

N. V. Knyazeva, A. V. Kiseleva, T. A. Shindina

PARTICULARITY IN FUNCTIONING OF THE REGIONAL REAL ESTATE MARKET IN POSTCRISIS PERIOD

The article considers problems of investors of construction business., especially during the difficult postcrisis period., Distinctive features of the real estate market, and the factors complicating the analysis performance are shown. Also problems of making decisions on the basis of qualitative marketing economic and expert researches. Some criteria of regional differences which should be taken into account for the further development of construction branch are given.

Keywords: the real estate market, development, marketing research, building business, the regional market.

© Князева Н. В., Киселева А. В., Шиндина Т. А., 2010

УДК 338.465

Г. П. Тарасова, Т. Г. Бутова, Т. В. Решетова

РЫНОК БЫТОВЫХ УСЛУГ: ОСОБЕННОСТИ РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ (НА ПРИМЕРЕ РЫНКА КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ)

Динамика развития рынка бытовых услуг Красноярского края отличается отставанием от общероссийского. Кроме того, в крае в 2008 г. отмечается снижение темпов роста объема бытовых услуг. Имея достаточно высокий потенциал, о чем свидетельствует доля бытовых услуг в общем объеме платных услуг в 2002 г., рынок бытовых услуг может быть привлекательным для среднего и малого бизнеса. Бизнес-решения и государственное регулирование в отрасли бытовых услуг должны опираться на прикладные научные исследования рынка, учитывающие современные тенденции, в частности фрагментацию рынка.

Ключевые слова: бытовые услуги, рынок бытовых услуг, фрагментация рынка бытовых услуг.

Уровень развития сферы услуг можно рассматривать как показатель социального и экономического развития регионов, а также как важнейшее условие обеспечения качества жизни населения. Основной задачей бытового обслуживания населения является создание комфортных условий жизни за счет рационализации домашнего хозяйства, тем самым, высвобождение времени для других целей: отдыха, самообразования, удовлетворения культурных потребностей.

Бытовое обслуживание населения представляет собой традиционный и наиболее объемный сектор сферы платных услуг населению РФ, доля которого составляет, по данным статистики, почти 10 % [1]. Бытовое обслуживание является сферой для активной деятельности малого предпринимательства. Краевая целевая программа «Развитие субъектов малого и среднего предпринимательства в Красноярском крае» на 2008–2010 гг. способствует решению проблем развития организаций бытового обслуживания [2]. Принятие программы, на наш взгляд, является весьма актуальным решением, так как при анализе развития рынка бытовых услуг Красноярского края были выявлены проблемы его развития.

Статистический анализ динамики развития рынка бытовых услуг показал рост объемов бытовых услуг как в целом по стране, так и по Красноярскому краю. За период с 2002 по 2008 гг. объем бытовых услуг увеличился в России в 3,2 раза (с 126,8 до 406,1 млрд руб.), в Красноярском крае – лишь в 2,1 раза (с 3,2 до 6,7 млрд руб.) (рис. 1, 2).

Сравнительный анализ темпов роста рынка бытовых услуг показал его отрицательную динамику в Красноярском крае. Так, в 2008 г. темп роста объема бытовых услуг в РФ составил 3,7 %, в то время как в крае отмечается снижение данного показателя на 1,3 %.

Оценивая динамику индексов физического объема бытовых услуг, исключая влияние цен, за 2002–2008 гг. можно сделать вывод о том, что в Красноярском крае отмечается неустойчивое развитие рынка с тенденцией к снижению, в отличие от общероссийской тенденции устойчивого хотя и незначительного роста (рис. 3).

Развитие услуг бытового обслуживания во многом зависит от уровня жизни населения и развития конкуренции. Несмотря на рост доходов населения, отмечается тенденция сокращения доли бытовых услуг в структуре платных услуг населению, причем в Красноярском крае более быстрыми темпами (рис. 4).

Так, за исследуемый период доля бытовых услуг в Красноярском крае снизилась на 5,3 %, в России – на 1,8 %. Как показывает анализ, с 2006 г. Красноярский край отстает от России по доле бытовых услуг в общем объеме платных услуг населению.

Между тем, следует отметить, что за исключением 2006 г. рост объемов бытовых услуг в Красноярском крае опережает рост объемов платных услуг, хотя отмечается тенденция к снижению темпов опережения (рис. 5).

Таким образом, статистический анализ регионального рынка бытовых услуг Красноярского края позволил

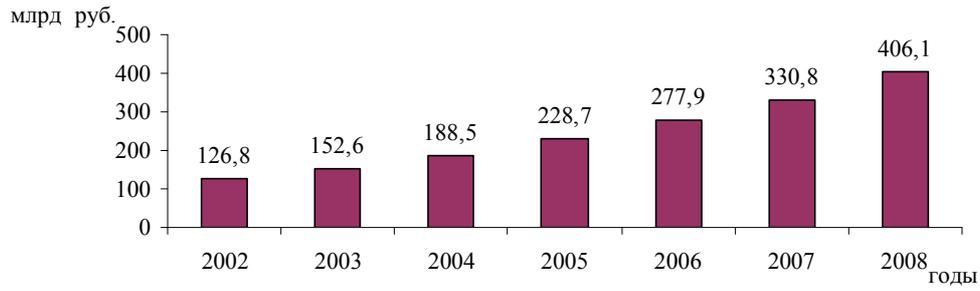


Рис. 1. Динамика развития рынка бытовых услуг в России за 2002–2008 гг. [1]

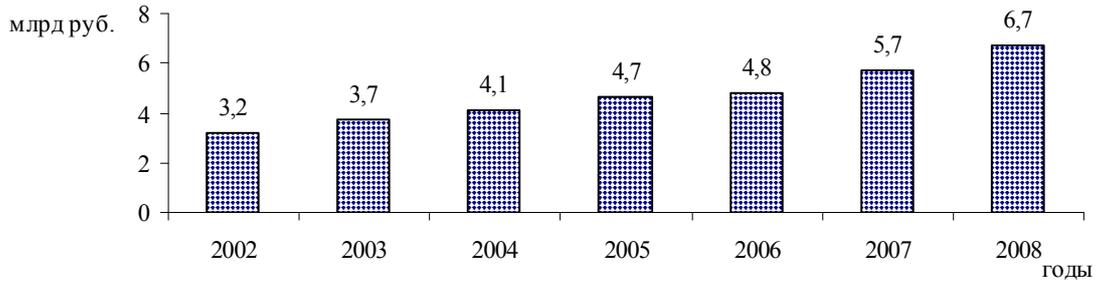


Рис. 2. Динамика развития рынка бытовых услуг в Красноярском крае за 2002–2008 гг. [3]

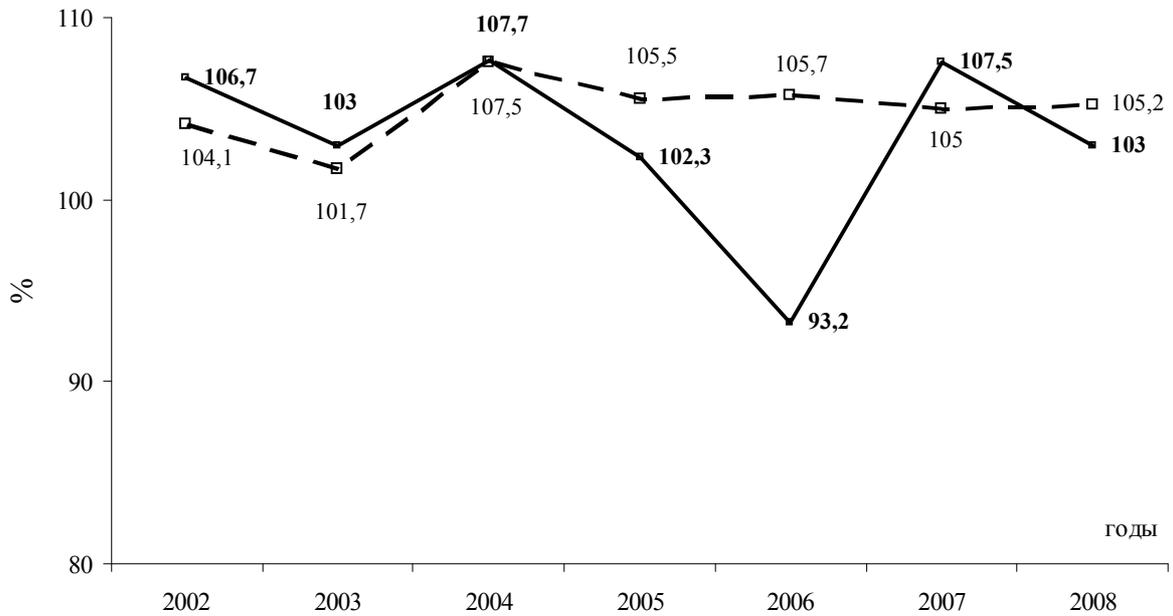


Рис. 3. Динамика индексов физического объема бытовых услуг по России и Красноярскому краю за 2002–2008 гг. [1; 3]:

—■— — Красноярский край; —□— — Россия

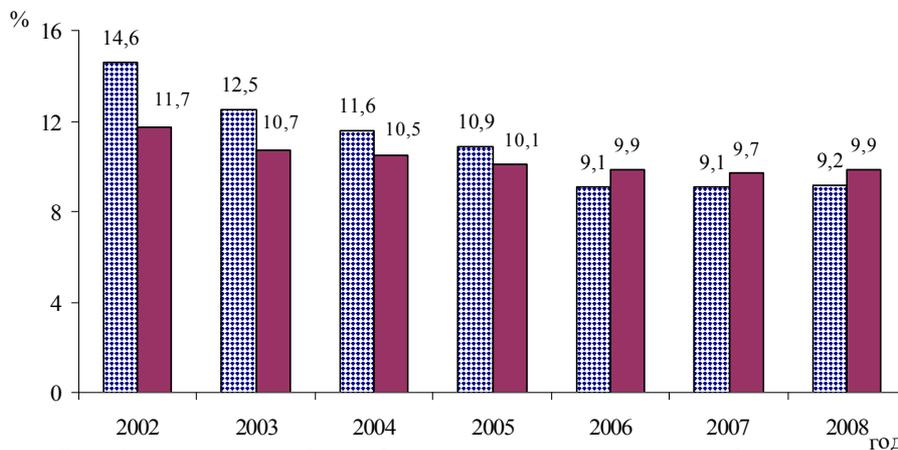


Рис. 4. Удельный вес бытовых услуг в общем объеме платных услуг населению в России и Красноярском крае за 2002–2008 гг. [1; 3]: ■ — Красноярский край; ■ — Россия

выявить проблемы его развития. Между тем, на наш взгляд, определить потенциальные возможности рынка бытовых услуг для бизнеса возможно на основе учета современных тенденций его развития.

Следует отметить, что на рынке бытовых услуг происходят такие же изменения, что и на других рынках, в частности фрагментация рынка на товарные сегменты [4]. Это обуславливает необходимость анализа подходов к определению товарных границ сегментов рынка бытовых услуг. Виды бытовых услуг чрезвычайно разнообразны, что вызывает необходимость их классификации с целью повышения результативности анализа. В настоящее время в России действует классификатор услуг населению «Общероссийский классификатор услуг населению» (ОКУН), в котором в укрупненную группу «Бытовые услуги» включены разнообразные, не всегда связанные с сущностью бытового обслуживания услуги [5]. Виды бытовых услуг в соответствии с ОКУН отражены в таблице.

Такой эклектический подход при современных тенденциях развития рынка бытовых услуг, заключающихся в товарной фрагментации и формировании рынка B2B, не позволяет провести качественно анализ и определить потенциал развития отдельных товарных рынков. Несовершенство ОКУН обусловило необходимость релевантной классификации бытовых услуг на основе научно обоснованных признаков.

Анализ литературы показал, что существует несколько подходов к классификации бытовых услуг. Некоторые авторы услуги, оказываемые предприятиями бытового обслуживания, разделяют на три группы [6]:

- услуги, связанные с созданием новых потребительских стоимостей (пошив одежды, обуви, изготовление мебели и т. д.);
- услуги, связанные с восстановлением ранее созданных потребительских стоимостей (ремонт одежды, обуви, мебели, прачечные и т. д.);
- услуги личного характера, направленные непосредственно на человека или на окружающие его условия и не фиксируемые в предметах потребления (услуги парикмахерских, услуги проката и т. д.).

Другие авторы, не проводя группировку услуг, включают новые виды, например, услуги ломбардов и ремонт часов, исключают некоторые виды, например, ритуаль-

ные услуги, обслуживание и ремонт транспортных средств, ремонт и строительство жилья и других построек, разделяют группу «ремонт и техническое обслуживание бытовой радиоэлектронной аппаратуры, бытовых машин и приборов, ремонт и изготовление металлоизделий» на отдельные услуги [7].

На наш взгляд, классификация бытовых услуг должна быть проведена на основе определения потребительской сущности бытовых услуг, определяемой тем, какую потребность удовлетворяет та или иная услуга. Поэтому прежде чем обозначить свой подход, дадим определение сущности категории «быт». В широком смысле под данной категорией понимается сфера внепроизводственной социальной жизни человека, область повседневной жизни, непосредственно связанная с удовлетворением материальных и духовных потребностей, воспроизводством человека, этноса, населения страны в целом. В узком смысле термин «быт» употребляется как домашний быт, представляющий уклад повседневной жизни людей [8]. Бытовые отношения зависят от способов ведения домашнего хозяйства, к которым можно отнести самообслуживание и использование наемного, т. е. оплачиваемого профессионального труда в форме бытовых услуг.

Среди группы бытовых услуг можно выделить две группы: бытовые услуги и небытовые. Первая группа включает услуги, направленные на изменение окружающей человека среды. В качестве объекта воздействия выступают материальные продукты, которые окружают человека в быту, вторая группа включает услуги, направленные на изменение внешнего вида человека.

Такой подход позволяет авторам сформулировать предложения по классификации бытовых услуг. Разделение бытовых услуг по укрупненным группам представлено в таблице. Учитывая определенную ранее сущность категории «быт», предлагаем к бытовым услугам отнести группы I, II, III, VII, VIII, IX.

Сравнительный анализ развития бытовых и небытовых услуг в России и Красноярском крае показал неравномерность развития отдельных видов (см. таблицу). Так, в целом по РФ основную долю занимают ремонт и строительство жилья и других построек (28,6%), а также техническое обслуживание и ремонт транспортных средств, машин и оборудования (25,4%), в крае наибольший удельный вес составляют услуги по ремонту и техническому

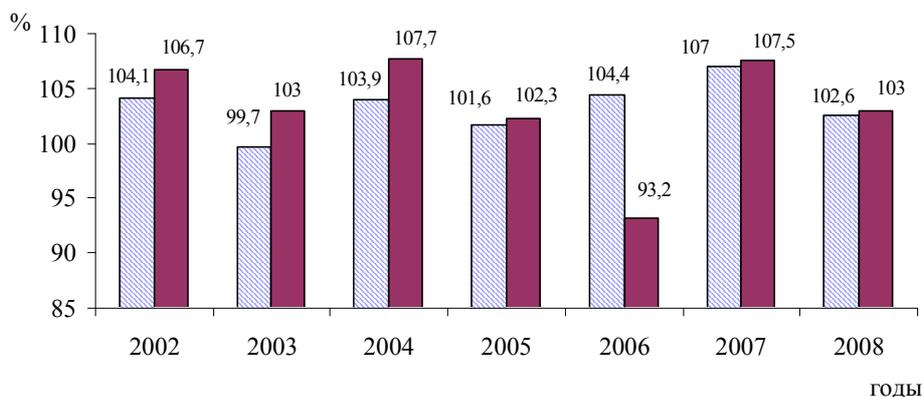


Рис. 5. Индексы физического объема платных и бытовых услуг населению в Красноярском крае за 2002–2008 гг. [1; 3]:

■ – платные услуги, всего; ■ – бытовые услуги

обслуживанию бытовой аппаратуры (24,9 %) и ремонту и строительству жилья (23,5 %). В 2008 г. в структуре бытового обслуживания населения Красноярского края по-прежнему преобладали услуги по ремонту и техническому обслуживанию бытовой радиоэлектронной аппаратуры, бытовых машин и приборов; услуги по строительству и ремонту жилья и других построек, на долю данных видов пришлось около 45 % всего объема бытовых услуг.

Однако, несмотря на значительную долю услуг по ремонту и техническому обслуживанию бытовой радио-

электронной аппаратуры, бытовых машин и приборов в общем объеме бытовых услуг, спрос на данный вид услуг снижается, в 2008 г. по сравнению с 2002 г. их удельный вес снизился на 12,9 %. При этом доля услуг по строительству и ремонту жилья за шесть лет возросла на 6,4 %.

За исследуемый период вырос спрос на услуги по техническому обслуживанию и ремонту транспортных средств, машин и оборудования – на 3 %, услуги парикмахерских (на 2,4 %), бань и душевых (на 1,6 %), услуги по ремонту и пошиву одежды (на 0,9 %). Снижение спроса

Динамика структуры бытовых услуг в России и Красноярском крае в 2002–2008 гг. [1; 3]

Все оказанные услуги		2002 г.		2003 г.		2004 г.		2005 г.		2006 г.		2007 г.		2008 г.	
		РФ	Красноярский край												
		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
В том числе:															
I	1.1. Ремонт и пошив обуви	2,9	10,3	2,9	10,5	2,8	11,4	2,7	11,1	2,6	11,2	2,4	10,3	2,3	10,1
	1.2. Ремонт и пошив одежды, пошив и вязание трикотажных изделий	10,8	3,5	10,2	3,1	9,7	3,7	9,2	3,9	8,3	4,5	7,6	4,3	7,2	4,4
	1.3. Химическая чистка и крашение	0,8	0,4	0,8	0,3	0,8	0,3	0,8	0,4	0,7	0,4	0,8	0,4	0,5	0,4
	1.4. Услуги прачечных	1,1	1,5	1,1	0,9	0,9	1	0,8	1,2	0,7	1,4	0,6	1,3	30	1,2
II	Ремонт и техническое обслуживание бытовой радиоэлектронной аппаратуры, бытовых машин и приборов, ремонт металлоизделий	8	32,9	7,7	32,9	7,4	34,2	6,5	33,1	6,1	27,9	5,7	24,9	5,2	22
III	Изготовление и ремонт мебели	1,9	2,9	1,9	2,1	1,9	1,8	1,8	1,6	3,2	1,2	4,1	1,3	0,8	1,8
IV	Ремонт и строительство жилья и других построек	25	16,7	25,9	20,3	27	18,7	27,4	20,2	28,3	21	28,6	23,5	26	23,1
V	Техническое обслуживание и ремонт транспортных средств, машин и оборудования	21,9	11	21,7	9,8	22	9	24,1	10,6	23,7	12,9	25,4	13	26	14
VI	Услуги фотоателье, фото- и кинолабораторий	3,3	2,4	3,1	1,9	2,7	2,3	2,5	2,4	2,3	2,5	2,1	2,4	2	2,3
VII	Услуги бань и душевых	1,9	2,1	2	1,7	1,9	1,9	1,9	2,3	2	3,2	2	3,3	2,2	3,7
VIII	Услуги парикмахерских	6,5	2,2	6,7	2,2	6,7	2,4	6,9	2,1	7,2	2,6	7,1	3	7,8	4,6
IX	Ритуальные услуги	6,9	10,5	7,3	9,9	7,7	10,2	8	9,7	8,2	10,6	7,8	11,2	7,2	10,8
X	Услуги по прокату	0,3	0,2	0,4	0,1	0,5	0,1	0,5	0,2	0,5	0,2	0,5	0,4	0,7	0,5
	Прочие бытовые услуги	8,7	3,4	8,3	4,3	7,7	3	6,9	1,2	6,2	0,4	5,3	0,7	4,7	1,1

произошло на такие услуги, как изготовление и ремонт мебели (–1,1 %), ремонт и пошив одежды, пошив и вязание трикотажных изделий (–0,9 %) и прочие услуги (–2,3 %). По остальным видам услуг изменения незначительны.

Данный анализ рынка бытовых услуг Красноярского края позволяет сделать вывод о том, что, несмотря на рост абсолютных показателей объема оказанных бытовых услуг, в данной сфере прослеживаются и негативные тенденции. Уменьшается доля бытовых услуг в общем объеме платных услуг, снижается спрос на определенные виды услуг. Поэтому в настоящее время большое значение имеет инновационное развитие сферы бытового обслуживания населения. Более совершенная организация функционирования бытовых предприятий будет способствовать росту рынка услуг на территории края, увеличению обеспеченности населения качественными услугами, и, как следствие, повышению уровня и качества жизни населения. Развитие рынка бытовых услуг обеспечит инвестиционную активность в данной сфере, создание новых рабочих мест и рост валового регионального продукта.

Библиографические ссылки

1. Федеральной службы государственной статистики : офиц. сайт. URL: www.gks.ru.
2. Краевая целевая программа «Развитие субъектов малого и среднего предпринимательства в Красноярском крае» на 2008–2010 гг. : Закон Красноярского края от 20 дек. 2007 г. № 4–1130 // Офиц. сайт Краснояр. администрации. URL: <http://admkrsk.ru>.
3. Государственный краевой отдел статистики : офиц. сайт. URL: www.statiskrs.ru.
4. Тарасова Г. П., Бутова Т. Г. Развитие рынка бытовых услуг в Красноярском крае // Современные проблемы маркетинга и менеджмента : сб. науч. тр. ; МЭСИ. М. : 2008.
5. Общероссийский классификатор услуг населению ОК 002-93 / Госстандарт России. М., 2008.
6. Зворыкина Т. И., Платонова Н. А. Техническое регулирование: сфера услуг. М. : Альфа-М, 2008.
7. Фирсукова В. В., Белобров М. В. Источники привлечения финансовых ресурсов в сферу бытовых услуг региона (на примере Московской области) // Сервисplus. 2008. № 2.
8. Большая советская энциклопедия. 3-е изд. М. : Советская энциклопедия, 1971.

G. P. Tarasova, T. G. Butova, T. V. Reshetova

THE MARKET OF CONSUMER SERVICES: FEATURES OF THE REGIONAL DEVELOPMENT (ON EXAMPLE OF THE MARKET OF KRASNOYARSK REGION)

Dynamics of development of the consumer services market services in Krasnoyarsk region gets behind all-Russian market. Besides, in 2008 the volume of consumer services in Krasnoyarsk region decreased at 1,3 %. Having high enough potential, as evidenced by the share of consumer services in total amount of paid services in 2002, the market of consumer services can be attractive to medium and small-scale business. The decision of business and state regulation in branch of consumer services should be based on applied scientific research of the market, taking into account current trends, fragmentation of the market, in particular.

Keywords: consumer services, market of consumer services, fragmentation of consumer market services.

© Тарасова Г. П., Бутова Т. Г., Решетова Т. В., 2010