфере услуг Тамбовской области;
- исследовать основы механизма работы рынка платных услуг в регионе;
- разработать стратегию и тактику регулирования реализации платных услуг в Тамбовской области (на примере рынка бытовых услуг населению);
- разработать предложения и рекомендации по совершенствованию управления рынком бытовых услуг в регионе.

Объектом исследования является рынок платных, в том числе бытовых услуг, как составная часть регионального хозяйства Тамбовской области в условиях развития рыночных отношений.

Предметом исследования являются организационно-экономические отношения, возникающие в сфере услуг, под воздействием которых формируется, развивается и функционирует рынок платных услуг в регионе.

Теоретической основой исследования послужили труды ведущих отечественных ученых, посвященные комплексному подходу к сфере услуг как многоплановой области человеческой деятельности, а также вопросам ее государственного регулирования, научные работы по проблемам уровня жизни населения и вопросам функционирования рынка бытовых услуг населению, законодательные акты Российской Федерации, администрации Тамбовской области, относящиеся к предмету исследования.

Методологическую основу исследования составляет диалектический подход к изучению закономерностей и особенностей развития потребительского рынка услуг, основные положения теории рыночной экономики, нашедшие отражение в научных трудах ведущих ученых и специалистов. В качестве инструментов исследования применялись методы системного подхода, абстрактно-логический, исторический, экономико-статистический, функциональный и сравнительного анализа, методы сравнения, группировок, разработки логических схем. В работе применены методы графического отображения.

Информационную базу исследования составили данные Госкомстата России, Тамбовского областного комитета государственной статистики, материалы Тамбовской областной администрации, отдельных предприятий бытового обслуживания населения.

Научная новизна исследования состоит в выявлении общих тенденций формирования и развития регионального рынка платных услуг в сфере бытового обслуживания и выработке предложений по совершенствованию механизма его работы в условиях сложных и противоречивых трансформационных процессов в транзитарном хозяйстве России. В частности, рассмотрены следующие положения, являющиеся составными элементами научной новизны работы:

1 Выявлена сущность потребительского рынка услуг, как социально-экономической системы региона, которая проявляется, во-первых, как специфическая часть единого рынка региона; во-вторых, как наибольшая и значимая часть рынка услуг в регионе; в-третьих, как особая форма реализации экономических отношений между хозяйствующими субъектами и населением региона, что, в свою очередь предопределено характером и формами отношений собственности, производства, присвоения и перераспределения доходов.

2 Определены состав и структура рынка платных услуг населению. В его состав входят субрынки, имеющие соответствующее структурное значение, особо выделен рынок бытовых услуг, имеющий повышенную социально-экономическую значимость. Установлена связь между главными элементами рынка: ценой, спросом и предложением. Выявлены сложившиеся в регионе основные группы хозяйствующих субъектов рынка услуг в условиях рыночной трансформации. Рассмотрены основные классификации услуг, показана зависимость структуры услуг от многих внутренних и внешних факторов.

3 Выявлены рамочные параметры и общие тенденции формирования потребительского рынка услуг в условиях трансформационных процессов в регионе.

4 Выявлена роль малого предпринимательства в сфере услуг Тамбовского региона, которая состоит, во-первых, в развитии конкуренции, что ведет к ускорению процесса трансформации рынка платных услуг, во-вторых, позволяет за короткий срок приобщить к бизнесу большое количество людей, тем самым решая проблемы занятости в регионе; в-третьих, разнообразит рынок услуг, тем самым удовлетворяет платежеспособный спрос населения.

5 Разработан механизм работы рынка платных услуг в регионе на основе Концепции развития бытового обслуживания региона, реализация которой позволит решить актуальные задачи в сфере услуг.

6 Предложен комплекс рекомендаций по формированию региональной политики в области регулирования в сфере услуг, главными из которых является создание региональных негосударственных коммерческих центров поддержки и развития предпринимательства, создание ассоциаций, союзов, ремесленных палат, гильдий ремесленников, которые позволят решить проблему измельченности предприятий бытового обслуживания, территориальную раздробленность, неразвитость рыночной инфраструктуры и уровня малого предпринимательства.

Практическая значимость работы состоит в том, что ее основные положения и выводы сформулированы в виде конкретных рекомендаций по повышению эффективности функционирования рынка услуг применительно к региональным особенностям Тамбовской области. Практическая реализация разработанных рекомендаций будет способствовать формированию обоснованной региональной политики в области функционирования и координации рынка платных услуг, разработке региональных программ развития бытового обслуживания и малого предпринимательства.

Результаты мониторинга состояния и развития сферы платных услуг в Тамбовской области можно использовать статистическими службами РФ, органами государственного регионального и муниципального управления для дальнейшего совершенствования механизма работы рынка платных услуг.

Основные разделы и положения работы могут быть использованы в изучении курсов «Экономическая теория», «Региональная экономика», «Социально-экономическая статистика» и «Экономика и управление рынка товаров и услуг».

Апробация результатов исследования. Теоретические положения и результаты исследования были представлены в докладах на отчетных научных конференциях ТГУ им. Г.Р. Державина: «Державинские чтения» (Тамбов, 1999 – 2002 гг.); на межвузовской научно-практической конференции «Проблемы адекватности экономического поведения хозяйствующих субъектов динамике рыночных отношений современной России» (Тамбов, 2001 г.).

Результаты мониторинга современного состояния и развития сферы платных услуг, представленные в виде аналитических записок, были использованы в практической деятельности органов управления Тамбовской области и государственного комитета по статистике Тамбовской области.

Проведенные исследования и практические рекомендации по приоритетным направлениям регулирования рынка платных услуг (на примере рынка бытовых услуг населению), а также предложенная Концепция развития бытового обслуживания в регионе были использованы и учтены в практической деятельности Администрации Тамбовской области в процессе проведения конкретных организационно-экономических мероприятий для принятия оптимальных управленческих решений, в частности, при разработке «Программы дальнейшего развития и улучшения бытового обслуживания населения Тамбовской области на 1999 – 2001 годы», «Программы развития и поддержки малого предпринимательства в Тамбовской области на 2002 – 2004 годы». Предложение по регулированию и координации деятельности предприятий бытового обслуживания населения путем создания коммерческого центра поддержки и развития малого предпринимательства в сфере бытового обслуживания населения было апробировано на базе государственного предприятия «Тамбовоблбытслужбы».

Результаты проведенных исследований используются также в учебном процессе Тамбовского государственного университета им. Г.Р. Державина.

Работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованной литературы и приложений.

В первой главе «Рамочные параметры и динамика развития региональных рынков услуг» рассматривается социально-экономическая сущность и особенности потребительского рынка услуг, характеризуется его состав и структура, исследуются закономерности формирования на уровне региона с учетом трансформационных процессов.

В системе общественного производства и воспроизводства общественной жизни сфера услуг присутствует и влияет на все основные системы общества: экономическую, социальную, политическую, идеологическую и культурную, что позволяет говорить о ней как о самостоятельной социально-экономической подсистеме экономики региона. Проведенный анализ накопленного опыта позволяет определить, что социально-экономическая сущность потребительского рынка услуг проявляется, во-первых, как специфическая часть единого рынка региона, во-вторых, как наибольшая и значимая часть рынка услуг в регионе, в-третьих, как особая форма реализации экономических отношений между предприятиями и населением. Рынок услуг непосредственно формирует условия, образ и уровень жизни населения, т.е. реализует социальную константу экономики, особенно в условиях рынка.

Природа и характер экономических отношений в сфере услуг представляют собой единство социального и экономического механизма, баланс социальной справедливости и экономической эффективности на основе упорядоченности системы форм и методов, инструментов государственного и общественного воздействия на социальные и экономические процессы, специфических институциональных форм хозяйствования первичных звеньев, выполняющих социально значимые функции в обществе, в механизме которых приоритет имеют социальная справедливость и доступность социальных услуг всем или большинству членов общества.

Природа сферы услуг, особенности, отличающие услугу от материального товара, обуславливают специфику рынка услуг, который рассматривается в единстве с товарным рынком как одна из его разновидностей, подчиняющаяся общим законам рыночной экономики, среди которых выделяют: высокий динамизм; территориальную сегментацию и локальный характер; высокую скорость оборота капитала вследствие короткого производственного цикла; преобладание малых и средних предприятий, а также их высокую чувствительность к рыночной конъюнктуре в связи с невозможностью транспортировать и складировать услуги; специфику процесса оказания услуг, связанную с личным контактом производителя и потребителя; индивидуальность и нестандартность оказываемых услуг и технологий во многих отраслях; высокую дифференциацию продукта в одной и той же отрасли; неопределенность результата во многих случаях при оказании услуг; наличие асимметрии информации у производителя и потребителя.

Услуги можно классифицировать на материальные и нематериальные, платные и неплатные.

Трансформационные процессы в экономике региона, как мы считаем, должны быть направлены на удовлетворение личных потребностей населения, а одним из важных критериев классификации потребностей является степень их настоятельности или первоочередности. По данным обследования домашних хозяйств, первые три места во всех регионах России в структуре расходов населения на платные услуги занимают такие виды услуг, как жилищно-коммунальные, пассажирского транспорта и бытовые. По нашему мнению, такое распределение объясняется тем, что данные виды услуг относятся к жизненно важным и практически не предоставляются населению на бесплатной основе.

Распределение потребностей по настоятельности нельзя рассматривать как постоянное и неизменное. На избирательность потребностей большое влияние наряду с экономическими факторами жизни оказывает и социальный образ жизни.

С целью определения степени социальной значимости отдельных видов бытовых услуг на основе проведенного автором опроса были выявлены услуги, относимые населением к социально значимым, и в том числе для низкодоходных категорий населения. Это услуги парикмахерских, по ремонту обуви, ритуальные, ремонту и техническому обслуживанию бытовой радиоэлектронной аппаратуры, услуги бань и фотографий, ремонту бытовой техники и автомобильного транспорта. Однако, несмотря на высокую социальную значимость выявленных услуг, не все они доступны для потребителя, особенно для незащищенных категорий населения. Такая ситуация объ-

ясняется целым рядом причин, наиболее важными из них являются: высокий уровень цен; отсутствие предприятий во многих городах и районах; территориальная недоступность предприятий; неудобный режим работы предприятий; низкое качество предоставляемых услуг; низкий уровень обслуживания.

Проведенный анализ позволил автору сделать вывод, что в результате трансформационных процессов в сфере бытового обслуживания Тамбовской области к настоящему моменту определились четыре основные группы хозяйствующих субъектов:

Первая – индивидуалы, на их долю приходится 40 % общего объема услуг.

Вторая – малые предприятия, сохранившие традиционные формы организации бытовых услуг, они оказывают всего лишь 6 % объема бытовых услуг области.

Третья – так называемые «непрофильные» предприятия и организации, которые кроме своей основной деятельности участвуют в оказании бытовых услуг населению. На их долю приходится 47 % общего объема бытовых услуг.

Четвертая – профильные предприятия службы быта, оказывающие около 7 % общего объема услуг.

По сравнению с материальным производством сфера бытовых услуг имеет ряд особенностей, в частности, в силу специфики повышение качества услуг, как правило, сопровождается увеличением ресурса затрат. Кроме этого, эта сфера испытывает сильные воздействия социально-демографических процессов, а также целого ряда факторов, связанных с денежными доходами и расходами населения. На развитие сферы бытового обслуживания оказывает влияние динамика воспроизводства домашнего и личного хозяйства. Большинство бытовых предприятий имеют малый размер. Капи-таловооруженность труда в этой сфере в два раза ниже, чем в промышленности. Отсюда большое значение сферы услуг для пог-лощения рабочей силы, выталкиваемой из отраслей материального производства.

Выделим ряд особенностей формирования полноценного рынка сервисных услуг: во-первых, в этой сфере действует большое количество предприятий, которые не занимают монопольного положения на потребительском рынке. Поэтому в этой сфере можно достаточно быстро создать условия для свободной конкуренции между производителями услуг; во-вторых, основная часть предприятий службы быта приобрела статус юридического лица, экономическую самостоятельность и ответственность за результаты своей деятельности; в-третьих, в связи с тем, что производство услуг всегда неразрывно связано с их реализацией потребителю, в сфере быта накоплен определенный опыт работы с населением в условиях изменяющегося потребительского спроса; в-четвертых, в системе сервисных услуг уже давно имелся довольно значительный сектор, функционирующий на рыночных принципах, в который входили кооперативные предприятия и граждане, работающие в порядке индивидуальной трудовой деятельности.

На общие тенденции формирования потребительского рынка в сложившихся условиях действуют факторы, как ограничивающие, так и расширяющие структуру и объем платных услуг населению. К расширяющим факторам и условиям можно отнести: разгосударствление и приватизация сферы потребительских услуг; увеличение числа хозяйствующих субъектов, работающих на основе различных форм собственности и организационно-правовых форм управления; сокращение и удорожание выпуска новых товаров повседневного и длительного пользования, удовлетворяющих бытовые потребности населения; изменения в структуре бытовых потребностей населения; инвестиционная привлекательность региона и др. Ограничительными параметрами формирования данного рынка являются: сокращение реального сектора экономики региона; падение общего уровня доходов населения; разрушение субрегиональных систем и структур оказания платных услуг населению; низкая инвестиционная привлекательность региона и т. д.

Во второй главе «Мониторинг состояния и развития сферы платных услуг в Тамбовской области» проведен комплексный экономический анализ состояния сферы платных услуг в Тамбовской области.

Динамика доли расходов населения на оплату услуг за период с 1990 по 2002 гг. была подвержена значительным колебаниям. Так с 1990 по 1993 гг., данный показатель снизился с 12,3 % до 7,4 %, а к 1997 г. вырос до 17,4 % (достиг-

нув своего максимума). Однако, в результате финансовой нестабильности в 1998 г. и роста цен доля расходов населения на оплату услуг снизилась до 14,0 % в 1999 г., а в 2002 г. составила уже 19,8 %.

В расчете на одного жителя области объем платных услуг в 2002 г. достиг 4106 р. По этому показателю Тамбовская область стала занимать 55 место среди регионов России, восьмое – среди 18 областей Центрального Федерального округа и второе – среди 5 областей Центрально-Федерального региона. Среди городов и районов области наблюдается значительная дифференциация по этому показателю, от 1519 р. (Моршанский район) до 7807 р. (г. Тамбов). В более половине городов области этот показатель превышает среднеобластной уровень, однако ни в одном из 23 районов он не достиг среднеобластного уровня.

В исследовании подчеркивается, что уровень потребления населением платных услуг находится в прямой зависимости от материальной обеспеченности семей, и что семьи с разным уровнем материального достатка имеют и разную видовую структуру расходов на оплату услуг. Так, в бюджете малообеспеченной семьи набор потребляемых услуг примерно на 81 % представлен услугами «обязательными к оплате» (жилищно-коммунальные, транспортные расходы и оплата услуг связи); у высокодоходных – на две трети. Также существенно (на одну треть) отличается уровень потребления платных услуг городским и сельским населением, что обусловлено более низким материальным положением сельчан и дислокацией предприятий сферы услуг, в основном, в городской местности.

В структуре расходов населения на оплату услуг сохраняется преобладающая доля услуг жилищно-коммунальных, бытовых услуг, услуг пассажирского транспорта и связи. Вместе с тем удельный вес бытовых услуг снижается при росте доли расходов населения на оплату таких социально-значимых услуг, как жилищно-коммунальные, медицинские услуги и услуги в системе образования, которые ранее предоставлялись населению бесплатно либо со скидкой. По последним данным уже около 60 % объема услуг формируется за счет обязательных к оплате (жилищно-коммунальные, пассажирского транспорта, связи и ритуальные) и на 20 % – за счет услуг для высокодоходных групп населения (услуги автосервиса, по ремонту и строительству жилья, образовательные услуги, услуги правового характера и др.).

Почти не меняли своих позиций услуги физкультуры и спорта, ветеринарные услуги, занимающие в общем объеме незначительный удельный вес.

Такая ситуация, на наш взгляд, негативно характеризует положение на рынке услуг с точки зрения общественной эффективности. Наименее обеспеченные слои населения зачастую не имеют возможности удовлетворить первоочередные потребности в отдельных социально-значимых видах услуг и вынуждены в дальнейшем сокращать свои расходы в этой части и отказываться от ряда тех услуг, которыми пользовались традиционно.

Хотя за последние годы наметилась тенденция роста объемов реализации платных услуг населению в натуральном выражении, расширился спектр освоенных рынком видов обслуживания, что является предвестником постепенного выхода сферы услуг из кризиса, однако, анализ формирования и функционирования рынка платных услуг в условиях рыночной экономики выявил достаточно негативные явления, а именно:

- свертывание инфраструктуры организованного сектора рынка услуг;
- сокращение по сравнению с 1990 г. в 8 раз объемов реализации платных услуг;
- сокращение внешнеторгового оборота услугами за последние семь лет более чем на половину;
- изменение структуры платных услуг за последние десять лет: более 60 % общего объема предоставлено услугами «обязательными к оплате»;
- усиление дифференциации жителей области в городской и в сельской местности, по уровню и набору потребляемых услуг в зависимости от материального достатка семьи.

Прослеживая общие тенденции развития рынка бытовых услуг на примере Тамбовской области, автор делает вывод о том, что если в целом по платным услугам рост физического объема начался с 1997 г., то по бытовым – с 1995 г., когда их объем за этот период увеличился в 2 раза, т.е. в большей мере, чем в целом по платным услугам. Однако по отношению к 1990 г., объем бытовых услуг составил пока лишь чуть более половины (57,4 %).

Из таблицы видно, что за последние годы в Тамбовской области объемы бытовых услуг растут значительно большими темпами, чем в среднем по Российской Федерации.

Исследование выявило значительную роль малого предпринимательства на рынке услуг. Наиболее привлекательными для них остаются такие виды услуг, как услуги правового характера (82,4 % объема данного вида услуг), пассажирского транспорта (52,6 %), физической культуры (50,9 %), бытовые услуги (46,4 %).

Вместе с тем, роль малого предпринимательства могла бы быть более значительной, если бы не ряд проблем, сдерживающих развитие этого сектора экономики области.

**1 Индексы физического объема бытовых услуг по России
и Тамбовской области за 1995 – 2000 гг.
(в % к предыдущему году)**

Показатели	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Российская Федерация	108,6	108,4	112,4	93,7	101,5	102,6	99,1	104,2
Тамбовская область	115,9	120,8	131,8	103,0	109,9	104,4	101,2	104,7

Анализ перспектив развития малого предпринимательства показывает наличие высоких потенциальных возможностей, которые могут быть быстро и с высокой эффективностью реализованы при устранении негативных факторов и создании благоприятных условий. Это сделает малое предпринимательство базой развития экономики, прежде всего на региональном уровне, а также будет способствовать формированию у значительной части населения деловой активности и инициативы по обеспечению самозанятости и созданию дополнительных рабочих мест.

В главе 3 «Совершенствование регионального механизма работы рынка платных услуг в сфере бытового обслуживания» рассмотрены вопросы регулирования потребительского рынка услуг.

Для совершенствования механизма работы рынка платных услуг необходимо сосредоточить усилия по реализации государственной программы демонополизации экономики и развития конкуренции во внутренних рынках; предупреждать и пресекать злоупотребления доминирующим положением хозяйственных субъектов, противодействовать созданию или сохранности монопольных структур в соответствующих отраслях.

Большое значение для реализации поставленных задач имеет разработка концепций и программ перспективного развития сферы бытовых услуг в регионе. Для решения актуальных теоретических и практических задач в сфере бытовых услуг региона нами предлагается Концепция развития бытового обслуживания региона, сформулированная следующим образом:

- 1 Подготовить и принять федеральный Закон о бытовом обслуживании населения.
- 2 Пересмотреть и утвердить Общероссийский классификатор бытовых услуг.
- 3 Разработать и внедрить Положение о муниципальном заказе в бытовом обслуживании населения.
- 4 Разработать программу подготовки и переподготовки кадров для сферы бытового обслуживания в условиях рыночной экономики.
- 5 Наметить меры по преодолению негативных последствий приватизации в сфере бытовых услуг.
- 6 Восстановить государственную статистическую отчетность для предприятий, оказывающих бытовые услуги населению, независимо от их организационно-правовой формы и формы собственности, включая и малые предприятия.
- 7 Проводить регулярно сплошные переписи индивидуальных предпринимателей, занимающихся оказанием бытовых услуг населению.

8 Разработать и утвердить нормы и социальные нормативы, регламентирующие деятельность бытового обслуживания и увязанные с задачами комплексного и высококачественного удовлетворения потребностей населения в бытовых услугах на уровне региона.

9 С учетом утвержденных норм разработать новую схему размещения объектов бытового обслуживания населения.

10 Расширить работы по лицензированию, сертификации и стандартизации предприятий, оказывающих бытовые услуги.

11 Определить сеть муниципальных предприятий службы быта по отдельным видам бытовых услуг для обслуживания наименее социально защищенных слоев населения.

12 Содействовать формированию различных общественных ассоциаций, объединений и других структур бытового обслуживания населения.

13 Разработать стратегию комплексного регионального регулирования развития рынка платных услуг.

Важнейшими инструментами влияния местных органов власти на развитие предприятий в настоящее время являются налоговая политика, формирование регионального заказа, механизм ценового и кредитного регулирования, платность региональных ресурсов, выпуск ценных бумаг и др. Система рычагов регионального регулирования развития сферы бытового обслуживания представлена на рис. 1.

Система бытового обслуживания населения региона должна носить комплексный характер, обеспечивать ценовую и территориальную доступность услуг для всех жителей городской и сельской местности,

а также обеспечивать интересы и потребности потребителей услуги.

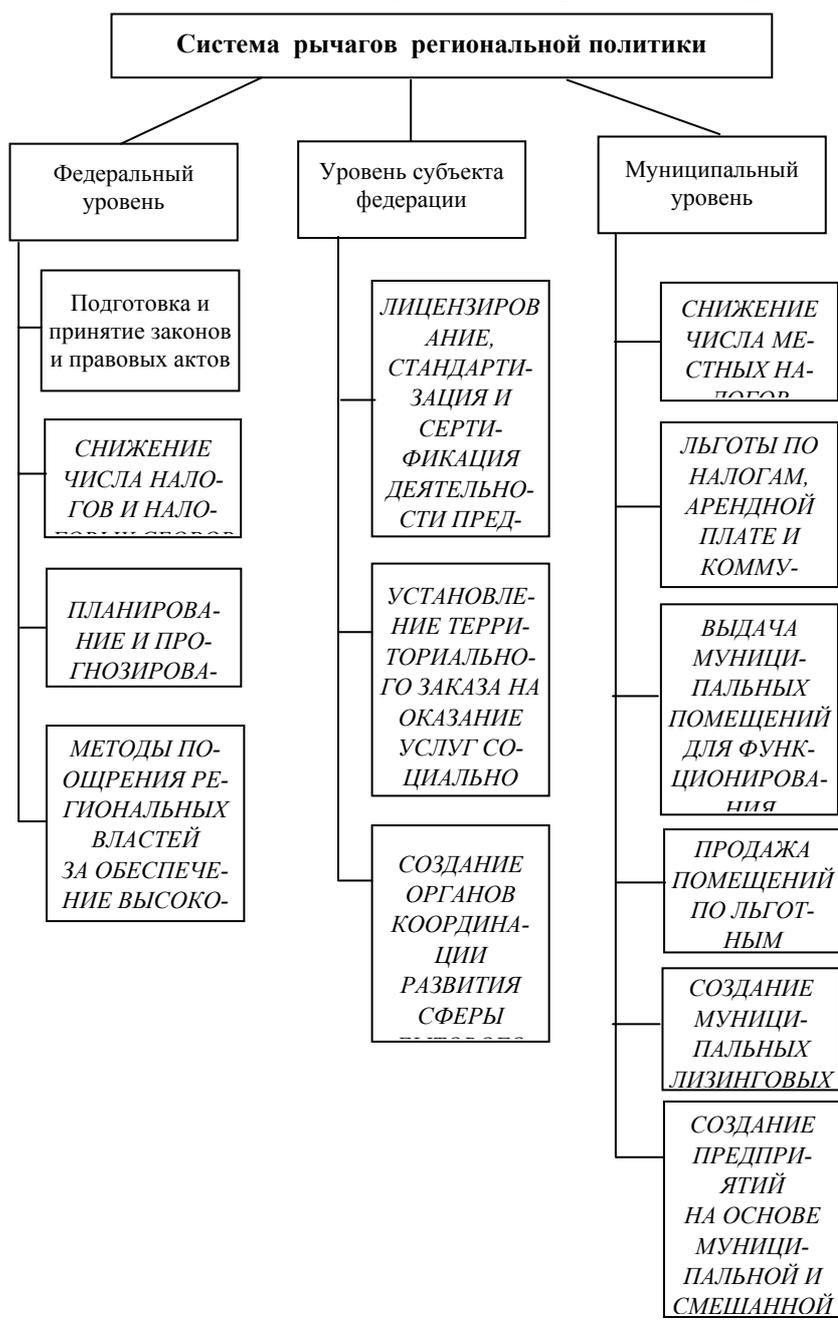


Рис. 1 Система рычагов регионального регулирования развития сферы бытового обслуживания

При этом первостепенное значение и поддержка должны быть оказаны социально-значимым видам услуг: ремонт и пошив одежды и обуви по индивидуальным заказам, прачечные, ритуальные услуги и др. Органы территориального управления должны добиваться создания в каждом регионе, городе полного набора предприятий по услугам повседневного спроса. По остальным услугам – постепенное достижение норматива с учетом реального спроса на услуги. Увеличение количества предприятий и повышение их территориальной доступности создаст условия для развития конкуренции между ними и некоторого снижения цен на услуги.

В современных условиях для оказания практической помощи предпринимателям в сфере бытового обслуживания населения на наш взгляд **назрела необходимость создания региональных центров содействия развитию предпринимательства, функционирующих на коммерческой основе.**

Именно такие региональные центры поддержки и развития предпринимательства в сфере бытового обслуживания населения могут решить комплекс проблем развития и становления, в первую очередь, малого предпринимательства, предоставляя не только консалтинговые, юридические, учебно-деловые и маркетинговые виды услуг, но и позволяя решить два важнейших вопроса: финансово-кредитное обеспечение через содействие с фондами поддержки и развития малого предпринимательства, а также через созданные собственные структуры самофинансирования, самокредитования, самострахования и т.д., решить другую важнейшую проблему – материально-техническое и кадровое обеспечение предприятий бытового обслуживания населения. Здесь могут быть решены проблемы централизованного обеспечения на основе договоров (оборудованием, средствами технического оснащения, сырьем, внедрением компьютерной техники, развитием лизинговых операций и т.д.). Повышение квалификации кадрового состава организаций бытового обслуживания также может быть эффективно организовано подобными центрами.

Схема создания такого коммерческого центра поддержки и развития предпринимательства на базе действующего государственного предприятия «Тамбовоблбытуслуги» представлена на рис. 2.

Как уже отмечалось, наиболее актуальной задачей сегодня является развитие инфраструктуры малого предпринимательства. Это, по сути дела, те каналы, по которым государственная поддержка доводится до ее получателей – субъектов малого предпринимательства.



Рис. 2 Схема негосударственного регионального коммерческого центра поддержки и развития бытового обслуживания населения на базе предприятия «Тамбовоблбытуслуги»

Одновременно по этим же каналам осуществляется обратная связь, позволяющая в максимальной степени ориентировать всю систему на действительные интересы малого бизнеса. В данном случае речь идет о создании гильдий предпринимателей и ремесленных палат.

На основе проведенного исследования автором предлагается выделить следующие формы и виды поддержки предприятий службы быта на региональном рынке услуг:

- правовые;
- экономические;
- ресурсные;
- организационные;
- социальные и психологические.

Таким образом, предлагаемый нами комплекс предложений совершенствования работы рынка платных услуг на региональном уровне будет способствовать решению задачи формирования и развития данного рынка.

В заключении работы обобщены основные результаты проведенного исследования, суть которых была подробно изложена при рассмотрении содержания отдельных глав.

