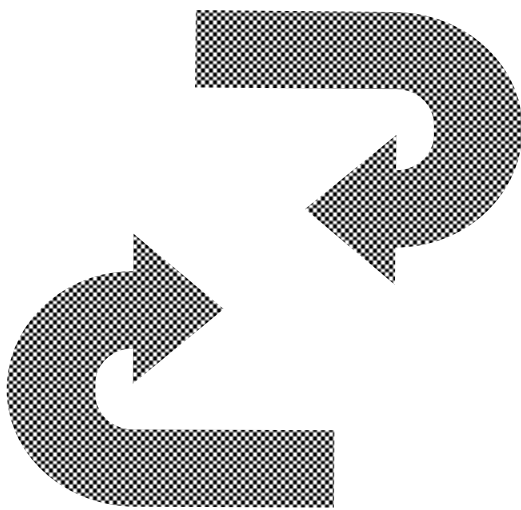


**Г.Н. ДРОБЫШЕВ, В.В. ГЕРАСИМОВА**  
**ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЙ МЕХАНИЗМ**  
**РЕГУЛИРОВАНИЯ РЫНКА**  
**БЫТОВЫХ УСЛУГ**  
**КАК ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ**



**ИЗДАТЕЛЬСТВО ТГТУ**

Научное издание

ДРОБЫШЕВ Геннадий Николаевич  
ГЕРАСИМОВА Валентина Владимировна

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЙ МЕХАНИЗМ  
РЕГУЛИРОВАНИЯ РЫНКА  
БЫТОВЫХ УСЛУГ  
КАК ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ

Монография

Редактор З.Г. Чернова  
Компьютерное макетирование М.А. Филатовой

Подписано к печати 20.04.2004  
Формат 60 × 84/16. Гарнитура Times. Бумага офсетная. Печать офсетная  
Объем: 6,5 усл. печ. л.; 6,5 уч.-изд. л.  
Тираж 400 экз. С. 283<sup>М</sup>

Издательско-полиграфический центр  
Тамбовского государственного технического университета  
392000, Тамбов, Советская, 106, к. 14  
Министерство образования Российской Федерации

Поволжская Академия Государственной Службы  
имени П.А. Столыпина (филиал в г. Тамбове)

**Тамбовский государственный технический университет**

**Г.Н. Дробышев, В.В. Герасимова**

**ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЙ МЕХАНИЗМ  
РЕГУЛИРОВАНИЯ РЫНКА  
БЫТОВЫХ УСЛУГ  
КАК ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ**

Тамбов  
◆ Издательство ТГТУ ◆  
2004

ББК У9(2) 442  
Д75

Рецензенты:

Доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой экономики Тамбовского государственного технического университета

*Б.И. Герасимов*

Доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой экономики Мичуринского государственного аграрного университета

*И.А. Минаков*

**Дробышев Г.Н., Герасимова В.В.**

Д75 Институциональный механизм регулирования рынка бытовых услуг как экономической системы: Монография, Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2004. 112 с.

Монография раскрывает механизм функционирования рынка бытовых услуг как экономической системы в новых социально-экономических условиях развития и становления российского общества на современном этапе. Описывает тенденции развития и становления российского общества на современном этапе. Описывает тенденции развития рынка бытовых услуг на региональном уровне.

Адресована студентам, аспирантам, экономистам и работникам сферы бытовых услуг.

ББК У9(2) 442

ISBN 5-8265-0095-6

© Дробышев Г.Н., Герасимова В.В., 2004  
© Тамбовский государственный  
технический университет (ТГТУ),  
2004

## ВВЕДЕНИЕ

---

Экономическая трансформация общества в России способствовала развитию сектора услуг, что в полной мере соответствует общемировой тенденции перехода промышленно развитых стран к постиндустриальному обществу, которое характеризуется увеличением числа занятых в сфере услуг и ростом доли услуг в ВВП. За период 1999 – 2003 гг. доля услуг в ВВП России выросла более чем на 14 %.

Развитие сектора услуг связано с формированием и наращиванием рыночных отношений и рыночной инфраструктуры, что обусловило рост платных услуг, поскольку производство услуг в условиях многообразия форм собственности осуществляется как государственными, так и частными производителями. Стремление к улучшению качества жизни и высокие требования к состоянию среды обитания у населения повысили спрос на бытовые услуги, что способствовало увеличению платных услуг в сфере бытового обслуживания и расширению спектра бытовых слуг, оказываемых населению. Вместе с тем, на этапе становления рыночной экономики процесс производства бытовых услуг носит в определенной мере противоречивый характер. С одной стороны, это проявляется в снижении предложения по целому ряду видов бытовых услуг в связи с приватизацией и репрофилированием предприятий – комбинатов бытового обслуживания. С другой – формирование цен на рынке бытовых услуг под воздействием рыночного механизма привело в отдельных случаях к «вымыванию» услуг, производимых по ценам, доступным для малоимущих слоев населения, и увеличению предложения бытовых услуг для населения с достаточно высокими доходами. Сложившиеся диспропорции на рынке бытовых услуг оказывают негативное влияние на социальную стабилизацию в обществе, в связи с чем возникает необходимость реструктуризации сферы платных бытовых услуг населению, поиска приемлемых путей удовлетворения потребностей граждан в бытовых услугах, особенно населения сельской местности, с учетом платежеспособного спроса, детерминированного уровнем и особенностями социально-экономического развития региона. Необходимость разработки конкретных мер, направленных на решение обозначенных проблем, имеющих первостепенное значение для нормальной жизнедеятельности населения, и недостаточная степень разработки проблемы формирования и регулирования рынка бытовых услуг в экономической литературе свидетельствуют об актуальности темы исследования.

В основе современных воззрений на сферу услуг можно выделить два методологических подхода. Один из них состоит в том, что рассматривается сущность услуги как экономической категории и как результата труда в виде некоторого полезного эффекта, опосредованного «вещной», материальной формой. При этом процесс оказания услуги трактуется как специфическая трудовая деятельность, направленная на удовлетворение определенных потребностей людей или производства, в результате которой создаются полезные экономические и/или социальные эффекты. Другой методологический подход обосновывает необходимость разграничения и определения соотношения сферы услуг с материальным производством в целях реализации объективной закономерности изменения пропорции между материальным производством и сферой услуг.

Несмотря на то, что вопросы формирования и регулирования потребительского рынка как составляющей рынка социально-бытовых услуг достаточно подробно освещены и в экономической литературе, и в принятых на уровне субъектов РФ целевых комплексных программах развития потребительского рынка, наиболее слабым звеном в этих исследованиях является отсутствие комплексного подхода к анализу сущности рынка бытовых услуг и основных факторов, влияющих на формирование и развитие рынка бытовых услуг, а также недостаток институционального механизма его регулирования. Данная работа призвана восполнить существующий пробел.

## Глава 1

### ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ РЫНКА ПЛАТНЫХ УСЛУГ В РЕГИОНЕ

---

#### 1.1 СУЩНОСТЬ И СТРУКТУРА СФЕРЫ БЫТОВЫХ УСЛУГ

**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 [73]. Они являются объектом купли-продажи и реализуются по ценам, целиком или в значительной мере покрывающим издержки производителя (за счет выручки от реализации) и обеспечивающим ему прибыль.

Основным статистическим показателем, измеряющим величину оказанных населению за определенный период времени платных услуг, является стоимостной показатель "общий объем платных услуг населению". Он отражает выручку (валовой доход) производителей услуг в размере средств, поступивших или непосредственно от граждан, которым оказаны услуги, или от предприятий (организаций) в уплату за оказанные их работникам услуги. Указанный показатель формируется на основе данных, полученных путем статистического наблюдения по соответствующим формам (объем платных услуг по официально учтенным предприятиям) и досчетов объемов услуг, предоставленных физическими лицами.

С переходом на международную методологию учета и статистики было ликвидировано понятие "непроизводственная сфера", которое применяли к сфере услуг. В связи с этим потребовалось переосмотреть сложившееся за предшествовавшие более 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.

В странах с развитой рыночной экономикой в сфере услуг занято более 2/3 численности активного населения. В валовом внутреннем продукте США стоимость услуг составляет 75 %, Англии – 64 % [107]. В России в настоящее время на его долю приходится около 50 % [86], в Тамбовской области – 51,3 % [119].

При рассмотрении услуг применяются разные классификации и группировки. Основопологающим для классификации услуг является то, что они могут иметь материальный и нематериальный характер.

**Услуги материальные** – это услуги, оказанные материальному производству.

**Услуги нематериальные** – услуги науки, страховых организаций, банковские услуги, услуги связи, образования, культуры, обороны, здравоохранения и прочие.

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 незначимой цене. Таковой формально считается цена, если она покрывает меньше 50 %

затрат на оказание услуг. Потребляются такие услуги либо обществом в целом, либо домашними хозяйствами.

В соответствии с Общероссийским классификатором услуг населению (ОКУН), принятым и введенным в действие Постановлением Госстандарта России от 28.06.93 № 163, выделяются следующие основные виды платных услуг населению:

- бытовые услуги;
- услуги пассажирского транспорта;
- услуги связи;
- жилищные услуги;
- коммунальные услуги;
- услуги учреждений культуры;
- туристские и экскурсионные услуги;
- услуги физической культуры и спорта;
- медицинские услуги;
- санаторно-оздоровительные услуги;
- ветеринарные услуги;
- услуги правового характера;
- услуги банков;
- услуги в системе образования.

Не перечисленные виды платных услуг отражаются в группе "прочие услуги населению".

### **Классификация услуг**

#### *I С точки зрения потребителя этих услуг:*

- простая услуга, выполненная по формуле "потребитель + специалист", т.е. равняется одному посещению парикмахера, элементу диагностики в медицине;
- сложная услуга требует для своей реализации определенного состава персонала, комплексного технического оснащения, специальных помещений и так далее и состоит из набора простых услуг (салоны красоты, медицинские услуги, химчистки и т.д.);
- комплексная услуга включает набор сложных и простых услуг (например, услуги оздоровительных комплексов, дома быта и т.д.).

#### *II По функциональному назначению услуги могут быть:*

- ремонт, окраска и пошив обуви (не включая изготовления валяной и резиновой обуви);
- ремонт и пошив швейных, меховых и кожаных изделий, головных уборов и изделий текстильной галантереи, ремонт, пошив и вязание трикотажных изделий (включая демонстрацию и показ моды);
- ремонт и техобслуживание бытовой радиоэлектронной аппаратуры, бытовых машин и бытовых приборов, ремонт и изготовление металлоизделий;
- техническое обслуживание и ремонт автотранспортных средств (включая технический осмотр, уборочно-моечные работы, хранение автотранспортных средств на платных стоянках, установку сигнализации и радиоаппаратуры);
- изготовление и ремонт мебели (включая сборку мебели на дому у заказчика, приобретенной им в разобранном виде);
- химическая чистка и крашение;
- услуги прачечных (включая сопутствующие услуги – мелкий ремонт сдаваемых в обработку вещей);
- ремонт и строительство жилья и других построек (включая строительство и ремонт индивидуальных гаражей укрепление дверных коробок, строительство колодцев, бурение и оборудование скважин);
- услуги фотоателье и фото- и кинолабораторий;
- услуги бань и душевых;
- услуги парикмахерских (включая изготовление париков и шиньонов);
- услуги предприятий по прокату;
- транспортно-экспедиторские услуги (включая услуги носильщиков, мягкую упаковку ручной клади и багажа, услуги камер хранения);
- ритуальные услуги (включая продажу похоронных принадлежностей через специализированные магазины);
- прочие виды бытовых услуг (включая услуги газификации, услуги по переработке сельхозпродукции и даров леса, изготовление валяной обуви, замену элементов питания в электронных часах и других приборах, услуги по нарезке стекла и зеркал).

#### *III По условиям оказания:*

- на дому;
- в производственных условиях (ателье, мастерские и т.д.);
  - в процессе транспортировки ("скорая помощь", "санитарная авиация", услуги носильщиков, камер хранения).

*IV По срокам оказания:*

- краткосрочные;
- среднесрочные;
- долгосрочные.

Попытка более системного описания сферы услуг предпринята Ловелокком, которая приводится в изложении В.Д. Марковой (табл. 1) [72].

### 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, рестораны и кафе
2 Осязаемые действия, направленные на товары и другие физические объекты	Грузовой транспорт, ремонт и содержание оборудования, охрана, поддержание чистоты и порядка, прачечные, химчистки, ветеринарные услуги
3 Неосязаемые действия, направленные на сознание человека	Образование, радио-, телевизионное вещание, информационные услуги, театры, музеи
4 Неосязаемые действия с неосязаемыми аспектами	Банки, юридические и консультационные услуги, страхование, операции с ценными бумагами

Предприятиям сферы услуг присущи специфические особенности, отличающие их от промышленных предприятий спецификой производственного процесса, формой управления и обслуживания. Эти особенности обуславливают организацию финансово-экономической работы предприятий, показатели и финансовое состояние предприятий.

Специфичность отрасли состоит, прежде всего, в том, что она, несмотря на инфраструктурный характер, может иметь не все фазы единого процесса расширенного воспроизводства, а только две – производство и потребление. Это относится к услугам транспорта, салона красоты, ресторанов, парикмахерских и др. В связи с этим предприятия сферы услуг сочетают в своей деятельности функции различных отраслей народного хозяйства (промышленных, ремонтных, предприятий торговли). Наряду с этим, предприятиям сферы услуг присуща особая функция – обслуживание населения, которой не занимаются в такой мере никакие другие предприятия.

Результатом труда работников данной отрасли являются в основном потребительные стоимости, имеющие и не имеющие вещественной формы, но в условиях товарно-денежных отношений принимающие форму товара специфическое название их услуги. Осуществляются бытовые услуги I порядка – химчистки, ремонт и т.д. Не имеют вещественной формы, но осязаемы услуги II порядка – парикмахерские, рестораны, салоны красоты, спортивные занятия.

К. Маркс писал, что услуга представляет собой "...ту особую потребительную стоимость, которую доставляет этот труд, подобно всякому другому товару; но особая потребительная стоимость этого труда получила здесь специфическое название "услуги" потому, что труд оказывает услуги не в качестве вещи, а в качестве деятельности, что, однако, нисколько не отличает его: скажем от какой-нибудь машины, например от часов" [67].

Под услугой часто понимают полезный эффект деятельности работников, который не "опредмечивается", не выступает в виде вещи. В действительности же во многих случаях предприятиями, произво-

дящими услуги, создаются и материальные блага. "Услуга, – указывал К. Маркс, – есть не что иное, как полезное действие той или иной потребительной стоимости товара ли, труда ли" [67].

Процесс производства и потребления части бытовых услуг (услуги парикмахерских, саун, бань, салонов красоты и др.) совпадают на одном и том же пространственно-временном отрезке. Названное обстоятельство существенно снижает обращение бытовых услуг в качестве товара и исключает выпуск продукции на "склад" и тем самым побуждает предприятие от накопления больших и тем более сверхнормативных запасов готовой продукции на складах. Следовательно, если в этой сфере невозможно сделать запасы товаров, то необходимо соблюдать постоянное равенство спроса и предложения и по объему и по структуре оказываемых услуг. Их производству должен предшествовать конкретный социальный заказ (индивидуальный, коллективный, общественный), который выступает актом их общественного признания и гарантом обмена труда производителя на деньги потребителя. Специфика данного производства отражается на организации финансовой работы предприятий бытового обслуживания.

По ряду бытовых услуг производство опережает потребление (все виды ремонта, услуги прачечных, химчистки и т.д.). Опережение оплаты услуг означает, что заказчик авансирует предприятие сферы услуг. Это ускоряет кругооборот производственных фондов, сокращает потребность в собственных оборотных средствах или кредитах. К тому же результату приводит и выполнение заказов из материалов заказчика. Данные обстоятельства побуждают предприятия сферы бытовых услуг повышать качество бытового обслуживания населения, сокращать сроки выполнения заказа.

Производство и, зачастую, одновременное потребление, минуя стадию обращения, происходит обычно по месту расположения объектов бытового обслуживания. Указанное обстоятельство обуславливает местный локальный характер производств бытовых услуг и требует их равномерного распределения по территории региона (области, района, города) учреждений бытового обслуживания.

Услуги в сфере бытового обслуживания имеют свою специфику, которая заключается в том, что при их производстве осязаемое воздействие направлено не только на товары (т.е. на физические объекты, но и непосредственно на человека – медицинские услуги, пассажирский транспорт, парикмахерские и др.).

Это означает, что их невозможно транспортировать, упаковывать, демонстрировать или изучить до покупки, поскольку они неотделимы от личности производителя и потребителя. Поэтому оказание бытовых услуг (гораздо больше, чем каких-либо иных) требует личного контакта производителя, что характеризуется высокой степенью индивидуальности и нестандартности по схеме "производитель-потребитель". Результат потреблений услуги будет зависеть от личных и профессиональных качеств производителя и от физических особенностей потребителя. Данные бытовые услуги приходится покупать веря "на слово", т.е. потребитель вынужден полагаться, главным образом, на репутацию, благоприятное общественное мнение данного бытового учреждения.

Специфичность отрасли проявляется в том, что производительность труда в сфере бытовых услуг имеет тенденцию к постоянному отставанию. Это связано с тем, что возможность замещения живого труда техникой в сфере части бытовых услуг сильно ограничены, поскольку характер труда требует непосредственного контакта субъекта с субъектом, поэтому не может поддаваться автоматизации, жесткой технической регламентации. Технические средства, как правило, только способствуют качеству обслуживания. В результате этого производство бытовых услуг отличается высокой трудоемкостью, что обусловлено высоким уровнем ручного труда и высокой долей затрат на заработную плату в стоимости услуг.

В настоящее время затраты на заработную плату в расчете на один рубль выручки от реализации услуг и продукции отдельных видов занимают  $\approx 70\%$ . Это должно учитываться в организации финансов предприятия, оказывающих трудоемкие услуги, в частности, при установлении нормативов отчисления в бюджет доходов (прибыли) и при формировании единого фонда оплаты труда. Кроме того, бытовые услуги для населения являются основным с точки зрения высвобождения времени, что определяет высокую степень их социальной значимости.

Важной отличительной особенностью сферы услуг является ее многогранная деятельность. Многие предприятия этой сферы оказывают услуги населению, выполняют работы для предприятий, организаций и учреждений, выпускают продукцию массового потребления.

Сфера услуг характеризуется сезонностью производственно-хозяйственной деятельности, зависимостью результатов труда от территориальной обособленности населения и даже от природно-климатических условий. Сезонность и влияние моды способствует накоплению материальных ценностей на складах, росту вложений в фонды обращения, а также увеличению потребности в краткосрочных ссудах.



Колебание спроса потребителей на услуги в отдельные периоды сезона вынуждает предприятия в периоды спада заниматься производством продукции массового потребления для обеспечения стабильности работы предприятий.

Своеобразие отрасли характеризуют и ее оборотные средства: своеобразие оборотных средств в их составе, структуре, источниках формирования и финансирования. Оборотные средства в процессе оказания услуг имеют большее значение, чем основные фонды. В структуре оборотных средств значительный удельный вес имеют предметы проката (20...30 %).

Перечисленные особенности сферы услуг свидетельствуют о ее своеобразии и специфичности.

Новые формы хозяйствования создали новые условия для саморазвития, саморегулирования многовариантной экономики бытовых услуг. В этих условиях предприятия бытового обслуживания в режиме саморегулирования развиваются на основе учета спроса потребителей.

Оттолкнувшись от спроса потребителей, мастерские, салоны, ателье бытового обслуживания, взятые в аренду или приватизированные, должны получить дополнительные ресурсы в обмен на собственные услуги. Потребители должны финансировать их расширение. Куда же будут направлены эти ресурсы? Туда, где недостаточен уровень удовлетворения спроса. В этом есть логика: получив деньги от населения, предприятия платного обслуживания должны израсходовать их так, как желают сами потребители, т.е. вложить деньги в те сферы, где еще есть отставание от потребительского спроса. Это означает, что важнейшей функцией хозяйственного механизма в сфере бытовых услуг должно быть выявление платежеспособного спроса на платные услуги. Такая функция обеспечивается в условиях рынка обязательной организацией изучения спроса, как на уровне отдельных предприятий, так и в рамках государственных систем платного обслуживания населения.

Потребители в большей мере заинтересованы в небольших предприятиях, так как они лучше ориентируются в запросах людей, легче приспосабливаются к изменениям в спросе, вкусах.

Эффективность платного обслуживания зависит от действенности системы цен на услуги. Цены, ориентируясь на уровень общественно необходимых затрат, связанных с оказанием услуг, должны быть гибкими. Им должна быть присуща необходимая реакция на соотношение спроса и предложения. Их нужно также глубоко дифференцировать в зависимости от качественных характеристик предоставляемых услуг. Цены на бытовые услуги населению должны обеспечивать безубыточную работу занятых их оказанием предприятий. Отсюда и заинтересованность предприятий в развитии отдельных видов платных услуг.

Схема формирования потребительского рынка услуг приведена на рис. 1.

Проведение экономических реформ в Российской Федерации привело к изменению места и усилению роли сферы платных услуг в жизнедеятельности населения. На сегодняшний день этот сектор экономики, представленный совокупностью самостоятельно хозяйствующих субъектов различной формы собственности и предлагающий широкий спектр услуг, призван повысить степень комфортности проживания населения, участвовать в регулировании его занятости.

Развитие рынка платных услуг в послеприватизационный период (начиная с 1990-го года) не является стабильным и характеризуется рядом тенденций.

Семьи с разным уровнем материального достатка имеют и разную видовую структуру расходов на оплату услуг. В низкодоходных семьях более половины всех расходов на услуги составляют жилищно-коммунальные платежи, более четверти – транспортные расходы, около 8 % – оплата услуг связи; т.е. в бюджете семьи услуги, примерно, на 90 % представлены их обязательным набором.

У высокодоходных слоев населения при сохранении доли расходов на оплату услуг транспорта и связи практически на одинаковом с малообеспеченными семьями уровне (21,5 % и 8,6 %), жилищно-коммунальные платежи занимают только 23,2 %. В тоже время существенен удельный вес затрат на ремонтные услуги (15,1 % против 2,0 % у малообеспеченных), услуги образования (9,2 % против 3,4 %), санаторно-оздоровительные (7,1 % против 0,8 %).

Ситуация распределения населения Тамбовской области по размеру среднедушевого денежного дохода показана в табл. 2.

**2 РАСПРЕДЕЛЕНИЕ НАСЕЛЕНИЯ ТАМБОВСКОЙ ОБЛАСТИ ПО РАЗМЕРУ СРЕДНЕДУШЕВОГО ДЕНЕЖНОГО ДОХОДА ЗА 2002 Г., %**

Размер среднедушевого денежного дохода	2 квартал	3 квартал	4 квартал
Все население	100,0	100,0	100,0
в том числе со среднедушевым денежным доходом в месяц, р. до 500,0	0,9	1,1	0,7
500,1...700,0	3,6	3,8	2,4
700,1...1000,0	11,7	11,1	7,8
1000,1...1200,0	10,6	9,6	7,3
1200,1...1400,0	11,0	10,0	8,1
1400,1...1600,0	10,5	9,6	8,3
1600,1...1800,0	9,4	8,7	8,0
1800,1...2000,0	8,1	7,7	7,5
Свыше 2000,0	34,2	38,4	49,9

С ростом денежных доходов в течение года все больший процент населения имел среднедушевой доход выше 2000 р., но, по-прежнему, свыше 60 % населения имело на конец года доходы ниже среднедушевого дохода по области.

В течение года денежные доходы перераспределились в пользу высокодоходных групп. Так, если 10 % населения с наивысшими доходами во втором квартале 2003 г. имели 21,8 % всех доходов, то к концу года – 23,7 %, а 10 % населения с наименьшими доходами, соответственно, 3,5 и 3,1 %.

Одной из наиболее острых социальных проблем является высокая степень **расслоения населения по уровню доходов**.

Из данных табл. 3 видно, что в целом по России рост объемов реализации на рынке платных услуг наблюдается с 1997 г.

Наглядную картину развития рынка платных услуг дает анализ динамики видовой структуры объемов реализации платных услуг (табл. 4).

В целом по России с 1990 по 2002 гг. наблюдалась тенденция к уменьшению в общем объеме реализации платных услуг доли бытовых услуг, услуг пассажирского транспорта, культуры, туристско-экскурсионных услуг. Почти не меняли своих позиций услуги физкультуры и спорта, ветеринарные услуги, услуги банковских учреждений, занимающие наименьшую долю в общем объеме платных услуг. Расходы населения на социально-необходимые услуги, ранее предоставляемые бесплатно или со значительной скидкой (жилищно-коммунальные услуги, услуги системы образования, медицинские услуги), увеличились. В разрезе регионов складывается аналогичная ситуация.

В 2002 г. основная доля объема платных услуг приходится на услуги пассажирского транспорта (25,4 %), жилищно-коммунальные услуги (22,3 %), бытовые (13,3 %), услуги связи (11,6 %).

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

В последние годы видовая структура объема платных услуг населению приобрела устойчивый характер и более чем на 50 % формировалась за счет услуг, "обязательных" к оплате (жилищно-коммунальные услуги, услуги пассажирского транспорта, связи, ритуальные услуги и др.) и на 20 % – за

счет услуг для высокодоходных групп населения (услуги автосервиса, по ремонту и строительству жилищ, образовательные услуги, услуги правового характера и др.).

Платные услуги населению могут предоставлять предприятия (организации) всех организационно-правовых форм и форм собственности по индивидуальным заказам, а также физические лица (граждане, занимающиеся предпринимательской деятельностью без образования юридического лица).

За последнее время объем платных услуг населению на 80,3 % формировался в организованном секторе экономики (организациями). Доля услуг, оказанных физическими лицами, занимающимися предпринимательской деятельностью на индивидуальной основе, составила 19,7 %. (табл. 5).

В организованном секторе экономики в 2002 г. населением приобретено платных услуг на 489,6 млрд. р. (107,0 % к 2001 г.), в секторе индивидуального предпринимательства – на 120,0 млрд. р. (100,8 % к 2001 г.).

Следует отметить, что услуги связи, коммунальные, жилищные по-прежнему практически полностью оказываются организациями. Также велика роль организованного сектора в предложении таких услуг, как туристско-экскурсионные и санаторно-оздоровительные услуги системы образования, пассажирского транспорта. В большей мере физическими лицами оказываются услуги правового характера, бытовые, медицинские. Аналогичная ситуация складывается и по субъектам Российской Федерации.

##### 5 Динамика объема платных услуг населению России по секторам реализации в 2002 году

Платные услуги населению	Млрд. р.	В % к	
		2001 го- ду	итогу
Всего, в том числе оказано:	609,6	105,7	100,0
организациями	489,6	107,0	80,3
физическими лицами	120,0	100,8	19,7

Малый бизнес преобладает в секторах экономики, ориентирующихся преимущественно на локальные и региональные рынки, поэтому он составляет основу рыночной инфраструктуры сферы услуг. Малое предпринимательство отличается способностью гибко и своевременно реагировать на изменения конъюнктуры рынка, способствует оживлению конкуренции и содействует решению проблемы занятости. К субъектам малого предпринимательства помимо малых предприятий относятся и индивидуальные предприниматели без образования юридического лица, причем на них приходится основная доля объема. Этому способствует, прежде всего, относительная простота регистрации индивидуальных предпринимателей, налоговые льготы и возможность создавать рабочие места без значительных инвестиций.

К числу общих проблем, присущих малым предприятиям, следует отнести, в первую очередь, 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. Ввиду вышеназванных проблем малое предпринимательство развивается пока не так быстро, как предполагалось первоначально.

Более двух третей объема бытовых услуг (около 70 %) оказывается физическими лицами, занимающимися предпринимательской деятельностью без образования юридического лица. Они освоили практически все виды бытовых услуг, кроме услуг по химчистке и крашению, услуг бань и душевых, 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.

Распределение малых предприятий по административно-территориальным образованиям Тамбовской области крайне неравномерно (табл. 6). Почти половина малых предприятий (44,9 %) расположена в г. Тамбове, каждое девятое предприятие – в г. Мичуринске. По количеству малых предприятий лидируют районы: Тамбовской (4,8 % к общему количеству малых предприятий) и Сосновский (2,5 %). В Бондарском и Уваровском районах нет малых предприятий по оказанию платных услуг населению. Более успешно работают малые предприятия в г. Тамбове, Тамбовском, Морозовском, Уметском районах. В вышеперечисленных районах объем услуг, предоставленных населению в расчете на одно малое предприятие, выше, чем сложилось в среднем по области.

Спектр услуг, оказываемых малыми предприятиями на рынке услуг довольно разнообразен (табл. 7). Ведущее место занимают услуги бытового характера (43,4 %). Довольно значителен удельный вес этих услуг, как услуги транспорта 18,9 %, деятельность по операциям с жилым фондом (8,6 %).

По данным администрации Тамбовской области на начало 2003 г. было зарегистрировано 4259 частных индивидуальных предпринимателей, занимающихся оказанием услуг населению. На долю физических лиц в 2002 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 фотографии и т.д. – достигает 68...86 % (рис. 2).

6 Группировка регионов Тамбовской области по удельному весу объема платных услуг, оказанных населению малыми предприятиями, в общем объеме платных услуг региона за 2002 г.

Удельный вес объема платных услуг, оказанных населению малыми предприятиями, в общем объеме платных услуг региона, %	Число регионов, единиц	Наименование регионов с минимальным и максимальным значением в группе, %
2,1	1	Тамбовская обл. (2,1)
3,5...5,2	3	Ржансинский р-н (3,5) Мордовский р-н (5,2)
1,2...2,8	10	Моршанский р-н (1,2) Первомайский р-н (1,2) г. Мигуринск (1,2) г. Моршанск (1,2) г. Тамбов (2,8)
0,1...0,9	15	Кирсановский р-н (0,1) Пичаевский р-н (0,1) г. Рассказово (10,9)

7 Количество малых предприятий и объем услуг, оказываемых населению по видам услуг в Тамбовской области в 2002 г.

Платные услуги	Количество предприятий, единиц	Оказано услуг, тыс. р.	В % к итогу по		Объем услуг в расчете на одно предприятие, тыс. р.
			количеству предприятий	объему услуг	
Всего, в том числе:	274	49627,0	100,0	100,0	181,1
бытовые	159	21512,3	55,8	43,4	140,6

транспорта	26	9357,4	9,5	18,9	359,9
гостиниц	4	686,4	1,5	1,4	171,6
ресторанов, баров, сто- ловых	2	204,9	0,7	0,4	102,5

%

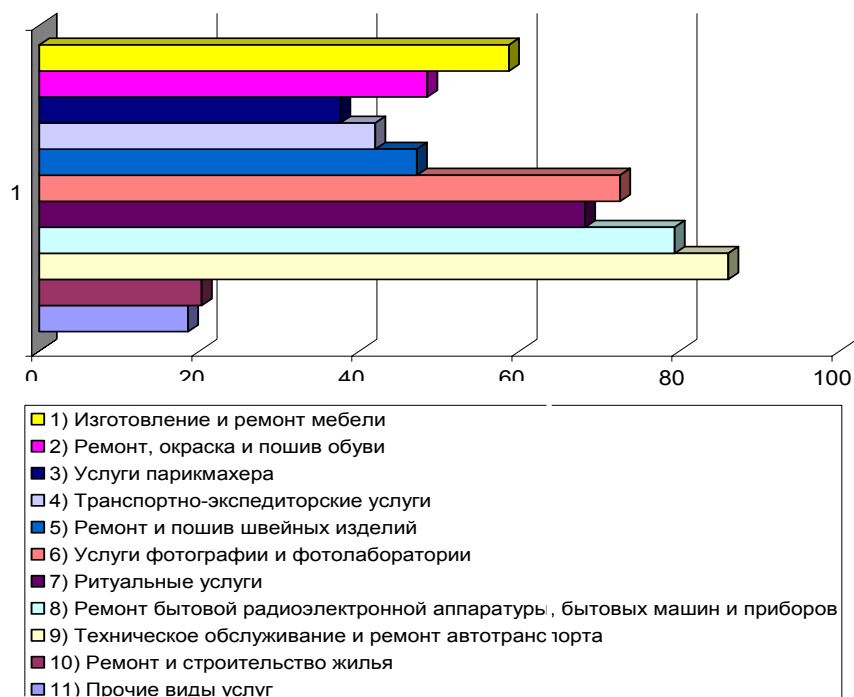


Рис. 2 Удельный вес индивидуального предпринимательства в объеме бытовых услуг населению Тамбовской области по отдельным видам в 2002 г.

## 1.2 Проблемы, противоречия и перспективы развития рынка бытовых услуг населению в регионе Российской Федерации (на примере Тамбовской области)

Бытовое обслуживание населения России, в основном, до 1991 г. развивалось как социально ориентированная отрасль экономики и представляла собой достаточно стройную, целостную и стабильную систему.

Смена ориентиров хозяйственного развития в стране вызвала серьезные изменения в сфере услуг, в частности, и в Тамбовской области. Общая ситуация на рынке бытовых услуг России, сложившаяся к 1995 г. представлена динамикой объемов бытовых услуг населению по видам и приведена в табл. 8.

8 Динамика объемов реализации бытовых услуг населению России в 1995 – 2002 гг., %

Виды услуг	в % предыдущему году (в сопоставимых ценах)			2002, % к	
	1995	1997	2001	1990	2001
Бытовые услуги, в том числе:	108,6	112,4	102,8	24,4	102,6
ремонт и индпошив обуви	97,4	110,6	101,3	17,0	98,4

ремонт и индпошив одежды, индпошив и вязка трикотажных изделий	111,3	108,7	94,2	18,3	924
ремонт бытовой радиоэлектронной аппаратуры, бытовых машин и приборов, ремонт и изготовление ремонтных изделий	114,3	111,4	106,7	32,3	93,1
ремонт и изготовление мебели	...	...	...	...	...
химчистка и крашение	70,6	158,6	114,8	5,6	99,5
услуги прачечных	79,5	104,1	103,5	5,6	95,1
ремонт и строительство жилья и других построек	106,8	106,4	100,8	83,0	98,5
ремонт и техобслуживание автотранспортных средств	112,9	119,8	110,0	1,6р.	101,6
услуги фотографий	111,8	123,5	111,4	19,0	113,9
транспортно-экспедиторские услуги	137,2	...	...	...	...
услуги бань и душевых	85,6	97,8	111,9	12,2	95,4

Продолжение табл. 8

Виды услуг	в % предыдущему году (в сопоставимых ценах)			2002, % к	
	1995	1997	2001	1990	2001
услуги парикмахерских	111,0	110,0	103,5	12,7	105,4
услуги предприятий по прокату	92,2	...	...	...	...
ритуальные услуги	105,3	102,3	104,6	31,7	103,6
прочие виды бытовых услуг	...	...	...	...	...

С точки зрения регионального анализа, все регионы России можно разделить на три группы (табл. 9). Значительное падение физических объемов бытовых услуг (с темпом снижения до 80 %) в 2002 г. наблюдалось в семи регионах: Архангельской, Магаданской, Читинской областях снижение колебалось от 65,4 до 69,7 %; Костромской, Иркутской областях, республиках Тыва, Хакасия – от 70 до 78 %.

В 30 регионах темп падения составлял 80 ... 99,9 % и столько же регионов получили прирост объема бытовых услуг. Такая тенденция характеризует общие негативные процессы в формировании рынка бытовых

9 Региональная динамика объемов бытового обслуживания населения России в 1996 – 2002 гг.

Д Б	1996	1997	2000	2002
-----	------	------	------	------



	Число ре- гионов	Число ре- гионов, %	Объем бы- товых, %	Число ре- гионов	Число ре- гионов, %	Объем бы- товых, %	Число ре- гионов	Число ре- гионов, %	Объем бы- товых, %	Число ре- гионов	Число ре- гионов, %	Объем бы- товых, %
До 80 %	36	45,6	35,4	8	10,2	6,4	11	14,0	4,3	7	7,9	2,0
80,0 – 99,9	19	24,0	20,3	31	39,2	28,6	34	43,0	51,7	30	33,7	5,0
100 и бо- лее	24	30,4	44,3	40	50,6	65,0	34	43,0	44,0	52	58,4	93,0
Все- го	79	100	100	79	100	100	79	100	100	89	100	100

услуг в Российской Федерации в послеприватизационный период. Можно предположить, что в 52 более-менее благополучных регионах местные власти проводят специальную, направленную на поддержку предприятий бытового обслуживания, политику: наибольший рост объемов наблюдался в республиках Мордовия (136,1 %), Калмыкия (122,7 %), Саха-Якутия (114,9 %), Белгородской (111,9 %), Тамбовской (116,1 %), Самарской (120,9 %), Сахалинской (137,1 %) и других регионах.

В структуре бытовых услуг преобладают такие виды услуг, как ремонт и пошив швейных, меховых и кожаных изделий, головных уборов и изделий текстильной галантереи; ремонт, пошив и вязание трикотажных изделий; ремонт и строительство жилья и других построек; транспортно-экспедиторские услуги; ремонт и техническое обслуживание бытовой радиоэлектронной аппаратуры, бытовых машин и бытовых приборов; ремонт и изготовление металлоизделий; техническое обслуживание и ремонт автотранспортных средств. Явное преобладание ремонтных видов услуг, направленных на восстановление утраченной стоимости, иллюстрирует смещение в потреблении товаров народного потребления и услуг населением РФ, объясняемое снижением покупательной способности.

Тамбовскую область можно отнести к типичным представителям мезоуровня (территориального) и, следовательно, на данном примере можно проследить общие тенденции регионального развития.

Проходившая в течение 1992 – 1993 гг. интенсивная структурная перестройка (коммерциализация и приватизация) привела к ликвидации управления отраслью и снижению профессионального уровня инфраструктуры отрасли.

Тамбовский областной союз объединений, предприятий и организаций бытового обслуживания населения (Облбытсоюз), ответственный на этом этапе за организацию бытового обслуживания населения области, развитие материально-технической базы и других вопросов управления многогранной отрасли, распался.

Были упразднены отраслевые объединения, осуществляющие выполнение заказов населения на территории области, входившие в их состав специализированные предприятия, обслуживающие сельское население, передавались в собственность городов без учета того, что более половины заказов сельского населения выполнялось в этих предприятиях по договорам внутрисистемной кооперации с районными производственными управлениями бытового обслуживания.

Разделение собственности лишило сельскую службу быта производственной базы и как следствие этого, резко сократилось число сельских комплексных приемных пунктов. В результате сельское население потеряло возможность обслуживаться по месту жительства. Свелась на нет и выездная форма обслуживания жителей села.

Процессы коммерциализации и приватизации повлекли за собой нарушение хозяйственных связей предприятий, распыление финансовых ресурсов.

Так, в соответствии с Указом Президента Российской Федерации от 28.11.1991 № 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 об-

ласти 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.

Казалось бы, все было сделано, как предусмотрено Указом, 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, сказалось на бытовом обслуживании населения. Формальное отношение к приватизации привело к безнаказанному репрофилированию 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 – на 23,9 %, 1992 – на 37,0 %, 1994 – 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.

Существующая финансово-кредитная, налоговая политика не стимулировали развитие бытового обслуживания населения.

Недостаточное внимание к сфере бытовых услуг со стороны администраций городов и районов области, низкая рентабельность и убыточность большинства видов услуг привела к изменению профиля и росту коммерческо-торговой деятельности предприятий бытового обслуживания населения.

Многие предприятия на длительное время становятся должниками по обязательным платежам в бюджет, пенсионному фонду и по налогам, в результате чего стоят на грани банкротства.

В области ликвидирован производственно-технический комбинат, в функции которого входила инженерно-техническая и экономическая подготовка производства всех видов услуг и как следствие, в службе быта области перестала существовать единая техническая политика.

Меры, принимаемые администрациями городов и районов, не носили достаточно четкого комплексного характера. Бюджетные средства распределялись без учета состояния дел в тех или иных предприятиях, не был разработан критерий их распределения. Финансовые средства, в основном, направлялись на погашение убытков, а рентабельным предприятиям не выделялись.

В итоге за период с 1990 по 1996 гг. из-за низкой рентабельности (убыточности) и невозможности выжить в новых условиях в области прекратили свое существование и поменяли свою деятельность 513 ателье, мастерских, цехов, т.е. общее снижение сети произошло почти наполовину. За это время в области закрылось 309 бань и душевых (сокращение составило 78 %), на 70 % сократилось количество мастерских по ремонту и вязке трикотажных изделий. В 1,6 раза уменьшились производственные мощности прачечных, почти в пять раз – мощности предприятий химчистки и крашения.

На состояние сферы бытовых услуг оказали также влияние и такие факторы, как снижение платежеспособного спроса населения, резкое повышение цен на сырье, материалы, запчасти, рост стоимости энергетических ресурсов, коммунальных услуг, отток квалифицированных кадров.

В результате всего вышеперечисленного объемы реализации бытовых услуг, оказанных населению в 1996 г. по сравнению с 1990 г. сократились на 64 %.

Наибольшее падение объемов произошло по таким видам услуг, как индивидуальный пошив обуви, одежды, вязке трикотажных изделий, изготовление мебели, в основном, из-за перенасыщения рынка относительно дешевыми товарами импортного производства, порой низкого качества, но отвечающим требованиям моды.

Учитывая необходимость координации деятельности предприятий бытового обслуживания населения, оказания помощи в развитии сферы услуг администрацией Тамбовской области был создан Комитет по бытовым и платным услугам 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 – 2002 гг."

В соответствии с вышеуказанными программами были выполнены конкретные мероприятия.

В результате получила дальнейшее развитие инфраструктура сферы бытового обслуживания населения. Так, за последние гг. в городах и районах области 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 – 2002 гг. населению предоставлено по внутрисистемной кооперации услуг на 5,1 млн. р. или 2,2 % от объема бытовых услуг за 1990 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 2002 г. на рынок бытовых услуг области привлечено дополнительно 417 предпринимателей, а всего их трудится в этой сфере около пяти тысяч.

В соответствии с вышеуказанными Программами продолжается подготовка кадров массовых профессий на базе учебно-производственного центра сервиса. За 2000 – 2002 гг. около 700 учащихся получили профессии парикмахеров, парикмахеров-модельеров, портных, закройщиков, закройщиков-модельеров.

Проводилась финансово-экономическая поддержка предприятий службы быта из бюджетов всех уровней. Только в 2002 г. из местных бюджетов территорий 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 четыре года (с момента действия программ) объем услуг увеличился в сопоставимых ценах в 1,6 раза, по отношению к 1992 г. – на 10,5 %, однако к уровню 1990 г. он составляет пока 56,0 %.

Тамбовская область по объему реализации бытовых услуг на одного жителя среди других регионов России переместилась с 74 места в 1995 г. на 40 место в 2002 г. и имеет второе место по Центрально-Черноземному району.

С целью преодоления негативных тенденций, сложившихся в сфере бытового обслуживания и осуществления государственной политики, направленной на удовлетворение потребностей населения в услугах, в бытовых и других видах платных услуг в структуре администрации области в марте 1997 г. образован отдел бытовых и платных услуг, а позже преобразован в комитет. Основными задачами комитета является содействие развитию конкуренции, создания равных условий деятельности для всех хозяй-

ствующих субъектов в сфере платного обслуживания; осуществление взаимодействия с местными органами исполнительной власти в вопросах платного обслуживания населения; координация деятельности предприятий и организаций, независимо от их форм собственности, осуществляющих предоставление услуг населению; разработка предложений по совершенствованию сферы бытовых и других видов платных услуг; проведение экономического анализа состояния потребительского рынка услуг и подготовка предложений по его стабилизации; подготовка предложений по вопросам прогнозного развития сферы услуг.

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 1,9 раза. 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 2002 г., в объеме Центрального федерального округа – с 1,36 до 1,47 %, соответственно. В общем объеме услуг Центрально-Черноземного района по удельному весу Тамбовская область в 2002 г. занимает второе место.

Бытовые услуги по-прежнему играют большую роль в расходах населения. Причем, это наблюдается почти во всех субъектах Федерации, а в 26 регионах из 89 доля расходов населения на бытовые услуги на 5 % выше, чем в среднем по России. Только в шести регионах, таких как Орловская, Тверская, Тюменская и Магаданская области, Хабаровский край и Республика Бурятия, доля бытовых услуг более чем на 5 % ниже среднероссийского показателя.

Однако, по отношению к 1990 г. объем бытовых услуг по области в 2002 г. составил лишь чуть более половины (56,0 %). Снижение объемов за рассматриваемый период произошло практически по всем видам услуг. Наибольшее сокращение покупательского спроса за последние двенадцать 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 %. Не удалось достигнуть уровень 1995 г. по таким видам услуг, как ремонт и индивидуальный пошив одежды, пошив и вязка трикотажных изделий, услуги прачечных и парикмахерских (табл. 10).

#### 10 Динамика индексов физического объема бытовых услуг населению Тамбовской области за 1996 – 2002 гг.

(В СОПОСТАВИМЫХ ЦЕНАХ; В ПРОЦЕНТАХ К ПРЕДЫДУЩЕМУ ГОДУ)

Виды услуг	1996	1997	1998	2001	2002
Бытовые услуги, всего в том числе:	120,8	131,8	103,0	104,6	104,4
ремонт и индивидуальный пошив обуви	79,2	139,3	132,9	106,2	113,7

*Продолжение табл. 10*

Виды услуг	1996	1997	1998	2001	2002
ремонт и индивидуальный пошив одежды, пошив и вязка трикотажных изделий	77,4	135,5	94,0	75,6	90,6
ремонт бытовой радиоэлектронной аппаратуры, бытовых машин и приборов, ремонт и изготовление металлоизделий	95,9	103,8	106,2	108,3	104,9
ремонт и техническое обслуживание транспортных средств	в 2,4 р	192,8	125,8	111,5	108,8
ремонт и изготовление мебели	43,2	... <sup>1)</sup>	... <sup>1)</sup>	... <sup>1)</sup>	... <sup>1)</sup>

химическая чистка и крашение	126,6	39,6	110,5	в 2,7 р.	106,3
услуги прачечных	51,7	82,2	115,3	102,2	74,0
ремонт и строительство жилья и других построек	192,3	120,4	122,0	113,6	105,9
услуги фотографий	171,8	173,5	122,4	71,2	96,8
услуги парикмахерских	99,0	103,5	87,4	106,4	100,2
услуги бань и душей	127,7	127,1	99,0	103,4	95,9
услуги прокатных пунктов	91,8	... <sup>1)</sup>	... <sup>1)</sup>	... <sup>1)</sup>	... <sup>1)</sup>
транспортно-экспедиторские услуги	70,5	... <sup>1)</sup>	... <sup>1)</sup>	... <sup>1)</sup>	... <sup>1)</sup>
ритуальные услуги	72,0	125,4	119,4	127,2	108,3
прочие виды услуг	... <sup>1)</sup>	... <sup>1)</sup>	... <sup>1)</sup>	... <sup>1)</sup>	... <sup>1)</sup>

<sup>1)</sup> Не рассчитывается индекс цен.

Из табл. 11 видно, что за последние годы в Тамбовской области объемы бытовых услуг растут значительно большими темпами, чем в среднем по Российской Федерации.

### 11 Индексы физического объема бытовых услуг по России и Тамбовской области в 1995 – 2002 гг.

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

За последние годы практически все регионы 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 в декабре 2002 г. было проведено обследование конъюнктуры и деловой активности предприятий, оказывающих бытовые услуги населению<sup>1</sup>. Обследование базировалось на оценке руководителями бытовых предприятий различных аспектов их деятельности в 2002 г. и прогнозе тенденций ее развития в ближайшей перспективе.

Оценивая финансовое состояние обследованных предприятий, можно сделать вывод, что большинство предприятий обеспечены финансовыми ресурсами, кредитными и заемными средствами не пользуются, 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. Ухудшение 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 году 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 %, "недостаток квалифицированных кадров" – 58 %.

<sup>1</sup> Исследование проводилось автором...

"недостаточный платежеспособный спрос населения" – 52 % и "большие коммунальные расходы" – 48 %.

Сложившиеся в 2002 г. условия хозяйствования позволили руководителям бытовых предприятий оптимистично оценить перспективы своей деятельности в 2003 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 2002 г. (табл. 12). Однако это на четверть меньше, чем в среднем по России. По этому показателю область занимает второе место среди областей Центрально-Черноземного района.

## 12 Объем бытовых услуг на душу населения по видам в Тамбовской области в 1995 – 2002 гг. (тыс. р.; с 1998 – р.)<sup>1)</sup>

Виды бытовых услуг	1995	1996	1997	1999	2001	2002
Всего, в том числе:	63,7	133,6	200,5	229	326	447
ремонт, окраска и индивидуальный пошив обуви	2,6	3,6	5,9	9	12	17
ремонт и индивидуальный пошив одежды, пошив и вязание трикотажных изделий	4,7	5,5	9,1	9	10	11
ремонт бытовых машин и приборов, ремонт и изготовление металлоизделий	5,9	9,6	11,6	14	24	30
ремонт и техническое обслуживание транспортных средств	4,7	16,0	36,8	23	36	46
ремонт и изготовление мебели	1,0	0,7	0,8	1	2	2
химическая чистка и крашение	0,2	0,3	0,2	0,0	0,0	0,0
услуги прачечных	1,1	1,4	1,4	2	2	2
ремонт и строительство жилья и других построек	12,7	51,7	74,4	94	137	205
услуги фотографий	2,2	5,8	11,8	18	21	25
услуги парикмахерских	3,4	5,9	7,8	8	12	13
услуги бань и душей	0,6	1,1	1,4	1	2	3
услуги прокатных пунктов	0,5	0,8	0,7	1	1	1

*Продолжение табл. 12*

Виды бытовых услуг	1995	1996	1997	1999	2001	2002
транспортно-экспедиторские услуги	6,2	7,6	9,5	11	11	17
ритуальные услуги	8,8	11,5	13,2	18	25	33
прочие виды услуг	9,1	12,4	15,9	20	32	41

<sup>1)</sup> В ценах соответствующих лет.

Все города и районы обеспечили прирост объема услуг на одного жителя. Наибольший объем бытовых услуг, предоставленных в расчете на одного жителя, наблюдается в городах: Тамбове, Уварове и Кирсанове, районах: Жердевском и Рассказовском.

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 шести городах и районах они не превышают 20 %.

В сфере бытовых услуг произошли процессы, имеющие негативные последствия для предоставления населению области социально-значимых бытовых услуг. 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 56,0 % от уровня 1990 г. (в сопоставимых ценах), а по таким видам как услуги прачечных, бань и душей – 10,7 %, химчистки и крашения – 11,0 %, услуги парикмахерских – 29,0 %, по ремонту и индивидуальному пошиву одежды, пошиву и вязке трикотажных изделий – 8,3 %;

- в значительном росте цен на бытовые услуги – при среднем росте цен в 2002 г. по отношению к 1990 г. в 9,5 тысячи раз, по таким услугам, как услуги бань и душей он составил 24,7 тысячи раз, ремонт и строительство жилищ – 19,9 тысячи раз, химическая чистка и крашение – 15,9 тысячи раз, услуги прачечных – 15,1 тысячи раз, услуги фотографий – 11,9 тысячи раз. В то же время относительно низкими темпами росли цены по ремонту и техническому обслуживанию транспортных средств – 9,2 тысячи раз, на ритуальные услуги – 6,4 тысячи раз. Однако даже такое повышение цен снижает их ценовую доступность для незащищенных слоев населения;

- 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, услугам парикмахерских, бань и душей, прокатных пунктов, транспортно-экспедиторским услугам;

- в сокращении сети предприятий бытового обслуживания, особенно, в сельской местности – к началу 2003 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 три 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 она составляла 3,4 %;
- 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.

Таким образом, 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 имеющихся слоев населения. Возникающие проблемы требуют участия государства и местных органов управления в дальнейшем развитии данного сектора платных услуг населению.

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

На наш взгляд, в сложившихся условиях требуется пересмотреть общую тенденцию 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.

Анализ существующего положения дал возможность выделить три группы территориально-административных единиц по организационной структуре управления бытовым обслуживанием. Первая группа имеет специальные подразделения в администрации области и дополнительную управленческую структуру, объединяющую предприятия бытового обслуживания. Дополнительные управленческие функции осуществляют либо акционерные общества, созданные на базе бывших областных и районных управлений бытового обслуживания, либо отраслевые областные и городские объединения, оставшиеся с доприватизационного периода и нашедшие свое место в сформированной заново структуре управления. Взаимоотношения между администрацией и акционерным обществом строятся на договорной основе. Смысл организации подобных структур со стороны предприятий акционеров заключается в делегировании им ряда общих функций. В частности, к ним относятся материально-техническое обеспечение предприятий, маркетинговая деятельность, экономико-юридическая поддержка, восстановление и дальнейшее развитие кооперативных связей между предприятиями и т.д. Обследование показало, что областей, имеющих подобные акционерные общества, достаточно много. В частности, Ярославская область, в которой наряду с Комитетом потребительского рынка функционирует ТОО "Ярбытассоциация". Координация работы предприятий бытового обслуживания в Орловской области возложена на Управление промышленности, производственной и научно-технической инфраструктуры областной администрации при взаимодействии с АО "Орелсервис". Вопросы оказания поддержки развитию и координации деятельности предприятий сферы услуг Кабардино-Балкарской республики находятся в компетенции Министерства экономики и торговли и АО концерна "Каббалкбытсервис". Подобные структуры существуют также в Липецкой, Псковской областях, Краснодарском крае и в ряде других регионов. Кроме того, в некоторых территориально-административных единицах функции по регулированию развития бытового обслуживания делегированы специально созданным государственным предприятиям. Такие предприятия существуют в Коми-Пермяцком автономном округе, Тюменской области. Опыт показывает, что в областях, имеющих данную систему управления бытовым обслуживанием, эти сферы находятся в лучшем положении, чем в других регионах. Это выражается в сохранении большего количества предприятий и рабочих мест, более широком ассортименте оказываемых услуг.

Во вторую группу входит наибольшее количество регионов. В этих регионах управленческие функции сосредоточены только в администрациях, где существуют специальные органы и подразделения, координирующие деятельность сферы бытового обслуживания населения. Так, например, в Брянской области регулирование работы предприятий бытового обслуживания населения осуществляет Управление торговли и бытовых услуг администрации области; в Тульской области – Комитет по развитию бытового обслуживания населения; в Удмуртской республике – Министерство торговли и бытовых услуг; в Тамбовской области – Комитет по бытовым и платным услугам.

Структура управления сферой бытового обслуживания на уровне региона предложена на рис. 3.

Среди обследованных регионов 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 (третья группа). В частности, это Волгоградская, Курганская, Новосибирская области, Хабаровский край и ряд других.

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 пределах сумм, поступающих в областные (республиканские, краевые) и местные бюджеты. Так, предприятия бытового обслуживания населения Карелии, Тюменской, Липецкой, Белгородской, Мурманской независимо от форм собственности пользуются льготами по налогу на прибыль, на имущество, на пользователей автомобильных дорог. Субъекты рынка бытовых услуг Орловской, Брянской, Курганской областей полностью освобождены от налоговых выплат в областной бюджет. В Ульяновской и Волгоградской областях такое освобождение имеют



предприятия,

оказывающие услуги сельскому населению. 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 используемое помещение. Такие льготы введены в Ульяновской, Брянской, Мурманской области. Субъекты рынка бытовых услуг Карелии и Курганской области освобождены от выплат по аренде. Также в некоторых регионах имеет место введение льготных тарифов на электрическую и тепловую энергию. К таким регионам относится, например, Карелия и Липецкая область. В ряде регионов разрабатываются целевые программы, направленные на развитие бытового обслуживания населения. Данные о наличии таких программ в ходе обследования представили Псковская, Орловская, Самарская области, Коми-Пермяцкий автономный округ.

В качестве одного из возможных методов экономико-административного регулирования развития бытового обслуживания населения выступает лицензирование предпринимательской деятельности. Не

только возможность, но и необходимость применения лицензирования отдельных видов бытовых услуг связана с тем, что работники сферы быта напрямую контактируют с потребителем, и высокое качество продукции и услуг, а также соответствие уровня подготовки и квалификации работников профессиональным требованиям, выполнение санитарно-гигиенических норм являются обязательным условием функционирования предприятия. 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 экологических и санитарных норм. Так как бытовое обслуживание имеет 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, и право выдачи лицензий по этим видам предоставлено субъектам Федерации, но нормативная база требует доработки. Вместе с тем, ряд регионов 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.

Наряду с лицензированием в некоторых регионах осуществляется сертификация отдельных видов услуг – оформление и выдача документа, подтверждающего качество предоставляемых услуг. В основном подвергаются сертифицированию услуги по ремонту и техническому обслуживанию транспортных средств (Карелия, Тульская, Пермская области) и ремонту сложной бытовой техники (Тюменская область, Карелия), а также по таким видам услуг, как химическая чистка и крашение изделий, парикмахерские и другим видам.

Большое развитие во всех регионах получила социальная политика по отношению к наиболее незащищенным слоям населения в части доступа их к жизненно необходимым видам услуг. Это другой подход к решению проблем отрасли бытового обслуживания. 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 социально-бытового направления. Подобные программы, направленные на социальную поддержку малоимущих слоев населения, существуют в Самарской, Новосибирской, Читинской областях, Якутии.

Диапазон применяемых в регионах методов регулирования предоставления социальных услуг в части бытового обслуживания населения достаточно велик. Как показало обследование, на ряде территорий созданы специальные структуры, предоставляющие услуги социально-незащищенным слоям населения. Так, в Мурманской области организован Центр по торговому и бытовому обслуживанию участников, инвалидов ВОВ и приравненных к ним льготных категорий граждан; в Ленинградской области – специализированная служба по вопросам похоронных дел. Нередко подобные структуры функционируют при Центрах социальной защиты (в Новосибирской, Псковской областях), Центрах социального обслуживания (в Брянской области).

В регионах практикуется также 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.

В ряде областей приняты решения о сохранении статуса муниципального предприятия, как минимум, одного предприятия бытового обслуживания, которое оказывало бы услуги социально незащищенным группам жителей. Примером такого подхода служит Мурманская область.

Наиболее близкими к реализации государственных минимальных социальных стандартов являются меры, принимаемые в Ленинградской области. В районах и городах области в целях социальной защиты малоимущих слоев населения в части доступа их к жизненно необходимым видам услуг комитетом были разработаны рекомендации по организации муниципальной системы бытового обслуживания, которые включают:

- перечень социально-значимых бытовых услуг и периодичность их предоставления;
- 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 методическая основа формирования территориальных и отраслевых социальных норм и нормативов в сфере бытового обслуживания, механизма их использования и финансирования 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. Существует тенденция к расширению круга льгот и относительному снижению уровня их финансового обеспечения. Все это приводит к некоторой хаотичности в реализации социальных гарантий населению в части бытового обслуживания.

Формирование социальной стандартизации, обеспечивающей реализацию конституционных социальных прав и гарантий граждан, становится главным содержанием укрепления местного самоуправления и федерализма в России. Введение ГМСС, в том числе в области бытового обслуживания населения, является начальным этапом становления новой системы государственных социальных гарантий и социального нормирования. Ее формирование имеет базовое значение для обеспечения жизнеспособности общества, его территориальных социумов и отдельных индивидов.

Итак, обобщая вышесказанное в данном разделе, можно сделать следующие выводы.

1 В развитии сферы бытовых услуг России в пореформенный период можно выделить два периода:

- первый период 1991 – 1995 гг., который характеризуется резким спадом в развитии всей сферы бытового обслуживания и проявлением следующих негативных проблем: сокращением сети предприятий бытового обслуживания и физического объема производства бытовых услуг, наличием диспропорций в структуре бытовых услуг, повышением цен на бытовые услуги и снижением платежеспособного спроса населения, снижением роли государства в развитии материально-технической базы предприятий бытового обслуживания;

- второй период, начиная с 1995 г. по настоящее время, для которого характерно начало выхода данного сектора из кризисного состояния. В данном секторе наметились следующие положительные тенденции: стабилизация финансового состояния предприятий бытового обслуживания; увеличения объемов бытовых услуг на душу населения, разработка и реализация целевых государственных программ и мероприятий, направленных на развитие рынка бытовых услуг, усиления негосударственного сектора и увеличения их доли на рынке бытовых услуг.

2 В ходе экономической реформы проявились особенности развития территории и уровня жизни населения Тамбовской области, которые обусловили различия в структуре потребления населением бытовых услуг по районам области, сокращение сети предприятий бытового обслуживания, особенно в сельской местности.

3 Изменилась структура управления сферой бытового обслуживания населения в регионе: управленческие функции сосредоточены в комитете по бытовым и платным услугам администрации Тамбовской области.

4 Основным экономико-административным методом регулирования развития сферы бытового обслуживания выступает: лицензирование предпринимательской деятельности, введение налоговых льгот по уплате налогов и обязательных платежей, упрощенная система регистрации и финансовой отчетности.

### 1.3 Мониторинг современного состояния рынка бытовых услуг в отдельных регионах Российской Федерации

Анализ направлений развития рынка платных услуг и бытового обслуживания населения диктует необходимость уточнения особенностей воспроизводства социально-бытовых услуг, функции соответствующего рынка и факторов, определяющих его состояние и вероятные тенденции изменения.

Воспроизводство социально-бытовых услуг характеризуется высокой степенью локализации, так как большинство видов услуг сильно привязано к территории, где одновременно осуществляется процесс их производства и потребления (специфика услуг в том, что их невозможно накапливать, создавать "запас"). За исключением санаторно-курортных и туристических услуг, воспроизводство которых можно рассматривать в рамках региона или страны в целом, а также услуг пассажирского, авиационного,

железнодорожного и речного транспорта, носящих межрайонный характер, основная масса социально-бытовых услуг локализуется в пределах населенного пункта, города или городской агломерации.

Региональный рынок платных услуг и бытового обслуживания населения выполняет ряд важных функций в экономике региона. Среди них можно выделить следующие: обеспечение взаимодействия производителей и потребителей услуг, согласование экономических интересов контрагентов; установление количественных пропорций в структуре спроса и предложения под влиянием ценовых и неценовых факторов; определение уровня равновесных цен и пропорций между ценами различных услуг; обеспечение участия региона в межрегиональных торгово-экономических связях по предоставлению услуг, воспроизводство которых не имеет высокой степени локализации; распределение платных услуг между различными социальными группами населения региона в целях обеспечения его потребностей, повышение уровня и качества жизни в регионе.

Рынок платных услуг и бытового обслуживания населения как подсистема регионального потребительского рынка – сложное пространственно-экономическое образование, состоящее из многочисленных элементов внутренних связей между ними; в свою очередь данный рынок выполняет роль сигнальной системы, задающей импульсы, ориентиры производителям и потребителям услуг посредством внешних прямых и обратных связей. Для эффективного управления процессами функционирования этого рынка необходим анализ закономерностей и факторов, определяющих его формирование и развитие, комплексное рассмотрение всех аспектов рынка.

Под фактором следует понимать причину, движущую силу развития какого-либо процесса (явления), или же одно из основных его условий, определяющее его характер, отдельные существенные черты.

На развитие регионального рынка платных услуг и бытового обслуживания населения оказывает влияние множество факторов как внешнего так и преимущественно внутреннего порядка, степень воздействия которых на объект нашего исследования, безусловно, различна. Так, наиболее опосредованное влияние оказывает макроэкономическая ситуация в стране. В 2002 г. в стране продолжалась работа по осуществлению экономических и социальных реформ, направленных, в первую очередь, на повышение уровня и качества жизни российских граждан. По данным Госкомстата Российской Федерации, рост ВВП в России за 2002 г. по отношению к 2001 г. составил 4,1 %, выпуск продукции и услуг базовых отраслей экономики, включая розничную торговлю, увеличился на 3,9 %; на 10,1 % по отношению к 2001 г. вырос оборот розничной торговли, а, в целом, по оценкам экономистов и маркетологов за 2002 г. потребительский рынок в России (структурным элементом которого является рынок платных услуг и бытового обслуживания населения) вырос на 13...15 %. Потенциальные возможности для расширения емкости потребительского рынка определяются потенциальной динамикой доходов населения: начисленная средняя заработная плата одного работника – минимальная и реальная – составили, соответственно, 135,0 и 116,6 % к уровню 2001 г., хотя реальные располагаемые денежные доходы увеличились на 8,8 % (сказывается влияние роста потребительских цен, индекс которых в процентах к декабрю 2001 г. составил 115,1 %). Вместе с тем, вызывает опасение определенная диспропорциональность между производством и потреблением: например, потребительский рынок в России развивается гораздо быстрее экспортных отраслей. В целом в посткризисный период (с 1998 года) оборот розничной торговли демонстрировал более быстрый рост по сравнению с реальными располагаемыми денежными доходами населения.

При этом, на рынке платных услуг населению ситуация складывалась иначе. Темп их роста существенно отставал от увеличения реальных располагаемых доходов населения, что подтверждают данные табл. 13.

13 Динамика социально-экономических показателей и платных услуг населению России за 1998 – 2002 гг.  
(В % К ПРЕДЫДУЩЕМУ ГОДУ)

Показатели	1998	1999	2000	2002
Валовой внутренний продукт	95,1	105,4	108,3	104,1
Реальные располагаемые доходы населения	83,8	85,8	109,3	108,8
Оборот розничной торговли	96,7	93,5	108,7	110,1
Платные услуги населению	99,6	107,5	106,0	101,9

Помимо общеэкономической ситуации в стране следует выделить такие, преимущественно внешние по отношению к системе регионального рынка платных услуг и бытового обслуживания населения, факторы как: природно-климатические условия; демографический состав населения региона; распределение населения по видам деятельности; образовательно-культурный уровень, национальные привычки и традиции потребления; уровень денежных доходов населения региона; дифференциация социально-экономических групп населения по размеру среднедушевых доходов; темп инфляции и уровень цен на платные услуги населению; интенсивность межрегионального взаимодействия. Все они характеризуются существенными региональными особенностями, в совокупности формирующими региональную структуру спроса, предложения и цен на рынке платных услуг, – естественно, в сочетании с "внутрисистемными" по отношению к данному рынку факторами. К последним можно отнести достигнутый уровень развития и структуру предоставляемых услуг, интенсивность маркетинговой деятельности, научно-технический прогресс и инновационность в сфере производства и реализации услуг, степень ее "инфраструктурного обустройства". Думается, что названные "внутренние" факторы формируют потенциал развития рынка платных услуг и бытового обслуживания населения, и состояние его также существенно различается по регионам России.

При росте объема платных услуг за 2002 г. 101,9 % в 42 территориях он был ниже 100 % (республика Калмыкия – 85,7 %, Курская область – 84,7 %, Таймырский автономный округ – 75,4 %), а в 35 регионах – выше среднего по России (Астраханская область – 115,2 %, Воронежская область – 113,9 %, Республика Дагестан – 131,7 % и другие).

Рост цен на услуги, который по-прежнему опережал рост цен на товары и потребительские цены в целом, как показывают данные табл. 14, работал на снижение индекса физического объема платных услуг, и 2002 г. также характеризуется уменьшением темпов прироста объемов по сравнению с предшествующим годом.

14 Динамика цен и тарифов на товары и услуги в Российской Федерации в 1992 – 2002 гг.  
(на конец периода; в % к декабрю предыдущего года)

Показатели	1992 <sup>1)</sup>	1993 <sup>1)</sup>	1994 <sup>1)</sup>	1995 <sup>1)</sup>	1996	1997	1998	1999	2000	2002
Индекс потребительских цен, в том числе на:	26,1	9,4	3,2	2,3	121,8	111,0	184,4	136,5	120,2	115,8
товары	26,5	8,3	2,9	2,2	117,8	108,8	198,8	136,9	118,1	114,2
платные услуги населению	22,0	24,1	6,2	6,2	148,4	122,5	118,3	134,0	133,7	132,0

<sup>1)</sup> В размах.

Опережающий рост цен на услуги по сравнению с темпом роста реальных располагаемых доходов сдерживал потребление отдельных видов услуг, и в результате за 2002 г. произошло снижение физического объема платных услуг против уровня прошлого года по услугам жилищно-коммунального хозяйства – на 11 %, туристско-экскурсионным – на 8,4 %, санаторно-оздоровительным – на 5,4 %, услугами транспорта – на 2,4 %.

Как было определено ранее, бытовая услуга представляет собой выгодное, т.е. производящееся за плату, полезное действие, выполняемое определенным образом организованным предприятием, направленное на удовлетворение бытовых потребностей человека. Спрос на бытовые услуги – категория соци-

альная, массовая. Это выражение реальных и потенциальных потребностей населения в количественном и качественном отношении на рынке платных услуг и бытового обслуживания. По данным социологических опросов, к "социально значимым во все времена" можно отнести следующие виды бытовых услуг: ритуальная, банно-прачечные, парикмахерские, ремонт и индивидуальный пошив обуви, шитье и ремонт одежды, фотографирование, ремонт бытовой техники, химчистка, шитье и ремонт меховых изделий, ремонт мебели [108].

Однако вряд ли можно сказать, что структура потребительского объема услуг приобрела устойчивый характер. Произошло снижение удельного веса бытовых услуг, увеличилась доля услуг связи, образования, культуры, медицинских и туристско-экскурсионных услуг. Увеличение цен и тарифов на услуги естественных монополий (транспорт, электроэнергия, теплоснабжение и другие) частично сдерживалось государством, что способствовало сохранению на прежнем уровне доли услуг транспорта и жилищно-коммунального хозяйства в общем объеме, которая составляет в отдельных регионах до 70 %. Решение Правительства по вопросу регулирования цен на услуги естественных монополий может оказать существенное влияние на ее изменение.

Сохраняется дифференциация в расходах на одного жителя как на платные, так и на бытовые услуги по регионам Российской Федерации. Так, если в 2002 г. каждый житель России тратил на платные услуги чуть более 4000 р., а на бытовые 600 р., то в большинстве субъектов Российской Федерации он ниже средне российского за счет существенного влияния таких регионов как Москва, Московская область, Санкт-Петербург, доля которых в объеме платных услуг велика, а также за счет различного уровня социально-экономического развития регионов.

Большинство руководителей предприятий бытового обслуживания считают, что цены на их услуги доступны для широкого круга населения. Однако, анализ категорий лиц, пользующихся услугами предприятий службы быта, с учетом дифференциации по уровню их доходов, показал, что видами услуг, относящимся к социально-значимым, пользовались главным образом (в пределах 70 %) малообеспеченные и низкодоходные слои населения, которые не имеют возможности приобретать новые вещи, и различные услуги предприятий службы быта становятся для них предметом выбора. Исключение из этого правила составляют ритуальные, парикмахерские, фотографические услуги, где дифференциация доходов заказчика не играет роли. Скорее, наоборот: чем состоятельнее в материальном отношении заказчик, тем шире заказ.

По данным опросов [108], значительная часть потребителей не удовлетворена разнообразием предлагаемых предприятиями службы быта услуг. В большей степени это относится к населению небольших городов. При выборе предприятия службы быта на первые два места ставятся качество и разнообразие предоставляемых услуг (соответственно, 53 и 28 % респондентов), тогда как ценовой фактор стоит на третьем месте (27 %).

Объем платных услуг существенным образом зависит как от доходов, региональных особенностей, так и от места проживания населения. Усиливается дифференциация в потреблении услуг между жителями города и села. Особенно заметна разница в пользовании такими видами услуг как услуги туризма, бытовые, пассажирского транспорта, санаторно-оздоровительные, физкультуры и спорта.

В перспективе именно эти направления развития платных услуг должны стать объектом пристального внимания на региональном уровне. Повышенная потребность в отдыхе и рекреации у жителей северных и отдаленных регионов, благоприятные природно-климатические условия южных регионов, использование местных источников для оздоровления населения – эти и другие особенности потребления платных услуг, связанные с местоположением, половозрастным национальным составом населения, природно-климатическими и ландшафтными особенностями определяют региональную специфику потребления платных услуг.

Формирование и направления развития рынка платных услуг и бытового обслуживания населения во многом зависит и от внимания местных органов власти. Во многих регионах действуют Программы и Концепции развития сферы платных услуг. Такие программы уже действуют в 13 регионах (Амурская, Волгоградская, Воронежская, Камчатская Кировская, Курская, Курганская, Нижегородская, Саратовская, Тамбовская и другие области). Отдельные регионы в уже существующие региональные программы включают меры по сохранению и развитию рынка платных услуг, с учетом стоящих перед ним наиболее острых проблем (Вологодская, Магаданская области).

В числе данных проблем выделяются налоговые (возможность постановки вопроса о льготном налогообложении предприятий службы быта); экономические (отсутствие стабильного спроса на услуги); технические (недостаток современного оборудования, трудности с обеспечением сырьем и материала-

ми, оперативное получение методических и нормативно-правовых документов – ГОСТов, инструкций по ценообразованию и т.п.).

В условиях независимых агентов рынка услуг главным инструментом управления на региональном уровне выступает экономический и организационный механизм, включающий систему экономических рычагов регулирования этой сферы. Элементами этой системы являются льготное налогообложение и кредитование, установление льгот по арендной плате и коммунальным платежам, продажа помещений по льготным ценам, получение регионального (муниципального) заказа на конкурсной основе, прямое финансирование из территориального бюджета, введение практики заключения договоров с отделами социальной защиты населения по компенсации за услуги, предоставляемые инвалидам, неработающим пенсионерам и ряду других социально незащищенных групп населения (детские дома, приюты и т.п.).

*ОПРЕДЕЛЯЮЩИМ ФАКТОРОМ, КОТОРЫЙ БУДЕТ ОКАЗЫВАТЬ ВЛИЯНИЕ НА РАЗВИТИЕ РЫНКА УСЛУГ, ПО-ПРЕЖНЕМУ БУДЕТ ОСТАВАТЬСЯ ДИНАМИКА ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОГО СПРОСА НАСЕЛЕНИЯ, ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА ПО РЕГУЛИРОВАНИЮ ЦЕН НА ОТДЕЛЬНЫЕ ВИДЫ УСЛУГ И ИЗМЕНЕНИЕ ЦЕН И ТАРИФОВ НА ПЛАТНЫЕ УСЛУГИ, РАЗВИТИЕ РЫНКА СОЦИАЛЬНЫХ УСЛУГ, РАНЕЕ ПРЕДОСТАВЛЯВШИХСЯ БЕСПЛАТНО.*

Очевидно, что формирование рынка бытовых услуг и определение направлений его развития возможно только при условии глубокого изучения спроса, потенциального рынка потребителей. Вследствие этого возрастает роль маркетинга – комплексного подхода к управлению производством и реализацией услуг, ориентирующего на учет спроса и требований потребителя.

Методологические предпосылки изучения спроса на бытовые услуги заключаются в том, что спрос есть величина, изменяющаяся во времени под влиянием определенных факторов (социально-демографических, экономических, сезонных, психологических); изменению спроса свойственны закономерности, качественный анализ которых позволяет дифференцировать объем и структуру потребления населением отдельных видов бытовых услуг.

Можно выделить следующие направления маркетинговых исследований рынка услуг [145]:

1) исследование потребностей потребителя с целью выявления тех, которые потребители стремятся удовлетворить, а также выявление потребностей, которые в настоящее время не удовлетворены;

2) исследование ожиданий потребителя (изучение стандартов обслуживания, которых клиенты ожидают от приобретения услуги, в том числе ценовых);

3) исследование восприятия потребителя (изучение наиболее важных критериев качества услуги с точки зрения клиента – того, что он ожидает и что надеется получить, приобретая услугу);

4) контроль обслуживания (организации, предоставляющие услуги, измеряют технические аспекты обслуживания, например, гарантийный срок службы бытовой техники после ремонта);

5) изучение ключевых клиентов (определенные категории клиентов могут рассматриваться как наиболее важные по сравнению с другими, с учетом размера приносимой прибыли);

б) анализ жалоб (претензии от потребителей услуг могут рассматриваться как положительный источник информации, учет которой поможет устранить причины и избежать повторения данных прецедентов в будущем).

Формулирование проблемы и цели маркетинговых исследований в сфере бытовых услуг почти всегда следует из пробелов информации о рынке. Так, поставщик услуг может обладать всесторонними и современными данными относительно рынка своих текущих услуг, но может в результате проведения исследования обнаружить существование некоторых неудовлетворенных рыночных потребностей, которые необходимо рассматривать как открывающие возможность для развития новых услуг. Подобная ситуация определяет следующие цели маркетинговых исследований в сфере услуг:

1) определение рыночных характеристик услуг;

2) их описание и измерение (уточнение технических аспектов оказываемых услуг, требований потребителей, имеющиеся и потенциальные доли рынка);

3) анализ характеристик рынка спроса на услуги, в том числе качественный (исследование и интерпретация ожиданий, мотивации и поведения небольшой выборки целевых потребителей) и количественный, проводимый с целью измерения отношения потребителя к услуге и определения его выбора.

Подобные исследования проводились по рынку услуг связи Тамбовской области.

В последние годы связь играет все более заметную роль в экономике области, обеспечивая передачу информации между организациями и физическими лицами. Удельный вес услуг связи в

общем объеме платных услуг населению в 2002 г. составил 12,9 % (рис. 4), т.е. превысил уровень 2001 г. на 1,5 процентных пункта.

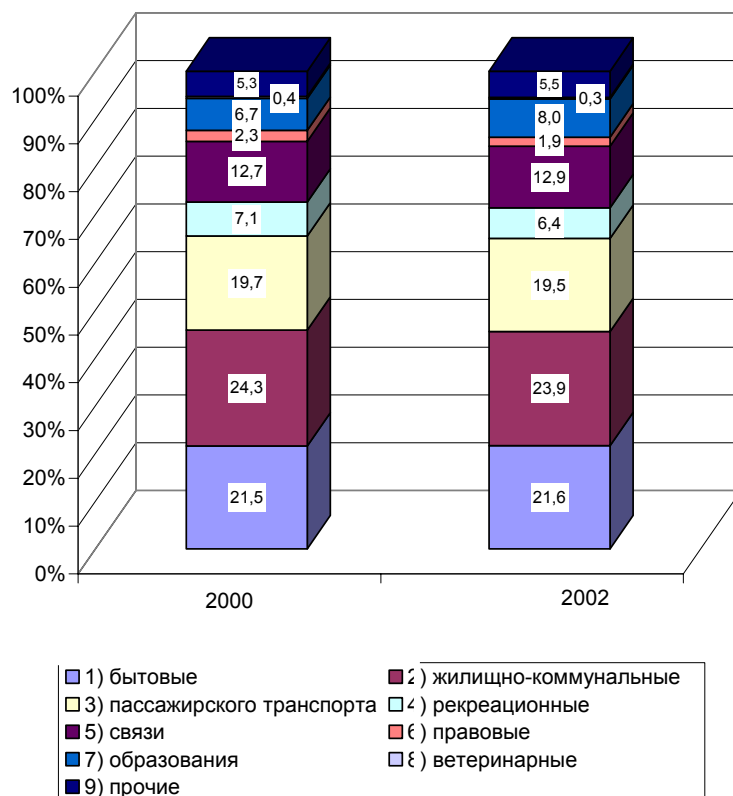


Рис. 4 Структура платных услуг населению Тамбовской области в 2000 – 2002 гг., % к общему объему услуг

В 2002 г. населению оказано услуг связи на 332,7 млн. р. (126,1 % к предыдущему году).

В структуре оказываемых населению услуг связи преобладают услуги городской и сельской, междугородной и международной телефонной связи, резко возросла доля сухопутной радиосвязи с подвижными объектами (сотовая и пейджинговая связь) с 2,4 % в 1998 г. до 24,8 % в 2002 г. (табл. 15).

Возрастающий спрос населения на телефонные услуги стимулирует развитие сети и средств городской и сельской телефонной связи. К концу 2002 г. в Тамбовской области насчитывалось 520 телефонных станций, в том числе 469 – в сельской местности, 182,5 тыс. домашних телефонных аппаратов телефонной сети общего пользования или имеющих на нее выход. Домашние телефоны в целом по области на 100 семей постоянного

15 Структура и динамика услуг связи в Тамбовской области в 1998 – 2002 гг.

Объем услуг связи	1998	1999	2000	2002
Всего, в том числе:	100,0	100,0	100,0	100,0
почтовой	17,4	14,3	10,8	9,6
междугородной и международной телефонной	33,7	32,9	29,1	27,5
документальной	3,2	2,9	2,7	2,8
городской и сельской телефонной	37,0	35,7	31,2	32,4
радиосвязи, радиовещания, телевидения и спутниковой связи	0,1	0,1	0,1	0,1
проводного вещания	6,1	4,0	2,8	2,8
сухопутной радиосвязи с подвижными объектами	2,4	10,1	23,2	24,8



контроль использования РЭС и ВЧ устройств	0,1	0,0	0,0	0,0
---	-----	-----	-----	-----

населения имеют 45,0 семьи, в том числе 60,4 семьи в городах и 23,8 – в сельской местности. На конец 2002 г. очередь на установку телефона уменьшилась на 5,6 % и составила 42,5 тыс. человек (на конец 2001 г. – 45,0 тыс. человек).

В условиях дефицита домашних телефонов таксофонный аппарат является средством, позволяющим населению воспользоваться услугами местной и междугородной телефонной связи. На конец 2002 года в пользовании населения находилось 1,1 тысяч таксофонных аппаратов (в том числе 230 универсальных, 508 – с карточной системой оплаты).

Все более заметными на рынке связи становятся услуги сухопутной радиосвязи с подвижными объектами: сотовой и персонального радиовызова (пейджинговой).

Услуги сотовой связи на территории Тамбовской области оказывают: АОЗТ "Электросвязь" – на базе GSM-900 – автоматический роуминг, обслуживая своих абонентов более чем в 200 городах и район-центрах РФ, а также в 70 странах мира. На конец 2002 г. численность абонентов достигла 21,4 тысяч (на конец 2001 г. – 5968 абонентов); филиал "Сотовая связь Черноземья" – 110 абонентов.

Услуги пейджинговой связи оказывает ООО "Континенталь-Линг-Тамбов", ООО "Инфоком" и ЗАО "Мобил Телеком". Всего обслуживается 1,6 тыс. абонентов против 1,1 тыс. в 2001 г. (рост на 45,3 %).

Предприятия связи расширяют комплекс новых видов услуг документальной электросвязи. Интенсивно развиваются службы передачи данных и телематические службы, предоставляющие услуги Интернет, а также факсимильная связь.

Услуги Интернет стали оказываться со второй половины 1998 г. К концу 2002 г. насчитывается 323 абонента (в конце 2001 г. – 268 абонентов).

Внедрение новых видов связи оказывает влияние на уменьшение количества основных радиотрансляционных точек. Так, если на конец 1990 г. в области действовало 562,4 тыс. радиотрансляционных точек, 1995 г. – 309,8 тыс., 1997 г. – 189,5 тыс., 1999 г. – только 130,1 тыс., то на конец 2002 г. – 115,9 тыс.

Из всех видов связи наиболее социально значимой является почтовая связь, как самая доступная, что обеспечивается государственным регулированием тарифов на нее. Однако в последние годы услуги почтовой связи в натуральном выражении сокращаются. Из-за высокой стоимости подписки на периодические издания, радио, телеграфа население практически вынуждено сократить затраты на эти услуги. В 2002 г. было отправлено меньше, чем в 2001 г.: денежных переводов – на 21,7 %, писем, карточек, бандеролей – на 18,9 %, посылок – на 14,6 %, газет, журналов – на 2,7 %. Пенсионных выплат в 2002 г. произведено в 1,9 раза больше, чем в 2003 г.

Дальнейшее развитие телефонной связи, а также новых видов связи (сотовая, пейджинговая, факсимильная связь, ускоренная почта, Интернет) являются резервам роста объемов услуг связи для населения в 2001 г.

Одной из целей проведения маркетинговых исследований является определение факторов, влияющих на решение потребителя о приобретении услуги. Большинство покупателей услуг не придерживаются строгой рациональности в процессе приобретения, что подразумевало бы выявление всех возможных источников приобретения услуг и применение к каждому из них критериев оценки.

Федорец М.Н. выделяет три этапа, характеризующих поведение потребителя на рынке услуг [145].

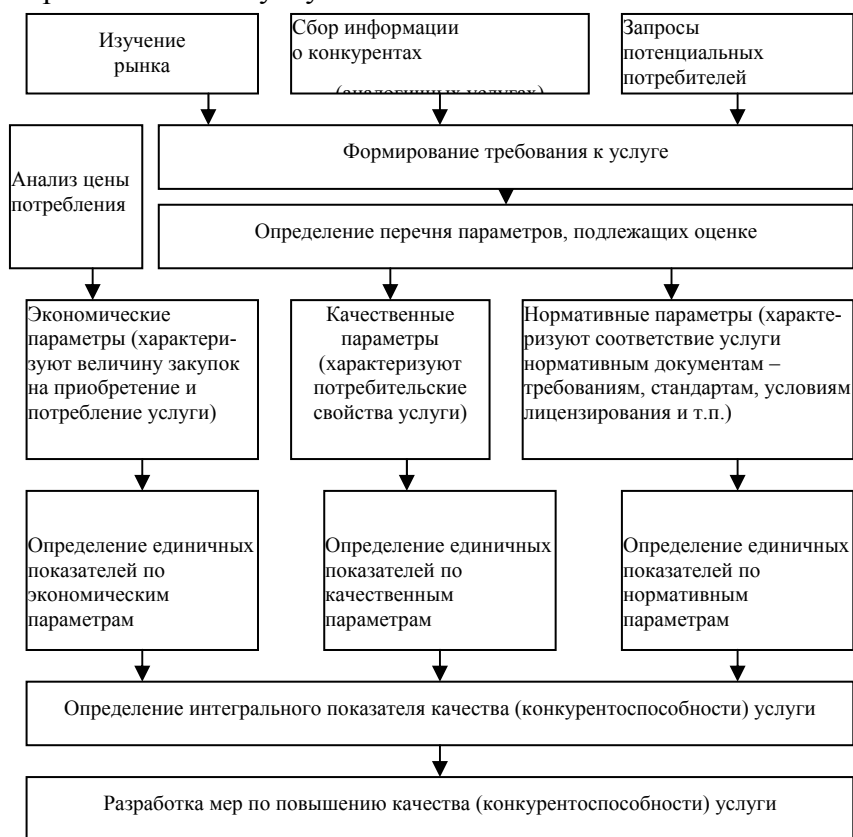
Первый – стадия предпотребления – включает ряд действий потребителя, которые он обычно предпринимает, прежде чем приобрести услугу, – начиная с выявления проблемы, сбора информации и заканчивая определением набора возможных вариантов. На этой стадии потребители определяют относительно своих желаний и ожиданий от приобретения услуги, а также выявляются приемлемые для себя варианты (некий стандарт). Этот стандарт может быть определен поставщиком услуги, самим потребителем или установлен на основе анализа и сравнения других подобных услуг.

Второй – стадия приобретения – когда потребности и ожидания, обозначенные потребителем ранее, сравниваются с фактическим предоставлением услуги. Следует учесть, что процесс удовлетворения потребителя осуществляется на нескольких уровнях в рамках взаимодействия в процессе предоставления услуги. Потребители могут быть удовлетворены (либо не удовлетворены) персоналом, местом обслуживания, временем или в целом организацией обслуживания.

Третий – стадия постпотребления, когда оценивается весь процесс предоставления услуги, что и определяет, сохранятся ли у потребителя мотивы и желание продолжать потреблять услугу. Отметим, что в распоряжении потребителя имеются два основных подхода к оценке качества услуги. Один из них можно определить как жестко регламентированный стандарт качества на услуги, для которых установлено объективное качество, поддающееся измерению (например, на жилищно-коммунальные услуги, услуги транспорта). Другой подход – "плавающий", когда оценка качества основана на субъективном восприятии потребителя, на определяемой им ценности (например, по каким критериям может быть оценена хорошая стрижка?). Как правило, потребители сталкиваются с проблемами именно при оценке услуг с "плавающим" качеством, параметры которого трудно измерить. Степень удовлетворения будет зависеть от того, как потребитель сформировал свои ожидания относительно технической сложности, стоимости услуги, сроков и альтернативности выбора, последствий отказа от приобретения, новизны услуги, частоты закупки и др.

Содержание процесса оценки качества и, в конечном итоге, конкурентоспособности услуги раскрывает рис. 5.

Таким образом, в условиях современного развития рынка платежных услуг и бытового обслуживания населения важной составляющей успешности, эффективности предпринимательства является информированность потребителя не только в плане структуры, ассортимента предоставляемых услуг и территориального расположения производителей, но и в вопросах защиты прав потребителей, повышение уровня потребительских знаний. Маркетинговые исследования служат инструментом, помогающим выявить и удовлетворить запросы и ожидания потребителей, сделать из потенциального покупателя своего клиента в условиях осуществляемых институциональных преобразований, развития конкуренции на рынке платных услуг.



**Рис. 5 Оценка качества (конкурентоспособности) услуги [17]**

Рынок платных услуг характеризуется совершенствованием отношений собственности, развитием ее альтернативных форм. Сформировалась система, базирующаяся на рыночных принципах, и доля негосударственного, в том числе частного сектора экономики, в общем объеме платных услуг в целом по России составляет около 70 %, по бытовому обслуживанию населения более 90 %, по услугам связи – 85 %, пассажирского транспорта – 60 %.

Несмотря на то, что малое предпринимательство продолжает испытывать серьезные трудности, для преодоления которых необходима последовательная работа, по дальнейшему совершенствованию

вованию законодательства, финансовой поддержке малого бизнеса, повышению эффективности региональных программ развития малого и среднего предпринимательства, устранению административных барьеров и преодолению коррупции, оно постепенно начинает играть ведущую роль по отдельным видам услуг.

В общем объеме платных услуг населению 32,5 % занимают услуги, оказанные организациями государственной формы собственности, 41,9 % – частной, 25,6 % – 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 42,6 % (в 2001 г. – 43,5 %). 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 (в 2001 г. – 29,3 %), причем в объемах производства различных видов услуг она сильно колеблется.

Предприятиями и организациями реализовано платных услуг в 2002 г. на 1872,6 млн. р. (71,6 % от общего объема), что в физической массе на 10,8 % больше, чем в 2001 г.

Соотношение объемов платных услуг по их видам по предприятиям и физическим лицам за 2001 – 2002 гг. приведено в табл. 16.

**16 Соотношение объемов платных услуг по их видам по предприятиям и физическим лицам в Тамбовской области за 2001 – 2002 гг., %**

Виды услуг	2001		2002	
	В том числе оказанных			
	предпри- ятиями	физиче- скими лицами	предпри- ятиями	физиче- скими лицами
Всего, в том числе:	71,6	28,4	71,6	28,4
бытовые	59,7	40,3	60,2	39,8
пассажирского транс- порта	48,2	51,8	48,2	51,8
связи	100,0	–	100,0	–
жилищно- коммунальные	100,0	–	100,0	–
культуры	75,2	24,8	84,0	16,0
туристско- экскурсионные	100,0	–	100,0	–
физкультуры и спорта	54,2	45,8	66,6	34,0
медицинские	80,2	19,8	80,3	19,7
санаторно- оздоровительные	97,2	2,8	97,2	2,8

*Продолжение табл. 16*

Виды услуг	2001		2002	
	В том числе оказанных			
	предпри- ятиями	физиче- скими лицами	предпри- ятиями	физиче- скими лицами
ветеринарные	60,8	39,2	60,9	39,1
правового характера	17,6	82,4	17,5	82,5
системы образования	60,5	39,5	60,5	39,5

Прочие услуги	26,5	73,5	26,4	73,6
---------------	------	------	------	------

**В ЦЕЛОМ В СОВРЕМЕННОЙ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ РОССИИ РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ УСЛУГ РАЗЛИЧНЫХ НЕГОСУДАРСТВЕННЫХ ФОРМ СОБСТВЕННОСТИ МЕНЯЕТ СТРУКТУРУ ВОСПРОИЗВОДСТВА УСЛУГ, ЧТО СПОСОБСТВУЕТ СБАЛАНСИРОВАНИЮ СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЮ НА РЫНКЕ УСЛУГ.**

Динамика развития платных и бытовых услуг среди регионов Центрально-Черноземного района показана в табл. 17.

**17 Итоги развития платных и бытовых услуг по областям  
Центрально-Черноземного региона за 1996 – 2002 гг.**

Области	1996	1997	1998	1999	2000	2002
---------	------	------	------	------	------	------

Темп роста (снижения) к предыдущему году по платным услугам, %

Белгородская	76,0	93,5	105,0	105,4	98,3	96,5
Воронежская	84,3	102,0	98,0	107,3	98,4	112,9
Курская	98,9	98,7	82,0	114,4	106,0	89,3
Липецкая	87,0	105,0	104,0	107,8	103,8	100,6
Тамбовская	83,2	102,0	100,3	108,1	108,7	108,0

Темп роста (снижения) к предыдущему году по бытовым услугам, %

Белгородская	72,0	115,0	95,0	101,2	113,6	115,8
Воронежская	100,2	100,0	102,0	101,0	102,3	105,7
Курская	113,9	106,9	98,0	102,9	97,0	98,8
Липецкая	100,3	107,0	103,0	99,2	100,6	108,8
Тамбовская	120,8	131,8	119,0	107,1	104,9	101,8

*Продолжение табл. 17*

Области	1996		1997		1998		1999		2000		2002	
	объем	место	объем	место	объем	место	объем	место	объем	место	объем	место

Объем платных услуг в расчете на одного жителя и занимаемое место среди областей ЦЧР, р.

Белгородская	707,4	2	1039,0	1	1192,0	2	1392,2	4	1961,8	4	3054,3	2
Воронежская	689,4	3	871,0	4	1025,0	4	1475,3	2	1986,5	3	3034,3	3
Курская	713,6	1	915,0	3	921,0	5	1360,0	5	1585,6	5	2230,2	5
Липецкая	628,5	4	1017,0	2	1207,0	1	1533,4	1	2185,2	1	3024,4	4

Тамбов- ская	582, 6	5	840, 0	5	1029 ,0	3	1412 ,4	3	2043 ,5	2	3060 ,5	1
-----------------	-----------	---	-----------	---	------------	---	------------	---	------------	---	------------	---

Объем бытовых услуг в расчете на одного жителя и занимаемое место среди областей ЦЧР, р.

Белгоро дская	247, 5	1	364, 0	1	374, 0	1	433, 1	1	532, 9	1	786, 8	1
Вороне жская	168, 9	4	210, 0	4	237, 0	3	359, 9	2	140, 9	2	628, 3	3
Курская	219, 2	2	274, 0	3	176, 0	5	176, 0	5	175, 0	5	314, 1	5
Липец- кая	204, 4	3	280, 0	2	317, 0	2	294, 0	4	138, 0	4	617, 6	4
Тамбов- ская	134, 0	5	200, 0	5	228, 0	4	315, 7	3	138, 5	3	659, 8	2

В Тамбовской области за 2002 г. объем платных услуг во всех секторах реализации составил 3862,7 млн. р., что в сопоставимых ценах на 8,0 % больше, чем в 2001 г. Динамику объема платных услуг можно наблюдать из табл. 18.

### 18 Основные показатели развития платных услуг в Тамбовской области в 1992 – 2002 гг.

Показатели	1992	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2002
Объем платных услуг во всех каналах реализации, млрд. р.	2,6	455,1	761,1	1089,8	1364,7 <sup>1</sup>	1829,6 <sup>1</sup>	2614,5 <sup>1</sup>	3862,7 <sup>1</sup>

Продолжение табл. 18

Показатели	1992	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2002
в % к предыдущему году (в сопоставимых ценах)	48,3	65,5	83,2	102,0	103,3	107,5	109,4	108,0
в % к 1992 году (в сопоставимых ценах)	100,0	26,9	22,4	22,8	23,6	25,4	27,8	30,0
Объем реализации платных услуг в расчете на одного жителя, тыс. р.	2,0	346,6	582,6	840,0	1029,0 <sup>2</sup>	1412,4 <sup>2</sup>	2043,5 <sup>2</sup>	3060,5 <sup>2</sup>

1) млн. р.  
2) р.

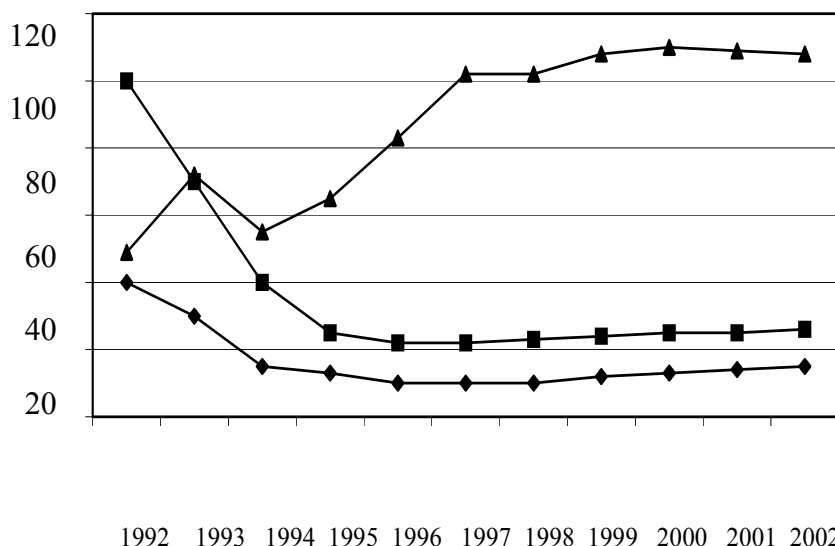
До 1996 г. на потребительском рынке услуг наблюдалось ежегодное падение физического объема платных услуг по отношению к 1992 г., достигшее в 1996 г. критической отметки – 22,4 %. С 1997 г., когда инфляционные процессы стали ослабевать, а потребительский рынок постепенно насыщался товарами, началось замедление темпов падения физического объема платных услуг, по сравнению с 1992 г., которое продолжается и в настоящее время. Но в целом за 2002 г. физический объем платных услуг составил лишь 30,0 % от уровня 1992 г.

В 1995 г. произошло некоторое замедление спада объемов услуг в сопоставимых ценах по отношению к предыдущему году, а с 1997 г. наметилась тенденция роста темпов объемов услуг (рис. 6).

Происходящие в макроструктуре платных услуг изменения связаны, главным образом, с дальнейшей либерализацией этой сферы, сопровождающейся переходом бесплатных услуг в платные, постепенным отказом от практики дотирования отдельных видов.

Самыми крупными блоками в структуре услуг, по-прежнему, являются жилищно-коммунальные (24,3 %), бытовые (21,5 %) и услуги пассажирского транспорта (19,7 %).

В целом динамика объема платных услуг населению по отдельным видам в Тамбовской области показана в табл. 19.



0

— — — — —  
 — — — — —  
 σ — индекс физического объема к предыдущему году

**Рис. 6 Динамика объема платных услуг населению Тамбовской области во всех каналах реализации за 1992 – 2002 гг., %**

**19 Динамика объема платных услуг населению по отдельным видам в Тамбовской области в 2000 – 2002 гг.**

Платные услуги	2001		2002	
	тыс. р.	в % к 2000	тыс. р.	в % к 2001
Всего, в том числе:	2614547	109,4	3862700	108,0
бытовые	562767	104,4	832700	101,8
пассажирского транспорта	515481	113,3	753700	106,7
связи	332717	126,1	497100	123,4

жилищные	74444	96,4	119800	105,7
коммунальные	558387	103,8	802400	98,3
культуры	21974	60,1	26300	90,4
туристско-экскурсионные	6363	119,1	2900	44,5
физкультуры и спорта	4125	97,3	4700	82,0
медицинские	73663	123,3	100800	98,2
санаторно-оздоровительные	81977	137,8	113600	106,2

Продолжение табл. 19

Платные услуги	2001		2002	
	тыс. р.	в % к 2000	тыс. р.	в % к 2001
ветеринарные	9809	99,4	13300	122,8
правового характера	60171	138,8	74700	104,2
системы образования	176076	102,4	307400	137,7
прочие услуги	136593	104,5	213300	114,2

Одним из принципов анализа формирования и развития рынка услуг является переход от выяснения роли общеэкономических и региональных факторов, рассмотренных в начале данного параграфа, – к оценке частных факторов, определяющих характер и динамику развития конкретных видов услуг и вытекающих из их специфических особенностей.

Изменение структуры и объемов производства и потребностей отдельных видов услуг происходит под влиянием различных факторов; так, например:

- масштабы развития сферы услуг по ремонту изделий зависят от обеспеченности населения одеждой, обувью, предметами длительного пользования, физиологических особенностей половозрастных групп населения, сроков службы и технической надежности изделий, стоимости услуг по ремонту;

- несколько иной подход требуется при определении перспектив развития рынка услуг при изготовлении предметов потребления по индивидуальным заказам населения (обуви, одежды, мебели). Здесь первоочередное значение имеют такие факторы, как размер денежных доходов населения, уровень цен на соответствующие товары массового производства в розничной торговле, качество изготавливаемых изделий по индивидуальным заказам по сравнению с массовым производством;

- услуги связи активно развиваются за счет услуг автоматической телефонной связи, включая местную, междугородную и международную связь, доступа к службам спасения, справочным службам, что позволяет обеспечить их стабильный рост;

- высокодоходные слои населения формируют рынок бытовых услуг за счет потребления таких их видов, как ремонт и техническое обслуживание автотранспортных средств; ремонт технически сложных новых моделей аудио-, видео- и компьютерной техники, радио- и электроприборов, требующих соответствующего развития материально-технической базы ремонтного обслуживания; ремонт и строительство жилья и других построек; услуг косметологических кабинетов, химчистки, "салонов красоты", фитнес-центров и т.п.; чистки одежды;

- динамика туристско-экскурсионного обслуживания определяется изменением потребительских предпочтений населения в пользу более разнообразного проведения досуга и отдыха, с учетом интересов различных социальных групп населения;

- жилищно-коммунальные услуги развиваются под влиянием попыток их реформирования, в целях повышения эффективности, устойчивости и надежности функционирования отрасли, обеспечения предоставления населению и другим потребителям жилищно-коммунальных услуг, отвечающих стандартам качества, а также увеличения доли услуг, оплачиваемых населением;

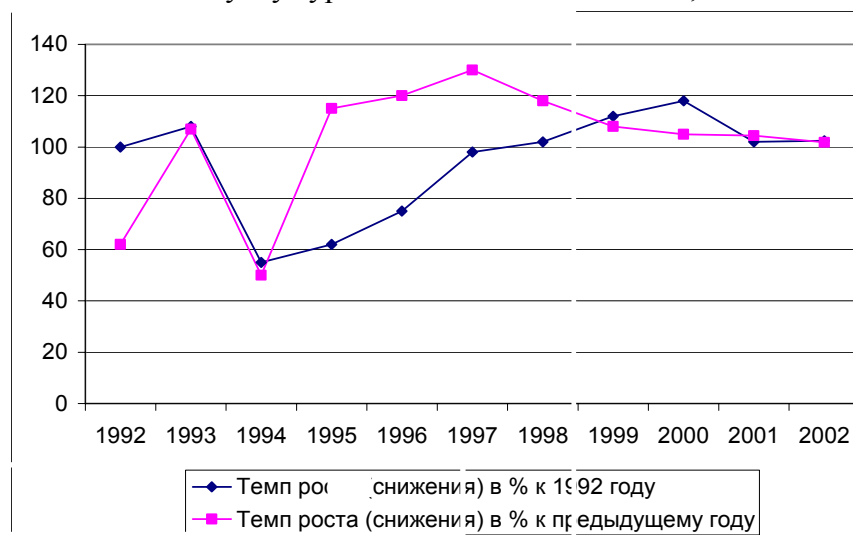
- рынок пассажирских перевозок характеризуется дальнейшей коммерциализацией работы общественного транспорта, увеличением численности частных и индивидуальных операторов на рынке транспортных услуг, особенно на автомобильном, а также совершенствованием организации транспортного процесса в городском и пригородном сообщении.

Проведем анализ развития отдельных видов платных услуг по Тамбовской области.

Бытовое обслуживание, призванное создать комфортные условия населению за счет рационализации домашнего труда и сокращения затрат им времени на эти цели, одним из первых из всех отраслей сферы услуг начало выход из кризисного состояния, в котором отрасль, как и экономика в целом, оказалась в начале 1990-х гг. Если в целом по платным услугам рост физического объема начался с 1997 г. (102,0 % к 1996 г.), то впервые за десятилетие – по бытовым услугам. Стабильный рост бытовых услуг начался в 1995 г., когда их физический объем увеличился против 1994 г. на 15,9 %. В 1996 г. прирост к предыдущему году составил 20,8 %, в 1997 – 31,8 %, в 1998 – 3,0 %, в 1999 – 9,9 %, в 2002 – 1,8 % (рис. 7).

Немаловажную роль здесь сыграли более низкие темпы инфляции по бытовым видам по сравнению с некоторыми другими видами платных услуг. Так, если индекс цен к предыдущему году в целом по платным услугам составлял: в 1995 – 4,7 раза, в 1996 – 2,0 раза, в 1997 – 140,4 %, в 1998 – 121,2 %, то индекс цен по бытовым услугам был, соответственно, 2,6 раза, 172,9 %, 113,1 %, 109,9 %. В 2000 г. темп инфляции по бытовым услугам (128,7 %) опережал темп инфляции в целом по платным услугам (124,7 %) за счет высокого индекса цен по ремонту и техническому обслуживанию бытовой радиоэлектронной аппаратуры, ремонта машин и приборов (148,1 %), и техобслуживанию автотранспортных средств (136,2 %). В 2000 г. цены на платные услуги опять стали расти быстрее, чем на бытовые услуги (130,6 % против 129,5 %) за счет жилищных услуг (139,5 %), коммунальных (135,4 %), медицинских (137,5 %), услуг системы образования (136,6 %).

В 2002 г. жителям Тамбовской области оказано услуг бытового характера на 562,8 млн. р. Превышение физического объема бытовых услуг уровня 1992 г. составило 16,5 %.



**Рис. 7 Динамика объемов бытовых услуг населению Тамбовской области за 1992 – 2002 гг.**

По итогам переписи предприятий бытового обслуживания по состоянию на 1.01.2003 в области насчитывалось 375 ателье (цехов, мастерских), 283 приемных пункта. В них было занято 4147 человек. По сравнению с 1998 г. из-за низкой рентабельности, невозможности выжить в новых условиях, число ателье уменьшилось почти на 17 %. За эти годы наиболее значительное сокращение числа предприятий произошло по оказанию услуг проката – 23 единицы, 20 парикмахерских, 15 мастерских по ремонту обуви, 10 фотоателье, 8 ателье по ремонту и пошиву швейных изделий. Но вместе с тем число приемных пунктов возросло за три года на 113 единиц, при этом численность сократилась на 458 человек (10 %).

В некоторой мере сокращение организованной части инфраструктуры бытовых услуг было восполнено частным бизнесом. По данным областной администрации, в области по состоянию на 01.01.2003 зарегистрировано 4259 предпринимателей, занимающихся оказанием услуг в сфере бытового обслуживания, в том числе только в 2002 г. – 161 предприниматель, которые освоили все виды бытовых услуг, кроме химчистки и крашения, прачечных и услуг по прокату.

На протяжении шести лет (1993 – 1998) в предприятиях бытового обслуживания происходило активное изменение формы собственности в пользу негосударственной. В 1993 г. – объем услуг предприятий государственной формы собственности составлял 27,0 % в общем объеме, а в 1998 – 7,5 %. С 1999 г. ситуация изменилась: удельный вес предприятий государственной формы собственности достиг 10,3 %. В 2002 г. он составил 9,2 % (снижение по сравнению с 2001 г. на 1,1 процент-



ный пункт). Увеличение количества предприятий бытового обслуживания в государственном секторе с 24,4 % в 1998 г. до 28,5 % на 1 января 2003 г. связано с разработанной и внедряемой администрацией области "Программой развития и улучшения бытового обслуживания населения области на 1999 – 2002 гг.". Согласно этой программе в 2002 г.:

– на пополнение оборотных средств и развитие субъектов бытового обслуживания населения из областного бюджета на 2002 г. выделено 121 тыс. р. Кроме того, из местных бюджетов на эти же цели выделено 464 тыс. р.;

– внедрено 37 новых видов бытовых услуг;

– открыто 29 новых ателье, мастерских, в том числе открылись 13 парикмахерских в Гавриловском, Жердевском, Знаменском, Моршанском, Никифоровском, Тамбовском районах и г. Рассказово; пять мастерских по ремонту и реставрации обуви в Жердевском, Никифоровском, Уметском районах, г. Тамбове; мастерские по ремонту и пошиву одежды в Никифоровском, Моршанском районах, г. Уварове;

– на действующих и вновь открытых предприятиях бытового обслуживания населения создано дополнительно 294 новых рабочих места, подготовлены кадры массовых профессий для предприятий бытового обслуживания в количестве 259 специалистов. Все эти меры не могли не повлиять на повышение доли объемов бытовых услуг, оказанных предприятиями с государственной формой собственности в 2002 г. до 9,2 %.

По расчетам более 40 % объема бытовых услуг оказывалось в 2002 г. физическими лицами, занимающимися предпринимательской деятельностью без образования юридического лица (на уровне 2001 г.).

Услуги пассажирского транспорта занимают существенную долю (20,2 %) в расходах населения на оплату услуг. В 2002 г. объем услуг пассажирского транспорта составил 515,5 млн. р. (113,3 % к предыдущему году). Доля услуг пассажирского транспорта сократилась по сравнению с 2001 г. на 0,4 % и составила 19,7 %. Около 52 % объема услуг пассажирского транспорта оказывается предпринимателями, активно включившимися в перевозочный процесс. По данным комитета по лицензированию администрации области и управления транспорта на 1.01.2003 выдана 651 лицензия индивидуальным предпринимателям на осуществление деятельности по перевозке пассажиров, в том числе легковых такси – 44 лицензия. Всего в области работает 1587 пассажирских автотранспортных средств, из них 289 – индивидуальные предприниматели (254 шт. – коммерческих автобусов), 35 легковых такси. Оказанный физическими лицами объем услуг пассажирского транспорта составил в 2002 году 267,2 млн. р. (в 2001 г. – 190,6 млн. р.).

В 2002 г. населению оказано жилищных услуг на 74,4 млн. р. (96,4 % к 2001 г.), коммунальных услуг – на 558,4 млн. р. (103,8 %).

6,6 % от всех расходов на оплату жилищно-коммунальных услуг в 2002 г. составляла квартирная плата, 88,2 % – коммунальные платежи. Из них 246,9 млн. р. (39 %) – это расходы населения на оплату электроэнергии и центрального отопления (в 2001 г. – 45 %), 23,4 млн. р. (3,7 %) – на оплату горячего водоснабжения (в 2001 г. – 3,9 %), 209,3 млн. р. (33,1 %) – газоснабжения (в 2001 г. – 37,1 %), 28,4 млн. р. (4,5 %) – канализации (в 2001 г. – 4,6 %).

В настоящее время в области, как и в целом по России, осуществляются мероприятия по ускорению проведения реформы в сфере жилищно-коммунального хозяйства, направленные на переход от бюджетного дотирования к оплате в полном объеме жилищно-коммунальных услуг потребителями, в том числе населением.

В городах и районах области продолжают структурные преобразования, предусмотренные реформой жилищно-коммунального хозяйства. В целом по области создано пять служб заказчика и 29 служб субсидий на оплату жилья и коммунальных услуг.

Концепция реформы предусматривает рост платы за жилье и коммунальные услуги с одновременным принятием мер по социальной защите населения в виде предоставления субсидий (компенсаций) в пределах социальной нормы жилой площади и нормативов потребления коммунальных услуг с учетом предельно допустимой доли собственных расходов граждан на оплату, прожиточного минимума, совокупного дохода семьи и действующих льгот (табл. 20).

## **20 Общая сумма субсидий, начисленная населению Тамбовской области за оплату жилья и коммунальных услуг в 2001 – 2002 гг. (на 1 января)**

Годы	Количество семей, получивших субсидии, единиц	Сумма начисленных субсидий, тыс. р.	Удельный вес семей, пользующихся субсидиями, в %	Среднемесячный размер субсидий на семью, р.
2002	28564	20307,6	13,0	59
Справочно: 2001	25672	16950,6	12,6	55

Наряду с предоставлением субсидий население пользуется льготами по оплате жилья и коммунальных услуг, предоставляемых на основании действующего законодательства. По состоянию на 1 января 2003 г. льготами пользуется 280 тыс. человек.

За 2002 г. стоимость 1 м<sup>2</sup> жилой площади подорожала на 40,5 %, электроэнергия – на 42,2 %, услуги газоснабжения – на 16,4 %, горячего водоснабжения – на 26,3 %, водоснабжения и канализации – на 16,4 %.

В целях защиты интересов населения при повышении тарифов проводится работа по приборному контролю и учету потребления населением водо-, тепло-, газо-, энергоресурсов. Это позволит населению оплачивать только фактически потребленные ресурсы, а не завышенные нормативные, как это практикуется в настоящее время.

Отрасли социальной сферы (здравоохранение, образование, культура) традиционно были ориентированы на предоставление населению услуг в основном на бесплатной основе. В последние годы в этой области расширяются платные формы обслуживания, причем зачастую это происходит за счет перевода бесплатных услуг в разряд оплачиваемых потребителем.

В 2002 г. населению области было оказано платных медицинских услуг на сумму 73,7 млн. р. (123,3 % к 2001 г.). Практика платного медицинского обслуживания прочно вошла в нашу жизнь, возмещающая недостаток бюджетного финансирования. Для малоимущих, низкооплачиваемых и пенсионеров расходы на медицинское обслуживание становятся труднодоступными: цены в 2002 г. на этот вид услуг, по сравнению с 2001 г., повысились на 37,5 %, а на медикаменты и перевязочные средства – соответственно на 22,9 % и 3,6 %.

В 2002 г. населению области было оказано платных санаторно-оздоровительных услуг на 82,0 млн. р. (137,8 % к 2001 г.). В области действует 32 санаторно-курортных организации и организации отдыха. Летом 2002 г. в области работали 764 детских оздоровительных учреждения (лагери), в них отдохнули 54,8 тыс. детей. Численность обслуженных лиц, получивших лечение или отдохнувших в санаторно-курортных организациях, составила 22,4 тыс. человек, что составляет 1,8 % от населения области (в 2001 г. – 27,5 тыс. человек или 2,2 % населения).

Объем платных услуг в области туризма составил в 2002 г. 6,4 млн. р. (119,0 % к 2001 г.). В области зарегистрированы 18 туристических фирм, 2 туристических комплекса и 1 турбаза, из них в 2002 г. действовало четыре турфирмы, турбаза "Сосновый угол" и туркомплекс "Турист". За 2002 г. обслужен 2771 турист, продано путевок на сумму 4879,1 тыс. р. (в сопоставимых ценах на 23,2 % больше, чем в 2001 г.).

Объем платных услуг физкультуры и спорта составил в 2002 г. 4,1 млн. р. (97,3 % к 2001 г.).

Объем платных услуг в системе образования составил в 2002 г. 176,1 млн. р. (102,4 % к 2001 г.).

Сокращение в последние годы государственных расходов на образование привело к его коммерциализации и повышению доли платного образования. Расширяется практика представления платных услуг в общем образовании. В соответствии с действующим законодательством государственные общеобразовательные школы предоставляют дополнительные образовательные услуги на платной основе.

Рост платного образования сопровождается повышением стоимости обучения. Так, цены на платное обучение за 2002 г. возросли на 36,6 %.

Объем платных услуг учреждений культуры в 2002 г. составил 22,0 млн. р. (60,1 % к 2001 г.)

За последнее десятилетие доля услуг культуры в общем объеме платных услуг снижалась из года в год с 3,7 % в 1990 г. до 0,9 % в 1999 г. и в 2000 г. В 2002 г. этот показатель составил 0,8 %. Высокие цены на билеты в кинотеатры, театры и др. зрелищные учреждения, а также появление в пользовании населения видеотехники привели к снижению посещаемости государственных и муниципальных учреждений культуры. В зданиях кинотеатров открываются магазины, бары и т.п.

В последнее время в сфере культуры некоторые бесплатные услуги перешли в разряд платных. Так, в библиотеках целый ряд услуг, оказываемых ранее бесплатно (оформление читательских билетов, заказ книг в читательском зале и др.), теперь оказываются за плату. Кроме того, библиотеки стали широко предоставлять информационные и копировальные услуги.

Большим спросом стали пользоваться у населения услуги по организации и проведению торжеств, обрядов и праздников.

Все это не могло не повлиять на увеличение объемов платных услуг культуры. Но в физической массе снижение к 2001 г. составило 39,9 %. Причиной этого явился самый высокий индекс цен на платные услуги в 2002 г. по отношению к 2001 г. цены увеличились в 2,2 раза. С 1995 г. стало наблюдаться некоторое замедление темпов падения по отношению к 1990 г., но все же в 2002 г. объем услуг культуры составил только одну седьмую часть объема услуг, оказанных населению в 1990 г.

Населению области оказано услуг правового характера на сумму 60,2 млн. рублей (138,8 % к 2001 г.), причем, по оценке, более 82 % оказано физическими лицами.

Региональная структура предоставленных населению платных услуг характеризуется стабилизацией в рассматриваемом периоде ранее сложившихся приоритетов. На долю городов в 2002 г. приходилось почти 73 % объемов платных услуг области (в 2001 г. – 74 %), при этом удельный вес городского населения областного подчинения составил 49 % от общей численности населения.

Во всех семи городах областного подчинения в 2002 г. наблюдался рост объемов платных услуг во всех каналах реализации в ценах 2001 г. При общем приросте в целом по области 9,4 % в г. Тамбове он составил 15,2, г. Рассказово – 8,3, г. Уварово – 5,6, г. Котовске – 3,6, г. Моршанске – 2,2, г. Мичуринске – 1,9, г. Кирсанове – 0,6 %.

В расчете на одного жителя объем платных услуг в областном центре составил 3809,3 р. (в среднем по области – 2071,6 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 там в 2002 г. было оказано услуг на сумму 3063,6 р., по этому показателю г. Кирсанов занимает второе место среди городов области. На последнем, седьмом, месте по обеспечению жителей платными услугами стоит г. Котовск – 2056,5 р. на душу населения.

Увеличение объемов платных услуг произошло в 18 из 23 районов области. Среди районов области первое место по объему платных услуг на душу населения занимает Инжавинский район (1716,1 р.). В 2000 и 2001 гг. на последнем 23 месте был Моршанский район, в 2002 г. он занял 22 место (718,2 р. на душу населения), опередив Бондарский район (712,6 рубля).

Группировка районов и городов по индексу физического объема платных услуг представлена в табл. 21.

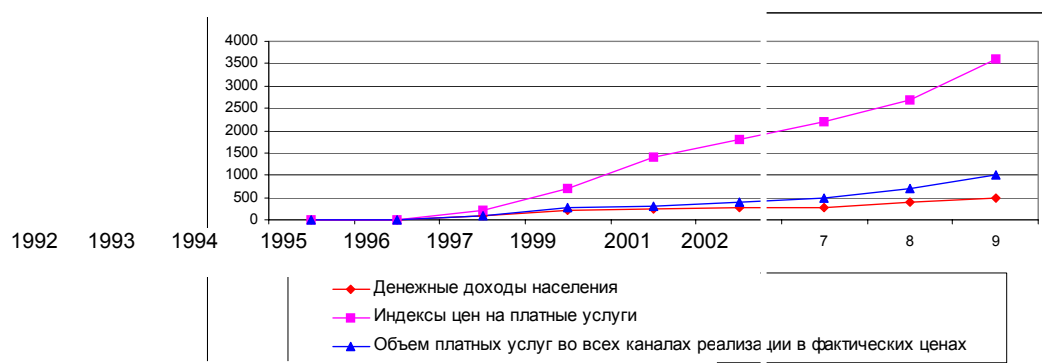
### 21 Группировка районов и городов Тамбовской области по индексу физического объема платных услуг в 1997 – 2002 гг.

Индекс физического объема платных услуг, %	Число районов, городов (единиц)			
	1997	1999	2000	2002
До 80,9	–	–	–	–
81 – 90,9	5	2	–	–
91 – 99,9	6	7	1	5
100 и выше	19	21	29	25

За период 1992 – 2002 гг. цены и тарифы на платные услуги росли более высокими темпами по сравнению с денежными доходами и потреблением платных услуг. В действующих ценах доходы населения увеличились по сравнению с 2001 г. на 33,8 %, при этом цены на потребительские товары и услуги увеличились на 24,6 %, а объем платных услуг – на 42,9 % (рис. 8).

В целом за 1992 – 2002 гг. из наблюдаемых групп платных услуг в большей степени подорожали коммунальные услуги (в 7747,1 раза), жилищные (в 3043,0 раза), услуги пассажирского транспорта (в 2951,0 раза), услуги связи (в 2565,6 раза), т. е. услуги, жизненно необходимые для населения. В 2002 г. опережающимися темпами увеличивались цены и тарифы на услуги культуры, жилищные, коммунальные, санаторно-оздоровительные, медицинские и услуги системы образования (табл. 22).

(в разгах к 1992 г.)



**Рис. 8** Динамика денежных доходов населения, индексов потребительских цен на платные услуги и объемов платных услуг через все каналы реализации в Тамбовской области в 1992 – 2002 гг.

**22 Динамика цен и тарифов на услуги в Тамбовской области, в % к предыдущему году**

Услуги	1994 <sup>1)</sup>	1995 <sup>2)</sup>	1996 <sup>2)</sup>	1997	1999	2001	2002
Платные услуги, из них:	9,0	4,7	2,0	140,4	121,2	124,7	130,6
бытовые	5,3	2,6	1,7	113,1	109,9	128,7	129,5
пассажирского транспорта	10,1	4,1	1,7	136,7	108,5	126,3	123,8
связи	7,1	3,8	3,0	142,2	133,8	117,5	128,5
жилищные	9,2	3,5	2,3	145,1	132,8	111,3	139,5
коммунальные	10,0	9,4	2,1	174,7	132,6	123,7	135,4
услуги культуры	5,6	2,0	1,3	115,1	118,8	122,3	в 2,2 р

*Продолжение табл. 22*

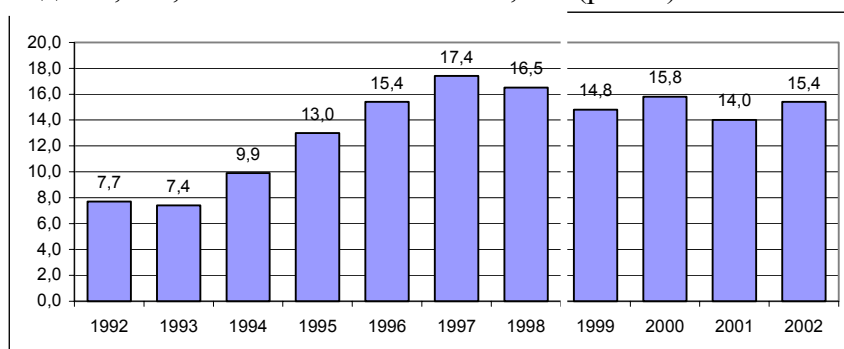
Услуги	1994 <sup>1)</sup>	1995 <sup>2)</sup>	1996 <sup>2)</sup>	1997	1999	2001	2002
туристско-экскурсионные	3,3	2,1	2,1	106,2	110,0	...	...
физкультуры и спорта	5,2	5,3	1,7	108,5	110,5	116,9	123,2
медицинские	3,3	2,8	2,2	127,7	112,5	134,7	137,5
санаторно-оздоровительные	4,1	2,1	1,7	108,2	123,1	135,6	135,4
правового характера	4,5	3,3	1,8	116,5	100,0	100,0	100,0
системы образования	5,5	2,9	1,6	113,9	110,3	127,6	136,6

1) За 1994 г. индексы цен (кроме платных и бытовых услуг) приведены за период декабрь к декабрю, в разгах.

2) В разгах.

3) С 1999 г. приводится индекс цен, взвешенный на макроструктуру объема услуг.

Начиная с 1994 г. росла доля расходов населения на оплату услуг в потребительских расходах с 9,9 % до 17,4 % в 1997 г. Однако, финансовая нестабильность и вызванный ею рост цен, в последующие месяцы 1998 г. (годовой уровень инфляции составил 169,9 %) привели к переориентации покупательского спроса населения на товары. В результате доля расходов на оплату услуг в потребительских расходах стала снижаться и в целом за 1998 г. она составила 16,5 %, в 2001 г. она еще уменьшилась до 14,0 %, а в 2002 г. составила 15,4 % (рис. 9).



**Рис. 9 Удельный вес расходов населения Тамбовской области на оплату услуг в 1992 – 2002 гг. в потребительских расходах, %**

В 2002 г. увеличилась доля населения с доходами ниже прожиточного минимума. В 1997 г. она составляла 21,2, в 1998 г. – 25,0, в 2001 г. – 22,5 %.

Уровень потребления населением платных услуг находится в прямой зависимости от материальной обеспеченности семей.

Средние и низкодоходные слои населения в значительной мере лишены возможности пользоваться ранее доступными жизнеопределяющими благами (отдых, туристические поездки к родственникам, часть бытовых и социальных услуг), что создает у них чувство неудовлетворенности происходящим и усиливает социальную напряженность в обществе.

По данным обследования бюджетов домашних хозяйств, расходы на оплату услуг у 10 % населения с наименьшим уровнем располагаемых ресурсов составили в 2002 г. 30,1 р. в месяц на члена домохозяйства, в то время как у 10 % населения с наибольшим уровнем располагаемых ресурсов – 223,7 р. в месяц (табл. 23). Доля расходов на оплату услуг в потребительских расходах у наиболее обеспеченных увеличилась до 10,0 % против 9,3 % в 2001 г. (т.е. на 0,7 процентных пункта), а у наименее обеспеченных – до 12,0 % против 11,0 % в 2001 г. (на 1,0 процентных пункта).

**23 Денежные расходы на оплату услуг в среднем на члена домохозяйства Тамбовской области в месяц в 2000 – 2002 гг. (по данным обследования бюджетов домашних хозяйств), р**

10-процентные группы обследуемого населения	2000	2001	2002
Первая <sup>1)</sup>	12,2	20,2	30,1
Вторая	19,2	32,1	43,7
Третья	24,2	45,4	56,0
Четвертая	29,0	43,4	76,4
Пятая	34,9	53,1	83,8
Шестая	37,0	59,4	93,6
Седьмая	40,6	73,2	120,5
Восьмая	62,9	89,7	129,7
Девятая	78,6	111,5	137,1
Десятая <sup>2)</sup>	94,7	183,2	223,7

<sup>1)</sup> с наименьшими располагаемыми ресурсами.

<sup>2)</sup> с наибольшими располагаемыми ресурсами.

Семьи с разным уровнем материального достатка имеют и разную видовую структуру расходов на оплату услуг. В низкодоходных семьях (первая группа) более 69 % всех расходов на услуги составляют

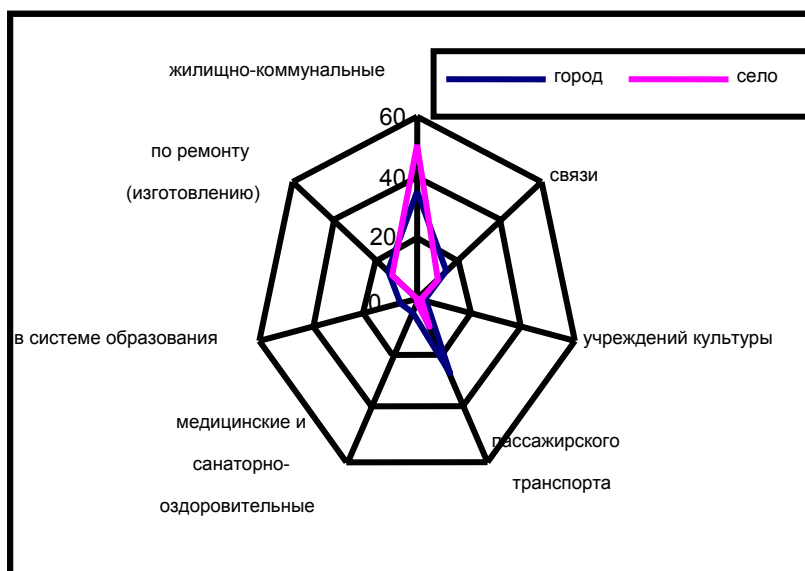
жилищно-коммунальные платежи, около 15 % – транспортные расходы, 5 % – оплата услуг связи, т.е. в бюджете малообеспеченной семьи набор потребляемых услуг примерно на 90 % представлен услугами, "обязательными к оплате".

У высокодоходных слоев населения (десятая группа) доля расходов на оплату перечисленных видов услуг составляет около 68 %. Зато удельный вес затрат на услуги образования значительно выше и составляет 4,1 против 2,2 % у малообеспеченных, на ремонтные услуги, соответственно – 12,2 и 3,0 % и на медицинские услуги – 4,3 и 1,8 % (см. табл. 24).

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

Расходы на оплату услуг	Все домохозяйства	В том числе по децильным (10-процентным) группам населения	
		первая группа	десятая группа
Всего, в том числе на оплату:	100	100	100
Жилищно-коммунальных услуг, из них:	40,8	69,3	35,9
жилья	3,4	10,7	1,9
электроэнергии	9,1	17,8	5,7
газа	16,8	17,7	23,5
центрального отопления	6,9	17,9	2,4
коммунальных услуг	4,6	5,2	2,4
По ремонту (изготовлению), из них:	12,2	3,0	12,3
одежды и обуви	2,0	0,8	3,6
мебели, предметов домашнего обихода, электротоваров	1,3	0,8	1,1
транспортных средств	2,2	0,9	3,5
квартир, домов и др. построек	6,7	0,5	4,0
Прочих бытовых услуг	0,2	–	0,2
Учреждений культуры	2,5	1,8	1,7
В системе образования, из них:	3,4	2,2	4,1
дошкольного	1,3	1,0	1,5
Медицинских	3,0	1,8	4,3
Санаторно-оздоровительных	0,4	–	0,4
Правового характера	0,2	–	0,2
Пассажирского транспорта	20,2	15,1	21,2
Связи	10,7	5,1	10,6
Прочих платных услуг	6,4	1,7	9,1

Существенно различается уровень потребления платных услуг городским и сельским населением. В 2000 г. по данным обследования бюджетов домашних хозяйств, денежные расходы на оплату услуг в среднем на члена домохозяйства в месяц в городской местности составили 108,5 р., в сельской местности – 87 р. Такая степень разрыва наблюдается по всем видам услуг. (См. рис. 10).



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

Приведенные статистические данные свидетельствуют о том, что в 1990-х гг. сфера услуг, как и экономика страны в целом, находилась в кризисном состоянии, обусловленном трудностями переходного периода. Результатом явилось свертывание инфраструктуры организованного (т.е. представленного организациями) сектора рынка услуг, сокращение по сравнению с 1990 г. в четыре раза потребления населением платных услуг, усиление дифференциации жителей области по уровню и набору потребляемых услуг в зависимости от материального достатка семьи. Преобладающую долю в потребительских расходах на оплату услуг, особенно в малообеспеченных семьях, заняли жилищно-коммунальные платежи.

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, риэлторские услуги, информационно-компьютерное обслуживание, ремонт автотехники, жилья и т.п.), которые в ряде случаев просто недоступны для низкодоходных слоев населения. В отраслях социальной сферы бесплатные формы обслуживания все больше сменяются платными.

Вместе с тем, за годы рыночных преобразований в сфере услуг возникла конкурентная среда, ей стало свойственно многообразие форм хозяйствования, активную роль взял на себя частный индивидуальный бизнес, наиболее мобильный вид предпринимательства. После значительного падения в последние два года 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.

Создание в составе аппарата администрации Тамбовской области комитета бытовых и платных услуг, а также совместные активные действия комитета и органов местного самоуправления по реализации мероприятий Программы стабилизации и развития бытового обслуживания населения области за 1997 – 2002 гг., позволили добиться определенных положительных результатов в развитии бытовых услуг в области.

Среднегодовой темп роста за два года составил 125 %, а к уровню 1996 г. объем бытовых услуг увеличился более чем в 1,5 раза (табл. 25).

## 25 Структура реализуемых в Тамбовской области бытовых услуг и динамика их развития в 1997 – 2002 гг.

Наименование видов бытовых услуг	Темп роста (снижения) к предыдущему году, %			Удельный вес в общем объеме	
	1997	1999	2002 к 1996	1997	2002

Объем реализации бытовых услуг – всего, в том числе:	131	119	156	100	100
Ремонт и пошив обуви	139	133	127	2,9	4,4
Ремонт и пошив одежды, трикотажных изделий	135	94	127	4,5	4,4
Ремонт бытовых машин и приборов	110	109	120	5,8	4,2
Ремонт и техобслуживание транспортных средств	193	126	243	18,3	6,0

Продолжение табл. 25

Наименование видов бытовых услуг	Темп роста (снижения) к предыдущему году, %			Удельный вес в общем объеме	
	1997	1999	2002 к 1996	1997	2002
Ремонт и изготовление мебели	102	115	117	0,4	0,4
Услуги химчистки и крашения	40	110	44	0,1	0,1
Услуги прачечных	82	115	94	0,7	0,9
Ремонт и строительство жилья	120	122	146	37,1	42,6
Услуги фотографий	173	122	211	5,9	9,3
Услуги бань и душевых	127	99	126	0,7	0,7
Услуги парикмахерских	103	87	90	3,9	4,1
Услуги прокатных пунктов	85	89	75	0,3	0,4
Транспортно-экспедиторские услуги	110	105	115	4,8	4,3
Ритуальные услуги	125	119	148	6,6	8,5
Прочие виды услуг	113	108	122	8,0	9,7

Из приведенной табл. 25 видно, что более чем на треть ежегодно увеличивались объемы услуг по ремонту и пошиву обуви, более чем на 20 % – объемы услуг по ремонту и строительству жилья. Стабильно развивались услуги по ремонту сложнобытовой техники, транспортно-экспедиторские услуги.

За два года вдвое увеличились услуги фотографий, услуги по ремонту и техническому обслуживанию автотранспорта. Удалось приостановить падение объемов услуг химчистки, прачечных, за счет проведения некоторой модернизации и оказания финансово-экономической поддержки предприятиям, оказывающим эти виды услуг.

Определенный вклад в развитие сферы бытовых услуг по области вносят физические лица, занимающиеся предпринимательской деятельностью без образования юридического лица. На их долю приходится свыше 60 % от общего объема бытовых услуг по области.



В целом, для закрепления положительных тенденций в динамике и качественном развитии рынка платных услуг и бытового обслуживания населения на основе имеющегося потенциала данной сферы и выявленных факторов развития (общеэкономических; факторов, отражающих особенностей регионального экономического развития и воздействующих на состояние спроса, предложения и конкуренции в системе исследуемого рынка; факторов, определяемых специфическим характером отдельных видов услуг) следует выделить и реализовать на практике следующие направления развития рынка бытовых услуг:

1) обеспечение территориальной и ценовой доступности бытовых услуг для всех категорий населения; достижение социальной справедливости и создание равных возможностей всем гражданам для получения социально значимых бытовых услуг соответствующего объема и качества;

2) расширения ассортимента предоставляемых платных услуг; дифференциация отдельных видов услуг в целях удовлетворения потребностей различных категорий населения;

3) восстановление и расширение сети социально-ориентированных предприятий, обеспечивающих бытовыми услугами малообеспеченные слои населения;

4) стимулирование развития сети бытового обслуживания в сельской местности;

5) переоснащение материально-технической базы, совершенствование технологических процессов сферы платных услуг и бытового обслуживания на основе нового оборудования, информационных технологий, автоматизации управления процессом производства и предоставления услуг;

6) активизация маркетинговых исследований рынка платных услуг и бытового обслуживания в целях определения и уточнения потребностей и ожиданий различных групп потребителей и обеспечение обратной связи в системе "производитель – потребитель услуг" через повышение степени информированности населения, уровня потребительских знаний об ассортименте предоставляемых услуг, территориальном расположении производителей и механизмах защиты прав потребителей услуг;

7) совершенствование методической, нормативной, правовой базы, регулирующей взаимоотношения субъектов рынка платных услуг и бытового обслуживания населения, повышение квалификации его работников, организация контроля за качеством и безопасностью услуг;

8) формирование механизмов кредитно-финансовой и инвестиционной поддержки, льготного налогообложения предприятий и предпринимателей, оказывающих бытовые, в первую очередь, социально-значимые услуги;

9) продолжение институциональных преобразований в системе рынка платных услуг и бытового обслуживания населения; создание условий для функционирования предприятий и организаций различных форм собственности, организационно-правовых форм хозяйствования, индивидуальных предпринимателей без образования юридического лица с целью поддержания и развития конкурентной среды на рынке услуг, обеспечение сочетания на нем механизмов рыночного саморегулирования, государственного регулирования и общественного контроля;

10) разработка и выделение методик определения конкурентоспособности отдельных видов услуг на основе совокупности их качественных и стоимостных характеристик, представляющих интерес для потенциальных потребителей, а также конкурентоспособности предприятий и организаций, предоставляющих данные услуги;

11) укрепление межотраслевых и межрегиональных связей анализируемого рынка с учетом степени локализации отдельных видов услуг.

Реализация предложенных направлений развития рынка платных услуг и бытового обслуживания населения позволит повысить значимость сферы услуг как сектора экономики, масштабы и престижность занятости в нем, будет способствовать повышению качества жизни населения нашей страны.

## Глава 2

### МЕТОДЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА СФЕРЫ УСЛУГ НАСЕЛЕНИЮ

---

В настоящее время в сфере платных услуг сложились многоукладные экономические отношения. Реальностью стала свобода предпринимательства. Формируются хозяйствующие субъекты различных

организационно-правовых форм и форм собственности, которые предлагают населению широкий спектр потребительских услуг.

В условиях развитого рынка проблема спроса и предложения на услуги решается в основном под действием механизма свободной конкуренцией. В то же время, мировой опыт свидетельствует о том, что ни в одной стране мира не обходятся без государственного вмешательства в рыночные отношения в той или иной форме.

В России объекты социальной бытовой инфраструктуры, куда относятся и предприятия, оказывающие платные услуги, в основном переданы в ведение местных органов власти, однако это произошло не повсеместно и осталось много нерешенных проблем. Прежде всего, большое значение для дальнейшего совершенствования и развития платного обслуживания населения имеет четкое разграничение и уточнение функций управления на всех его уровнях: федеральном, субъектов федерации, областном, муниципальном; перестройка между ними финансовых отношений; разработка социальных стандартов в сфере услуг; создание нормативной и экономической базы для их развития. В этом направлении проводится большая работа как на региональном, так и федеральном уровнях.

Предприятия сферы услуг входят в число народно-хозяйственных систем, призванных удовлетворять разнообразные, жизненно важные, постоянно растущие потребности населения страны в услугах. Расширение и развитие сферы услуг, которая за последние 10 – 15 лет достигла масштабов отрасли народного хозяйства, приобретает все большее значение и она занимает особое место в формировании рыночных отношений. Предприятия и организации отрасли способствуют решению ставшей закономерно острой в годы реформ проблемы занятости, особенно женщин и вносят существенный, хотя еще и явно недостаточный вклад в формирование бюджетов всех уровней.

Отрасли нематериального производства, преобладающая часть которых занята обслуживанием населения, отвлекают значительные трудовые ресурсы. Даже в условиях кризиса при резком сокращении числа работников в отраслях, производящих материальные блага, прежде всего, промышленности и строительстве, росте числа безработных в народном хозяйстве, в большинстве отраслей услуг численность работников увеличилась, например, в жилищно-коммунальном хозяйстве, отраслях образования и здравоохранения, финансово-кредитном секторе и других.

На наш взгляд, сфера услуг является важной составной частью удовлетворения возрастающих материальных и духовных потребностей населения, а предприятия этой сферы в силу своей отраслевой специфики могут динамичнее, чем другие структуры материального производства, трансформироваться в рыночную экономику.

Роль государственного влияния на социально-культурную сферу всегда была очень велика. Оно осуществлялось через нагромождение различных управленческих структур и иных форм воздействия. Можно было наблюдать излишнюю концентрацию управленческих функций и рычагов на основе передачи всех производственных ресурсов и неограниченных прав в их распределении министерствам и ведомствам. Это практически лишало предприятия сферы услуг возможности самостоятельного хозяйствования, наиболее рациональной структуры производства и соответствующей ей материально-технической базы, и, как следствие, послужило причиной снижения контроля над качеством и эффективностью обслуживания и производства услуг, неудовлетворения спроса на определенные виды услуг, увеличения выпуска продукции массового производства наряду со снижением объема выполнения индивидуальных заказов, увеличением сроков их исполнения и роста цен.

В связи с развитием рыночных отношений система государственного управления сферы платных услуг населению изменилась. Появилось очень много проблем и трудностей, связанных с переходом к рыночной экономике, решать их необходимо другими методами, так как они не могут быть автоматически решены на базе частной собственности. Возникла необходимость в значительных инвестициях малорентабельных или нерентабельных производств с точки зрения частного капитала, но необходимых для продолжения воспроизводства в масштабах страны или регионов. Отраслевые общехозяйственные кризисы, появившаяся безработица, нарушения в денежном обращении, обострившаяся конкуренция на мировых рынках и изменение экономической ситуации требовали выработки государственной экономической политики в отношении рынка услуг. Объективная возможность государственного регулирования социально-культурной сферы появляется с достижением определенного уровня экономического развития, концентрации производства и капитала. Необходимость, превращающая эту возможность в действительность, заключается в нарастании проблем, трудностей, с которыми и призвано справиться государственное регулирование [113]. Именно поэтому государственное регулирование, с точки зрения управленческих решений, столь необходимо, а его роль велика. В его рамках решаются задачи стимулирования экономического роста, регулирования занятости, поощрения прогрессивных сдвигов в от-

раслевой и региональной структуре, повышения качества услуг и ряд других проблем. Конкретные направления, формы, масштабы государственного регулирования экономики определяются характером и остротой экономических и социальных проблем в той или иной стране в конкретный период.

Наиболее развитый механизм государственного регулирования сложился в некоторых странах Западной Европы (во Франции, ФРГ, Нидерландах, Скандинавских странах, Австрии, Испании), в Японии, ряде быстро развивающихся стран Азии и Латинской Америки. Слабее развито оно в США, Канаде, Австралии, где в отличие от Европы не было социально-экономических потрясений, аналогичных последствиям второй мировой войны, возникновению лагеря социализма, а затем его распаду и где частный капитал обладал особенно сильными позициями. Тем не менее, государственное регулирование экономики и в этих странах играет заметную роль, особенно, в периоды ухудшения конъюнктуры, при высоких показателях безработицы и инфляции.

Особенно важна роль государственного регулирования экономики в развивающихся странах, создающих независимую экономику, в бывших социалистических странах, осуществляющих переход от планового хозяйства на базе государственной собственности к рыночному хозяйству на базе частной собственности.

Для уяснения его механизма целесообразно охарактеризовать его субъекты, объекты, цели, инструменты или средства, а также дать определение государственного регулирования.

Объекты государственного регулирования – это сферы, отрасли, регионы, а также ситуации и условия социально-культурной жизни страны, где возникли или могут возникнуть трудности, проблемы, не разрешаемые автоматически или разрешаемые в отдаленном будущем, в то время как снятие этих проблем настоятельно необходимо для нормального функционирования экономики и поддержания социальной стабильности в настоящий момент [146]. В данном случае объектом государственного регулирования является социально-культурная сфера, а основная цель регулирующей политики – это решение тех насущных проблем, которые тормозят ее развитие в части расширения видов и качества оказываемых населению услуг.

Отрасли платных услуг являются значительными потребителями материальных ресурсов. Это, прежде всего, топливно-энергетические ресурсы, и основные их затраты приходят на пассажирский транспорт и жилищно-коммунальное хозяйство. Потребление топлива и энергии в коммунально-бытовом секторе обслуживания составляет около 20 % общего объема производимых в стране ресурсов [148].

В годы перестройки экономики России фактически произошел развал материально-технической базы сферы услуг. Уменьшился ввод жилья и объектов социально-бытового обслуживания, резко сократилась сеть кинотеатров, парк подвижного состава на пассажирском транспорте и т.д. Опережающий рост цен на топливо, энергию, сырье и материалы привел к снижению потребления материальных ресурсов. Одной из причин резкого снижения объемов услуг является замедление темпов ресурсообеспечения отраслей услуг, что сказалось на качестве и культуре обслуживания населения. Свидетельством этому служат частые аварии и опоздания транспорта на пассажирском транспорте, отключения электроэнергии в жилом секторе ряда регионов, плохая работа телефонных станций и т.д.

Таким образом, необходимость государственного управления сектором платных услуг населению, на наш взгляд, обусловлена следующими причинами:

- рынок платных услуг населению, в частности рынок бытовых услуг, имеет большую социальную значимость. Доступность бытовых услуг повышает качество жизни населения;
- развитие рынка платных услуг способствует решению многих экономических проблем региона (обеспечивает экономический рост, повышение занятости населения, увеличение доходов бюджета);
- в сфере платных услуг существуют низкорентабельные и нерентабельные производства, необходимые для населения и предприятий региона (например, в сфере ЖКХ). Такие производства непривлекательны для частных инвесторов, и для них характерен большой износ основных фондов.

Методы государственного управления подразделяются на административные, т.е. организационно-распределительные, экономические и социально-психологические.

Административные методы не связаны с созданием дополнительного материального стимула или опасностью финансового ущерба. Они базируются на силе государственной власти и включают в себя меры запрета, разрешения и обязательств. Основным административным методом управления развитием рынка платных услуг населению является обеспечение законодательной базы в этой сфере и контроль за исполнением законов. Основные положения, регламентирующие деятельность в сфере платных услуг населению определяются федеральным законодательством.

Одним из первых законов, призванных административно регулировать развитие рынка услуг в современных условиях является принятый в 1992 г. Закон Российской Федерации "О защите прав потребителей" и принятые в его развитие правила оказания отдельных видов услуг. Например, "Правила бытового обслуживания населения в Российской Федерации", "Правила предоставления услуг по техническому обслуживанию и ремонту автотранспортных средств", "Правила предоставления гостиничных услуг" и ряд других. Благодаря этому закону, было положено начало регулированию взаимоотношений исполнителя услуг и их потребителей и, что не менее важно, повышена ответственность исполнителей за сроки, качество, культуру обслуживания населения России.

Важным элементом государственного управления платными услугами является сертификация и стандартизация, обеспечивающие подтверждение соответствия услуг, безопасности для жизни, здоровья и имущества граждан, окружающей среды, а также контроль за качеством услуг. В развитие этого вопроса были приняты Закон Российской Федерации "О сертификации продукции и услуг" и ряд постановлений Правительства Российской Федерации.

Учитывая, что вопросы сертификации и стандартизации услуг очень актуальны на федеральном уровне, принято решение о разработке программы работ по развитию сертификации услуг. В ней необходимо предусмотреть актуализацию действующих систем сертификации однородных услуг, введение в действие системы сертификации потенциально опасных услуг, совершенствование и разработку основополагающих нормативных и организационно-методических документов по сертификации услуг.

На региональном уровне принимаются законы субъектов РФ, регулирующие отдельные направления развития рынка платных услуг. Например, в Саратовской области действует закон "О потребительском рынке".

Региональные регулирующие органы при управлении рынком платных услуг применяют следующие экономические методы: льготное налогообложение в рамках полномочий органов власти субъектов РФ, государственное регулирование цен и тарифов, льготное кредитование приоритетных направлений в сфере услуг населению, дотирование малоимущих потребителей социально-значимых услуг.

Социально-психологические методы управления сферой платных услуг населению могут включать формирование и развитие благоприятного общественного мнения о местных производителях, разъяснение общественной значимости развития рынка услуг.

Государственное управление развитием рынка платных услуг населению – это процесс целенаправленного воздействия органов государственной власти и управления через систему экономических, административных и иных методов с целью поддержания и обеспечения развития сферы платных услуг.

По нашему мнению, не менее значимыми методами управления на федеральном уровне являются федеральные целевые программы, разработка и осуществление которых занимают важное место в достижении целей государственной политики. При всех издержках в практике применения программно-целевого метода федеральные программы дают возможность привлечь отечественных и иностранных инвесторов к решению проблем развития сферы услуг [47]. В целом, можно сказать, что сложившаяся нормативная база достаточно четко обеспечивает процесс формирования программ от зарождения замысла и обоснования необходимости программ. Но в том, что касается региональных программ, эта база имеет пробелы и недостатки. В Государственной Думе в настоящее время идет работа над концепцией специального закона о федеральных целевых программах регионального развития, и есть основания рассчитывать, что этот пробел будет восполнен.

Значительное количество действующих федеральных программ направлено на решение вопросов социальной сферы. Это программы "Свой дом", президентская программа "Развитие и сохранение культуры и искусства Российской Федерации", программа "Развитие курортов федерального значения", программа "Развитие туризма в Российской Федерации" и другие. Федеральная Программа "Ритуальное обслуживание населения Российской Федерации в 1993 – 2000 гг." была принята в числе первых в России.

В условиях современной кризисной ситуации в экономике страны экономические методы управления и реальная финансовая поддержка государства может распространяться лишь на отдельные наиболее значимые виды платных услуг и в исключительных случаях. При этом необходимо отметить, чтобы финансовую поддержку получали преимущественно не предприятия (организации) или частные лица, оказывающие бытовые услуги, а пользующиеся этими услугами мало- и, в отдельных случаях, средне обеспеченные слои населения. Целевая поддержка малоимущих групп населения направлена на удовлетворение их насущных потребностей в услугах бытового обслуживания. Например, в Швеции за счет средств государств и учреждений местных органов власти развита служба социальной помощи на дому. Выполняются работы либо бесплатно, либо по местным тарифам. В число услуг для пенсионеров, кото-

рые не в состоянии себя обслуживать, входят уборка квартир и домов, приготовление пищи, покупка товаров и стирка белья, доставка продуктов, гигиеническое обслуживание [106].

Имеется положительный опыт в этом направлении и в нашей стране. В условиях старения населения, ухудшения его здоровья уборка квартиры, ремонт одежды, доставка продуктов и обедов на дом, прием белья на дому, предоставление санитарно-гигиенических услуг, прокат товаров культурно-бытового назначения – все это способствует удовлетворению элементарных, насущных потребностей граждан. Для лежачих больных может быть целесообразно оказывать и транспортные услуги. Они могут выступать в качестве временной услуги и требуют специальных мер по их предоставлению.

Государственная система поддержки предприятий сферы услуг осуществляется и через систему государственных заказов [42]. Формами такого регулирования могут выступать сдача в аренду помещений, основных фондов крупных предприятий, пустующих складских помещений, незагруженного оборудования, прокат свободных транспортных средств.

По нашему мнению, государственная политика в отношении системы платных услуг должна проявляться также, в отношении дифференцированного режима налогообложения в зависимости от социальной значимости услуг и методов приватизации объектов сферы услуг. Методами такой поддержки могут быть временные налоговые льготы новых организаций и лиц, с целью увеличения занятости женщин, создания необходимой конкурентной среды и повышения уровня обслуживания населения. На низовых уровнях управления перечень целевых льгот может быть значительно расширен (например, пониженная арендная плата за нежилые помещения при использовании их для мини-прачечных, обслуживающих жилой квартал; небольших ремонтных мастерских и т.п.).

Таким образом, к экономическим методам управления рынком платных услуг следует отнести льготное налогообложение, принятое в соответствии с действующим законодательством. Действующее налоговое законодательство предусматривает освобождение от налога на добавленную стоимость услуг, предоставляемых населению организациями социально-культурной сферы, сферы образования. Так, не облагаются НДС платные медицинские услуги, услуги в сфере образования, связанные с учебно-производственным и воспитательным процессом, услуги по обучению детей и подростков в кружках, секциях, студиях, услуги, оказываемые детям и подросткам с использованием спортивных сооружений, услуги по содержанию детей в дошкольных учреждениях и уходу за больными и престарелыми [73].

Освобождены также от НДС услуги учреждений культуры и искусства, архивной службы, религиозных объединений, театрально-зрелищные, спортивные, культурно-просветительные, развлекательные мероприятия, услуги по производству, тиражированию и прокату кинопродукции, получившей удостоверение национального фильма, услуги по реставрации и охране памятников истории и культуры.

Льготы по НДС распространяются также на услуги всех видов городского пассажирского транспорта и услуги по перевозкам пассажиров в пригородном сообщении морским, речным, железнодорожным и автомобильным транспортом, а также на услуги в области пожарной безопасности и услуги, выполняемые профессиональными аварийно-спасательными службами, услуги, оказываемые членами коллегии адвокатов. Освобождены от налога на добавленную стоимость ритуальные услуги похоронных бюро, кладбищ, проведение обрядов и церемоний религиозными организациями [там же].

Не является объектом налогообложения по налогу с продаж стоимость жилищно-коммунальных услуг, услуг по сдаче в наем населению государственных или муниципальных жилых помещений, а также по предоставлению жилья в общежитиях, услуг в сфере культуры и искусства, оказываемых государственными и муниципальными учреждениями и организациями культуры и искусства при проведении театрально-зрелищных, культурно-просветительных мероприятий, услуг по содержанию детей в дошкольных учреждениях и уходу за больными и престарелыми, услуг по перевозке пассажиров транспортом общего пользования муниципального образования (за исключением такси), а также услуг по перевозке пассажиров в пригородном сообщении морским, речным, железнодорожным и автомобильным транспортом, услуг, предоставляемых кредитными организациями, страховщиками, негосударственными пенсионными фондами, профессиональными участниками рынка ценных бумаг, оказываемых в рамках их деятельности, подлежащей лицензированию, а также услуг, предоставляемых коллегией адвокатов, ритуальных услуг похоронных бюро, кладбищ и крематориев, проведения обрядов и церемоний религиозными организациями, услуг, оказываемых уполномоченными органами государственной власти и органами местного самоуправления, за которое взимаются соответствующие виды пошлин и сборов.

Существуют и иные налоговые льготы, предоставляемые на региональном уровне предприятиям сферы услуг.

По мнению Ф.И. Шахмалова, В.С. Нечипоренко [153] совершенствование налоговой системы должно быть направлено на стимулирование инвестиционной активности, экономического роста и

развертывания предпринимательской активности. Нельзя не согласиться с такой точкой зрения, так как применение налоговых льгот для стимулирования инвестиционной активности в регионах необходимо сочетать с системой мер государственного контроля и санкций за нарушение условий, дающих право на льготы, сопровождать их отменой и изъятием необоснованных доходов и штрафами.

Основным направлением воздействия денежно-кредитных регуляторов должно стать повышение кредитоспособности предприятий сферы услуг путем восстановления оборотного капитала, наращивания инвестиций, структурной перестройки и модернизации.

Инвестиции являются единственным способом развития экономики на базе передовых технологий.

Создание инвестиционного климата – это задача государства. Речь идет не только о финансовых инвестициях. Не менее важно для экономического развития, чтобы широкие слои населения инвестировали в экономику свои средства и свою предпринимательскую инициативу.

Формирование благоприятного инвестиционного климата связано с коренной реконструкцией инфраструктуры, оздоровлением социальной атмосферы, созданием стабильной законодательной базы, оптимизацией налоговой и таможенной систем, достижением устойчивости национальной валюты.

Развитие и укрепление материально-технической базы организаций сферы услуг во многом зависит в условиях рынка от методов и форм организации производства услуг с учетом их особенностей: повышенной ресурсоемкости, необходимости сочетания крупных и мелких предприятий, а также особенности, связанные с размещением отраслей услуг и др.

Условно платные услуги можно разделить на два макроагрегата: спросовые виды платных услуг, потребление которых формируется по рыночному механизму, и не спросовые (регламентированные) услуги. Факторы, формирующие спрос на них лежат вне сферы рыночных отношений [144]. К последним можно было до недавнего времени отнести услуги детских дошкольных учреждений, а также расходы населения на городской пассажирский транспорт, квартирную плату и коммунальные платежи. Рост расходов населения на эти виды услуг полностью определяется уровнем развития материально-технической базы и сети учреждений, оказывающих данные услуги.

Принципиально по иному проводится обоснование расходов населения на спросовые виды услуг. Доля и величина расходов на каждый из видов зависит от реальных доходов населения и от динамики стоимости как самих видов услуг, так и стоимости товаров и продуктов питания, покупаемых населением.

Повышение расходов населения на платное обслуживание вызывает повышенный спрос на рабочую силу и требует дополнительных капитальных вложений. Но ресурсы в народном хозяйстве ограничены, поэтому необходимы специальные меры по перераспределению ресурсов в сферу услуг. Как считает С.А. Мовин [78], решающая роль здесь принадлежит государству. Федеральные и особенно местные органы власти могут и должны создать благоприятные условия для производства платных услуг: льготное налогообложение, льготные кредиты, простоту оформления лицензий, обеспечение безопасности вложения капитала, поддержку малого предпринимательства. Мы считаем, что эти мероприятия являются основой правового и экономического регулирования развития альтернативных государственных форм собственности – акционерных и особенно частных, имманентно присущих производству услуг.

Методы государственного регулирования цен могут быть различными – от прямого директивного централизованного установления цен и тарифов на услуги естественных монополий до ориентировочных (справочных) цен на наиболее массовые виды продукции и услуг [52]. Государственные органы должны на основе постоянного мониторинга цен находить новые формы и методы повышения эффективности и проведения ценовой политики. Так, по услугам связи в соответствии с действующим законодательством отдельные услуги почтовой и электрической связи для населения оказываются по тарифам, устанавливаемым МАП России, все прочие – по свободным тарифам, определяемым операторами связи.

К регулируемым видам услуг связи (по перечню, определенному постановлением Правительства Российской Федерации от 29.12.1998 № 1559) отнесены: пересылка писем, почтовых карточек, бандеролей, денежных переводов, передача телеграмм, предоставление услуг междугородной и местной телефонной связи.

В соответствии с постановлением Правительства Российской Федерации от 7.03.1995 № 239 "О мерах по упорядочению государственного регулирования цен (тарифов)" регулирование тарифов на перевозки пассажиров всеми видами общественного транспорта в городском, пригородном и междугородном сообщении входит в компетенцию органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации. При этом, тарифы на перевозки пассажиров железнодорожным транспортом в пригородном сообщении устанавливаются по согласованию с МПС России (железными дорогами) при условии возме-

ния убытков, возникающих вследствие регулирования тарифов за счет соответствующих бюджетов субъектов Российской Федерации.

В соответствии с действующим законодательством [16] на жилищно-коммунальные услуги *органами местного самоуправления* для населения утверждаются:

- ставки платы за найм жилого помещения,
- ставки и тарифы на жилищно-коммунальные услуги (кроме тарифов на электроэнергию и газ); *органами исполнительной власти субъектов Российской Федерации:*
- тарифы на услуги по газоснабжению для пищевого приготовления и отопления жилых помещений;
- тарифы на услуги по электроснабжению для всех абонентов. Повышение платы за жилищно-коммунальные услуги осуществляется в соответствии с проведением поэтапного перехода к оплате населением жилья и коммунальных услуг в соответствии с их реальной стоимостью. Первоначально предполагалось завершить такой переход в течение 5 лет, но в целях поддержания жизненного уровня населения, особенно малообеспеченных его категорий этот переход продлен до 15 лет.

При сохранении за органами государственной власти субъектов Российской Федерации и органами местного самоуправления права определять основные параметры перехода на новую систему оплаты жилья и коммунальных услуг размеры финансовой помощи, оказываемой субъектам Российской Федерации из федерального бюджета. Рассчитываются на основании определенных законодательными актами федеральных стандартов, одним из которых является федеральный стандарт предельной стоимости предоставляемых жилищно-коммунальных услуг за 1 кв. метр общей стоимости жилья в месяц.

Федеральный стандарт уровня платежей граждан за предоставляемые жилищно-коммунальные услуги в целом по всем видам этих услуг на 2003 г. установлен в размере 55 % и используется только как инструмент межбюджетных отношений при расчете трансфертов.

В целях обеспечения социальной защиты граждан установлен федеральный стандарт максимально допустимой доля собственных расходов граждан на оплату жилья и коммунальных услуг в совокупном доходе семьи исходя из социальной нормы площади жилья и нормативов потребления коммунальных услуг. Так, на 2003 г. эта доля установлена в размере 23 процентов.

В соответствии с постановлением Правительства Российской Федерации от 7 марта 1995 г. № 239 органы исполнительной власти субъектов Российской Федерации регулируют цены на ритуальные услуги.

В соответствии со ст. 9 Закона Российской Федерации "О погребении и похоронном деле" гарантированный перечень услуг предоставляется на безвозмездной основе, качество этих услуг соответствует требованиям, устанавливаемым органами исполнительной власти субъектов Российской Федерации, а стоимость не должна превышать 10-кратный размер минимальной оплаты труда [11].

Органы исполнительной власти субъектов Российской Федерации имеют право увеличивать размер стоимости гарантированного перечня услуг за счет средств различных бюджетов, внебюджетных фондов, а также иных источников, не запрещенных законодательством. Что касается услуг по погребению, оказываемых гражданам за плату, то уровень их оплаты не ограничен 10-кратным размером минимальной оплаты труда.

Другие виды услуг (бытовые, услуги здравоохранения, обучения, учреждений культуры и другие) предоставляются населению по свободным ценам (тарифам).

В ряде случаев система государственного протекционизма может включать следующие формы федеральной, региональной и муниципальной поддержки: установление гарантированных цен, обеспечивающих рентабельность производства услуг; введение льготного кредитования под недостаток оборотных средств; дотирование услуг, обеспечивающих их конкурентоспособность; формирование устойчивых каналов реализации продукции, гарантирующих получение прибыли; целевое финансирование программ на всех уровнях управления; бюджетное финансирование социально-бытовой инфраструктуры села; меры по усилению мотивационного механизма и повышению платежеспособного спроса населения; поддержка производства изделий местного значения (кустарных промыслов).

Государственное регулирование платных услуг может быть связано с поддержкой малого предпринимательства – традиционной сферой развития потребительских услуг, но для этого на федеральном уровне необходимо создать благоприятную законодательную основу. Принятый закон о малом предпринимательстве и его поддержке требует совершенствования. В частности, там отсутствует перечень приоритетных для малого бизнеса отраслей и видов деятельности. Расплывчаты и количественные характеристики малых предприятий.

Реальная и повсеместная поддержка малого и среднего бизнеса, предпринимательства, через принимаемые нормативные акты предоставляет собой гибкий амортизатор в сфере занятости, является стратегическим направлением выхода страны из кризиса.

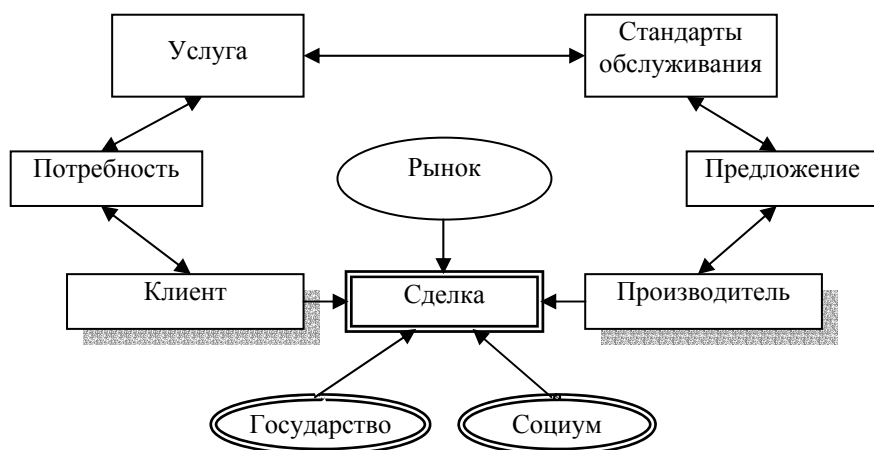
Большой объем теневой экономики в сфере платных услуг (Органы статистики досчитывают до 60 % объема платных услуг) и, в частности, бытовых, свидетельствует о том, что в стране во многих случаях утерян контроль государства за процессами, протекающими в сфере платного обслуживания и оценки деятельности юридических и физических лиц в этой сфере носят весьма приближенный характер.

В бытовом обслуживании больше, чем в других отраслях услуг, велики возможности сокрытия доходов (приписать стоимость услуги, проследить фактически оказанную клиенту услугу практически невозможно, например, аппретирование при стирке, применение препаратов для несминаемости тканей при химической чистке одежды и т.д.). Кроме того, население все чаще прибегает не к помощи предприятий службы быта, а к наемной рабочей силе, в большей мере, из бывших союзных республик в силу того, что услуги обходятся дешевле. Особенно это распространено в ремонтных видах услуг.

Это означает, что необходима дополнительная информация для надежного управления бытовым обслуживанием населения. Следовало бы через механизм государственного регулирования создать не просто информационные, а региональные (областные) информационно-аналитические центры, функционирующие на полукommerческой основе. Для этого можно использовать существующие информационные системы на разных уровнях их управления и организации. Опыт Ульяновской области свидетельствует о возможности создания не только единой территориальной информационной системы, но и ее подключения к федеральным и межотраслевым государственным информационным системам [161].

Эффективность региональной политики управления сферой услуг выражается в достигнутом стабильном компромиссе между региональными интересами государства и местными, в первую очередь экономическими, интересами регионов. Реализация компромисса между возможностями субъектов Федерации и желаниями потребителей находит свое воплощение при разработке и принятии региональных программ. Разрабатываются региональные программы, как по бытовому обслуживанию, так и по другим видам услуг в Волгоградской, Белгородской областях, Ставропольском крае.

Многообразие услуг подтверждается разнообразием существующих классификаций услуг. Выделяют классификации по степени контакта с клиентами, по уровню автоматизации, по характеру и объему действия и оказания услуг, по регулированию со стороны государства, по материальному и нематериальному характеру. К какой бы классификационной группе услуга не относилась, ее можно рассматривать как отдельную компоненту системы предоставления услуг, которая показана на рис. 11.



**Рис. 11 Компоненты системы предоставления услуг**

Рынок бытовых услуг не остается раз и навсегда данным. Он подвергается изменениям, причем, чем быстрее происходят эти изменения, тем все лучше удовлетворяются потребности людей в бытовых услугах. Изменение структуры рынка бытовых услуг в соответствии с существующими и потенциальными потребностями людей происходит двумя способами. Во-первых, посредством действия рыночного механизма, когда разоряются производители бытовых услуг осваивают производство таких услуг, которые пользуются высоким спросом. В этих сферах повышается норма прибыли, в это же время разоряются или удовлетворяются меньшей доходностью хозяева предприятий в элементах структуры, переставших быть перспективными.



Другой путь – широкое использование государственных рычагов для ускорения прогрессивных структур изменений рынка услуг. Здесь обычно применяют необходимые прогнозные оценки, которые помогают заранее определить, какие сегменты этого рынка должны подвергнуться сокращению, а каким сегментам целесообразно оказать содействие.

Первый способ перестройки структуры рынка бытовых услуг является долгим, чреватым значительными социальными издержками, сопровождается замедленным темпом роста эффективности производства услуг.

Второй способ с опорой на государственное планирование и переливом ресурсов является более быстрым, с меньшими социальными издержками и значительными темпами роста производительности. Для определения приоритетных секторов рынка бытовых услуг 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. В табл. 26 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.

#### **26 Перечень социально-значимых бытовых услуг для населения Тамбовской области**

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. 27 представлены результаты ранжирования видов бытовых услуг по степени их социальной значимости для низкодоходных категорий населения.

#### **27 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 ус-	50,0

	луги	
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

Продолжение табл. 27

Ранг	Вид бытовых услуг	Удельный вес населения, выделяющего услугу как первоочередную, %
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.

Распределение по степени первоочередности потребности в платных услугах по Тамбовской области в сравнении с областями Центрального Федерального округа представлено в табл. 28.

Данные табл. 28 показывают, что наибольшая доля расходов на оплату услуг, как в Российской Федерации, так и в Центральном Федеративном округе приходится на услуги ЖКХ. Расходы на бытовые услуги значительно варьируются по областям, например, в Тульской области эти расходы составляют 30,5 %, в Смоленской – 25,0 %, Тамбовской – 13,8 %, Ивановской – 10,8 %. Это связано с уровнем доходов населения и развитостью рынка бытовых услуг.

**28 Структура расходов населения Тамбовской области на оплату услуг в 2002 г. (по данным обследования домашних хозяйств)**

Регионы РФ	Расходы на оплату услуг, %								
	жилищно-коммунальные	бытовые услуги	услуги учреждений культуры	услуги системы	образовательные медицинские услуги	санаторно-оздоровительные услуги	пассажирского транспорта	услуги связи	прочие услуги
Российская Федерация									
все домашние хозяйства, в том числе проживающих:									
в городской местности	34,3	12,8	2,9	8,5	7,5	4,6	18,9	8,8	1,7
в сельской местности	33,0	12,4	3,1	8,3	8,0	5,1	19,8	8,7	1,6
Центральный Федеральный округ	31,4	11,8	2,9	6,4	12,9	9,5	16,5	7,4	1,2
Белгородская область	41,3	10,3	2,3	9,3	2,6	1,3	17,7	13,8	1,4
Брянская область	44,3	13,6	2,4	8,6	6,0	0,8	13,7	6,9	3,7
Владимирская область	47,3	11,1	5,5	3,8	3,4	1,7	16,7	9,5	1,0
Воронежская область	31,4	15,5	2,3	12,1	5,0	5,5	15,1	12,1	1,0
Ивановская область	48,7	10,8	3,1	6,0	2,7	1,0	16,2	9,7	1,8
Калужская область	35,8	16,5	3,2	7,0	3,9	3,0	18,0	11,1	1,5
Костромская область	45,1	17,7	3,5	4,2	2,2	0,8	14,8	10,1	1,6
Курская область	41,8	10,3	3,0	2,6	3,9	3,4	21,6	11,9	1,5
Липецкая область	37,6	14,3	2,9	18,4	3,3	0,5	10,8	10,6	1,6

Продолжение табл. 28

Регионы РФ	Расходы на оплату услуг, %								
	жилищно-коммунальные	бытовые услуги	услуги учреждений культуры	услуги системы	образовательные медицинские услуги	оздоровительные услуги	пассажирского транспорта	услуги связи	прочие услуги
Московская область	40,0	11,1	3,4	11,1	5,0	2,1	16,6	9,7	1,0
Орловская область	34,8	15,3	1,9	11,6	4,2	1,5	20,8	8,4	1,5
Рязанская область	39,0	16,0	2,6	8,7	3,3	0,4	16,2	11,2	2,6
Смоленская область	31,5	25,0	7,2	6,4	6,3	0,8	12,9	9,2	0,7

Тамбовская область	42,3	13,8	2,5	3,4	3,0	0,5	20,2	10,7	3,6
Тверская область	40,0	16,2	3,7	6,4	3,1	5,4	15,4	7,8	2,0
Тульская область	37,1	30,5	3,3	1,8	4,4	0,1	15,3	7,3	0,2
Ярославская область	34,8	16,5	9,0	5,5	4,8	5,7	12,2	8,9	2,6
г. Москва	24,0	9,3	2,2	4,2	21,1	16,4	16,9	4,9	1,0
Северо-Западный федеральный округ	36,3	11,0	4,0	6,7	5,3	1,6	23,3	10,5	1,3
Южный федеральный округ	42,2	14,7	1,9	7,5	6,2	2,4	15,3	8,3	1,5
Приволжский федеральный округ	35,1	14,7	3,0	10,5	4,5	2,2	17,7	9,8	2,5
Уральский федеральный округ	33,1	14,2	2,8	11,1	4,6	3,2	20,1	9,4	1,5
Сибирский федеральный округ	30,9	12,6	2,9	10,5	5,8	2,4	22,8	8,7	3,4
Дальневосточный федеральный округ	39,9	10,7	2,4	9,9	2,8	2,0	21,0	10,4	0,9

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 ниже следующие:

- *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;
- *отсутствие предприятий* 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;
- *территориальная недоступность* предприятий часто негативно отражается на уровне потребления услуг бань и душевых, ремонта мебели, услуг проката;
- *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;
- *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*.

При планировании развития рынка бытовых услуг на региональном уровне необходимо учитывать ряд весьма важных факторов.

1 Местоположение предприятий по предоставлению услуг, в основном, определяется местоположением потребителей, а не исходных материалов или какими либо другими факторами, как это часто бывает в промышленности. Поэтому предприятию сферы бытовых услуг необходимо территориально приближать к местам потребления этих услуг, однако в сельской местности платежеспособность может оказаться недостаточной для рентабельной работы таких предприятий. Поэтому региональным органам управления следует разработать научно-обоснованные нормы транспортной доступности для получения

конкретных бытовых услуг и с учетом этого определить населенные пункты в которых необходимо стимулировать создание предприятий по производству услуг.

2 Работники предприятий сферы бытовых услуг должны владеть хорошими навыками общения с потребителями. Поэтому в планах развития рынка бытовых услуг необходимо предусмотреть подготовку кадров по различным сегментам рынка услуг.

3 Крупные предприятия в сфере услуг нетипичны. Поэтому представляется нецелесообразным идти по пути создания крупных комбинатов бытовых услуг в сельских районах. Предпочтительнее сельский район разбить на несколько "кустов", в каждом из которых создать небольшие точки по бытовому обслуживанию населения. Это сократит время транспортной доступности и создаст конкурентную среду.

4 На первых этапах создания предполагаемые точки могут оказаться убыточными, поэтому руководство региона должно предусмотреть систему поддержки малого бизнеса в сельских районах в течение 2–3 лет.

5 Календарное планирование работ в сфере бытовых услуг зависит в основном от потребителей. Поэтому предприятиям или предпринимателям рынка бытовых услуг следует рекомендовать организацию работы в выходные дни для основной части населения и в вечернее время.

6 Производственные мощности следует рассчитывать по "пиковому" спросу со стороны потребителей, а не по среднему уровню спроса, иначе будут образовываться очереди, неудовлетворенность потребителей, снижение доходов предпринимателей и увеличение доли дотаций.

При планировании развития рынка бытовых услуг необходимо также разработать концепцию развития рынка, создать организационную структуру, ответственную за данный вопрос, разработать программу стабилизации и развития бытового обслуживания. Программы желательно иметь скользящие, т.е. по окончании очередного года следует подвести итоги и продлить программу еще на год и так до полного решения проблемы. Необходимо определить ответственных лиц за реализацию всей программы и каждого мероприятия программы, выделить необходимые финансовые ресурсы и источники финансирования, сроки реализации мероприятия и процедуру контроля.

В условиях хозяйствования независимых субъектов рынка бытовых услуг, большое значение имеет создание правовой базы на региональном и местном уровнях.

Положительным моментом в вопросах правового регулирования деятельности администрации Тамбовской области является то, что удалось посредством принятия нормативных документов создать правовое поле, позволяющее сохранять хозяйствующие субъекты на рынке бытовых услуг.

Большая работа была проведена администрацией области совместно с органами местного самоуправления по разработке Закона области "О государственной поддержке предприятий бытового обслуживания населения области".

Прежде всего, была наработана Концепция данного Закона, которая нашла одобрение и поддержку на заседании областной комиссии по развитию бытового обслуживания населения, а также обсуждалась на семинаре-совещании в гор. Жердевка. С учетом замечаний и предложений членов комиссии, а также участников семинара-совещания был разработан проект Закона. Обсуждение проекта Закона активно проходило на заседании комитета по бюджету, налогам и финансам областной Думы и в окончательном варианте Закон был одобрен и принят постановлением областной Думы от 15.09.1999 № 450.

Данным Законом предусматриваются различные формы оказания финансовой поддержки предприятий службы быта:

- выделение бюджетных ассигнований на безвозмездной и безвозвратной основе;
- предоставление бюджетного кредита на льготных условиях;
- предоставление налоговых льгот по региональным налогам в части сумм, зачисляемых в областной бюджет, на основании договоров, заключаемых между предприятиями бытового обслуживания населения и администрацией области;
- предоставление предприятиям службы быта льгот по арендной плате;
- предоставление отсрочки или рассрочки налоговых платежей в областной бюджет;
- формирование и размещение областных и государственных заказов.

Предоставление бюджетных кредитов на льготных условиях практически началось с 1998 г., когда ООО "Рембыттехника" Сосновского района такой кредит был выделен в сумме 15 тыс. р. Использование данного кредита позволило предприятию приобрести автотранспорт и за счет выездного обслуживания увеличить объемы реализации бытовых услуг населению района почти в два раза. В 2002 г. аналогичный кредит выделялся муниципальному предприятию "Уют" Кирсановского района в сумме 40

тыс. р. и ООО "Звезда" Жердевского района – в сумме 15 тыс. р. Полученные средства в данных районах использованы на организацию кольцевого обслуживания сельского населения.

В текущем году прорабатывается возможность открытия кредитной линии для ОАО "Современность" и предприятию "Тамбовоблбыттехника" областного центра.

Работа по предоставлению налоговых льгот по региональным налогам в части сумм, зачисляемых в областной бюджет, пока только начинается. До сведения районных и городских администраций доведен образец договора, в соответствии с которым предприятия бытового обслуживания населения могут получить соответствующие налоговые льготы. Уже около 10 предприятий службы быта такие договора с администрацией области заключили.

Есть примеры и по формированию и размещению муниципальных заказов на территориях области. В подразделениях сферы услуг в Моршанском районе был размещен муниципальный заказ на пошив швейных изделий для бюджетных организаций, штор для сельских Советов, постельного белья для районной больницы, детских садов. Аналогичные факты можно привести и по другим территориям.

Одной из форм финансовой поддержки субъектов рынка бытовых услуг также является проведение взаимозачетов. Так, проведенные в текущем году взаимные расчеты позволили ОАО "Новинка" областного центра своевременно произвести оплату за используемый газ. В данный момент рассматривается возможность проведения взаимозачета на сумму 27 тыс. р. по ООО "Звезда" Жердевского района.

Определенная работа была проведена администрацией области по вопросу взимания налога с продаж при оказании бытовых услуг. По ходатайству администрации области, постановлением областной Думы от 15.07.1999 г. № 393, предприятия бытового обслуживания, предоставляющие населению услуги по ремонту обуви, швейных изделий, головных уборов, бытовых машин, радиоэлектронной аппаратуры, освобождены от уплаты данного налога. Льгота по налогу с продаж в 2002 г. составила около 1,5 млн. р. Это способствовало сохранению уровня цен на эти виды услуг и позволило наращивать объемы по ремонтным видам бытовых услуг более высокими темпами.

Учитывая, что ряд предприятий бытового обслуживания населения в соответствии с общероссийским классификатором отраслей народного хозяйства, относятся к отраслям легкой и текстильной промышленности, по ходатайству отдела, на эти предприятия было распространено действие Закона области "О государственной поддержке предприятий легкой и текстильной промышленности области" в части налоговых освобождений по уплате налога на имущество. В 2002 г. такие освобождения получили ООО "Современность", АО "Тамбовчанка", ООО "Люкс", ООО "Стиль" областного центра, а также муниципальные предприятия "Услуги" и "Дом быта" Инжавинского и Мучкапского районов. Сумма налоговых освобождений составила 56 тыс. р., размер освобождений небольшой, но эти средства были направлены на развитие производства различных видов бытовых услуг.

Значительная роль в развитии потребительского рынка бытовых услуг принадлежит физическим лицам, т.е. предпринимателям. В области оказанием различных видов бытовых услуг занимается свыше 4 тыс. предпринимателей, на долю которых в настоящее время приходится около 60 % от общего объема бытовых услуг по области.

В конце 1998 г., областной Думой был принят Закон области "О едином налоге на вмененный доход для отдельных видов деятельности", действие которого распространялось на физических лиц.

Введение данного Закона в начале имело несколько негативные последствия: количество предпринимателей, предоставляющих бытовые услуги стало сокращаться.

Администрацией области совместно с администрациями на местах была проанализирована ситуация с применением Закона и подготовлены предложения разработчикам этого документа по изменению понижающих коэффициентов при начислении налога с 0,8 до 0,5. Данные предложения были учтены при внесении дополнений в Закон и одобрены областной Думой в ноябре прошлого года. Это позволило стабилизировать положение с развитием предпринимательства в сфере бытовых услуг и только за 2001 г. дополнительно привлечь в эту сферу 272 предпринимателя. В 2002 г. ряды предпринимателей пополнились еще на 65 человек.

Достаточно значимая поддержка субъектов рынка бытовых услуг осуществляется и на местном уровне в городах и районах.

Это, прежде всего, разработка и реализация местных программ по бытовому обслуживанию населения, которые имеются практически на всех территориях.

В большинстве территорий органы власти с пониманием относятся к проблемам и нуждам сферы бытовых услуг. Из местных бюджетов выделяются средства на развитие материально-технической базы как в виде денежных средств, так и в виде выделения автотранспорта.

Решениями местных Советов народных депутатов в ряде территорий субъектам рынка бытовых услуг предоставляются льготы по местным налогам, льготы по арендной плате.

Все это способствует улучшению обслуживания населения и наращиванию объемов бытовых услуг: может осуществляться посредством действия рыночного механизма и на основе использования государственных рычагов; для осуществления планирования развития рынка бытовых услуг необходимо определить степень социальной значимости отдельных видов бытовых услуг и степени доступности для основной массы населения по цене;

- при планировании важно учитывать факторы развития данного рынка, иначе платежеспособный спрос населения будет недостаточным для рентабельной работы предприятий сферы бытовых услуг;
- важно также соблюдать процедуры планирования, начиная с разработки концепции планирования до осуществления контроля; развитию рынка бытовых услуг способствует эффективная законодательная база на региональном и местном уровнях, а также налоговая система.

### **Заключение**

---

В результате проведенного исследования 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.

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.

2 Рынок платных услуг включен в потребительский рынок как его составная часть и имеет свою структуру. 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.

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, 73,2 %. И они имеют тенденцию к повышению.

3 На этапе становления рыночной экономики процесс производства бытовых услуг носит в определенной мере противоречивый характер. С одной стороны, это проявляется в снижении предложения по целому ряду видов бытовых услуг в связи с приватизацией и репрофилированием предприятий – комбинатов бытового обслуживания. С другой – формирование цен на рынке бытовых услуг под воздействием рыночного механизма привело в отдельных случаях к "вымыванию" услуг, производимых по ценам, доступным для малоимущих слоев населения, и увеличению предложения бытовых услуг для населения с достаточно высокими доходами. Сложившиеся диспропорции на рынке бытовых услуг оказывают негативное влияние на социальную стабилизацию в обществе, в связи с чем возникает необходимость реструктуризации сферы платных бытовых услуг населению, поиска приемлемых путей удовлетворения потребностей граждан в бытовых услугах, особенно населения сельской местности, с учетом платежеспособного спроса, детерминированного уровнем и особенностями социально-экономического развития региона.

4 Особенности бытовых услуг позволяют выделить их особо из состава услуг, определив как услуги, направленные на удовлетворение повседневных, жизненно важных потребностей человека, обеспечивающих его нормальную жизнедеятельность, улучшающих быт и качество жизни, являющихся неотъемлемым атрибутом современного образа жизни человека. Бытовые услуги как результат труда реализуются в виде полезного социального и экономического эффекта в материальной и нематериальной формах, что позволяет выделить рынок бытовых услуг в качестве подсистемы в структуре потребительского рынка товаров и услуг, с одной стороны, а с другой – определить его как самостоятельную экономическую систему. На рынок бытовых услуг как открытую экономическую систему оказывают непосредственное воздействие внешние факторы: географические, урбанистические, демографические, социально-экономические. Как открытая экономическая система рынок бытовых услуг на локальном

уровне взаимодействует с локальными рынками других территорий региона, формируя региональный рынок бытовых услуг. Последний, в свою очередь, взаимосвязан с региональными рынками бытовых услуг различных субъектов РФ. В результате взаимодействия рынков бытовых услуг на локальном и региональном уровнях складывается многоуровневая система экономических отношений на локальном, региональном и общенациональном территориальном уровнях.

5 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. и 13,9 % – в 2002 г. В структуре расходов населения на оплату услуг 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. Семьи с разным уровнем материального достатка имеют и разную видовую структуру расходов на оплату услуг. 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 региональных особенностей потребления платных услуг населением показывает значительные различия (в 1,5 раза) 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.

6 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.

7 Кроме того, проведенный мониторинг современного состояния рынка бытовых 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 за последние десять лет в 8,1 раза объемов реализации платных и в 1,8 раза – бытовых услуг;
- снижение роли государственного сектора на рынке бытовых услуг и усиление роли негосударственного сектора;
- сокращение сети предприятий бытового обслуживания, особенно в сельской местности.

8 В целом же в сфере платных услуг наметились позитивные тенденции. В 2002 г. объем платных услуг превысил уровень 2001 г. на 1,2 %, 1995 г. – на 10,8 %. 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 1,9 раза.



9 С целью стимулирования увеличения предложения бытовых услуг и способствования равновесия спроса и предложения нами предлагается институциональный механизм регулирования рынка бытовых услуг, который предполагает необходимость совершенствования институциональной структуры управления сферой бытового обслуживания и рынком бытовых услуг.

Она должна способствовать эффективной реализации всех функций управления: планирования и прогнозирования, организации и координации, стимулирования и контроля. К тому же она должна обеспечивать как вертикальное, так и горизонтальное взаимодействие между структурными подразделениями в системе регулирования и организации производства и реализации бытовых услуг. При этом следует исходить из того, что предложение на рынке бытовых услуг может уравновешивать спрос, если местоположение предприятий по представлению бытовых услуг будет определяться местоположением потребителей. В связи с этим предприятия сферы бытовых услуг необходимо территориально приближать к потребителю. Однако низкая платежеспособность населения сельской местности может оказать негативное влияние на рентабельность предприятий бытовых услуг. Следует обеспечить доступность транспорта сельскому населению для получения бытовых услуг в ближайших населенных пунктах; необходимо также определить населенные пункты, наиболее подходящие для стимуляции деятельности и создания предприятий по производству бытовых услуг.

10 Необходимо практиковать диффузное размещение предприятий бытового обслуживания, что возможно лишь при активизации создания малых предприятий. С этой целью предлагается предусмотреть региональные и муниципальные формы поддержки малого предпринимательства в сфере услуг. Календарное планирование работ в сфере бытовых услуг должно быть удобным для потребителей, в связи с этим необходима организация работы в выходные дни и вечернее время для основной части населения. Производственные мощности целесообразно рассчитывать по «пиковому» спросу со стороны потребителей. В ином случае дефицит бытовых услуг и неудовлетворенность потребителей, с одной стороны, и увеличение дотаций и лишение доходов предпринимателей, с другой стороны, будут существенно сдерживать развитие сферы бытовых услуг.

11 Стратегическое планирование и прогнозирование позволит моделировать развитие рынка бытовых услуг, разработать концепцию его развития. Стимулирование развития рынка бытовых услуг, прежде всего, предполагает снижение числа налогов и налоговых сборов для производителей бытовых услуг, предоставление льгот по налогам, арендной плате. Стимулирование предполагает также развитие производства бытовых услуг с помощью установления территориальных заказов на производство бытовых услуг для социально незащищенных слоев населения, а также стимулирование создания муниципальных предприятий.

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 использованной литературы

---

- 1 О защите прав потребителей: Закон РФ от 7.02.1992. № 2300-1.
- 2 О стандартизации: Закон РФ от 10.06.1993. № 5154-1.
- 3 О сертификации продукции и услуг: Закон РФ от 10.06.1993. № 5151-1.
- 4 О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации: Закон РФ от 14.06.1995 № 88-ФЗ // Рос. газ. 1995. 20 июня.
- 5 Об упрощенной системе налогообложения, учета и отчетности для субъектов малого предпринимательства: Закон РФ от 29.12.1995. № 22-ФЗ.
- 6 О внесении изменений и дополнений в Закон Российской Федерации "О защите прав потребителей" и Кодекс РСФСР об административных правонарушениях: Закон РФ от 9.01.1996. № 2-ФЗ.
- 7 О внесении изменений и дополнений в статью 20 Закона Российской Федерации "Об основах налоговой системы в Российской Федерации": Закон РФ от 31.07.1998. № 150-ФЗ.
- 8 О лицензировании отдельных видов деятельности: Закон РФ от 25.09.1998. №158-ФЗ.
- 9 О мерах по упорядочению государственного регулирования цен (тарифов): Постановление Правительства РФ. 7.03.1995. № 239.
- 10 Об утверждении Положения о Системе сертификации ГОСТР: Постановление Госстандарта России. 17.03.1995. № 239.
- 11 О принятии и введении в действие правил по стандартизации: Постановление Госстандарта России. 2.09.1997. № 293.
- 12 Об утверждении перечня товаров, подлежащих обязательной сертификации, и перечня работ и услуг, подлежащих сертификации: Постановление Правительства РФ. 13.09.1997. № 1013.
- 13 Об утверждении Правил бытового обслуживания населения в Российской Федерации: Постановление Правительства РФ. 15.09.1997. № 1025.
- 14 Об утверждении методики агрегирования показателей обследования бюджетов домашних хозяйств: Постановление Госстандарта России. 21.02.1998. № 15.
- 15 О внесении изменений и дополнений в некоторые акты правительства российской Федерации по вопросам сертификации продукции и услуг: Постановление Правительства РФ. 2.10.1999. № 1104.
- 16 Актуальные проблемы рыночной экономики в сфере сервиса / Под ред. Л.Б. Сульповара. М.: ГАСБУ, 1995.
- 17 Акопян А., Мурашов А., Бочкарев Р. Особенности конкуренции на рынке медицинских услуг и товаров медицинского назначения // Маркетинг. 2001. № 4. С. 98.
- 18 Арсюткина Л.Н. Прогнозирование структуры и тенденций развития системы бытового обслуживания региона: Автореф. дис. ... канд. экон. наук. М., 1985.
- 19 Асфядярова З.Н. Экономическая база развития непроизводственной сферы региона: Автореф. дис. ... канд. экон. наук. М., 1997.
- 20 Антипина О.В. Государственное управление. М.: Экономика, 2002.
- 21 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.
- 22 Ахинов Г.А. Социальные аспекты экономической реформы в России. М.: МГУ, 1998.
- 23 Бабич А.М., Егоров Е.В. Экономика и финансирование социально-культурной сферы. Казань, 1996.
- 24 Бабич А.М., Егоров Е.В., Жильцов Е.Н. Социальная сфера в условиях перехода к рынку. М., 1995.
- 25 Бабич А.М., Егоров Е.В., Жильцов Е.М. Социальная сфера в условиях перехода к рынку. М.: РАУ, 1993.
- 26 Бабич А.М., Павлова Л.Н. Государственные и муниципальные финансы. М., 1999.
- 27 Баканов М.И., Шеремет А.Т. Теория экономического анализа. М.: Финансы и статистика, 1997.
- 28 Балалова Е.И. Статистический анализ регионального рынка бытовых услуг: Автореф. дис. ... канд. экон. наук. М., 1999.
- 29 Баринов В.П. Региональные проблемы управления и планирования сферы обслуживания. М.: Наука, 1989.
- 30 Бухтерева И.Н. Организационно-экономический механизм предоставления малообеспеченным гражданам бытовых услуг (на примере г. Москвы): Автореф. дис. ... канд. экон. наук. М., 2001.
- 31 Бурджалов Ф.Э. Современная социальная политика: между планом и рынком: Учеб. пособие. М., 1996.

- 32 Бушуева И.В. Управление бытовым обслуживанием на региональном уровне: Автореф. дис. ... канд. экон. наук, М., 1996.
- 33 Вальтер Г.М. Социально-экономические проблемы перехода сферы услуги к рынку. М., 1993.
- 34 Введение в институциональный анализ / Под ред. В.Л. Тамбовцева. М.: МГУ, 1998.
- 35 Гальперин В.М., Гребенников П.И., Леуский А.И., Тарасевич Л.С. Экономика. СПб., 1994.
- 36 Государственное регулирование рыночной экономики // Под общ. ред. В.И. Кушлина и Н.А. Волгина. М.: Экономика, 2000.
- 37 Говрякова Н.Н. Государственное регулирование процессов формирования социально ориентированной рыночной экономики в регионе: (на примере Респ. Молдавия): Автореф. дис. ... канд. экон. наук. Саранск, 1998.
- 38 Голубков А.И. Развитие местного самоуправления в системе управления крупным городом. М.: ЮНИТИ, 2001.
- 39 Государственное регулирование экономики переходного периода / Под ред. И.Я. Каца. Ульяновск: СВНЦ, 1997.
- 40 Государственное регулирование рыночных отношений / Отв. ред. И. Черчикова. М.: Феникс, 2001.
- 41 Государственное регулирование экономики и социальный комплекс / Под ред. Т.Г. Морозовой. М., 1997.
- 42 Данков С.А. Местное самоуправление: финансово-экономические проблемы: Автореф. дис. ... канд. экон. наук. М., 1998.
- 43 Дмитриев В.И. Основы изучения и прогнозирования спроса на бытовые услуги. М.: Экономика, 1986.
- 44 Дорогов Н.Н. Государственное управление региональным хозяйством. Иваново: ИвГУ, 1998.
- 45 Егорова Е.И. Управление сферой бытовых услуг в условиях смешанной экономики. М.: ЮНИТИ, 2001.
- 46 Жильцов Е.Н. Основы формирования хозяйственного механизма в сфере услуг. М.: МГУ, 2001.
- 47 Жильцов Е.Н., Восколович И.А., Казаков В.Н. Экономика сферы платных услуг. Казань, 1996.
- 48 Журавкова И.В. Анализ развития бытового обслуживания населения региона (на примере Тюменской области): Автореф. дис. ... канд. экон. наук. М., 1990.
- 49 Иванченко Л.А., Гневко В.А. Организационные и правовые приоритеты управления региональной экономикой // Бизнес центр. 1998.
- 50 Индустрия сервиса в XXI веке: социально-гуманитарный сервис / Под общ. ред. Ю.П. Свириденко. М.: Моск. гос. ун-т сервиса. 2000.
- 51 Иноземцев В. Спрос: анализ и управление. М.: Финансы и статистика, 2002.
- 52 Индустрия сервиса в XXI веке: Тезисы докладов и выступлений Второй международной конференции / МГУ сервиса. М., 2000.
- 53 Каретников М.В., Каретникова Т.М. Государственное регулирование экономики. Минск: Челябинский Дом печати, 1998.
- 54 Каримов Р.М. Совершенствование финансовой системы в трансформационной экономике региона: Учеб. пособие. М.: Изд-во Института экономики и управления, 1998.
- 55 Кретов И.О. Регулирование развития сферы услуг в регионе. М.: Статистика, 2001.
- 56 Кисельников А.А. Зарубежный опыт проведения рыночных реформ и управления региональной экономикой. Новосибирск: СибУПК, 1998.
- 57 Колгушкина А.В. Информационное обеспечение планирования развития бытового обслуживания на региональном и внутрифирменном уровне. М., 1997 г.
- 58 Концепция развития профессионального образования в области сервиса / Под ред. Ю. П. Свириденко. М., 1997.
- 59 Корягина Т.И. Платные услуги в СССР. М.: Экономика. 1990.
- 60 Котлер Ф. Основы маркетинга: Пер. с англ. М.: Прогресс, 1990.
- 61 Кротова Е.Л. Бытовое обслуживание населения: проблемы адаптации к рынку. Екатеринбург, 1996.
- 62 Кулиш Н.И. Социально-экономические основы местного самоуправления: Автореф. дис. ... канд. экон. наук. Екатеринбург, 1998.
- 63 Кульман А. Экономические механизмы: Пер. с фр. М.: Международные отношения, 1993.
- 64 Кунц Г., О' Доннел С. Управление: системный и ситуационный анализ. М.: Прогресс, 1982. Т. 1,

- 65 Курс социально-экономической статистики: Учеб. для вузов / Под ред. проф. М.Г. Назарова. М.: Финстатинформ, ЮНИТИ – ДАНА, 2000.
- 66 Ларина Н.И., Кисельников А.А. Региональная политика в странах рыночной экономики. М.: Экономика, 1998.
- 67 Лексин В.Н., Швецов А.Н. Социальные последствия реформ. Правовые и бюджетные аспекты. М., 1999.
- 68 Леонов С.Н. Региональная экономическая политика в переходной экономике. Владивосток: Дальнаука, 1998.
- 69 Малахов С.А. Лицензирование деятельности в механизме государственного регулирования: социально-экономический аспект: Автореф. дис. ... канд. экон. наук. Волгоград, 1997.
- 70 Малышков В.И. Стратегия развития потребительского рынка в условиях преобразования экономики: Автореф. дис. ... канд. экон. наук. М., 1998.
- 71 Маркова В.Д. Маркетинг услуг. М.: Финансы и статистика, 1996.
- 72 Маслов И.А. Организация управления сферой бытового обслуживания населения в условиях экономической реформы. М., 1990.
- 73 Мигунов О.Б. США: сфера услуг. М.: АН СССР. 1984.
- 74 Мильнер Б.З. Организационно-целевое управление. М.: Наука, 1980.
- 75 Мисихина С.Г. Социальные пособия, льготы и выплаты в Российской Федерации. Распределение по группам населения с различным уровнем дохода: проблемы и решения. М., 1999.
- 76 Мовин С.А. Программно-целевое государственное регулирование рыночной экономики: Автореф. дис. ... канд. экон. наук. М., 1998.
- 77 Муниципальная собственность как экономическая основа местного самоуправления: Материалы рос. науч.-практ. конф. 1997, 8–9 дек / Гл. ред. А.Н. Рябцев; УГЭУ. Екатеринбург, 1998.
- 78 Начальный курс рыночной экономики / Под ред. Г.И. Фельдмана М.: Экономика, 1992.
- 79 Научные основы регионального социально-экономического мониторинга / Под ред. А.В. Ивановского, В.Е. Рохчина. СПб.: ИСЭП, 1998.
- 80 Нестеров Л.И. Особенности развития регионов России // Федерализм. 1998. № 3.
- 81 Новиков А.Н. Прогнозирование региональной системы бытового обслуживания населения в условиях рыночных отношений: Автореф. дис. ... канд. экон. наук. М., 1991.
- 82 Новый облик рынка услуг // Экономика и жизнь. 1997. № 48.
- 83 Общероссийский классификатор услуг населению. М.: Изд-во стандартов, 2000.
- 84 Объем платных услуг населению // Вестник статистики. 1997. № 7.
- 85 О ситуации на потребительском рынке услуг // Госкомстат России, статистический бюллетень. 2001. № 7 (81).
- 86 Осипова Ю.М. Принципы хозяйственной самоорганизации. М.: МГУ, 1993.
- 87 Павлов Т.Ю. Международная капиталистическая торговля услугами и проблемы ее регулирования. М.: Экономика, 1987.
- 88 Песоцкая Е.В. Маркетинг услуг: Учеб. пособие. СПб.: Питер, 2002.
- 89 Пешехонов Ю.В., Водопьянов С.Ю. Современные проблемы финансирования социальной сферы // Финансы. 1998. № 10.
- 90 Пикулькин А.В. Система государственного управления / Под ред. проф. Т.Г. Морозовой. М.: Закон и право. ИО "ЮНИТИ", 1997.
- 91 Платонова Н.А. Экономические проблемы бытового обслуживания в период формирования рынка. М., 1995.
- 92 Платные услуги населению области: Стат. сб. / Тамбовский облкомстат. Тамбов, 2001.
- 93 Плупеников В. Н. Организационно-экономические аспекты развития рынка труда в регионе (на примере Московской области): Автореф. дис. ... канд. экон. наук. М., 2001.
- 94 Проблемы менеджмента и совершенствование маркетинговой деятельности в сфере услуг: Сб. науч. тр. / Под ред. Л.Б. Сульповара. М., 1994.
- 95 Проблемы формирования рыночных отношений в сфере услуг: Сб. науч. тр. / Под ред. Л.Б. Сульповара. 1994.
- 96 Проблемы практического маркетинга в сфере сервиса: Сб. докл. участников Второй Всероссийской науч.-практ. конф. / Под ред. Н.А. Платоновой, И.В. Бушуевой, О.И. Вапнярской / МГУ сервиса. М., 2001.
- 97 Региональное развитие: опыт России и Европейского Союза / Рук. авторского коллектива и отв. ред. академик РАН А.Г. Гранберг. М.: Экономика, 2000.
- 98 Региональный маркетинг сферы услуг: Сб. тр. / МГУ сервиса. М., 2001.

- 99 Римащевская Н.М. Проблемы развития сферы услуг. М., 1989.
- 100 Розанова Н.М. Экономическая теория рынков. М.: МГУ, 1998.
- 101 Романович В.К. Институциональная структура сервиса в сфере услуг // М.: Социально-технол. ин-т. МГУС, 2001.
- 102 Романович В. К. Институциональная структура сервиса в организационно-экономическом содержании сферы услуг: Автореф. ... д-ра экон. наук. М., 2001.
- 103 Российский статистический ежегодник // Госкомстат России. 2001.
- 104 Соловьев Б.И., Сонжелов В.Х. Планирование экономического и социального развития региона. Волгоград, 1992.
- 105 Современные социально-экономические проблемы регионального рынка товаров и услуг: Тез. докл. Саратов, 1996.
- 106 Соломенникова В.Г. Организационно-экономический механизм регионального регулирования развития социальной сферы. М.: ГАУСБ, 1999.
- 107 Социальная статистика: Учебник / Под ред. И.И. Елисеевой. М.: Финансы и статистика, 1997.
- 108 Социальная сфера: проблемы развития в современных условиях / Под ред. И.В. Козловой и Н.А. Платоновой. М.: ГАСБУ, 1995.
- 109 Сосунова И., Нифонтова Р., Селиверстова В. Бытовое обслуживание населения: мнение экспертов и потребителей // Маркетинг. 2002. № 2.
- 110 Социальная сфера: проблемы развития в современных условиях / Под ред. А.В. Колгушкиной и Н.А. Платоновой. М.: ГАСБУ, 1997. № 3.
- 111 Социальная сфера: проблемы развития в современных условиях / Под ред. А.В. Колгушкиной и Н.А. Платоновой. М.: ГАСБУ, 1998. № 4.
- 112 Социальная сфера: проблемы развития в современных условиях: Сб. науч. тр. / Под ред. Н.А. Платоновой // МГУ сервиса. М., 1999. № 5.
- 113 Социальная сфера: проблемы развития в современных условиях: Сб. тр. / Под ред. Н.А. Платоновой, О.И. Вапнярской // МГУ сервиса. М., 2000. № 7.
- 114 Социальные последствия экономических преобразований и приватизации в Российской Федерации. Ключевые проблемы и решения. М., 1999.
- 115 Социальные последствия экономических преобразований и приватизации в РФ. Социологические исследования. М., 1999.
- 116 Статистика рынка товаров и услуг / Под ред. И.К. Белявского. М.: Финансы и статистика. 2001.
- 117 Статистический ежегодник, 2002 г.: Стат. сб. / Тамбовский облкомстат. Тамбов, 2003.
- 118 Статистические отчеты предприятий по услугам за 1990 – 2002 гг.
- 119 Структурные проблемы развития экономики социальной сферы в рыночных условиях / Под ред. Е.Н. Жильцова. М.: МГУ, 1998.
- 120 Стратегия развития российской экономики и программа первоочередных шагов. М.: Ин-т экономики РАН, 1996.
- 121 Сульповар Л.Б. Маркетинг потребительских товаров и услуг. М.: МТН, 1992.
- 122 Супян В.Б., Шейман И.М. Тенденции интенсификации сферы услуг США // США – Экономика, политика, идеология. 1987. № 3.
- 123 Сфера бытового обслуживания в США // Научно-технические достижения и передовой опыт в области БОН: Информационный сборник. Мб, 1990.
- 124 Сфера бытового обслуживания в США. Совершенствование управления сферой услуг, современные формы предприятий // Реферативный обзор. 1991. № 2.
- 125 Сфера быта: перемены назрели // Экономика и жизнь. 1994. № 50.
- 126 Сфера бытового обслуживания в США. Научно-технические достижения и передовой опыт в области БОН: Информационный сб. 1990. Вып. 6.
- 127 Сфера услуг в России: Стат. сб. / Госкомстат России. М., 2000.
- 128 Сфера услуг: новая концепция развития экономики. М., 1984.
- 129 Сфера услуг: проблемы и перспективы развития. Формирование сферы услуг / Под ред. Ю.П. Свириденко. М., ВЕГА ИНТЕЛ XXI, 2000. Т. I.
- 130 США: рынок потребительских товаров и услуг. М., 1983.
- 131 Талонов А.В. Организационно-экономический механизм развития рыночных отношений в жилищно-коммунальном хозяйстве: Автореф. дис. ... канд. экон. наук. М., 1998.

132 Тамбовцев В.Л. Государство и переходная экономика: пределы управляемости. М.: МГУ, 1998.

133 Тамбовцев В.Л. Исследования по метаэкономике. М.: МГУ, 1998.

134 Тамбовцев В.Л. Экономика и математические методы. М., 1998.

135 Танци В. Роль государства в экономике: эволюция концепций: Пер. с англ. // Мировая экономика и международные отношения. 1998. № 10.

136 Теория переходной экономики. Макроэкономика / Под ред. В.В. Герасименко. М.: МГУ, 1998.

137 Трощевский Ю.И. Государственное регулирование экономики в период формирования рыночных отношений / Под ред. И.Т. Корогодина. Воронеж, 1998.

138 Уколов В.Ф., Ситников П.И. Управление эффективностью услуг. Развитие общественного и частного предпринимательства. М.: Московский рабочий, 1991.

139 Уколова А.Г. Предпринимательство в коммерческом секторе услуг при переходе к рынку: Автореф. дис. ... канд. экон. наук. М., 1994.

140 Управление хозяйственным механизмом на предприятиях сервиса / Под ред. В.Н. Соловьева, Д.В. Шопенко, СПб., 1995.

141 Гутман Р.В., Мироедов А.А., Федин С.В. Управление региональной экономикой / Под ред. Р.В. Гутмана. М.: Финансы и статистика, 2001.

142 Фролов В.П. Региональное программирование в переходной экономике. М.: Прогресс, 2002.

143 Федорец М.Н. Маркетинговые исследования и анализ потребителя рынка услуг // Маркетинг в России и за рубежом. 2002. № 6. С. 16–17.

144 Хольцер М., Бухарт Г., Мартин Д.В. и др. Эффективность государственного управления: Пер. с англ. // Частный сектор в сфере обслуживания. Экономика и жизнь. 1991. № 45.

145 Христофорова И.В. Совершенствование маркетинговой деятельности на предприятиях бытового обслуживания населения (на примере предприятий по пошиву одежды). // Автореф. дис... канд. экон. наук. М., 1997.

146 Черковец В.Д.. Развитие социально-культурных отраслей в условиях местного самоуправления. М.: Феникс, 2001.

147 Шагас Н.Л., Туманова Е.А. Макроэкономика-2. (Долгосрочный аспект). М.: МГУ, 1998.

148 Шагас Н.Л., Туманова Е.А. Макроэкономика-2. (Краткосрочный аспект). М.: МГУ, 1998.

149 Шамхалов Ф.И., Нечипоренко В.С. Государственная поддержка предпринимательства в России. М.: Экономика, 1997.

150 Шаронов А.В., Ильин И.А. Управление социальными процессами в России: формирование системы минимальных социальных стандартов. М., 1999.

151 Шаронов А., Ильин И. Формирование системы государственных минимальных социальных стандартов // Экономист. 1999, № 1.

152 Шнякина Ю.Р. Формирование и развитие системы муниципального управления и сферы общественных услуг // Автореф. дис. ... канд. экон. наук. М., 1997.

153 Экономика общественного сектора: Учеб. пособие / Под ред. Е.Н. Жильцова, Ж.Д. Лафея. М.: МГУ, 1998.

154 Экономика / Под ред. А.С. Булатова. М.: Изд-во «БЕК», 1995.

155 Экономика сферы платных услуг / Под ред. Е.Н. Жильцова. Казань, 1996.

156 Экономическая теория: Учеб. для вузов / Под ред. Г.П. Журавлевой, В.М. Юрьева. Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2000.

157 Экономические аспекты социальной политики в Российской Федерации: Материалы междунар. конф. М., 1999.

158 Энтони Б. Аткинсон, Джозеф Э. Стиглиц. Лекции по экономической теории государственного сектора / Пер. с англ.; под ред. Л.Л. Любимова. М., 1995.

159 Юдаев О.Б. Планирование социально-бытовой инфраструктуры – социологический подход. М.: Экономика. 1990.

160 Ядгаров Я.С. Бытовое обслуживание. Экономика и культура сервиса. М.: Экономика, 1990.

161 Ядгаров Я.С. Теоретико-методические и практические проблемы демонополизации и приватизации в сфере услуг. М.: Изд-во Российской экономической академии. 1993.

162 Якобсон Л.И. Эффективность и качество работы в непроизводственной сфере. М., Экономика, 1984.

163 Якобсон Л.И. Экономические методы управления в социально-культурной сфере. М.: Экономика, 1991.

- 164 Якобсон Л.И. Экономика общественного сектора. М.: Аспект пресс, 2002.
- 165 Яндиев М.И. Региональные и местные бюджетные системы. М.: МГУ, 1998.