

**МАРКЕТИНГОВЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА ПЛАТНЫХ УСЛУГ НАСЕЛЕНИЮ
В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА В РОССИИ****Владимир Александрович ТЁТУШКИН**кандидат технических наук, доцент кафедры экономического анализа и качества,
Тамбовский государственный технический университет, Тамбов, Российская Федерация
volodtetus@yandex.ru**История статьи:**

Получена 02.12.2016

Получена в доработанном
виде 16.02.2017

Одобрена 10.04.2017

Доступна онлайн 15.06.2017

УДК 338.46

JEL: E32, G01, I11, L84, L97

<https://doi.org/10.24891/fa.10.6.614>**Ключевые слова:** рынок,
платная услуга, маркетинг,
экономика, кризис,
население**Аннотация****Тема.** Анализ рынка платных услуг населению в условиях экономического кризиса.**Цели.** Объединение разрозненных фрагментов с данными, содержащимися в открытых источниках информации, для получения объема информации, позволяющего лучше понять взаимозависимости между участниками рынка платных услуг в РФ в условиях спада в экономике.**Методология.** В работе с помощью системного и статистического методов проанализированы аспекты влияния экономического кризиса на рынок платных услуг населению РФ.**Результаты.** Представлен анализ динамики платных услуг населению в период экономического спада в России. Рассмотрены индексы цен на различные виды услуг в годовом выражении. Выявлена доля сферы услуг в добавленной стоимости валового внутреннего продукта (ВВП) стран мира.**Выводы.** Платные услуги населению являются важной частью потребительских расходов. В России доля услуг в расходах традиционно ниже, чем в развитых странах, в основном из-за высокой доли продовольствия. Эти различия в структуре личного потребления, а также тенденции динамики цен и объемов платных услуг отражают значительное социальное неравенство в России. Богатые и бедные слои населения в целом пользуются схожим набором платных услуг в разных пропорциях, при разном соотношении с доходами и разном качестве самих услуг. При восстановлении экономического роста в России в будущем структура расходов населения станет постепенно приближаться к аналогу в среднеразвитых европейских странах: доля услуг будет расти, а продовольствия – снижаться.**Применение.** Область использования результатов охватывает научные исследования вузов, а также менеджмент финансовых, банковских и других заинтересованных государственных и частных организаций, оказывающих платные услуги населению в РФ.

© Издательский дом ФИНАНСЫ и КРЕДИТ, 2016

Введение

Будущее российской экономики объективно связано с развитием и совершенствованием рыночных отношений, а также эффективными преобразованиями в различных отраслях.

Рынок услуг, являющийся важнейшей составной частью территориальной социально-экономической системы, находится в настоящее время в состоянии противоречивых реорганизаций и поиска наиболее приемлемых форм функционирования и развития. Он представляет собой специфическую, сложную, разнородную, разветвленную социально-экономическую

сферу, включающую в себя множество различных видов деятельности, имеющих не только определенные сходства, но и порой весьма существенные различия.

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

Решение данных задач требует проведения глубоких научных исследований и разработки практических рекомендаций в области формирования и развития регионального

рынка платных услуг населению в современных условиях.

Даже в текущих условиях рецессии в РФ на фоне падения спроса на товары длительного пользования растут расходы населения на услуги в сферах образования, медицины и рекреации. Состоятельные слои населения России не готовы экономить на этих ключевых сферах развития человеческого капитала. Но в период кризиса обостряются проблемы доступа к качественным платным услугам относительно бедных и совсем бедных слоев населения. Проведем актуальный обзор научных источников по исследуемой тематике.

С начала 2013 г. сохранялся интерес населения к потреблению платных услуг, но с замедлением динамики. Причинами снижения спроса послужили замедление роста реальных располагаемых денежных доходов населения при накоплении задолженности по взятым кредитам на фоне очевидного ухудшения экономического состояния страны в целом и, как следствие, стремление минимизировать социальные риски за счет отказа от приобретения многих видов услуг.

Существенное влияние на рынок платных услуг оказывает высокий уровень цен [1]. В работе [2] рассматриваются особенности маркетинга платных услуг населению; воздействие специфики услуг на маркетинг и работу организации; показатели, влияющие на рынок платных услуг.

В статье [3] была разработана факторная модель зависимости потенциальной емкости рынка платных услуг населению Самарской области от индекса цен на эти услуги, доли населения с доходом не ниже прожиточного минимума и индекса роста среднедушевых доходов населения. На основе разработанной модели произведен интервальный прогноз емкости рынка платных услуг; определены прогнозные значения факторов, влияющих на их потребление услуг в регионе.

В исследовании [4] рассматриваются вопросы формирования и развития рынка платных

услуг и выявляются особенности его функционирования в условиях Таджикистана. Первоочередность и приоритетность создания обслуживающей системы не вызывает никаких экономических и социальных сомнений, тем более в районах с низким уровнем экономического развития и нового освоения.

В статье Т.А. Меркуловой¹ определяется роль платных услуг в экономике страны, рассматривается система непроизводственной сферы, анализируется рынок платных услуг населению в Краснодарском крае, делаются соответствующие выводы.

Работа [5] посвящена изучению проблем регионального рынка труда, а также сбалансированности спроса и предложения образовательных услуг на нем. Выделены основные проблемы начального, среднего и высшего профессионального образования на региональном уровне, обозначены пути решения.

В исследовании [6] проведен анализ интеграционных процессов высшего профессионального образования и бизнеса в контексте влияния на развитие локальных рынков. Проанализирована объективная необходимость развития локальных рынков с целью совершенствования функционирования региональных систем высшего образования и их внутренних элементов.

В статье [7] изучены общие вопросы продвижения консалтинговых компаний, в частности услуг, которые они предоставляют в условиях высококонкурентной среды локальных рынков; анализируются степень заинтересованности консалтинговых компаний в собственном продвижении и эффективность выбранных средств и методов продвижения.

В работе В.А. Шумаева² ввиду неустоявшегося мнения по поводу определения услуги

¹ Меркулова Т.А. Исследование рынка платных услуг, оказываемых населению Краснодарского края // Курорты. Сервис. Туризм. 2013. № 1. С. 38–41.

² Шумаев В.А. Деловые услуги на рынках // Новая наука: проблемы и перспективы. 2016. № 9-1. С. 125–129.

показаны базовые методологические подходы к установлению понятия и сущности услуги, проведен анализ основных классификаций и даны предложения по формированию перечня деловых услуг, оказываемых на российском рынке.

В исследовании [8] рассмотрены и проанализированы охранные услуги, их виды, нестратегические барьеры входа на рынок услуг безопасности (экономические, административные, организационные); определены задачи, требующие решения.

В статье [9] описывается опыт проведения маркетингового исследования для изучения отношения потребителей к новой услуге «Суперпокупка» (проект магазина «Товары для дома» по продаже техники в кредит); описан профиль целевой аудитории новой услуги и выявлены мотивы, побуждающие потребителей воспользоваться ею.

Умение нестандартно мыслить, действовать вне рамок традиционных схем зачастую является решающим фактором успеха компании на рынке. Не менее важно уметь принимать взвешенные, тщательно продуманные решения. Новый продукт или услуга могут вывести компанию в лидеры рынка, а могут, наоборот, пустить корабль бизнеса ко дну. Какой стратегии в отношении продвижения новшеств должен придерживаться предприниматель? Своими мыслями по этому поводу делится специалист в работе [10].

Исследование [11] рассматривает комплекс взаимосвязанных экономических и правовых проблем в сфере образования в целом и высшего профессионального образования в частности с учетом необходимости защиты долгосрочных интересов, невозможной в рамках чисто рыночных отношений, а также особенности провалов рынка в сфере оказания образовательных услуг.

В статье [12] рассмотрена проблема привлечения дополнительного объема перевозок за счет комплекса оказания услуг и

взаимодействия разных видов транспорта на основе взаимовыгодных, партнерских рыночных отношений при выстраивании транспортно-логистической цепи.

Работа Л.Г. Макаровой и М.Ю. Новичковой³ показала, что вступление России в новый этап развития, основанный на институциональной и технологической модернизации, обуславливает необходимость активного развития сферы консультационных услуг и соответствующих организационных форм их реализации.

Авторы представили результаты анализа деятельности консалтинговых фирм на основе проведенного анкетирования и полученной информации о востребованности консультационных услуг, выявления основных факторов, определяющих спрос и предложение видов консультационных услуг, обуславливающих отношения консультанта и клиента, а также сформулировали рекомендации по повышению уровня конкурентоспособности консалтинговых компаний.

В исследовании [13] отражены единые методологические основы функционирования и регулирования рынков жилья и жилищных услуг; проведена оценка состояния важнейших параметров взаимодействия этих рынков; обоснованы перспективы деятельности на них управляющих компаний.

В статье А.В. Фалеева⁴ проанализированы современные мировые тенденции рынка информационных услуг; выявлено влияние глобальных факторов на формирование национального информационного рынка; рассмотрены общенациональные тенденции, определена степень их влияния на региональный рынок информационных услуг Новосибирской области.

³ Макарова Л.Г., Новичкова М.Ю. Рынок консалтинговых услуг и конкурентоспособность консалтинговых компаний // *Лизинг*. 2013. № 5. С. 11–19.

⁴ Фалеев А.В. Формирование и развитие региональных рынков информационных услуг // *Директор по маркетингу и сбыту*. 2012. № 7. С. 29–35.

В работе [14] дается определение стагнации спроса и рассматриваются основные факторы, влияющие на нее; выявляются особенности услуги как объекта маркетинга; анализируется влияние специфических характеристик услуг на управление маркетингом компаний; формулируются основные проблемы управления маркетингом услуг в условиях стагнации спроса, вызванной падением платежеспособности покупателей.

В исследовании [15] раскрыты особенности использования и внедрения инноваций на рынке *private banking*; проанализирован зарубежный опыт применения инновационных продуктов и услуг в сегменте обслуживания состоятельных клиентов, в частности, изучены экологические инвестиции, *art-banking*, инвестиции в виноделие; выявлены предпосылки, условия и препятствия продвижения инновационных услуг для VIP-клиентов в России.

Соглашаясь с выводами авторов работ [1, 3, 5], важно уточнить, что анализируемая ситуация стабильна в регионах с диверсифицированной экономикой (где расходы на платные услуги находятся на среднероссийском уровне), аграрно-промышленных и менее развитых аграрных. В последних уровень расходов минимальный, а отсутствие спада может объясняться тем, что в траты входят только наиболее необходимые услуги.

Маркетинговый анализ динамики платных услуг населению в период экономического спада в РФ

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.

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

По данным Росстата о структуре использования валового внутреннего продукта, наибольшее отрицательное влияние на темпы падения экономики РФ в I квартале 2016 г. (–1,2% в годовом выражении) продолжает вносить сокращение расходов домашних хозяйств (–4,3%), что связано с сохранением отрицательной динамики доходов населения. Реальные располагаемые доходы сокращались с ноября 2014 г., а в I квартале 2016 г. они упали на 3,7%.

Потребление платных услуг населением отличается впечатляющей стабильностью на фоне сжатия спроса на товары: в 2015 г. оно снизилось лишь на 2% при падении розничных продаж на 10%. Объем платных услуг населению составил почти 7,9 трлн руб., что соответствует 17,3% добавленной стоимости всей сферы услуг в России. Подробнее соотношение структуры сферы услуг в целом и сектора платных услуг населению рассмотрено в *табл. 1*.

Темпы спада в секторе платных услуг населению в 2016 г. замедлились (*рис. 1*): реальный объем услуг за I полугодие снизился на 0,9% в годовом выражении. Плюсовые темпы прироста после января 2015 г. наблюдались только в феврале и мае 2016 г., причем февральский показатель объясняется дополнительным днем високосного года.

Максимальной глубины снижение объема платных услуг в годовом выражении достигло в декабре 2015 г. (–3,7%), что в том числе связано с потребительским бумом конца предыдущего года, обеспечившим высокую базу для последующих показателей.

В текущей кризисной ситуации население России меняет структуру потребления. В I полугодии 2015 г. на фоне резко возросшей продовольственной инфляции и опережающего падения спроса на непродовольственные товары в расходах россиян увеличилась доля продовольствия, что также отразило рост численности бедного и относительно бедного населения в стране. При этом относительно слабый спад в секторе платных услуг способствовал росту доли последних в объеме потребительских расходов населения (см. *рис. 1*).

Снижение продовольственной инфляции, позволившей населению сократить темпы прироста номинальных расходов на продукты питания, в 2016 г. привело к некоторому росту доли услуг в потребительских расходах. Так, в мае 2016 г. доля услуг в расходах населения составила 21,5% против 20,5% годом ранее, а в целом за 2015 г. – 20,7% по сравнению с 20,2% в 2014 г. [16].

Эта динамика также отчасти отражает эффект низкой базы, связанный со структурными особенностями потребления домохозяйств в России, которое традиционно отличается более низкой долей услуг по сравнению как с развитыми, так и с развивающимися странами.

Тремя ключевыми видами платных услуг, на которые в среднем за 2015 г. приходится 62,6% всего объема (*рис. 2*), являются жилищно-коммунальные (27,5%; из них на отопление, электроснабжение, газо-, водоснабжение и водоотведение пришлось 21,2%), транспортные (19%) и услуги связи (16,1%). Почти 11% приходится на бытовые услуги, 8% – на медицинские (включая санаторно-курортные), 6,8% – на образование.

Текущий кризис характеризуется снижением доли названных ключевых видов с 65,3% в 2013 г. до 62,6% в 2015 г., при этом за тот же период выросли доли медицинских услуг (с 6,9 до 8%) и образовательных (с 6,2 до 6,8%) [16].

Сезонно скорректированный объем платных услуг в I квартале 2016 г. оказался на 2,7% ниже максимума III квартала 2014 г. (*рис. 3*). Особенно сильное падение наблюдается в предоставлении туристических услуг (включая работу туроператоров): объем снижается с 2014 г. – в I квартале 2016 г. он был на 23% ниже по сравнению с IV кварталом 2013 г.

Во время кризиса население экономит на услугах туроператоров, самостоятельно планируя поездки. Динамика услуг в сфере туризма также отражает запреты, введенные в ноябре 2015 г. на организованные туры в Египет и – временно – Турцию, и ограничения на выезд за рубеж для сотрудников некоторых ведомств.

Естественной (и полезной) стороной кризиса внешнего туризма стало увеличение внутреннего туризма (по данным Ростуризма, эта доля в поездках россиян выросла до 22%).

Единственной группой услуг, потребление которых выросло за два года кризиса, стали медицинские – в I квартале 2016 г. их объем на 4,3% превысил уровень I квартала 2014 г. Использование остальных видов снизилось в период кризиса, но в 2016 г. начало постепенно восстанавливаться (особенно – жилищных и транспортных).

Анализ динамики цен на рынке услуг в кризисные периоды в РФ

Росту доли платных услуг в расходах населения России в период кризиса способствуют не только относительно низкие возможности конкуренции в этой сфере (получение качественных услуг за более низкую цену часто связано с дополнительными затратами времени на рассмотрение большого числа альтернативных предложений и, что немаловажно, с нарушением привычек, например при смене

школы или врача), но и инерционная специфика ценообразования на услуги.

Цены на услуги для населения реагируют на трудности в экономике России более плавно (их прирост замедляется) и с некоторым отставанием по сравнению с ценами на товары (рис. 4). Так было в 1998 и 2008–2009 гг.; так произошло и в 2015 г., когда цены на услуги также отстали от цен на товары. Но в ходе восстановления экономики можно ожидать, что общий темп прироста цен на товары вернется к уровню 2012–2014 гг.

После резкого повышения темпов прироста цен на услуги населению в 2015 г. в первой половине 2016 г. наблюдалось их снижение. Сейчас более четверти потребляемых платных услуг приходится на жилищно-коммунальные (ЖКУ), тарифы на которые в основном устанавливаются уполномоченными органами исполнительной власти субъектов Российской Федерации.

В период прошлого кризиса прошло резкое увеличение стоимости коммунальных услуг – на 22% в среднем за 2009 г. (рис. 5). Во время текущего кризиса цены на коммунальные услуги растут более низкими темпами – на 7,5% в среднем за 2015 г. Их сдерживает необходимость учета существенного ухудшения экономического положения населения из-за продолжающегося снижения реальных доходов. Тем не менее за 2015 г. на 20% увеличились цены на жилищные услуги (плата за государственное и муниципальное жилье, содержание и ремонт частного жилья, эксплуатацию домов), и хотя на их долю в 2015 г. пришлось лишь 6,3% от всех потребленных населением платных услуг, столь резкое увеличение цен сильно отразилось на общей тенденции роста стоимости услуг.

Прошлый кризис характеризовался ускорением роста цен на транспортные услуги, поскольку с 1 января 2008 г. во многих регионах России были увеличены тарифы на проезд в

различных видах транспорта, так что среднегодовой прирост цен составил 19%. Среди причин повышения тарифов – рост цен на топливо и удорожание содержания подвижного состава.

Повышение стоимости проезда в среднем проходит один раз в два года (2011, 2013 гг.), что приводит к цикличности увеличения темпов роста цен на транспортные услуги. В 2015 г. среднегодовой рост цен на них составил 10,7%, что на 1 п.п. больше, чем в 2013 г.

Во время предыдущего кризиса темпы роста цен на услуги связи, наоборот, замедлились, что во многом было связано с высокой базой 2007 г. и реформой некоторых тарифных зон Ростелекома. С начала 2008 г. годовые темпы роста цен на услуги связи не превышают 5%, и во время текущего кризиса также не наблюдается значительного увеличения цен на данный вид услуг.

Кризис 2008–2009 гг. характеризовался резким увеличением цен на услуги в сфере зарубежного туризма (почти на 22% в 2009 г.). Стоимость услуг внутреннего туризма повышалась медленнее (14% в 2009 г.). Ситуация в ходе текущего кризиса значительно отличается. Существенно более сильная девальвация рубля вместе с ограничениями на популярных недорогих направлениях зарубежного отдыха россиян, введенными в ноябре 2015 г. (из-за этого и упал общий объем туристических услуг, и поменялись направления), привели к увеличению рублевой стоимости услуг в сфере зарубежного туризма на 37% за 2015 г. На фоне снижения объема таких поездок растет спрос на внутрироссийский туризм, что привело к увеличению цен на услуги в этой сфере на 12% в 2015 г.

Маркетинговый анализ региональных различий в сфере платных услуг населению

В 2010–2012 гг. объем платных услуг рос по всем группам регионов, наиболее динамично –

в среднеразвитых (рис. 6). С 2013 г. высокоразвитые территории достигли точки насыщения, а в других группах рост замедлился.

Текущий кризис негативно отразился на объемах потребления платных услуг населению во всех группах регионов, кроме менее развитых, хотя темпы сокращения объемов услуг в целом значительно ниже темпов падения объемов розничных продаж товаров.

В высокоразвитых регионах, где на финансово-экономические центры приходится 85% суммарного объема услуг (в среднем за 2010–2016 гг.), объем платных услуг населению снизился в начале 2015 г. (показатель I полугодия на 3% ниже аналога 2014 г.), но уже в конце года наметилась тенденция к восстановлению. В развитых и среднеразвитых регионах объем платных услуг населению упал в меньшей степени, но продолжал снижаться и в 2016 г.

Объем платных услуг на душу населения по типам регионов в целом зависит от их уровня экономического развития (табл. 2). В высокоразвитых регионах (финансово-экономических и сырьевых экспортно ориентированных центрах) население в 2010–2015 гг. в среднем за месяц тратило на платные услуги соответственно 6,2 и 4,6 тыс. руб./чел. (в ценах 2013 г.). При этом у обоих типов регионов среднедушевой уровень расходов существенно снизился за 2015 г. – на 4–6%.

В регионах с опорой на добывающую промышленность среднемесячный душевой объем платных услуг за 2015 г. также уменьшился на 4%, а в среднем по России снижение составило 2%.

В Калмыкии (регионе с самым низким объемом платных услуг на душу населения в 2015 г.) 44% расходов на услуги в 2015 г. пришлось на жилищно-коммунальные услуги, 28% – на связь. В других регионах – аутсайдерах по душевому показателю (Туве, на Алтае и в отдельных регионах Северо-

Кавказского федерального округа) помимо названных услуг большую долю в общем объеме платных услуг занимают транспортные – 15–20% в 2014–2015 гг., что сопоставимо со среднероссийским уровнем (рис. 7).

Лидером по объему платных услуг на душу населения является Сахалинская область: в 2015 г. этот показатель в регионе составил 8,3 тыс. руб./чел. в месяц (в ценах 2013 г.). В первую десятку входят также другие дальневосточные регионы, Москва, Санкт-Петербург, Краснодарский край и Татарстан. Высокий среднедушевой уровень потребления услуг объясняется не только общим уровнем социально-экономического развития (например, в столичных регионах), но и высокой стоимостью услуг (например, жилищно-коммунальные услуги на Дальнем Востоке существенно дороже).

Основные статьи расходов населения на услуги в различных типах регионов в целом совпадают. Сильнее всего отличается от среднероссийских показателей структура платных услуг в столичных регионах, где самые высокие в России доли расходов на транспортные услуги (24% против 19% в среднем по стране) и услуги связи (19% против 16%), а также самые низкие в стране доли жилищно-коммунальных (21% против 28%) и бытовых (8% против 11%) услуг.

На планете роль данной сферы услуг, которая существенно шире рассмотренного ранее сектора платных услуг населению, в создании добавленной стоимости ВВП плавно растет, и с 2013 г. превышала 68% (табл. 3). Более высокие значения наблюдаются в развитых странах, хотя в странах с развитой промышленностью (Германия, Япония) доля сферы услуг ниже.

Относительно низким этот показатель остается в Китае и Индии – соответственно 50,5% (2015 г.) и 52,6% (2014 г.). Самая низкая доля услуг в добавленной стоимости ВВП сохраняется в менее развитых странах Африки и Азии.

На сферу услуг (всю, а не только платный сектор) в России приходится почти 2/3 добавленной стоимости ВВП, причем на протяжении 2006–2014 гг. ее доля в соответствии с общемировым трендом стабильно росла с 57% в 2005 г. до 63,7% в 2014 г.

В 2015 г. доля сферы услуг несколько сократилась до 62,8%, что ниже среднемировой, а ее объем достиг 45,4 трлн руб. В период кризиса 2008–2009 гг. этот сектор в России сокращался медленнее ВВП в целом (5% в 2009 г. при падении валовой добавленной стоимости ВВП на 6,7%) из-за резкого падения промышленного производства. В нынешний кризис картина обратная – сокращение на 3,8% в 2015 г. при падении валовой добавленной стоимости на 3,3%. Объем платных услуг населению в 2015 г. составил почти 7,9 трлн руб., что соответствует 17,3% добавленной стоимости всей сферы услуг.

Приоритетными направлениями развития и совершенствования регионального рынка услуг являются:

- совершенствование структуры рынка услуг на всех уровнях, позволяющее обеспечить высококачественное обслуживание населения;
- создание условий для максимального приближения комплекса бытовых услуг к месту жительства и работы;
- расширение сети предприятий службы быта и применение эффективных и прогрессивных форм обслуживания;
- расширение мощности и технической оснащенности предприятий бытового обслуживания, оптимизация режима их работы;
- совершенствование государственного регулирования рынка услуг.

А конечным результатом должен стать рост объемов производства и реализации услуг.

Заключение

По данным Росстата о структуре использования ВВП, наиболее сильно падение экономики России в I квартале 2016 г. (–1,2% в годовом выражении) продолжало предопределять сокращение расходов домашних хозяйств (–4,3%), что связано с сохранением отрицательной динамики доходов населения.

Потребление платных услуг отличается впечатляющей стабильностью на фоне сжатия спроса на товары: в 2015 г. оно снизилось лишь на 2% при падении розничных продаж на 10%. Объем таких услуг населению в 2015 г. составил почти 7,9 трлн руб., что соответствует 17,3% добавленной стоимости всей сферы услуг в России.

Ключевыми видами платных услуг населению являются жилищно-коммунальные (27,5% в 2015 г.), транспортные (19%) и услуги связи (16,1%). Текущий кризис характеризуется снижением их доли в общем объеме с 65,3% в 2013 г. до 62,6% в 2015 г. и ростом доли медицинских (с 6,9 до 8%) и образовательных (с 6,2 до 6,8%) услуг.

Объем платных услуг в I квартале 2016 г. с учетом сезонной корректировки оказался на 2,7% ниже максимального предкризисного уровня, достигнутого в III квартале 2014 г. Особенно сильное падение наблюдалось в объеме туристских услуг в связи с девальвацией рубля и ограничением популярных недорогих направлений зарубежного отдыха россиян (Египет и Турция) с ноября 2015 г.

Единственной группой услуг, потребление которых выросло за два года кризиса, стали медицинские услуги – в I квартале 2016 г. их объем на 4,3% превысил уровень I квартала 2014 г. В 2016 г. темпы спада в секторе платных услуг населению замедлились: реальный их объем за I полугодие снизился на 0,9% в годовом выражении, а в феврале и мае 2016 г. наблюдались положительные темпы прироста.

После резкого повышения цен на услуги населению в 2015 г. в первой половине 2016 г. наблюдается их снижение. Во время текущего кризиса цены на коммунальные услуги растут довольно низкими темпами (в среднем на 7,5% за 2015 г. против 22% за 2009 г.), зато цены на жилищные услуги выросли за 2015 г. на 20%, что отразилось на общей тенденции увеличения стоимости платных услуг.

Текущий кризис негативно отразился на изучаемой сфере во всех группах территорий, кроме менее развитых. В высокоразвитых регионах объем услуг снизился в начале

2015 г. (показатель I полугодия 2015 г. на 3% ниже показателя I полугодия 2014 г.), но уже в конце 2015 г. наметилась тенденция к восстановлению.

В развитых и среднеразвитых регионах объем платных услуг населению упал менее резко, но продолжал снижаться и в 2016 г. Этот показатель на душу населения по типам территорий зависит как от уровня развития, так и от местных отличий в стоимости услуг. При этом основные статьи расходов населения на услуги в различных типах регионов в целом совпадают.

Таблица 1

Сфера услуг как часть произведенного ВВП и платные услуги населению, 2015 г.

Table 1

Service industries as part of GDP and the paid services to the population, 2015

Раздел ОКВЭД	Добавленная стоимость сферы услуг в ВВП		Платные услуги населению	
	Название	Объем, трлн руб.	Название	Объем, трлн руб.
G	Оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования	11,4	Бытовые (частично: техобслуживание и ремонт транспортных средств, машин и оборудования; ремонт и строительство жилья и других построек и др.)	0,6
H	Гостиницы и рестораны	0,7	Услуги гостиниц и аналогичных средств размещения	0,2
I	Транспорт и связь	5,3	Транспортные, туристские	1,6
J	Финансовая деятельность	3,1	Услуги связи	1,3
K	Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	12,6	Жилищные, бытовые (частично: услуги фотоателье, услуги по прокату)	0,5
L	Государственное управление и обеспечение военной безопасности; обязательное социальное обеспечение	5,9	–	–
M	Образование	1,9	Услуги системы образования	0,5
N	Здравоохранение и предоставление социальных услуг	3	Медицинские, санаторно-оздоровительные, ветеринарные, социальные услуги, предоставляемые гражданам пожилого возраста и инвалидам	0,6
O	Предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг	1,2	Коммунальные, культурные, физической культуры и спорта, бытовые (частично: парикмахерские и косметические, ритуальные и др.), прочие виды услуг	2,5
P	Предоставление услуг по ведению домашнего хозяйства	0,5	–	–
G-P	Всего по сфере услуг	45,4	Всего платных услуг	7,9

Источник: данные Росстата

Source: Rosstat

Таблица 2

Среднемесячный объем платных услуг на душу населения по типам регионов в 2010–2015 гг.
(в ценах 2013 г.), тыс. руб./чел.

Table 2

The average monthly volume of paid services per capita by type of regions in 2010–2015, at 2013 values, thousand RUB per person

Группа	Тип регионов	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Высокоразвитые	Финансово-экономические центры	6,3	6,3	6,3	6,3	6,2	5,9
	Сырьевые экспортно ориентированные	4,4	4,5	4,6	4,7	4,7	4,4
Развитые	С диверсифицированной экономикой	3,4	3,5	3,6	3,7	3,8	3,8
	С опорой на обрабатывающую промышленность	2,6	2,7	2,8	2,8	2,8	2,7
	С опорой на добывающую промышленность	3,3	3,4	3,5	3,5	3,5	3,4
Среднеразвитые	Промышленно-аграрные	3	3,2	3,3	3,5	3,6	3,5
	Аграрно-промышленные	2,6	2,8	2,9	3	3,1	3,1
Менее развитые	Менее развитые сырьевые	2,7	2,9	3,2	3,2	3,2	3,2
	Менее развитые аграрные	1,7	1,8	1,9	1,9	2	2
РФ в среднем		3,5	3,6	3,7	3,8	3,8	3,7

Источник: данные Росстата и Аналитического центра при Правительстве РФ

Source: Rosstat and Analytical Center affiliated to the Government of the Russian Federation data

Таблица 3

Доля сферы услуг в добавленной стоимости ВВП стран мира в 2008–2015 гг., %

Table 3

Percentage of services in GDP value added of world countries in 2008–2015

Страна, регион	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Великобритания	77,1	78,5	78,5	78,3	78,6	78	78,4	79,2
США	77,2	78,7	78,4	78	78,2	77,9	78	–
Япония	71,3	72,8	71,3	72,7	72,8	72,4	72	–
Германия	69	71,5	69,1	68,6	68,4	68,9	69	69
Бразилия	67,3	69,2	67,8	67,7	69	69	70,8	72
Россия	59,5	61,7	61,4	62,2	62,9	63,3	63,7	62,8
Индия	53,9	54,5	54,6	49	50	50,9	52,6	–
Китай	42,9	44,4	44,2	44,3	45,5	46,9	48,1	50,5
Мир	66,3	68,1	67,5	67,3	67,8	68,1	68,5	–
Люксембург (1-е место в мире)	84,4	86,8	86,8	86,8	87,4	88	87,8	88,5

Источник: данные Всемирного банка

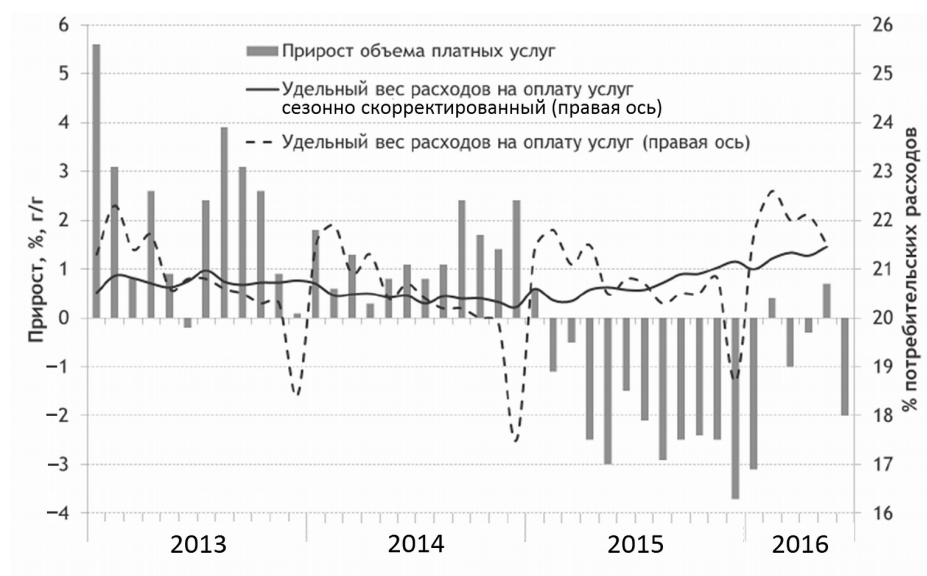
Source: The World Bank data

Рисунок 1

Динамика реального объема платных услуг населению в годовом выражении и доли расходов на оплату услуг в потребительских расходах в 2013–2016 гг., %

Figure 1

Dynamics of real volume of paid services to the population annualized and percentage spending on services out of consumer expenditures in 2013–2016, percentage points



Источник: данные Росстата

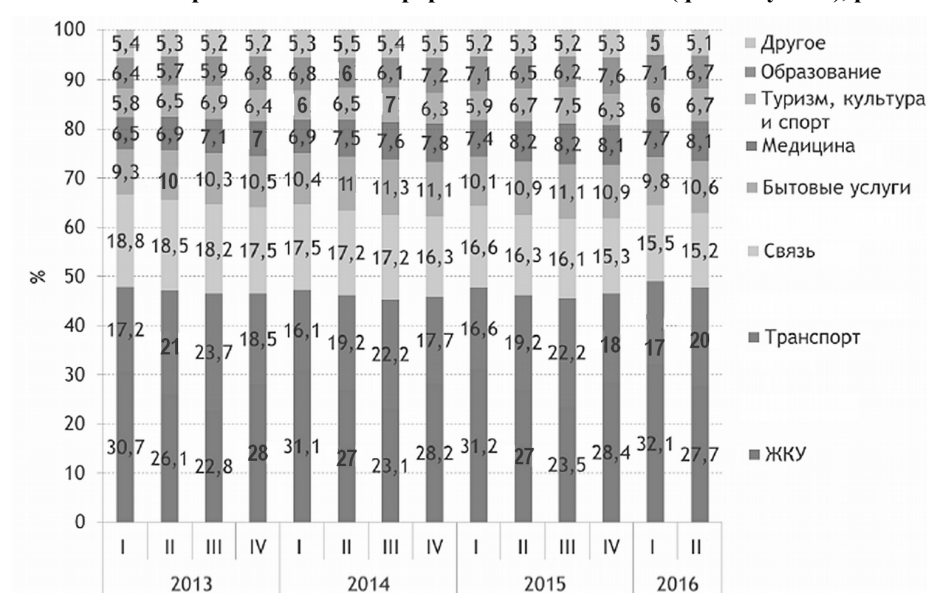
Source: Rosstat

Рисунок 2

Структура платных услуг населению в 2013–2016 гг. (квартальные данные), %

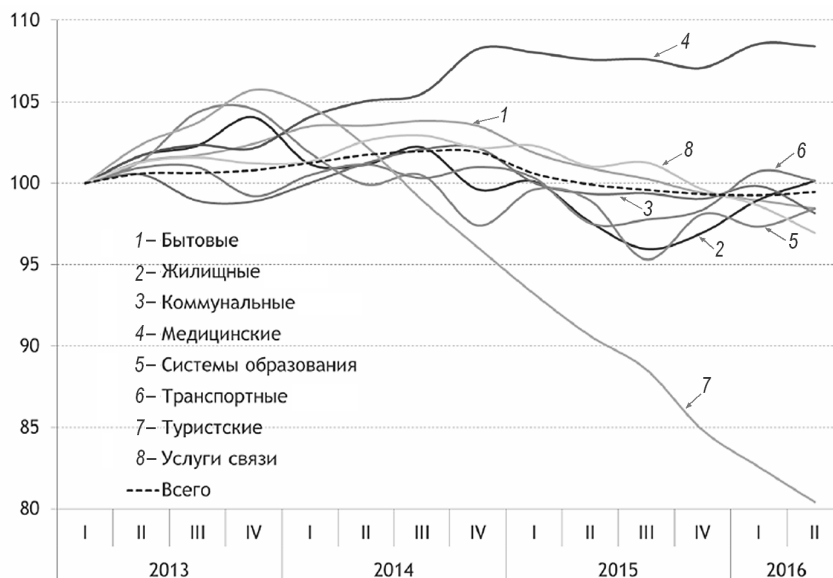
Figure 2

The structure of paid services to the population in 2013–2016 (quarterly data), percentage



Источник: данные Росстата

Source: Rosstat

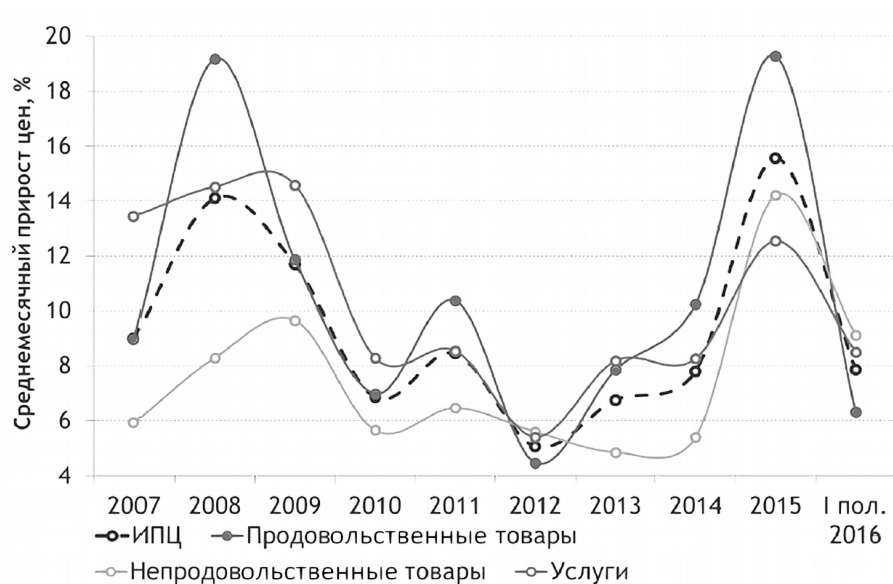
Рисунок 3**Динамика потребления различных видов услуг в 2013–2016 гг.*****Figure 3****Dynamics of different services consumption in 2013–2016***

* В постоянных ценах, квартальные данные, I квартал 2013 г. = 100%, сезонно скорректированные ряды.

Источник: данные Росстата

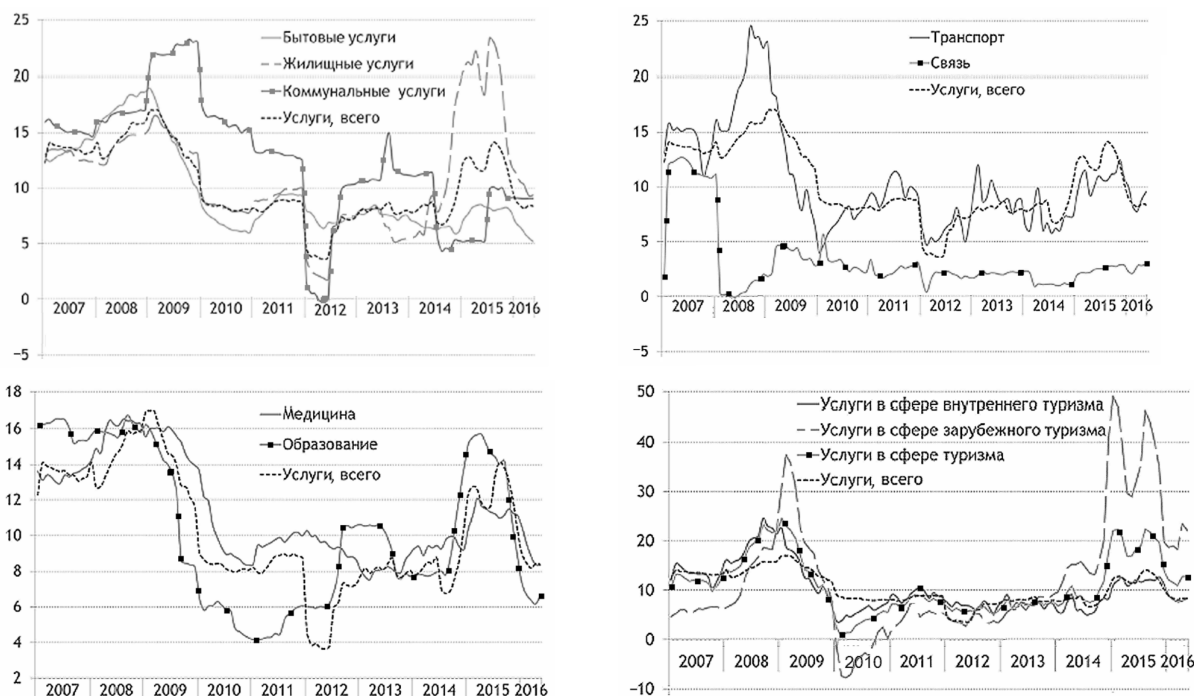
* In fixed prices, quarterly data, Q1 2013 = 100, seasonally adjusted series.

Source: Rosstat

Рисунок 4**Индекс потребительских цен в России и его компоненты в 2007–2016 гг.****Figure 4****The consumer price index in Russia and its components in 2007–2016**

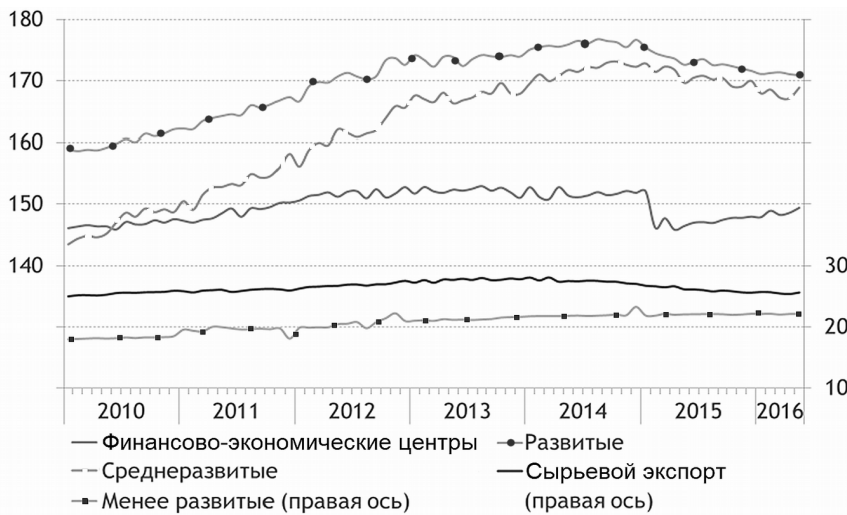
Источник: данные Росстата

Source: Rosstat

Рисунок 5**Индексы цен на различные виды услуг в 2007–2016 гг., % в годовом выражении****Figure 5****Price indices for various kinds of services in 2007–2016, percentage per year**

Источник: данные Росстата

Source: Rosstat

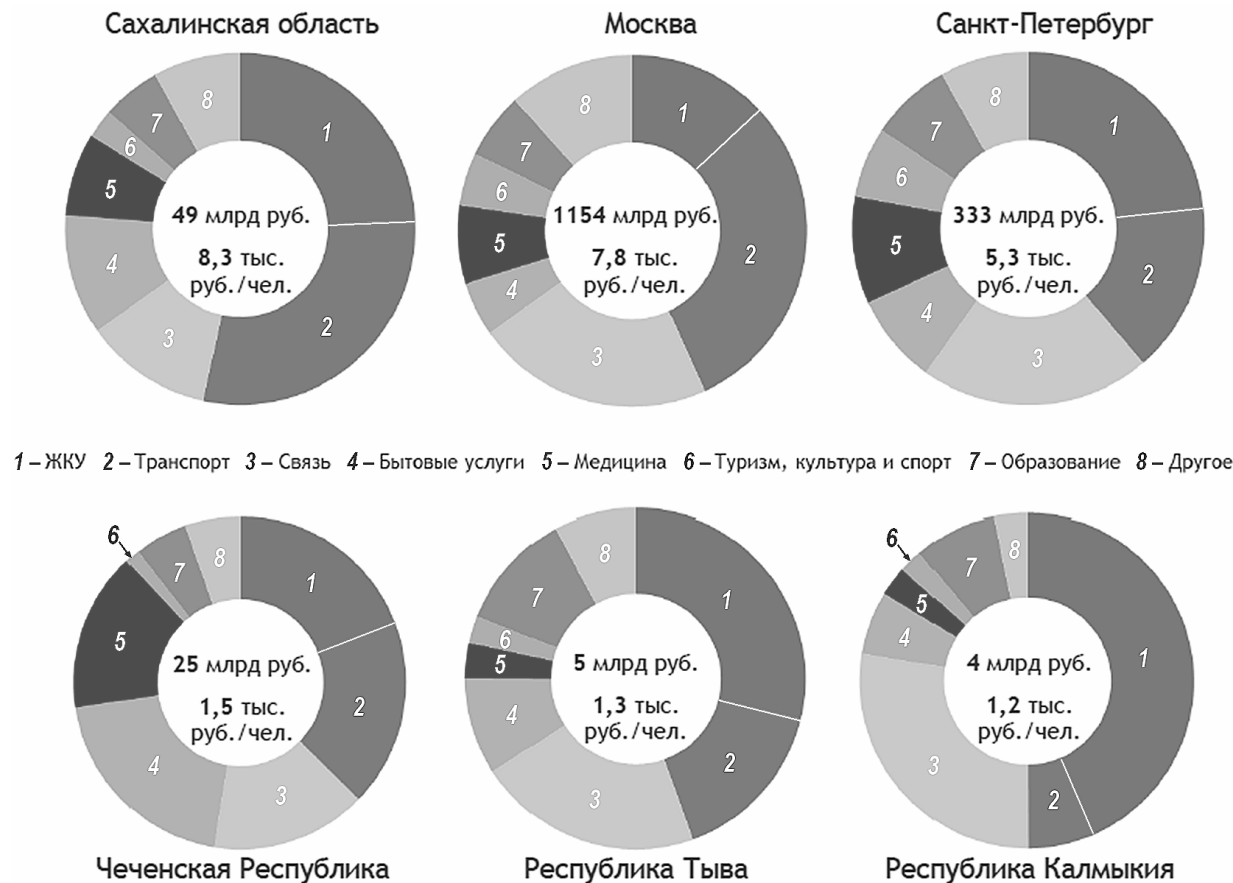
Рисунок 6**Месячная динамика объема платных услуг населению по группам регионов России в 2010–2016 гг., млрд руб.*****Figure 6****Monthly dynamics of paid services to the population in certain selected regions of Russia in 2010–2016, billion RUB***

* В ценах 2013 г., сезонно скорректированные ряды.

Источник: данные Росстата и Аналитического центра при Правительстве РФ

* At 2013 values, seasonally adjusted series.

Source: Rosstat and Analytical Center affiliated to the Government of the Russian Federation data

Рисунок 7**Объем платных услуг населению и его структура в отдельных регионах в 2015 г., млрд руб.*****Figure 7****The volume of paid services to the population and its structure in certain selected regions in 2015, billion RUB***

* В ценах 2013 г., всего за год и на 1 чел. в месяц.

Источник: данные Росстата и Аналитического центра при Правительстве РФ

* At 2013 values, over a year, per one person a month.

Source: Rosstat and Analytical Center affiliated to the Government of the Russian Federation

Список литературы

1. *Шуреков Ю.В.* Рынок платных услуг населению // Научный вестник Технологического института – филиала ФГБОУ ВПО Ульяновская ГСХА им. П.А. Столыпина. 2014. № 13. С. 501–509.
2. *Беспалова Д.Е., Выборнова Л.А.* Анализ платных услуг населению // Экономика и социум. 2016. № 4-1. С. 235–238. URL: [http://iupr.ru/domains_data/files/sborniki_jurnal/Zhurnal%20_4\(23\)%202016%201.pdf](http://iupr.ru/domains_data/files/sborniki_jurnal/Zhurnal%20_4(23)%202016%201.pdf)
3. *Баимачникова Е.В., Абрамова Л.А.* Прогнозирование потенциальной емкости регионального рынка платных услуг населению // Актуальные проблемы экономики и права. 2015. № 1. С. 141–147.
4. *Абдуллаева М.А.* Региональные особенности развития рынка платных услуг населению // Вестник Таджикского государственного университета права, бизнеса и политики. Серия общественных наук. 2011. № 2. С. 63.

5. *Задорожная Л.И., Ягумова Н.В.* Образовательные услуги на региональных рынках труда // Новые технологии. 2012. № 2. С. 150–153.
6. *Савченко Ю.Ю., Земляк С.В.* Услуги высшего профессионального образования в контексте влияния на локальные рынки // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2012. № 8. URL: <http://uecs.ru/uecs44-442012/item/1496-2012-08-03-07-57-42>
7. *Безпалова А.Г.* Изучение и анализ понятия «продвижение» применительно к консалтинговым услугам в условиях сложно-экономической инфраструктуры локальных рынков // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2014. № 7-1. С. 102–107.
8. *Лысова Е.А.* Охранные услуги: нестратегические барьеры входа на рынок // Экономика и управление: научно-практический журнал. 2013. № 5. С. 103–107.
9. *Москвитина Н.М., Пушкарева Я.М.* Маркетинговое исследование при выведении новой услуги на рынок // Маркетинг и маркетинговые исследования. 2008. № 1. С. 52–65.
10. *Тарасова Н.В.* Вывод на рынок новой услуги или продукта: основные этапы, распространенные ошибки, удачные находки // Маркетинговые коммуникации. 2010. № 6. С. 342–347.
11. *Гребнев Л.С.* Рынок, услуги и образование: между экономикой и правом // Экономика образования. 2012. № 2. С. 144–149.
12. *Эрлих Н.В., Эрлих А.В.* Комбинированные услуги завоевывают транспортный рынок // Вестник транспорта Поволжья. 2016. № 3. С. 67–70.
13. *Алексеева Н.А.* Теория и практика взаимодействия рынков жилья и жилищных услуг // Вестник Удмуртского университета. Серия Экономика и право. 2013. № 2-2. С. 5–10.
14. *Ваганов А., Ерофеев Е.* Особенности маркетинга услуг на розничном рынке в условиях стагнации спроса // РИСК: Ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. 2012. № 4. С. 71–73.
15. *Асатрян Е.А.* Инновационные продукты private banking – перспективы на российском рынке банковских услуг // Вестник Университета (Государственный университет управления). 2013. № 4. С. 16–19.
16. *Голяшев А., Григорьев Л. и др.* Рынок платных услуг населению // Бюллетень социально-экономического кризиса в России. 2016. № 15. 16 с.

Информация о конфликте интересов

Я, автор данной статьи, со всей ответственностью заявляю о частичном и полном отсутствии фактического или потенциального конфликта интересов с какой бы то ни было третьей стороной, который может возникнуть вследствие публикации данной статьи. Настоящее заявление относится к проведению научной работы, сбору и обработке информации, написанию и подготовке статьи, принятию решения о публикации рукописи.

**A MARKETING ANALYSIS OF THE MARKET OF PAID SERVICES TO THE POPULATION
IN THE CONDITIONS OF ECONOMIC CRISIS IN RUSSIA****Vladimir A. TETUSHKIN**Tambov State Technical University, Tambov, Russian Federation
volodtetus@yandex.ru**Article history:**Received 2 December 2016
Received in revised form
16 February 2017
Accepted 10 April 2017
Available online 15 June 2017**JEL classification:** E32, G01,
I11, L84, L97<https://doi.org/10.24891/fa.10.6.614>**Keywords:** market, paid
services, marketing,
economics, crisis, population**Abstract****Importance** The article analyzes the market of paid services to the population during the economic crisis.**Objectives** The aim is to consolidate the individual pieces of data contained in open information sources to get information that helps understand dependencies between members of paid services market in the Russian Federation in terms of economic slack.**Methods** In this paper, I analyze the aspects of economy crisis influence on the market of paid services to the population of the Russian Federation with the help of systems and statistical methods.**Results** I present a dynamics analysis of paid services to the population in the period of economic slack in Russia. I studied price indexes for different types of services per year. I reveal the share of services in added value of GDP worldwide.**Conclusions and Relevance** In Russia, the share of spending on services is traditionally smaller than in the developed nations, mostly because of the large share of food supply. These differences in the structure of personal consumption, as well as trends in prices and paid services volumes, disclose a sizable social inequality in Russia. Upon the whole, rich and poor social groups use a similar range of paid services in different proportions, with a different correlation with income and service quality. The results' range of use comprises studies of higher education institutions along with the management of financial, bank and other concerned governmental and private organizations giving paid services to the population.

© Publishing house FINANCE and CREDIT, 2016

References

1. Shurekov Yu.V. [Market for Paid Services to the Population]. *Nauchnyi vestnik Tekhnologicheskogo instituta – filiala FGBOU VPO Ul'yanovskaya GSKhA im. P.A. Stolypina = Scientific Herald of Technological Institute – Branch of Ulyanovsk SAA*, 2014, no. 13, pp. 501–509. (In Russ.)
2. Bepalova D.E., Vybornova L.A. [Analysis of Market Services to Public]. *Ekonomika i sotsium*, 2016, vol. 1, no. 4, pp. 235–238. (In Russ.) Available at: [http://iupr.ru/domains_data/files/sborniki_jurnal/Zhurnal%20_4\(23\)%202016%201.pdf](http://iupr.ru/domains_data/files/sborniki_jurnal/Zhurnal%20_4(23)%202016%201.pdf)
3. Bashmachnikova E.V., Abramova L.A. [Prediction of Potential Capacity of the Regional Market of Payable Services to the Population]. *Aktual'nye problemy ekonomiki i prava = Actual Problems of Economics and Law*, 2015, no. 1, pp. 141–147. (In Russ.)
4. Abdullaeva M.A. [Regional features of payable market development services]. *Vestnik Tadjikskogo gosudarstvennogo universiteta prava, biznesa i politiki. Seriya obshchestvennykh nauk = Bulletin of Tajik National University. Series of Economic and Social Sciences*, 2011, no. 2, p. 63. (In Russ.)
5. Zadorozhnaya L.I., Yagumova N.V. [Educational services at the regional labor markets]. *Novye tekhnologii = New Technologies*, 2012, no. 2, pp. 150–153. (In Russ.)

6. Savchenko Yu.Yu., Zemlyak S.V. [Services of Higher Professional Education in context of influence on local markets]. *Upravlenie ekonomicheskimi sistemami*, 2016, vol. 1, no. 4, pp. 235–238. (In Russ.) Available at: <http://uecs.ru/uecs44-442012/item/1496-2012-08-03-07-57-42>
7. Bezpalova A.G. [Study and Review of the Concept of Promotion in Respect to Consulting Services on the Terms of Economic Complicated Local Markets Infrastructure]. *Aktual'nye problemy gumanitarnykh i estestvennykh nauk = Actual Problems of Humanities and Natural Sciences*, 2014, no. 7-1, pp. 102–107. (In Russ.)
8. Lysova E.A. [Security Services: Non-strategic Barriers of Entering a Market]. *Ekonomika i upravlenie: nauchno-prakticheskii zhurnal = Economics and Management: Research and Practice Journal*, 2013, no. 5, pp. 103–107. (In Russ.)
9. Moskvitina N.M., Pushkareva Ya.M. [Marketing Research in a New Service Rollout]. *Marketing i marketingovye issledovaniya = Marketing and Market Research*, 2008, no. 1, pp. 52–65. (In Russ.)
10. Tarasova N.V. [The Rollout of a New Service or a Product: the Main Stages, Popular Errors, Lucky Finds]. *Marketingovye kommunikatsii = Marketing Communications*, 2010, no. 6, pp. 342–347. (In Russ.)
11. Grebnev L.S. [The market, services and education: between economics and the law]. *Vyshee obrazovanie v Rossii = Higher Education in Russia*, 2011, no. 5, pp. 40–49. (In Russ.)
12. Erlikh N.V., Erlikh A.V. [Combined Services Conquer Transport Market]. *Vestnik transporta Povolzh'ya*, 2016, no. 3, pp. 67–70. (In Russ.)
13. Alekseeva N.A. [Theory and Practice of Housing Market and Housing Services Market Interaction]. *Vestnik Udmurtskogo universiteta. Seriya Ekonomika i pravo = Bulletin of Udmurt University. Economics and Law*, 2013, no. 2, pp. 5–10. (In Russ.)
14. Vaganov A., Erofeev E. [Peculiarities of Service Marketing in Retail Market in Conditions of Stagnation of Demand]. *RISK: Resursy, informatsiya, snabzhenie, konkurentsia = RISK: Resources, Information, Supply, Competition*, 2012, no. 4, pp. 71–73. (In Russ.)
15. Asatryan E.A. [Innovative Products of Private Banking – Prospects on Russian Banking Market]. *Vestnik Universiteta*, 2013, no. 4, pp. 16–19. (In Russ.)
16. Golyashev A., Grigor'ev L., Pavlyushina V., Lobanova A., Kul'pina V. [Paid Services Market to the Population]. *Byulleten' sotsial'no-ekonomicheskogo krizisa v Rossii = Bulletin of Social and Economic Crisis in Russia*, 2016, no. 15, p. 16. (In Russ.)

Conflict-of-interest notification

I, the author of this article, bindingly and explicitly declare of the partial and total lack of actual or potential conflict of interest with any other third party whatsoever, which may arise as a result of the publication of this article. This statement relates to the study, data collection and interpretation, writing and preparation of the article, and the decision to submit the manuscript for publication.