

конъюнктурообразующие факторы на рынке услуг

влияние конъюктурообразующих факторов на развитие российской сферы услуг в посткризисных условиях

Аннотация

В статье представлены ключевые факторы, влияющие на формирование конъюнктуры рынков услуг в условиях восстановления экономики после кризиса, и дана оценка их влияния.

Ключевые слова: рынок услуг, конъюктурообразующие факторы, прогноз

Ключевой чертой конъюнктуры как динамической характеристики состояния рынков является ее сугубо временный характер, складывающийся под воздействием как циклических, так и нециклических факторов. Влияние циклических факторов обусловлено воздействием на конъюнктуру рынка услуг больших и малых экономических циклов. Поскольку циклические колебания экономики представляют колебания основных показателей экономической активности в стране, то очевидно, что они прямо и непосредственно воздействуют конъюнктуру и на рынке услуг.

Анализируя влияние циклических факторов, можно отметить, что влияние изменения различных показателей экономической активности на сферу услуг носит разнонаправленный и разносторонний характер. К примеру, в силу основных экономических законов стремительная инфляция и падение инвестиций, очевидно, повлекут за собой неблагоприятные изменения в конъюнктуре рынков финансовых и деловых услуг. В то же время, такие циклические изменения, как повышение уровня безработицы и уровня цен ударят по сфере услуг не столь существенно, зато с высокой степенью вероятности повлекут за собой глубокие изменения в самой структуре рынка в пользу услуг, адекватные

Благова
Зоя Ивановна
профессор
iem@gukit.ru

Гейдт
Антон Антонович
профессор
iem@gukit.ru

*Санкт-Петербургский
государственный
университет кино
и телевидения*

снижению потребительского спроса и платежеспособности потребителей.

Анализируя состояние конъюнктуры на различных отраслевых рынках сферы услуг, авторы приходят к выводу, что после кризиса 2008–2010 года спектр конъюнктурообразующих факторов в Российской Федерации существенно расширился. В первую очередь эта тенденция явилась объективным следствием общей сервисизации национальной экономики и повышения доли услуг в составе валового внутреннего продукта страны. По данным Росстата, в 2007 году 60,6% ВВП в России было создано в сфере услуг. Вследствие кризиса, в 2010 году их доля снизилась до 53,1% [4]. На наш взгляд, это временная тенденция, объясняющаяся как эффектом «низкой базы», так и общим снижением платежеспособного спроса, который в сфере услуг чувствителен к общему состоянию экономики. Также в ряде отраслей сферы услуг значительно изменился вектор воздействия ключевых конъюнктурообразующих факторов, превратив благоприятные в предкризисные годы факторы в факторы явно негативного воздействия.

На наш взгляд, благоприятную конъюнктуру на рынках сферы услуг в условиях восстановления российской экономики после кризиса формирует, в первую очередь, общий вектор государственного регулирующего воздействия, направленный на стратегическое развитие сферы услуг. В Концепции долгосрочного социально-экономического развития на период до 2020 года отмечено, что повышение качества образовательных услуг, услуг в области здравоохранения, культуры, спорта и туризма, а также формирование современного рынка финансовых услуг является основой для перехода к инновационному социально-ориентированному типу экономического развития [5].

*на наш взгляд,
благоприятную
конъюнктуру
на рынках сферы
услуг в условиях
восстановления
российской
экономики после
кризиса формирует,
в первую очередь,
общий вектор
государственного
регулирующего
воздействия*

Научно-технический процесс как конъюктурообразующий фактор

Важнейшей тенденцией в развитии современной инфраструктуры сферы услуг является то, что базовой услугой, которая определяет и меняет представления о способах производства и потребления абсолютного большинства услуг, является информационное обеспечение, реализованное на основе инновационных телекоммуникационных

технологий. Технологический прогресс в сочетании с развитием финансовых рынков позволил увеличить спрос на финансовые услуги банков, страховых фирм и других финансовых учреждений. Следовательно, благодаря развитию технологий минимизируется изначально присущее услуге свойство локальности рынков, что позволяет говорить о технологическом прогрессе как о важнейшем конъюнктурообразующем факторе сферы услуг не только в индустриально развитых странах, но и в переходных экономиках. Инновационные технологии вносят принципиальные изменения и в организацию системы сбыта многих современных услуг, значительно расширяя границы рынков и их «пропускную способность». Таким образом, в современных условиях важнейшим конъюнктурообразующим фактором представляется научно-технический процесс, позволяющий внедрять в процесс производства наиболее востребованных услуг технологические инновации, сокращающие себестоимость производства услуги.

Одной из конъюнктурообразующих факторов на рынке современных услуг является динамика численности занятых и качество трудовых ресурсов. Не являясь непосредственно влияющим на динамику спроса и предложения услуг фактором, численность занятых в сфере услуг тем не менее является важнейшей характеристикой. В развитых странах численность занятых в сфере услуг в среднем составляет до 3/4 занятого городского населения. В Российской Федерации в сфере услуг трудится примерно 2/3 квалифицированных специалистов, имеющих высшее профессиональное образование [6]. В отличие от реального сектора экономики, где возможен рост производительности при повышении гибкости рынка труда и трудосберегающем техническом прогрессе, в большинстве отраслей сферы услуг непосредственная привязка труда к оборудованию (и исполнителю услуги) является одной из ключевых характеристик. Таким образом, в силу того, что конкурентоспособность услуги в отличие от конкурентоспособности товара предопределена способностями ее непосредственных исполнителей, изменения качества трудовых ресурсов формируют конъюнктуру на рынках персонализированных социальных услуг.

...благодаря развитию технологий минимизируется изначально присущее услуге свойство локальности рынков

инновационные технологии вносят принципиальные изменения и в организацию системы сбыта многих современных услуг, значительно расширяя границы рынков и их «пропускную способность»

Потребительские ожидания и современный стиль потребительского поведения

Немаловажным фактором, влияющим на формирование конъюнктуры на рынке услуг, в условиях становления постиндустриальной модели развития представляются ожидания потребителей. В первую очередь отметим, что период восстановления экономики после кризиса в развивающихся странах для сферы услуг является периодом бурного роста рынков и уверенного платежеспособного спроса. В Российской Федерации в настоящее время, благодаря развитию технологии виртуальных социальных коммуникаций в сети интернет, активно развиваются системы коллаборативной фильтрации [7]. Иными словами, спрос на рынке определенных услуг в определенной степени формируется под воздействием инновационных систем субъективной оценки, позволяющих современным потребителям отбирать поставщика услуг на основе обмена опытом с людьми схожих вкусов, предпочтений, уровня дохода и т.п.

На наш взгляд, в условиях становления новой экономики становление институтов, позволяющих в некоторой степени разрушить основополагающие принципы ухудшающего отбора, в соответствии с которыми на рынках с информационной асимметрией, к которым в первую очередь относятся рынки услуг, происходит вытеснение качественных услуг некачественными. Таким образом, текущая рыночная конъюнктура на рынке услуг будет зависеть от эффективности работы принципиально новой конструкции посткризисных рынков услуг, устранивающих ухудшение качества.

Следующее ключевое отличие новой экономики – резкий рост доли нематериальных, неутилитарных благ в структуре потребления. К ним относятся не только медиапотребление, не только сфера культуры, что естественно, но и вся без исключения бытовая сфера, которая еще не так давно была (и считалась) утилитарной [7]. Специфические персонифицированные услуги, приобретенные у определенных поставщиков, все активнее используются как знаки, символы, культурные коды – словом, как сигналы и сообщения. Таким образом, современный стиль потребительского поведения, связанный с развитием экономики обмена символами, также является одним из ключевых конъюнктурообразующих факторов.

Присоединение России к ВТО

На наш взгляд, в условиях восстановления экономики после кризиса, в России одним из важнейших конъюнктурообразующих факторов на рынке услуг становится глобализация. В частности, глубокие структурные изменения, в первую очередь со стороны предложения, в конъюнктуру рынка услуг внесет вступление России в ВТО. По мнению экспертов Минэкономразвития, вступление России в ВТО послужит целями формирования благоприятного климата для иностранных инвестиций. Присоединение России к ВТО приведет к повышению качества и конкурентоспособности отечественных услуг [8]. По мнению автора, условия вступления России в ВТО в части, касающейся развития в стране рынка услуг, являются достаточно благоприятными. В частности, условиями вступления страны в ВТО отдельно предусмотрено плавное открытие важнейших рынков банковских и страховых услуг.

Автор прогнозирует следующие позитивные изменения в рассматриваемой отрасли:

- расширение возможностей для российских производителей услуг, в первую очередь в банковской сфере стран – членов организации;
- общее повышение качества и разнообразия предлагаемых на рынке услуг, оказываемых юридическим и физическим лицам в России;
- значительный рост конкуренции в отраслевых составляющих, связанный с приходом иностранных участников на российский рынок услуг.

Заключение

Учет выявленных конъюнктурообразующих факторов, на наш взгляд, крайне необходим при разработке государственных стратегий перспективного развития тех отраслевых составляющих сферы услуг, которые формирует человеческий капитал как основу социально-ориентированной модели инновационного развития: здравоохранения, образования, культуры и спорта и т.п. Анализ, оценка и прогноз конъюнктуры на рынках услуг, построенные с использованием современного научного инструментария, послужат объективной оценке факторов экономического и социального развития Российской Федерации на заключительном этапе смены социально-экономической формации.

***в условиях
восстановления
экономики после
кризиса в России
одним из важнейших
конъюктуро-
образующих
факторов на рынке
услуг становится
глобализация***

Литература

1. Сажина М.А., Чибриков Г.Г. Экономическая теория/учебник. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Норма, 2007.
2. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь. – 5-е изд., перераб. и доп. – М., 2006.
3. Котлер Ф. Маркетинг для государственных и общественных организаций. – СПб.: Питер, 2009.
4. Россия в цифрах. 2010: Крат.стат.сб. / Росстат – М., 2010.
5. Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года (утв. Распоряжением Правительства Российской Федерации № 1662-р от 17 ноября 2008 г. (в редакции распоряжения Правительства РФ от 08.08. 2009 г. № 1121-р).
6. Уровень и образ жизни населения России в 1989–2009 годах: докл. к XII Междунар. науч. конф. по проблемам развития экономики и общества, Москва, 5–7 апр. 2011 г. / Г.В. Андрущак, А.Я. Бурдяк, В.Е. Гимпельсон и др.; рук. авт. колл. Е.Г. Ясин. – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2011.
7. Долгин А.Б. Экономика символического обмена. – М.: ИНФРА-М., 2006.
8. Мурычев А.В. ВТО и рынок услуг России: на каких условиях вступаем? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://pspp.pf/viewpoint/view/155>.

pn

Zoya I. Blagova

Professor, St. Petersburg State University of Cinema and Television

Anton A. Geydt

Professor, St. Petersburg State University of Cinema and Television

Impact of Market Determinants on the Development of Services in the Post-Crisis Russia

Abstract

The article points out the key factors that determine the changing conditions on the services market during the recovery of the Russian economy after the crisis, and gives estimate to their influence.

Keywords: services market, market determinants, forecast