

УДК 338.46

ЦЕЛЕВОЙ ПОДХОД К ФОРМИРОВАНИЮ И РЕГУЛИРОВАНИЮ СПРОСА НА УСЛУГИ С УЧЕТОМ СЕЗОННОГО КОЛЕБАНИЯ И СОЦИАЛЬНОЙ ЗНАЧИМОСТИ УСЛУГ

Т.И. Зворыкина¹,
Е.В. Сотникова¹,
Е.В. Шуринова², И.О. Яшина¹

¹ Институт региональных
экономических исследований

² Московский энергетический
институт МЭИ (НИУ)

В статье рассматриваются результаты исследований сезонного колебания спроса на услуги, предоставляемые на потребительском рынке города Москвы и предлагается целевой подход к созданию совершенной и высокоэффективной системы обеспечения спроса на услуги (на примере бытовых услуг).

Ключевые слова: услуги, спрос, сезонное колебание спроса, регулирование, целевой подход, социальная значимость услуг.

Закономерностью развития современного общества является возрастание роли услуг. Текущий XXI век по мнению многих ученых и политиков является веком информационно-сервисного общества [3]. Возрастает роль услуг в удовлетворении материальных и духовных потребностей людей, в рациональном использовании свободного времени, в самоутверждении и самореализации личности как важнейшей социальной ценности. Производство составляет заметную долю в ВВП. Предоставлением услуг занята преобладающая часть работающего населения, а сама сфера обслуживания является динамичным, постоянно растущим сектором экономики.

Очевидно, что формирование и регулирование рынка услуг, определение направлений его развития возможно только при условии изучения доступности услуг с учетом сезонного колебания спроса и потенциальных возможностей потребителей, в том числе социально-незащищенных. Решающим фактором неостребованности многих видов услуг является отсутствие платежеспособного спроса. Особенно это обостряется в период кризисных явлений. Неоднородность платежеспособного спроса на услуги свя-

TARGET APPROACH TO FORMATION AND REGULATION OF DEMAND FOR SERVICES TAKING INTO ACCOUNT SEASONAL FLUCTUATION AND THE SOCIAL IMPORTANCE OF SERVICES

T.I. ZVORYKINA, E.V. SOTNIKOVA,
E.V. SHURINOVA, I.O. YASHINA

In article the results of researches of seasonal fluctuation of demand for services reported in the consumer market of the city of Moscow are considered and target approach to creation of perfect and highly effective system of ensuring demand for services is offered (on the example of household services).

KEYWORDS: services, demand, seasonal fluctuation of demand, regulation, target approach, social importance of services.

зана также с особенностями сферы услуг. Колебания спроса присущи практически всем видам услуг, в том числе и бытовым. Методологические предпосылки его изучения заключаются в том, что спрос есть величина, изменяющаяся во времени под влиянием социально-демографических, экономических, сезонных и психологических факторов.

Среди социальных факторов роста увеличения (снижения) спроса на услуги в первую очередь необходимо отметить увеличение (уменьшение) продолжительности свободного времени населения, что в сочетании с изменением уровня жизни населения означает приток (отток) новых потенциальных клиентов в сферу услуг. Также постоянное влияние на спрос в сфере услуг оказывают демографические факторы, касающиеся численности населения, размещения его по отдельным районам, половозрастной структуры (с выделением трудоспособного населения, учащихся, пенсионеров), семейного положения и состава семей. Влияние экономических факторов главным образом обусловлено тем, что между тенденциями развития сферы услуг и экономики наблюдается тесная взаимозависимость. По

оценкам экспертов, снижение доли бытовых, санаторно-оздоровительных, юридических и ряда других услуг происходит на фоне роста расходов населения на оплату услуг ЖКХ, связи, медицины в кризисные периоды [1, 2]. Увеличение цен и тарифов приводит к тому, что люди обращаются к платным услугам не тогда, когда им хочется, а в силу вынужденных обстоятельств. Понятно, что спрос, продиктованный исключительно жизненными обстоятельствами, мало перспективен для динамичного развития рынка. Катализатором в этой сфере может служить только желание потребителя. В сфере услуг (в первую очередь, в сфере бытовых услуг) в большей степени, чем в материальном производстве, необходимо учитывать фактор времени (сезонные спады в спросе, пиковые периоды спроса в течение суток). Наиболее наглядно это видно на примере клининговых, парикмахерских услуг, услуг химической чистки и др. Спрос зависит от времени года, дней недели, периодов отпусков, праздников, выходных. В данной ситуации важна роль планирования расстановки кадров (пропускной способности предприятия) и др., а также регулирующая роль органов власти.

В целях решения проблемы колебания платежеспособного спроса в сфере услуг, в том числе бытовых услуг были проведены ряд исследований. При исследовании спроса на услуги учитывались их особенности, отмеченные классиками маркетинга [1, 3]: такие как, неосязаемость, несохраняемость, неотделимость от источника, непостоянство качества. Изменению спроса свойственны закономерности, качественный анализ которых позволяет дифференцировать объем и структуру потребления населением отдельных видов услуг. Для многих предприятий сферы обслуживания характерна сезонность колебания спроса на услуги. Учет сезонности приводит к снижению ошибки при расчете теоретических значений показателей деятельности предприятия и дает основу органам власти субъекта Федерации использовать периоды снижения спроса для организации предоставления услуг социально незащищенным слоям населения. Для оценки величины сезонного колебания спроса в общедоступной экономической литературе предлагается использовать индекс сезонности и рассматривается ряд методов его нахождения.

Для выявления сезонных колебаний были использованы два основных способа: метод экспертной оценки и метод, основанный на анализе статистических данных. Исследование проводилось по двум направлениям. Первое – на основе изучения и анализа данных экспертной оценки состояния предприятий бытового обслуживания по данным опроса представителей органов исполнительной власти города Москвы и органов местного самоуправления. Второе – на базе данных экспертной оценки колебания основных характеристик деятельности предприятий различных

отраслевых групп (бытовых услуг) по данным опроса представителей бизнес-сообществ, предпринимателей, профессиональных объединений предпринимателей (ассоциаций).

В целях проведения исследований на основе опроса представителей органов власти города Москвы (департаментов, префектур, административных округов, управ районов) была подготовлена анкета, которая содержала ряд вопросов, понятных для восприятия представителями власти. Анкета в основном отражала результаты организационной деятельности респондентов. По их мнению, основными характеристиками явлений, затрудняющих работу предприятий бытового обслуживания, стали: высокая аренда, высокие налоги, снижение объемов работ, высокие тарифы на коммунальные услуги. При этом наиболее негативным фактором снижения доступности услуг для населения выступает повышение и так уже высокой ставки арендной платы, что значительно повышает стоимость услуг. Доля предприятий бытового обслуживания, помещение которых находится в собственности города, составляет по многим районам не более 20%. Таким образом, по результатам опроса можно сделать вывод, что на потребительском рынке города Москвы существуют проблемы, значительно снижающие доступность бытовых услуг.

Второе направление исследований проводилось на основе изучения и анализа данных опроса представителей предприятий сферы обслуживания (химчисток, прачечных, салонов красоты и клининговых компаний). Для опроса была также разработана анкета. По результатам опроса можно сделать выводы:

- каждая из отраслевых групп сферы бытового обслуживания имеет свои особенности спроса, связанные с характером 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).

Рассмотрим характер сезонного колебания спроса на примере услуг по профессиональной уборке зданий, сооружений и прилегающей территории. При исследовании рассматривались три вида услуг: уборка офисных помещений, альпинистские работы и уборка прилегающей территории. При уборке офисных помещений наиболее повышенный спрос на услуги наблюдается в апреле-мае в период подготовки к теплому периоду времени и в октябре-ноябре при переходе к зимнему периоду (рис. 1).

Характер предоставления альпинистских услуг (работ) связан со снегопадами, дождями, запыленностью окон в различные периоды времени (рис. 2).

Уборка придомовой территории зависит от появления снега, листьев, мусора и дождевых осадков (рис. 3).

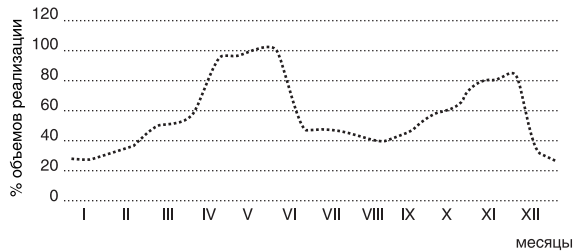


РИС. 1.

Характеристика колебания спроса на услуги по уборке офисов в 2013 г.

Исследование сложности набора кадров в различные периоды времени для уборки офисов выявило наибольшую сложность в наборе кадров в летний период. В этот период трудно подобрать кадры и для альпинистских работ, т.к. работники уезжают на отдых или уходят в походы. Наибольшее количество претензий появляется в период осадков. Аналогичные исследования проводились и для других отраслевых групп услуг.

Знание характеристик колебания, связанные с установлением периодов снижения (провалов) спроса и временем наиболее ярко выраженного спроса может быть использовано для принятия управленческих воздействий как на микроуровне – руководителями

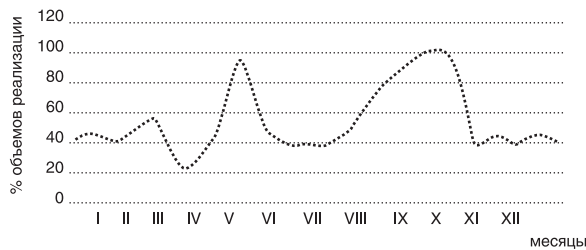


РИС. 2.

Характеристика колебания спроса на альпинистские работы в 2013 г.

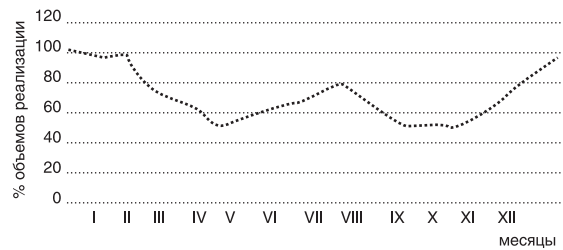


РИС. 3.

Характеристика колебания услуг по уборке территории в 2013 г.



РИС. 4.

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

предприятий, так и на региональном уровне – органами исполнительной власти города, (департаментами, префектурами административных округов и районными управами) и органами местного самоуправления.

Подходя к этой проблеме с теоретической точки зрения, следует отметить, что все управляющие механизмы и методы управления укрупненно можно разбить на три категории: административно-законодательные, экономические и морально-этические.

Структура управления развитием рынка бытового обслуживания должна включать следующие механизмы управления и регулирования: административно-законодательное, административное, экономическое регулирование (в т.ч. техническое), налоговую систему, коммерческий расчет, систему ценообразования и финансово-кредитные рычаги управления. 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 рис. 4.

Дерево целей сформировано по четырем уровням – генеральная цель, первый уровень, второй уровень, задачи. Для реализации предлагаемого целевого подхода, а также целей, установленных в программных документах развития потребительского рынка города Москвы, необходимо решить ряд задач, связанных с повышением ценовой доступности товаров и услуг, повышением их качества и обеспечением безопасности, совершенствованием государственной координации и правового регулирования, обеспечением доступности предприятий потребительского рынка для всех категорий населения (в первую очередь для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями). Эффективным источником для решения ряда задач может быть рациональное использование органами власти города Москвы такого экономического явления как сезонные колебания спроса на услуги и ценовая доступность услуг.

Т.И. ЗВОРЫКИНА, Е.В. СОТНИКОВА,
Е.В. ШУРИНОВА, И.О. ЯШИНА
ЦЕЛЕВОЙ ПОДХОД К ФОРМИРОВАНИЮ
И РЕГУЛИРОВАНИЮ СПРОСА НА УСЛУГИ
С УЧЕТОМ СЕЗОННОГО КОЛЕБАНИЯ
И СОЦИАЛЬНОЙ ЗНАЧИМОСТИ УСЛУГ

ЛИТЕРАТУРА

1. **БОР В.Н.** Совершенствование управления устойчивостью и эффективностью малых предприятий сферы услуг. Автореф. дисс. на соиск. уч. степ. к.э.н. Пятигорск, 2009.
2. **ГРАЧЕВА О.Е.** Развитие форм и методов социальной поддержки населения на региональном уровне. Автореф. дисс. на соиск. уч. степ. к.э.н. М., 2010.
3. **ЗВОРЫКИНА Т.И.** Система технического регулирования в сфере услуг: вопросы теории и проблемы развития в условиях рыночной экономики. Монография, М.: ГОУВ ПО «МГКС», 2005.

Зворыкина Татьяна Ивановна,

д.э.н., профессор, руководитель Центра научных исследований и технического регулирования в сфере услуг Института региональных экономических исследований

☎ 119002, г. Москва, пер. Сивцев Вражек, 29/16
тел.: +7 (499) 241-34-19, e-mail: sss2800@mail.ru

Сотникова Елена Владимировна,

с.н.с. Центра научных исследований и технического регулирования в сфере услуг Института региональных экономических исследований.

☎ 119002, г. Москва, пер. Сивцев Вражек, 29/16
тел.: +7 (499) 241-34-19, e-mail: sss2800@mail.ru

Шуринова Елена Викторовна,

к.э.н., зам. зав. кафедрой «Финансы и кредит» Московского энергетического института (национальный исследовательский университет) МЭИ (НИУ)

☎ 111250, г. Москва, Красноказарменная ул., д. 14
e-mail: eshurinova@gmail.com

Яшина Ирина Олеговна,

аспирантка Института региональных экономических исследований,

☎ 119002, г. Москва, пер. Сивцев Вражек, 29/16
тел.: +7 (499) 241-60-95, e-mail: irei@irei.ru