

Министерство сельского хозяйства Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего профессионального образования
«Самарская государственная сельскохозяйственная академия»
Институт управленческих технологий и аграрного рынка

ЭКОНОМИКО-ЛОГИСТИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ГОРОДСКИХ И СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ

Монография

Под общей редакцией доктора экономических наук
Е. Р. Храмцовой

Кинель 2015

УДК 332.05

Э40

Рецензенты:

д-р экон. наук, проф., зав. кафедрой «Маркетинг и логистика»
ФГБОУ ВПО Самарского государственного экономического университета

Л. А. Сосунова;

д-р экон. наук, проф. кафедры «Мировая экономика и менеджмент»
ФГБОУ ВПО Самарского института (филиала) Российского экономического университета
имени Г. В. Плеханова
Т. Е. Степанова

Авторский коллектив:

С. Н. Блинков (разд. 4.3), С. В. Гранкина (разд. 3.3), И. А. Григорьянц (разд. 4.2),
Т. В. Котенева (разд. 4.1), А. А. Малютина (разд. 1.1), В. М. Мясникова (разд. 1.1),
Н. Г. Паничева (разд. 3.2), Н. П. Перстенева (разд. 2.2), Е. В. Потапова (разд. 3.1),
Я. Г. Саямова (разд. 1.3), Р. В. Федоренко (разд. 2.2),
Е. Р. Храмцова (введение, заключение, разд. 1.2, 3.1, 3.3), Е. В. Швецова (разд. 2.1)

Э-40 Экономико-логистические проблемы развития городских и сельских территорий Самарской области : монография /С. Н. Блинков [и др.] ; под общ. ред. д-ра экон.наук Е. Р. Храмцовой. –Кинель : РИЦ СГСХА, 2015. – 218с.

ISBN 978-5-88575-379-1

В монографию вошли материалы, посвященные многоаспектному исследованию экономики региона на примере Самарской области, выявлению ключевых проблем, методов и инструментов их решения, направлений и путей дальнейшего развития экономического потенциала региона.

Представляет интерес для преподавателей, студентов вузов, магистрантов и аспирантов, а также практических работников, интересующихся вопросами развития экономики региона.

УДК 332.05

ISBN 978-5-88575-379-1

- © Блинков С. Н., разд. 4.3, 2015
- © Гранкина С. В., разд. 3.3, 2015
- © Григорьянц И. А., разд. 4.2, 2015
- © Котенева Т. В., разд. 4.1, 2015
- © Малютина А. А., разд. 1.1, 2015
- © Мясникова В. М., разд. 1.1, 2015
- © Паничева Н. Г., разд. 3.2, 2015
- © Перстенева Н. П., разд. 2.2, 2015
- © Потапова Е. В., разд. 3.1, 2015
- © Саямова Я. Г., разд. 1.3, 2015
- © Федоренко Р. В., разд. 2.2, 2015
- © Храмцова Е. Р., введение, заключение, разд. 1.2, 3.1, 3.3, 2015
- © Швецова Е. В., разд. 2.1, 2015
- © ФГБОУ ВПО Самарская ГСХА, 2015

Оглавление

Введение.....	5
1. Развитие экономики региона путем формирования и наращивания его пространственного потенциала...	9
1.1. Пространственный потенциал территории: сущность, проблемы и перспективы использования..	9
1.2. Пространственно-логистическая концепции развития региона.....	28
1.3. Стратегическая логистика городских территорий как инструмент развития современного региона.....	48
2. Логистическая освоенность региона как фактор интенсификации его экономического развития.....	60
2.1 Информатизация деятельности транспортно-логистического комплекса Самарского региона..	60
2.2. Исследование регионального рынка услуг по таможенному оформлению внешнеэкономической деятельности (с применением экономико-статистических методов).	71
3. Региональный потребительский рынок: проблемы его формирования и товарного насыщения.....	94
3.1. Тенденции и перспективы развития самарского рынка потребительских услуг.....	94
3.2. Роль стандартизации в повышении качества услуг розничной торговли и общественного питания на самарском рынке.....	106
3.3. Состояние и перспективы развития малого и среднего бизнеса в аграрном секторе (на примере Алексеевского района Самарской области)....	127
4. Рынок трудовых ресурсов региона как фактор его экономического роста.....	144
4.1. Актуальные вопросы совершенствования трудовых ресурсов региона.....	144
4.1.1. Экономическая сущность трудовых ресурсов.....	144
4.1.2. Человеческий капитал как фактор экономической эффективности производства.....	146

4.1.3. Совершенствование управления трудовыми ресурсами.....	151
4.2. Вузовская составляющая регионального развития	163
4.3. Значение физкультурно-оздоровительной работы с детьми и подростками для формирования человеческого капитала.....	182
4.3.1. Сущность и содержание физкультурно-оздоровительной работы в школе.....	182
4.3.2. Результаты реализации системы физкультурно-оздоровительной работы в условиях городской и сельской школы.....	191
Заключение.....	206
Литература.....	208
Алфавитно-предметный указатель.....	216

ВВЕДЕНИЕ

Согласно современной парадигме регионального экономического развития национальная экономика понимается как система составляющих ее и взаимодействующих региональных экономик. В силу этого повышаются роль и значение регионов, что, в свою очередь, определяет и возрастающее внимание к исследованию разнообразных процессов на региональном (мезо) уровне.

Любой регион, как и национальная экономика в целом, представляет собой пространственно организованную систему, разница заключается лишь в размерах самого экономического пространства, степени и качестве его организации и эффективности использования. По экспертным оценкам, ежегодные потери Российской Федерации от неэффективной пространственной организации оцениваются в 2,25-3,0% ВВП в год[1]. Это определяет значимость территориально-пространственных аспектов развития экономики страны и отдельных её регионов. В последние годы в научных исследованиях все большее внимание уделяется развитию теории экономического пространства в региональном ее преломлении. Так, академик А. Г. Гранберг говорит о пространственной экономике, как об одном из развивающихся направлений современной экономической мысли. Развитие региона возможно лишь при условии комплексного развития всех составляющих его территорий. При этом именно развитие городских и сельских территорий формирует стратегическую способность региона к эффективному функционированию в условиях постоянно изменяющейся внешней среды. В результате важной задачей становится многоаспектное изучение состояния экономического пространства региона, тенденций и закономерностей развития составляющих его элементов, выявление основополагающих проблем жизнедеятельности региона и путей их решения.

Самарская область, как крупная, динамично развивающаяся экономическая система, претендующая на статус одного из опорных регионов страны, постоянно испытывает целый комплекс проблем, связанных с разнородностью составляющих ее территорий, достаточно низким уровнем освоенности значительной их части, слабостью транспортной инфраструктуры, призванной обеспечивать целостность и связанность регионального пространства. Исследованию остро стоящих перед Самарской областью

проблем в сфере экономики и логистики посвящена монография. Ее материалы носят научно-практический характер и отражают как особенности региона, ставшего объектом исследования, так и общие для большинства российских территорий черты и характеристики их современного состояния и развития. Работы авторов ориентированы на изучение экономико-логистических проблем по четырем направлениям: совершенствование экономики региона путем формирования и наращивания его пространственного потенциала; повышение логистической освоенности региона с целью интенсификации его экономического развития; проблемы формирования и товарного насыщения регионального потребительского рынка; рынок трудовых ресурсов региона как фактор его экономического развития.

В разделе «Пространственный потенциал территории: сущность, проблемы и перспективы использования» дается обоснование перехода от территориального развития экономики к пространственному. Представлена система показателей, характеризующих использование потенциала экономического пространства территории. Дана характеристика моделей управления пространственным развитием территорий, выявлены преимущества и недостатки каждой из них. Проведено исследование пространственного потенциала на примере конкретных муниципальных образований Самарской области, обоснованы перспективы его использования. Определены перспективы развития пространственного потенциала Самарской области на основе использования возможностей полицентрической Самарско-Тольяттинской агломерации.

Пространственно-логистическая концепция развития Самарской области и возможные направления ее реализации рассмотрены в следующих разделах: «Пространственно-логистическая концепция развития региона»; «Стратегическая логистика городских территорий как инструмент развития современного региона»; «Информатизация деятельности транспортно-логистического комплекса Самарского региона»; «Исследование регионального рынка услуг по таможенному оформлению внешнеэкономической деятельности (с применением экономико-статистических методов)». В этих разделах с теоретических позиций обосновывается пространственная парадигма современной логистики, дается ее преломление в региональном аспекте. При этом актуальностью и новизной обладает предложение применения стратегической

логистики в качестве инструмента развития разнородных территорий региона. Исследуются сущность и структура региональных логистических систем, механизмы и проблемы их формирования. Поднимается давно обсуждаемый вопрос о создании в Самарской области региональной логистической системы, при этом акцент делается на обосновании необходимости создания логистического информационно-аналитического центра, как ключевого элемента, координирующего функционирование всей системы.

Применение логистики призвано оптимизировать внутренние и внешние потоковые процессы региона, способствуя снижению всех видов затрат и наращиванию его производственного потенциала. С наибольшими трудностями связана организация экспортно-импортных товаропотоков, играющих заметную роль в ресурсном обеспечении производства региона и его потребительского рынка, освоении и удержании зарубежных рынков сбыта произведенной в регионе продукции. В материалах монографии уделено внимание такому сложному этапу организации товародвижения как преодоление таможенных барьеров. Исследуется содержание и организация деятельности в таможенной сфере, определяется понятие услуг в таможенной сфере, дается их классификация, как особо значимые среди них выделяются услуги по таможенному оформлению. На основе таможенной статистики анализируется развитие рынка услуг таможенных представителей Самарской области, определяются и, путем регрессионного моделирования, подтверждаются тенденции и перспективы развития данного рынка.

Общей задачей для развития экономики страны и каждого из ее регионов становится сегодня обеспечение потребительского рынка отечественными ресурсами (импортозамещение), обеспечение цивилизованных форм функционирования данного рынка, его качественное совершенствование, социальная направленность функционирования. Для исследования данной проблемы анализируется состояние, тенденции и перспективы развития потребительского рынка Самарской области в разделах: «Тенденции и перспективы развития самарского рынка потребительских услуг»; «Роль стандартизации в повышении качества услуг розничной торговли и общественного питания на самарском рынке»; «Состояние и перспективы развития малого и среднего бизнеса в аграрном секторе (на примере Алексеевского района Самарской области)».

В качестве одного из направлений развития регионального потребительского рынка справедливо выдвигается совершенствование деятельности по повышению качества потребительских услуг, важную роль в котором играет нормативно-правовая база в области технического регулирования потребительских услуг. С учетом концептуальных государственных направлений развития деятельности по стандартизации, отраженных в Концепции развития национальной системы стандартизации Российской Федерации на период до 2020 г. обозначены позитивные возможности развития регионального потребительского рынка. Товарному насыщению рынка региона должен способствовать подъем сельскохозяйственного производства на основе внедрения и развития актуальных форм и методов хозяйствования. Пути решения этой непростой задачи для сельских территорий Самарской области рассмотрены на примере Алексеевского района. Важнейшим фактором экономического роста и развития региона становится на современном этапе воспроизводство и капитализация ключевого актива региональной экономики – человеческих ресурсов. В разделе «Актуальные вопросы совершенствования трудовых ресурсов региона» исследуются такие многогранные понятия как «человеческий капитал» и «трудовой потенциал региона», факторы и закономерности формирования и использования трудовых ресурсов, рассматриваются принципы управления ими. В качестве примера, анализируются структура, динамика, проблемы и перспективы развития трудового потенциала Самарской области. По мнению большинства специалистов, основополагающими компонентами человеческого капитала являются капитал здоровья и капитал знаний. Вопросы их формирования затрагиваются в разделах «Вузовская составляющая регионального развития» и «Значение физкультурно-оздоровительной работы с детьми и подростками для формирования человеческого капитала». Изучение процессов формирования трудового капитала на примере Самарского региона опирается на результаты практических исследований устойчивого функционирования высшей школы и организации физкультурно-оздоровительной работы с детьми и подростками.

В результате проделанная и представленная в монографии работа будет способствовать приращению знаний, выявлению резервов и оптимизации всех видов ресурсов на уровне региона, для его дальнейшего успешного развития и совершенствования.

1. РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИКИ РЕГИОНА ПУТЕМ ФОРМИРОВАНИЯ И НАРАЩИВАНИЯ ЕГО ПРОСТРАНСТВЕННОГО ПОТЕНЦИАЛА

1.1. Пространственный потенциал территории: сущность, проблемы и перспективы использования

Рыночные преобразования следует считать одной из предпосылок перехода от территориальной (региональной) экономики к пространственной. В 1950-е годы, когда региональная экономика уже заявила о себе как наука, и активно начал формироваться ее собственный предмет изучения с позиции комплексного подхода, еще слабо прослеживались характерные черты пространственной организации экономики именно с точки зрения рационализации.

Обобщив отечественный опыт, целесообразно выделить два этапа в части становления и развития пространственной организации России.

Первый этап связан с экономическим районированием страны. В этом случае в большей степени преобладали взаимоотношения, основанные на территориальном разделении труда, происходило формирование территориально-производственных комплексов, шли активные поиски наиболее рационального административно-территориального деления страны. До 1990-х годов вопросы пространственного развития тесно переплетались с экономическим районированием страны, поэтому в самостоятельном порядке они практически не рассматривались.

Второй этап пространственной организации России совпадает с началом рыночных преобразований в стране. Однако неверно полагать, что пространственное развитие характерно исключительно для экономики рыночного типа, так как именно в условиях рынка наблюдается наибольшая интенсификация экономических взаимосвязей и взаимодействий, происходит стирание граней между внутренней и внешней средой. Национальные экономики любого типа являются пространственно организованными системами, разница заключается лишь в размерах самого экономического пространства, степени и качестве его организации и эффективности использования.

Академик А. Г. Гранберг причину происходящих трансформаций в пространственной науке видел в следующем. Он назвал

территорию, акваторию и аэроторию частями земного пространства, а также выделил особо внутреннюю, наибольшую по своей массе, часть земного пространства [2]. При этом важно уточнить, что представляет собой эта внутренняя часть пространства. В нашем понимании она представлена множеством взаимосвязей и взаимодействий, возникающих между различными экономическими агентами, государством, населением; это перемещение различных ресурсов (трудовых, материальных, финансовых, информационных), осуществляющееся в виде потоков, непрерывных во времени.

В вопросах пространственной организации Российской Федерации необходимо уделять значительное внимание системе расселения. Серьезные диспропорции в численности населения, сложившиеся между Западным и Восточным макрорегионами, существенно сдерживают темпы социально-экономического развития регионов Сибири и Дальнего Востока. Профессор В. В. Пациорковский называет две устойчивые тенденции в самоорганизации размещения населения в России: во-первых, концентрация населения в Центре и на Юге Европейской части страны, а, во-вторых, его стягивание по всему периметру расселения в крупные города и тяготеющие к ним пригороды [3].

Кроме того, в последнее время наметилась активная тенденция к формированию городов-спутников, которые призваны предотвратить излишнюю концентрацию населения в крупных городах. По различным оценкам экспертов в России их насчитывается порядка 30% от общей численности городов. Практически все проекты реализуются в рамках федеральных целевых программ при содействии местных и федеральных властей и за счет инвестиций частно-государственного и коммерческого партнерства [4].

Строительство городов-спутников ведет свою историю со времен СССР. В 1970-1980-е г. такие города возникали вблизи месторождений полезных ископаемых и обрабатывающих производств, гидравлических и тепловых электростанций, курортных зон, вблизи заводов-гигантов, перерабатывающих нефть, как узловые транспортные точки [5]. В настоящее время основной причиной реализации проектов по строительству городов-спутников является решение проблемы перегруженности крупных городов, решение проблем в сфере обеспечения граждан доступным и комфортным жильем.

Самарская область, не являясь исключением, также имеет города-спутники. Одним из них считается Новокуйбышевск, порожденный нефтехимическим комбинатом, второй – Кинель, обладающий выгодным транспортно-географическим положением и являющийся железнодорожным узлом. В силу своей приближенности к областному центру и узловой специфики Кинель оправданно можно считать городом-спутником, однако этот статус он приобрел не в силу своих исторических особенностей, так как изначально был образован не как спутник, а искусственно в процессе своего социально-экономического развития. В настоящее время в Самарской области уже на 20% реализован проект строительства еще одного города-спутника – Волгарь.

В 2010 г. Министерством строительства и ЖКХ Самарской области совместно с ООО «Поволжская строительная корпорация» и ЦСКБ «Прогресс» был разработан проект строительства города-спутника Звездные Сады в Волжском районе. Прежде всего, этот город должен предназначаться для обеспечения доступным и комфортным жильем работников аэрокосмической отрасли города Самары, и примерно 40% квартир будут выставлены к продаже на открытом рынке.

Зарубежный опыт свидетельствует о том, что в некоторых странах, например, в Белоруссии, статус городов-спутников закреплён законодательно, чего, в свою очередь, нельзя сказать о России.

Практика пространственной организации показывает, что чаще всего города-спутники, а также прочие территории, прилегающие к крупным городам, оформляются в агломерации. Однако исследования ряда муниципальных образований Самарской области свидетельствуют, что они не желают испытывать на себе и использовать агломерационные эффекты. Находясь в составе одной из крупнейших в Российской Федерации Самарско-Тольяттинской агломерации, некоторые муниципалитеты не хотят связывать свои перспективы с ее развитием, в большинстве случаев аргументируя это стремлением к обособленности и самостоятельности.

Другой причиной, предопределяющей актуальность создания рационального экономического пространства, является глобализация. Основная задача глобализации – увеличить интенсивность потоков различных видов ресурсов, однако, это представляется возможным только в случае усиления региональных различий.

Процесс вовлечения и интеграции российских регионов в глобальные рынки предполагает перенос конкуренции с национального уровня на региональный. В современной практике регионального развития это явление получило название глокализации. По мнению профессора Г. Р. Хасаева, «именно глокализация будет оказывать определяющую роль в формировании регионального экономического пространства и капитализации регионов» [6].

Прежде всего, глокализация связана с созданием конкурентного профиля территории, и как следствие, обеспечением ее конкурентоспособности в целом. Если говорить о конкурентоспособности именно в контексте пространственного развития, то в этом случае на первый план выходят коммуникации, обеспеченные посредством развития региональной и межрегиональной инфраструктуры. В научной литературе многократно отмечалось, что уровень развития инфраструктуры во многом определяет уровень развития конкретной территории.

В 2013 г. группой РИА НОВОСТИ составлен рейтинг регионов РФ по качеству жизни на основе десяти групп показателей. Одним из критериев обозначенного рейтинга являлся уровень освоенности территории и развития транспортной инфраструктуры, который характеризовался показателями [7]:

- плотностью автомобильных дорог общего пользования с твердым покрытием;
- плотностью автомобильных дорог общего пользования с твердым покрытием, 1 км дорог на 1000 км² территории;
- плотностью железнодорожных путей общего пользования, 1 км путей на 10000 км² территории;
- долей городского населения;
- долей площади населенных пунктов в общей площади территории.

По итогам проведенных расчетов, в десятку регионов-лидеров по критерию освоенности территории и развития транспортной инфраструктуры вошли г. Санкт-Петербург, г. Москва, Московская, Калининградская, Тульская, Белгородская, Владимирская, Курская, Липецкая, Калужская области [7]. Самарская область не попала в десятку лидеров, однако региону удалось занять 11-е место в рейтинге, показав снижение по отношению к предшествующему периоду на одну позицию. Из пяти показателей, составляющих рейтинг по критерию освоенности и развития транспортной

инфраструктуры, Самарская область среди вышеназванных регионов демонстрировала минимальные значения по трем параметрам: плотности автомобильных дорог общего пользования с твердым покрытием, км дорог на 1000 км² территории; плотности железнодорожных путей общего пользования, км путей на 10000 км² территории; доле площади населенных пунктов в общей площади территории.

С одной стороны, 11-е место в региональном рейтинге – вполне приемлемый результат, так как Самарская область занимает более высокие позиции по сравнению со многими развитыми регионами и в ПФО, и в целом по стране (Краснодарский край, республика Татарстан, Нижегородская, Ленинградская области и т.д.). С другой стороны, для территории, претендующей на статус опорного региона, всё же следует занимать лидирующие позиции по уровню освоённости территории и развитию транспортной инфраструктуры, которые, во многом определяют уровень ее конкурентоспособности и инвестиционной привлекательности.

Отметим, что десятку регионов, замыкающих рассматриваемый рейтинг, составляют Красноярский край, Томская область, республика Бурятия, Камчатский край, республика Калмыкия, Ненецкий и Чукотский АО, республики Саха (Якутия), Тыва, Алтай [7]. Перечисленные субъекты РФ традиционно составляют группу отсталых регионов. Следует также обратить внимание на их географическое положение, которое характеризуется суровыми природно-климатическими условиями, существенным образом затрудняющими освоение этих территорий.

Агентство ЭКСПЕРТ РА при составлении регионального рейтинга инвестиционного климата в обязательном порядке учитывает инфраструктурный потенциал регионов. Согласно результатам, полученным по итогам 2013 г., Самарская область занимает 17 место по уровню развития инфраструктурного потенциала [8]. При этом первую десятку регионов-лидеров составляют г. Москва, г. Санкт-Петербург, Московская, Калининградская области, Краснодарский край, Ленинградская область, республики Адыгея, Северная Осетия-Алания, Курская, Калужская области [8].

Таким образом, шесть из десяти регионов одновременно занимают лидирующие позиции по двум рассмотренным рейтингам. При этом все они являются регионами Центральной России.

Первоначально о пространственном развитии стали говорить в Торонто в 1934 г. В 1970-е годы этот термин уже утвердился в США и Европе.

На первый взгляд, понятие «пространственное развитие» кажется абстрактным. Однако подобная абстрактность весьма условна, так как само пространственное развитие имеет четкую привязку к конкретной территории [9]. Это означает, что территориальная и пространственная организация страны тесно взаимосвязаны между собой. При этом экономическое пространство – это нечто невидимое, это плоскость соприкосновения интересов различных экономических агентов; это плоскость, в которой пересекаются потоки различных ресурсов (финансовых, людских, информационных, трудовых, инвестиционных).

Встречаются мнения, согласно которым термин «пространственное развитие» отождествляется с термином «территориальное планирование». Однако подобная установка в современных условиях потеряла свою актуальность, так как «территориальное планирование является уже только инструментальной формой реализации стратегии пространственного развития на точно определенных территориях» [10]. Кроме того, Е. Ю. Колбовский утверждает, что «у территориального планирования есть только одна перспектива – встроиться в иницилируемые в ряде регионов России процедуры стратегического пространственного планирования».

В. Глазычев и П. Щедровицкий считают, что «применение прилагательного «пространственное» к развитию, излишне, поскольку развитие осуществимо, и развитие счетно исключительно в некой пространственной рамке» [10].

В. Княгинин и Ю. Перельгин видят ключевой смысл пространственного развития в комплексе мер по гармонизации на территории разнонаправленных процессов и оптимизации происходящих изменений [11].

Исследования подходов ряда ученых-экономистов показали, что большинство из них склоняются к тезису, что пространственное развитие все-таки связано с гармонизацией территории. Оптимизировать и гармонизировать экономическое пространство современной России можно только в том случае, если будут решены следующие проблемы:

- 1) рационализация системы расселения;

2) повышение уровня развития инфраструктуры и качества ее обслуживания;

3) формирование конкурентного профиля территорий различного уровня, и, как следствие, региональнаяглокализация.

Основными характеристиками экономического пространства являются:

- плотность (численность населения, объем ВРП, природные ресурсы, основной капитал и т.д., отнесенные на единицу площади пространства);

- размещение (показатели равномерности, дифференцирование, концентрация, распределение населения и экономической деятельности, в том числе существующие освоенные и неосвоенные территории);

- связанность (интенсивность экономических связей между частями и элементами пространства, условия мобильности товаров, услуг, капиталов, людей, определенные развитием транспортных и коммуникационных сетей);

- расстояние (экономическое) (определяется величиной транспортных и транзакционных издержек преодоления физического расстояния).

Таким образом, сами характеристики экономического пространства способны предопределять его рациональную пространственную организацию. Однако это представляется возможным только в случае грамотной и своевременной федеральной региональной политики и политики субъектов Федерации.

Посредством обобщения результатов своих исследований профессор В. В. Пациорковский выделил основные свойства территориальной и пространственной организации общества (табл.1).

После перехода от плановой системы хозяйствования к рыночной экономике теория пространственного развития претерпела некоторые изменения. В современных условиях, когда особую актуальность приобретают исследования на уровне муниципальных образований, наделенных сравнительно большими полномочиями, чем в эпоху административно-командной экономики, происходит постепенное смещение позиций в отношении пространственного развития на муниципальный уровень управления [9]. Это положение подтверждается, в свою очередь, и материалами, представленными в таблице 1.

Розничные сети одерживают серьезные победы в сфере торговли бытовой техникой, где потребителей беспокоит степень ее надежности и возможность гарантийного ремонта. По-прежнему еще сильны позиции открытых рынков в сфере продажи строительных и отделочных материалов, где эластичность спроса по цене остается высокой, а необходимость больших демонстрационных площадей повышает относительные издержки магазинных форм торговли.

Сохраняют свою актуальность и ярмарки сельскохозяйственной продукции, традиционно функционирующие на территории города в сезон сбора урожая, однако в последние годы их количество резко сократилось.

Изменения в сегменте ярмарочной и рыночной торговли обусловлены внесением значительных поправок и изменений в существующую нормативную базу. В последнее десятилетие на рынке потребительских услуг Самары экспертами наблюдаются активные структурные изменения, связанные с появлением новых форматов продажи товаров и оказания услуг. В обостряющейся борьбе за потребителя розничные предприятия предлагают новые товары и услуги, однако главным продуктом, продвигаемым ими на рынок, являются современные торговые форматы, коренным образом меняющие характер организации торговли и предоставления услуг конечному потребителю.

Развитие конкуренции на розничном рынке приводит к изменению структуры факторов, влияющих на предпочтение потребителями конкретных предприятий торговли, общественного питания и бытового обслуживания. При этом ценовой фактор остается наиболее важным для 60% россиян, но его роль постепенно снижается, уступая факторам качества товаров (услуг) и широты ассортимента.

Инновационным решением в сложившейся ситуации выступают организационно-управленческие изменения, связанные с применением новых методов организации деятельности. Организационно-управленческие инновации могут затрагивать все сферы функционирования предприятий потребительского рынка: организационную структуру управления, торгово-технологический процесс, сбытовую и маркетинговую политику.

Реализация организационно-управленческих инноваций на предприятиях торговли, общественного питания и бытового

обслуживания заключается, прежде всего, в появлении новых форматов предприятий на потребительском рынке, а также распространении стратегии мультиформатности среди сетевых предприятий.

Многие крупные сетевые операторы развивают мультиформатность, осваивая все возможные форматы одновременно. В настоящее время крупнейший из представленных в Самаре холдинг RetailX5Group объединяет не только разные форматы, но и различные бренды – магазины «Пятерочка» формата «мягкий дискаунтер», жесткий дискаунтер «Копейка», супермаркеты «Перекресток», гипермаркеты «Карусель».

Дискаунтеры «Пятерочка», как правило, расположены в шаговой доступности от жилых домов, работают 7 дней в неделю ориентировочно с 9.00 утра до 11.00 вечера и предлагают около 3000 наименований товаров по сниженным ценам. Средняя торговая площадь магазина составляет около 600 м².

Супермаркеты «Перекресток» представлены в трех подформатах: «Перекресток» («синий») с высоким уровнем обслуживания и условиями для комфортной быстрой покупки вблизи дома или по дороге, супермаркет премиум-класса «Зеленый Перекресток», где к товарам повседневного спроса добавлены лучшие деликатесы со всех концов света (в Самаре не представлен), и магазины у дома «Перекресток Экспресс» (франчайзинговая сеть). Торговая площадь «Перекрестка» и «Зеленого Перекрестка» составляет 600-2000 м², ассортимент насчитывает до 16 000 наименований. Торговая площадь «Перекрестка Экспресс» – 200-500 м², ассортимент – до 6 000 наименований.

Гипермаркеты «Карусель» представляют собой магазины с широким ассортиментом продовольственных и непродовольственных товаров для дома и семьи по привлекательным ценам. «Карусель» предлагает самые низкие цены на базовые продукты, а также уникальные предложения держателям карт. Торговая площадь гипермаркетов в среднем составляет от 4000 до 10000 м², ассортимент насчитывает от 30 000 до 50 000 наименований.

Стратегия мультиформатности обеспечивает торговым сетям хорошие перспективы, позволяя в наибольшей мере соответствовать запросам узких целевых аудиторий. Также торговая сеть получает весомое конкурентное преимущество – независимость от

успеха работы определенного формата в той или иной географической или территориальной точке.

Вместе с тем, мультиформатность сопряжена с дополнительными издержками, связанными, в первую очередь, с усложнением логистических процессов: процесс распределения и пополнения запасов становится более сложным, в связи с чем возникает необходимость создания распределительного центра. Кроме того, необходимо управлять ассортиментом и ценовой политикой, дифференцирующимся в зависимости от формата. Таким образом, развитие мультиформатности в рамках одной сети возможно при условии грамотной организации, развитой логистики и управленческих процессов.

Помимо торговых предприятий стратегию мультиформатности развивают предприятия общественного питания. Отечественные сети быстрого питания, заблаговременно снижая предпринимательские риски, пытаются охватить сразу несколько направлений и форматов. Они открывают отдельные стационарные заведения, наращивают свое присутствие на фуд-кортах в торговых и бизнес-центрах, а также выходят на улицы, размещая там мобильные киоски питания. Яркими представителями мультиформатности являются такие известные игроки рынка фаст-фуда, как Мак-Доналдс, «Ростик's», «Сбарро», «Пан Картофан» и «Блинка».

Предприятия, специализирующиеся на предоставлении бытовых услуг населению, в условиях относительно невысокой рентабельности, характерной для данного вида бизнеса, в качестве инновации применяют стратегию диверсификации бизнеса. Диверсификация проявляется в стремлении предприятий, предоставляющих бытовые услуги населению, ежегодно расширять спектр оказываемых услуг. В частности, крупные клининговые компании, действующие на самарском рынке, помимо основных услуг по уборке помещений предлагают клиентам и новые специальные услуги: кейтеринг, ландшафтный дизайн, поставку питьевой воды и другие. Именно клининговые сети на сегодняшний день представляют наиболее быстро растущий сегмент рынка бытовых услуг.

В современных условиях перспективными являются два формата ведения бизнеса, связанного с организацией бытового обслуживания населения: сопутствующий и сетевой форматы. В первом случае развиваются компании, для которых бытовые услуги

являются сопутствующим бизнесом, усиливающим конкурентное преимущество основного (например, сервисное обслуживание и ремонт бытовой техники и электроники).

Вторым наиболее эффективным форматом является сетевой, по которому работают предприятия, создающие свои сети благодаря использованию собственных, или иностранных инвестиций. Эти сетевые компании развиваются по принципу строительства филиалов, либо используя франчайзинг. Сетевая модель бизнеса позволяет игрокам не только выдерживать конкуренцию, но и создавать, по сути, новые сегменты рынка бытовых услуг.

Экономический кризис, повлекший за собой череду массовых увольнений, послужил причиной массового внедрения организационно-управленческих инноваций, связанных с использованием технологии франчайзинга. Одной из важнейших характерных особенностей данной технологии является существенное снижение предпринимательских рисков. Применение и развитие франчайзинга на территории самарского рынка способствует внедрению новых бизнес-технологий, стандартов организации бизнеса и повышению деловой культуры, вынуждая местных представителей бизнеса оперативно адаптироваться к новому уровню качества работы.

Самару по праву можно назвать колыбелью приволжского франчайзинга. Большинство франшизных предприятий в Самаре появилось гораздо раньше, чем в других городах Поволжья, а либеральная политика самарской администрации по отношению к применению данной технологии сделала город достаточно насыщенным федеральными франчайзерами.

На сегодняшний день в Самаре представлено большинство российских франчайзеров, присутствуют и оригинальные местные концепции. Одной из наиболее известных местных франчайзинговых концепций является комплексная франшиза по выпуску продовольственных продуктов и организации точек общественного питания «У Палыча». Из других франшиз с местной пропиской можно назвать сеть трактиров «Жили-были». Среди национальных брендов, присутствующих на самарском рынке, примерами предприятий, работающих по технологии франчайзинга, являются кофейни «Шоколадница», сеть трактиров «Ёлки-Палки», кафе «БаскинРоббинс».

В сфере розничной торговли франчайзинг используют корпорация RetailX5 Group (магазины «Копейка»), а также магазины непродовольственных товаров: «SELA», «Красный куб» «СПОРТ-ЛАНДИЯ» и др. В сфере общественного питания – рестораны сети быстрого питания «Якитория», «Елки-палки», в сфере бытового обслуживания – салоны парикмахерского искусства «Гарус», многочисленные автозаправочные станции и станции обслуживания автомобилей.

Инновационное развитие рынка потребительских услуг требует активного взаимодействия и сотрудничества хозяйствующих субъектов, науки и органов власти. Вместе с тем, среди нормативных документов, связанных с поддержкой и развитием инновационной деятельности, практически ни один не затрагивает данную сферу, определяя лишь направления государственной поддержки инновационных разработок и правовой статус объектов интеллектуальной собственности.

Государственная стратегия развития России предполагает ее инновационную направленность, однако в настоящее время отсутствует необходимая для реализации этих планов правовая база. Будучи заинтересованными в развитии инновационной деятельности, органы государственной власти не имеют возможности прямого регулирования отношений, возникающих в сфере разработки и реализации инноваций, поскольку принуждение хозяйствующих субъектов к внедрению современных достижений науки и техники в производство товарной продукции и модернизацию средств производства противоречит принципам свободы предпринимательства.

Таким образом, способствовать развитию инновационной деятельности возможно лишь путем косвенного воздействия на этот процесс, а именно, экономического стимулирования и государственной поддержки субъектов инновационной деятельности, с одной стороны, и создания невыгодных экономических последствий для производителей и продавцов, ориентирующихся на устаревшие способы производства, а также использование затратных и малоэффективных технологий, с другой стороны. Такое воздействие должно опираться на правовые нормы позитивной и негативной направленности. Однако в настоящее время правовые основы для воздействия на процесс инновационного развития сферы потребительских услуг практически отсутствуют.

Среди нормативно-правовых актов, направленных на регулирование отношений в сфере потребительского рынка, прослеживается четкая иерархия «по вертикали» и значительное информативное несоответствие «по горизонтали».

Так, иерархия «по вертикали» заключается в постепенном раскрытии и конкретизации основных положений, утвержденных федеральным законодательством, на региональном и местном уровнях. Информативное несоответствие «по горизонтали» заключается в несогласованности требований, предъявляемых к организации одного процесса (торгового, процесса оказания услуг) различными нормативными документами.

Примером такой иерархии юридических инноваций может послужить группа нормативно-правовых актов, направленных на регулирование торговой деятельности. Принятие Федерального закона от 28.12.2009 № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» повлекло за собой разработку и принятие на региональном уровне Закона Самарской области «Об основах государственного регулирования торговой деятельности на территории Самарской области», а также ряда вспомогательных документов, связанных с реализацией данного закона, что, в свою очередь, вызвало необходимость принятия соответствующих распоряжений касательно исполнения данных документов на местном уровне.

В качестве одного из примеров несогласованности инновационных законодательных положений в различных нормативных документах можно назвать требования к осуществлению торговой деятельности посредством использования нестационарных торговых объектов. В санитарно-гигиенических требованиях к размещению предприятий торговли данного типа предъявляется ряд требований, связанных с их конструктивной особенностью, в то время как в документах, регламентирующих порядок предоставления земельных участков под размещение таких объектов, указанные требования отсутствуют.

Основными стратегическими направлениями развития потребительского рынка Самары и Самарской области сегодня являются:

- формирование достаточной конкурентной среды;
- привлечение инвестиций в инфраструктуру потребительского рынка;

- поддержка отечественных товаропроизводителей;
- стимулирование обновления технологий предприятий сферы потребительских услуг и их логистического обслуживания;
- эффективный контроль защиты прав и соблюдения интересов потребителей;
- развитие и совершенствование нормативно-правовой базы региональной торговли и межрегионального сотрудничества;
- совершенствование нормативно-правовой базы, регулирующей сферу потребительского рынка, с целью достижения баланса интересов предпринимателей, потребителей и государства.

В Самарской области имеются все предпосылки для развития и совершенствования потребительского рынка: производственный потенциал, наращивание мощностей перерабатывающей промышленности, активная позиция предпринимателей, достаточно высокая покупательская способность населения.

3.2. Роль стандартизации в повышении качества услуг розничной торговли и общественного питания на самарском рынке

Торговля является одной из важнейших составляющих экономики и оказывает значительное влияние на качество жизни населения. Сектор розничной торговли является конечным звеном в цепи поставок товаров от производителя к потребителю. Объем продаж производителей товаров напрямую зависит от эффективности организации торговой деятельности. Развитие сектора торговли Самарского региона определяет долю местных товаров в ассортименте торговых предприятий, что напрямую влияет на величину валового регионального продукта.

Задачи, стоящие на современном этапе перед торговлей, заключаются как в обеспечении роста товарооборота, так и в повышении качества обслуживания покупателей, на основе дальнейшего более продуманного развития предприятий розничной торговли и складской сети всех форм собственности.

По сведениям Федеральной службы государственной статистики в 2013 г. оборот розничной торговли в Российской Федерации составил 23685913,5 млн. руб. или 103,9% к уровню 2012 г. При этом в 2013 г. сохранилась тенденция опережающего роста

объема продаж непродовольственных товаров по сравнению с продовольственными товарами [49].

Вклад от коммерческой деятельности по реализации товаров и услуг в экономику Самарской области стабильно высок. В 2013 г. сохранилась тенденция динамичного развития потребительского рынка г.о. Самара, что способствовало повышению уровня товарного насыщения, развитию торговой сети и качественному улучшению ее структуры.

Оборот розничной торговли г.о. Самара в 2013 г. составил 220,4 млрд. руб. (39% в обороте розничной торговли Самарской области).

Более 54% оборота розничной торговли городского округа было сформировано за счет крупных и средних организаций. Объем платных услуг, оказанных населению крупными и средними организациями города, составил 55,5 млрд. руб. [50]. В таблице 12 представлены сведения о состоянии сети торговых предприятий г.о. Самара в 2013 г.

Таблица 12

Структура торговых предприятий г.о. Самара в 2013г.

Вид предприятия	Количество предприятий, ед.	Удельный вес, %
Стационарные предприятия	2710	52,46
Торговые центры	85	1,64
Павильоны	1079	20,89
Объекты мелкой розницы (киоски, тонары)	1281	24,80
Розничные рынки	7	0,13
Ярмарки	4	0,08
Всего	5166	100

Основную массу предприятий торговли составляют стационарные предприятия – 52,46%, а также объекты мелкой розницы – 24,8% и павильоны – 20,89%.

Уровень обеспеченности населения г.о. Самара площадями торговых объектов в 2013 г. составил 187,6 % (1349027,36 м²; 1170,8 м² на 1000 чел.), в частности:

- по торговым предприятиям продовольственной торговли – 207,6 % (476007,7 м²; 413,1 м² на 1000 чел.);
- по торговым предприятиям непродовольственной торговли – 167,6% (873019,71 м²; 757,7 м² на 1000 чел.).

В настоящее время состояние розничной торговли Самары в основном определяется деятельностью ритейлеров различной специализации, представленных не только местными торговыми сетями («Остат», «Меркурий-продукт» и т.д.), но и торговыми сетями регионального и федерального уровня («Карусель», «Перекресток», «Магнит», «Покупочка», «Пятерочка+» и др.).

На потребительском рынке г.о. Самара помимо роста количественных показателей наблюдаются и качественные изменения: активное внедрение сетевого принципа организации торговли, распространение передовых методов обслуживания населения, появление комплекса дополнительных услуг для покупателей, проведение рекламных акций и различных мероприятий по стимулированию сбыта.

На предприятиях торговли активизировался процесс внедрения технологических и технических инноваций:

- в формате самообслуживания функционирует 410 предприятий, что составляет 15,1% от общего количества стационарных предприятий;

- использование эквайринга (терминалов оплаты, позволяющих применять банковские карты для оплаты товаров или услуг) – 184, что составляет 6,8% от общего количества стационарных предприятий;

- использование электронных ценников – оснащение торгового зала специальными устройствами, позволяющими покупателям получать информацию об интересующем товаре (страна-производитель, состав, количество товара на складе и т.д.) со штрих кода – 106, что составляет 3,9% от общего количества стационарных предприятий;

- электронная торговля – 278, что составляет 10,3% от общего количества стационарных предприятий.

В Самаре продолжает динамично развиваться сектор общественного питания. По состоянию на 01.01.2012 г. сеть предприятий общественного питания насчитывала 1179 объектов на 65973 посадочных мест [51].

В 2014 г. оборот розничной торговли прогнозировался в объеме 263,9 млрд. руб. с приростом в физическом объеме на 5,8%, объем платных услуг населению – 91 млрд. руб. с приростом на 2,5% [52].

В настоящее время на рынке ритейла наблюдается рост требований со стороны потребителей к безопасности товаров, их ассортименту, качеству обслуживания, дополнительным услугам.

До сих пор актуальной остается проблема безопасности услуг торговли и общественного питания. В частности, специалистами отдела надзора по гигиене питания Управления Роспотребнадзора по Самарской области за ноябрь 2014г. проверен 21 субъект: 8 субъектов, осуществляющих услугу общественного питания; 10 субъектов, осуществляющих розничную торговлю продуктами питания, 3 субъекта, осуществляющих деятельность по производству продуктов питания.

В ходе плановых проверок были выявлены следующие нарушения санитарного законодательства:

- несвоевременное проведение ремонта на предприятии;
- нарушение условий хранения, товарного соседства при хранении пищевых продуктов;
- реализация продуктов с истекшим сроком годности;
- реализация продуктов питания без документов, подтверждающих их качество и безопасность;
- отсутствие маркировочных ярлыков на упаковках продуктов питания;
- несвоевременное прохождение медицинского осмотра сотрудниками;
- отсутствие производственного контроля [53].

Большинство проблем развития торговли являются общими для всех регионов, они сформулированы в Стратегии развития торговли в Российской Федерации на 2011-2015 гг. и период до 2020 г., утвержденной приказом Министерства промышленности и торговли Российской Федерации от 31.03.2011 № 422. К ним относятся:

- недостаточная эффективность государственного регулирования;
- недостаточный уровень развития инфраструктуры (недостаток складских и торговых объектов, высокая стоимость покупки и аренды объектов недвижимости и земли, высокая стоимость проведения работ по обеспечению инженерными коммуникациями, недостаток торговой и транспортной инфраструктуры на удаленных территориях, слабые хозяйственные связи между производителями и организациями торговли и т.д.);

- низкая квалификация и недостаток кадров на всех уровнях;
- недостаточная привлекательность для бизнеса развития торговли в малых и отдаленных населенных пунктах.

Низкий уровень использования современных технологий обуславливает существенное отставание сектора торговли в нашей стране от сектора торговли развитых стран по уровню эффективности. Для решения этих проблем в настоящее время ведется активная работа на федеральном и региональном уровнях: формируется новая нормативная правовая база в сфере технического регулирования потребительского рынка; разрабатываются стратегии и программы развития торговли.

Повышение качества услуг розничной торговли и общественного питания – сложная и многогранная проблема, охватывающая различные аспекты: технические, экономические и социальные.

Работы по стандартизации услуг, в т.ч. услуг торговли и общественного питания, начали проводиться с 1992 г. Толчком к развитию стандартизации в этой сфере стал Закон РФ «О защите прав потребителей» и вытекающая из него необходимость создания механизма защиты потребителей от опасных услуг. Одним из главных механизмов, выбранных Госстандартом России, стала обязательная сертификация услуг.

Используемые в сфере услуг многочисленные подзаконные акты (правила, инструкции и др.) не могли стать основной нормативной базой обязательной сертификации – были необходимы государственные стандарты с обязательными требованиями. Таким образом, обязательная сертификация, начатая в стране, инициировала работы по стандартизации в сфере услуг.

Для разработки государственных стандартов в сфере услуг было создано шесть технических комитетов (ТК), в том числе ТК «Услуги торговли и общественного питания». К 1996 г. силами этих ТК было разработано 27 государственных стандартов на услуги. Первым этапом работ по подготовке к обязательной сертификации услуг розничной торговли стала разработка и введение в действие ГОСТ Р 51303-99 «Торговля. Термины и определения», ГОСТ Р 51304-99 «Услуги розничной торговли. Общие требования», ГОСТ Р 51305-99 «Розничная торговля. Требования к обслуживающему персоналу», ГОСТ Р 51773-2001 «Розничная торговля. Классификация предприятий». Необходимость создания указанных стандартов возникла задолго до того, как услуги