

Т.И. Зворыкина¹
Е.В. Сотникова²

T.I. Zworykina
E.V. Sotnikova

**ЦЕЛЕВОЙ ПОДХОД
К ОБЕСПЕЧЕНИЮ ДОСТУПНОСТИ
УСЛУГ НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ РЫНКЕ
РЕГИОНА В ПЕРИОД СЕЗОННОГО
КОЛЕБАНИЯ СПРОСА**

**TARGET APPROACH TO ENSURING
AVAILABILITY OF SERVICES
IN THE CONSUMER MARKET
OF REGION DURING SEASONAL
FLUCTUATION OF DEMAND**

В статье рассматриваются актуальные вопросы формирования и развития регионального потребительского рынка крупного города на примере города Москвы. Приведены результаты исследования доступности услуг в период сезонного колебания спроса и предложен целевой подход к сглаживанию негативных последствий влияния сезонности. Особое внимание в статье уделено повышению доступности услуг для социально незащищенных слоев населения во время приближающегося экономического кризиса.

Ключевые слова: потребительский рынок, спрос, сезонное колебание спроса, предприниматели, органы власти, органы местного самоуправления.

In the article the topical issues of formation and development of the regional consumer market of a large city on the example of the city of Moscow are considered. The results of research of services availability during seasonal fluctuation of demand are given and target approach to smooth the negative consequences of influence of seasonality is offered. The special attention in the article is paid to increase of availability of services to socially unprotected segments of the population during the coming nearer economic crisis.

Keywords: consumer market, demand, seasonal fluctuation of demand, businessmen, authorities, local governments.

Потребительский рынок крупного города является одним из важных сегментов его экономики и функционирует как составная часть единого комплекса городского хозяйства. В деятельности потребительского рынка, обеспечивающего сферу конечного потребления населением товаров и услуг, находят свое отражение социальные и экономические проблемы города.

Одним из наиболее представительных потребительских рынков Российской Федерации является рынок столичного мегаполиса, на его долю приходится около 20% средств, поступающих в бюджет страны. Потребительский рынок среди прочих локальных рынков региона наиболее эффективно влияет на качество жизни населения. С учетом его роли становится важной необходи-

мость создания условий для его формирования и развития в различных социально-экономических условиях [1; 2]. В настоящее время, в условиях приближающегося кризиса, можно ожидать ряда негативных последствий, связанных с нестабильностью экономики, которые могут существенно снизить качество жизни населения региона. В первую очередь могут пострадать малообеспеченные граждане, пенсионеры, люди с ограниченными возможностями, учащиеся и др. Провоцирующим фактором ухудшения ситуации на региональном потребительском рынке может быть сезонное колебание спроса, которое в определенные временные периоды может создать дефицит товаров и услуг и повышение цен на определенные жизненно важные элементы рынка. Доступность товаров и услуг может быть достигнута двумя способами: благодаря грамотной политике органов власти субъектов Федерации (и органов местного самоуправления) и маркетинговой стратегии предпринимателей.

¹ Доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры управления и инновационных технологий в туризме и гостиничном бизнесе НОУ ВПО «Российский новый университет».

² Ведущий научный сотрудник Института региональных экономических исследований.

Опыт зарубежных стран показывает, что проблема ценовой доступности в большей степени решается органами власти и органами местного самоуправления путем применения регулирующих воздействий правового, организационного и экономического характера.

На потребительском рынке города Москвы вопросы регулирования ценовой доступности в период сезонного колебания спроса в той или иной степени решены для сферы торговли и общественного питания. Для этого применяются сезонные скидки, бонусы при покупке товара, обслуживание по карте москвича, кредиты на покупку и др. Наиболее остро эта проблема стоит для такого сегмента потребительского рынка, как бытовое обслуживание населения. Бытовое обслуживание включает в себя комплекс видов деятельности, связанных с предоставлением услуг чистоты (услуги предприятий химической чистки и стирки, клининговых компаний, услуги саун, бань); услуги красоты (услуги парикмахерских, салонов красоты, СПА-салонов); услуги, связанные с восстановлением потребительских свойств изделий (услуги предприятий по ремонту оборудования информационных технологий, бытовой техники, радиоэлектронной аппаратуры, услуги предприятий по ремонту мебели и жилых построек). Сегмент бытового обслуживания имеет недостаточно высокую инвестиционную привлекательность из-за нестабильности экономических затрат на оснащение производственных процессов, высокую энерговооруженность, специфические требования к кадровому составу исполнителей услуг и др.

Предприятия бытового обслуживания участвуют в реализации социальной политики города, в том числе в оказании услуг льготным категориям граждан. Проблема ценовой доступности в сфере бытовых услуг стоит остро как для потребителей, так и исполнителей услуг. Исполнители бытовых услуг, в силу специфики своей деятельности, по сравнению с предприятиями торговли и общественного питания, выполняют значительно меньшие объемы работ, но несут те же расходы по аренде помещений, оплате коммунальных и транспортных услуг.

Негативное влияние колебания спроса на доступность товаров и услуг частично может регулироваться самими предпринимателями, однако в вопросах баланса интересов между предпринимателями и потребителями (в том числе малообеспеченными) результата можно добиться только путем привлечения к участию в этом процессе органов исполнительной власти.

Особое значение для жителей региона пред-

ставляют социально значимые услуги, оказываемые малоимущим гражданам и людям с ограниченными возможностями. Национальным стандартом ГОСТ Р 52492-2005 «Услуги бытовые. Социальные нормы и нормативы к услугам. Общие требования» определен перечень социально значимых услуг и категории граждан, которым они предназначаются [3]. В условиях экономического кризиса вопросы ценовой доступности бытовых услуг становятся наиболее актуальными.

В целях выработки мер по поддержке социально ориентированных предприятий бытового обслуживания, оказывающих услуги малоимущим гражданам и людям с ограниченными возможностями, Институтом региональных экономических исследований были проведены исследования доступности бытовых услуг в городе Москве. Исследования осуществлялись по двум направлениям. Первое направление предполагало изучение характера потребления услуг в период сезонного колебания спроса, второе направление ставило целью изучить проблемы, препятствующие предпринимателям эффективно и качественно предоставлять услуги населению столичного мегаполиса.

Для проведения работ по первому направлению была изучена сезонность колебания спроса по основным видам бытовых услуг, предусмотренным в действующем в настоящее время Общероссийском классификаторе ОК 002-93. Сезонность спроса наблюдается практически по всем видам бытовых услуг, наиболее подверженными спросу являются услуги химической чистки, клининговые услуги, услуги парикмахерских, услуги по ремонту бытовой техники. Так, при оказании услуг клининговыми компаниями, осуществляющими профессиональную уборку зданий и сооружений, при предоставлении услуг салонами красоты максимальный уровень посещения компаний и салонов наблюдается в периоды начала климатических сезонов, предпраздничные дни, а также в период приближающегося учебного года. Второе направление исследований выявило серьезные проблемы экономического и административного характера, значительно препятствующие развитию бизнеса.

Выводы, полученные по результатам исследования, базировались по первому направлению на изучении и анализе данных экспертной оценки о колебаниях спроса, полученных от предприятий различных отраслевых групп (бытовых услуг), профессиональных объединений предпринимателей (ассоциаций). По второму направлению на основе анкетирования было изучено

мнение также предприятий бытового обслуживания и мнение представителей органов исполнительной власти города Москвы (префектуры и управы районов).

Основными характерными причинами, затрудняющими работу предприятий бытового обслуживания в период экономического кризиса, по результатам опроса стали: высокие арендная плата, налоги, тарифы на коммунальные услуги, а также снижение объемов работ. Был сделан вывод, что:

- каждая из отраслевых групп сферы бытового обслуживания имеет свои характеристики спроса, связанные с особенностями услуги, степенью применения технологических средств и требованиями к квалификации исполнителей;

- по ряду услуг колебание спроса зависит от качества их предоставления и состава потребителей (люди с высоким достатком, среднеобеспеченные, малоимущие) [4; 5; 6].

Полученные экспертным путем данные о характере колебания спроса на отдельные виды услуг (периоды снижения (провалы) спроса по времени) могут быть использованы для принятия управленческих воздействий как на микроуровне – руководителями предприятий, так и на региональном уровне – органами исполнительной власти города, департаментами, префектурами административных округов и районными управами.

Решение о сглаживании негативных последствий сезонного колебания спроса в рамках предприятия может быть принято на уровне маркетинговой стратегии [7]. Сложнее обстоит дело с применением форм и методов сглаживания отрицательных последствий колебаний спроса на региональном уровне органами исполнительной власти. Опыт таких стран, как Бельгия, Германия, Нидерланды показывает, что провалы в объемах предоставления услуг могут быть нивелированы (сглажены) за счет ряда мер. Так, например, провал может быть сглажен за счет привлечения на предприятия малообеспеченных заказчиков (с учетом снижения цены) или установления декларативным путем начала и окончания применения сезонных скидок и др.

Подходя к этой проблеме с теоретической точки зрения, следует отметить, что все регулирующие механизмы и методы управления колебанием спроса укрупненно можно отнести к административно-законодательным, экономическим и морально-этическим.

Для решения задачи по сглаживанию негативных последствий колебания спроса на ценовую доступность бытовых услуг могут быть

использованы все рассматриваемые механизмы управления. Целевой установкой управления станет создание совершенной и высокоэффективной системы обеспечения спроса на бытовые услуги.

Целевой подход по обеспечению ценовой доступности услуг в период сезонного колебания спроса с учетом интересов малообеспеченных граждан представлен на рисунке 1.

Структура управления развитием сегмента бытового обслуживания на потребительском рынке города должна включать следующие механизмы управления и регулирования:

- административно-законодательное регулирование;

- административное экономическое регулирование (в том числе техническое регулирование);

- налоговую систему;

- коммерческий расчет;

- систему ценообразования;

- финансово-кредитные рычаги управления.

Особенностью структуры является тесная взаимосвязь между областями, в которых работает тот или иной механизм управления. Принятие решений в одной из них вызывает необходимость приведения в действие механизмов другой или нескольких смежных областей. Игнорирование этой взаимосвязи приводит к резкому снижению эффективности принимаемых решений.

Жесткая оптимизация работы такой системы невозможна из-за большого количества факторов влияния. В то же время введение в систему постоянно работающей обратной связи по типу «принимаемое управляющее действие (решение) – получаемый социально-экономический результат – корректирующее управляющее действие» позволит приблизиться к оптимальности воздействия.

Такая обратная связь в рассматриваемом аспекте достигается с помощью мониторинга рынка по тому или иному вопросу.

Таким образом, комплексный подход со стороны органов исполнительной власти и местного самоуправления с обязательным участием предпринимателей позволит в условиях приближающегося экономического кризиса использовать решение проблемы сглаживания сезонного колебания спроса для улучшения ситуации на потребительском рынке, для повышения качества жизни населения региона и в первую очередь – для малоимущих и социально незащищенных слоев населения [8; 9].

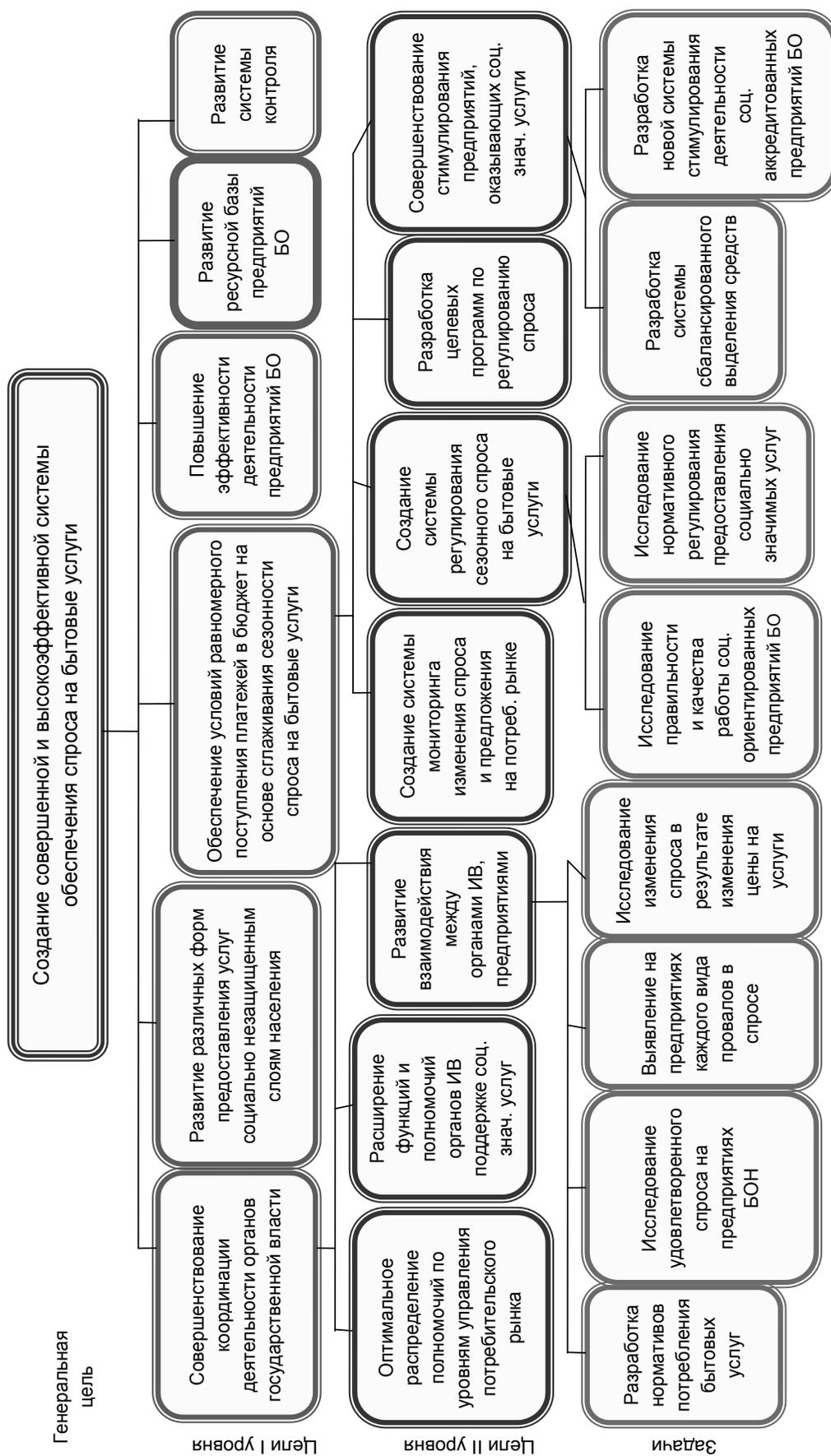


Рис. 1. Дерево целей обеспечения ценовой доступности услуг в период сезонного колебания с учетом интересов малообеспеченных граждан

Литература

1. Экономика и управление крупным городом : учебное пособие с тестовыми заданиями для студентов вузов / под общ. ред. П.И. Бурака. – М. : Издательский дом Международного университета в Москве, 2014.
2. Бушуева И.В. Региональный потребительский комплекс : теоретические и прикладные аспекты. – М. : МГСУ, 2007.
3. Зворыкина Т.И., Платонова Н.А. Техническое регулирование: сфера услуг : учебное пособие. – М. : Альфа-М: Инфра-М, 2011.
4. Бор В.Н. Государственная поддержка как важный элемент в повышении устойчивости и эффективности малого бизнеса // Учётно-аналитические инструменты развития инновационной экономики : материалы науч.-практ. конф. – Астрахань : Изд-во ФГОУ ВПО «АГТУ», 2009.
5. Зворыкина Т.И. Особенности и современные тенденции развития сферы услуг // Вестник Академии. – 2012. – № 4.
6. Зворыкина Т.И., Мухамеджанова О.Г. Методический подход к разработке профессиональных стандартов в сфере услуг // Стандарты и качество. – 2013. – № 1 (907).
7. Платонова Н.А., Христофорова И.В., Харитонова Т.В., Журавлева Н.В., Лустина Т.Н., Зворыкина Т.И. Маркетинг в сервисе. – М., 2012.
8. Бурак П.И., Зворыкина Т.И. Индикаторы качества жизни в международных, региональных и национальных стандартах для сферы услуг // Экономика качества. – 2014. – № 1 (5).
9. Зворыкина Т.И., Яшина И.О. Основные направления развития потребительского рынка крупного города // Вестник Российского нового университета. – 2014. – № 2.