

На правах рукописи

РАЗОМАСОВА ЕЛЕНА АЛЕКСАНДРОВНА

ФОРМИРОВАНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЕХАНИЗМА  
РАЗВИТИЯ СФЕРЫ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ УСЛУГ  
В КРУПНОМ ГОРОДЕ

Специальность:  
08.00.05 - Экономика и управление народным хозяйством  
региональная экономика

АВТОРЕФЕРАТ

диссертация на соискание ученой степени  
доктора экономических наук

Новосибирск - 2013

Работа выполнена на кафедре экономики потребительской кооперации Негосударственного образовательного учреждения высшего профессионального образования Центросоюза Российской Федерации, Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК)

Научный консультант: доктор экономических наук, профессор  
**Басс Александр Яковлевич**

Официальные оппоненты: **Мелентьев Борис Викторович**, доктор экономических наук, ведущий научный сотрудник сектора анализа и прогнозирования развития проблемных регионов Сибири, Федерального государственного бюджетного учреждения науки Институт экономики и организации промышленного производства Сибирского отделения Российской академии наук (ИЭОПП СО РАН)

**Бакаева Вера Владимировна**, доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры государственного и муниципального управления в Федеральном государственном бюджетном учреждении высшего профессионального образования Сибирский государственный университет путей сообщения (СГУПС)

**Шаланов Николай Васильевич**, доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой статистики и математики в Негосударственном образовательном учреждении высшего профессионального образования Центросоюза Российской Федерации, Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК)

Ведущая организация: Федеральное государственное бюджетное учреждение высшего профессионального образования Алтайский государственный университет (АГУ)

Защита состоится «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2013 г. в \_\_\_ часов на заседании диссертационного совета Д 003.001.01 при ИЭОПП СО РАН по адресу: 630090, г. Новосибирск, пр. Академика Лаврентьева, 17, конференц-зал.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке ИЭОПП СО РАН

Автореферат разослан «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2013 г.

Ученый секретарь  
диссертационного совета,  
доктор экономических наук,  
профессор

В.В. Титов

## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

**Актуальность исследования.** Сфера потребительских услуг как имманентная отрасль крупного города является одним из индикаторов уровня развития экономики региона, так и страны в целом. Показатели развития сферы потребительских услуг за последние 20 лет свидетельствуют, что ее бурный рост в 1990-х годах в начале 2000-х годов резко замедлил темпы, а в дальнейшем сменился состоянием близким к стагнации.

Развитие сферы, производящей потребительские услуги, требует привлечения интереса предпринимателей и существенной концентрации ресурсов, а также активизации государственной (региональной) поддержки предпринимательской деятельности для обеспечения финансирования инвестиционного процесса рассматриваемой сферы. При этом тезис о необходимости развития сферы потребительских услуг путем прямого наращивания мощностей справедлив лишь для условий расширяющейся экономики и не учитывает влияющих факторов на формирование экономического механизма реального функционирования данной отрасли. Также совершенно необъяснимым в рамках существующих теоретических подходов является факт резкого замедления развития сферы потребительских услуг, несмотря на низкий уровень конкуренции в ней. В первую очередь это обстоятельство заставляет полагать, что существующие теории игнорируют условия экономического равновесия в регионе, городе или поселении и условия, при которых стимулируется или, наоборот, дестимулируется активность предпринимателей, действующих в этой отрасли.

До сих пор теория региональной экономической науки развивалась преимущественно в русле рассмотрения отраслей первичного производства с позиции минимизации издержек, что было верно применительно к условиям относительно низкой конкуренции. Однако такой подход не позволяет корректно объяснить причины, по которым при достаточно низкой конкуренции в сфере потребительских услуг не растут объемы предложения услуг населению на региональном рынке крупного города. Нам представляется, что ключ к пониманию закономерностей развития сферы потребительских услуг в научном описании функционирования экономического механизма развития сферы потребительских услуг в крупном городе на основе конкурентного развития рынка. Необходимость разработки теоретической концепции формирования экономического механизма развития сферы потребительских услуг в крупном городе, которая послужит объективным инструментом при разработке городских планов развития, определяет актуальность настоящего исследования.

**Состояние научной разработанности проблемы.** К разработке терминологической основы для исследования сферы услуг, к изучению их роли в формировании структуры общественного производства в разное время обращались многие отечественные и зарубежные авторы: Ю.Л. Александров, А.Я. Басс, А. Балаева, З.И. Беликина, Д. Белл, М. Блауг, Д.Б. Бреев, Т.Д. Бурменко, С.В. Викторов, Н.Н. Даниленко, Л. Демидова, И.И. Дюмулен, С.М. Иовчук,

В.Л. Иноземцев, Ф. Котлер, К. Лавлок, Ж.Д. Лиотар, К. Маркс, В.Д. Маркова, Р. Мердик, Н.Н. Михеева, А. Мартынов, Л.П. Наговицина, А. Новиков, Л.Б. Нюренбергер, Н. Остроумова, Ю.В. Пискулов, Е.В. Поклонова, Р. Рассел, О.И. Радина, Б. Рендер, Ю.О. Свириденко, В.Н. Соловьев, Н.Н. Терещенко, Э. Тоффлер, Т.А. Туренко, М.В. Удальцова, В.А. Федосов, К. Хаксевер, Т. Хилл, С. Хорос, Р.И. Цвылев, Г.А. Черчилль, Л.В. Шемякина, Е.С. Шленскова и др.

Значение роли сферы услуг в формировании свободного времени для всестороннего развития личности современного человека исследуется в работах П.И. Бурака, Л.А. Гордона, В.В. Деминой, Г. Канна, В.П. Кондратова, Н.А. Климова, И.Т. Левыкина, В.Д. Патрушева, С.Г. Струмилина, Н.Е. Тихоновой и др.

Исследованию территориально-пространственных экономических систем, процессов управления ими на региональном уровне посвящены труды классиков и современных исследователей: А.Г. Аганбегяна, М. Бекманна, В.С. Бочко, А.И. Буфетовой, А. Вебера, А.Г. Гранберга, И.В. Гришиной, А.В. Евсеевко, Б.С. Жихаревича, С.В. Казанцева, З.И. Калугиной, Е.Б. Кибалова, Е.А. Колмак, А.А. Кина, А.А. Кисельникова, В.И. Клисторина, И.В. Князевой, Н.А. Кравченко, В. Кристаллера, В.В. Кулешова, Ю.Г. Лавриковой, Б.Л. Лавровского, Н.И.Лариной, А. Лёша, В.Я. Любовного, В.Ю. Малова, В.Д. Маршака, А.С. Маршаловой, Б.В. Мелентьева, Л.В. Мельниковой, А.С. Новоселова, В.Н. Папело, Т. Пуу, Т.Г. Ратьковской, В.И. Ресина, Д. Рикардо, Ю.А. Симагина, А.Смита, В.И. Сулова, С.А. Суспицына, А.И. Татаркина, Г.А. Унтуры, Н.В. Шаланова, А.Г. Шахназарова, Р.И. Шнипера, В.А. Шупера, А.Л. Шушарина, М.А. Ягольницера, О.Н. Яницкого и др.

Несмотря на обширную тематику исследований в области пространственной и региональной экономики, экономические отношения, объясняющие развитие сферы потребительских услуг на уровне регионов, почти не изучены. При этом основной упор делается на оценку качественных и валовых показателей развития сферы потребительских услуг в регионе, в то время как практика управления ее развитием требует разработки количественных и адресных инструментов на основе описания объективного экономического механизма.

**Целью диссертационного исследования** является разработка концептуальных теоретических положений, характеризующих формирование экономического механизма развития сферы потребительских услуг в границах крупного города, обуславливающего территориальное распределение предприятий, уровень цен в отрасли и активность предпринимателей, действующих в рассматриваемой сфере.

Для достижения сформулированной цели в диссертации были поставлены следующие частные **задачи исследования**:

1) уточнить терминологическую основу понимания потребительских услуг, и определение классификационных признаков потребительских услуг, выработать понимание термина «сфера потребительских услуг»;

2) проанализировать статистические данные, характеризующие территориальную дифференциацию сферы потребительских услуг, уровень ее экономического развития в стране и внутри отдельных территорий;

3) сформулировать теоретические постулаты относительно ряда исходных факторов, определяющих естественные экономические условия развития сферы потребительских услуг на рассматриваемой территории;

4) теоретически обосновать и построить модель экономического равновесия в развитии отдельных секторов сферы потребительских услуг в границах крупного города;

5) выработать методику получения индикатора эффективного развития сферы потребительских услуг в крупном городе;

6) теоретически объяснить территориальные диспропорции в развитии сферы потребительских услуг в крупном городе;

7) дать теоретическое описание экономического механизма развития сферы потребительских услуг, функционирование которого приводит к повышению уровня комфортности проживания для населения крупного города;

8) разработать концепцию развития сферы потребительских услуг в крупном городе;

9) дать условную оценку последствий приведения в действие механизма развития сферы потребительских услуг на примере крупного города.

**Объектом исследования** является городская сфера потребительских услуг.

**Предметом исследования** являются экономические отношения, возникающие в крупном городе в процессе функционирования экономического механизма развития сферы потребительских услуг.

**Область исследования.** Содержание диссертации соответствует п. 3.2 «Пространственное распределение экономических ресурсов; теоретические, методические и прикладные аспекты размещения корпоративных структур, фирм малого и среднего бизнеса, экономических кластеров, предприятий общественного сектора, домохозяйств», п. 3.10 «Исследование традиционных и новых тенденций, закономерностей, факторов и условий функционирования и развития региональных социально-экономических систем» паспорта научных специальностей 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством (экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами: региональная экономика)».

**Теоретическую и методологическую основу** исследования составляют научные положения, содержащиеся в трудах отечественных и зарубежных ученых в области экономической теории, региональной экономики, управления экономическими системами, а также результаты прикладных исследований по проблемам экономики отрасли потребительских услуг.

Методологической основой исследования являются: системный экономический анализ и различные; общенаучные методы статистического исследования, диалектики, экспертных оценок, а также методы анализа и синтеза.

**Научная новизна** состоит в том, что в отличие от существующих теорий, объясняющих пространственно-территориальное развитие отраслей материального производства с позиций минимизации затрат, предлагаемая теоретическая концепция позволяет адекватно дополнить описание экономического механизма территориального развития сферы потребительских услуг с позиции конкурентного ценообразования и предпринимательских рисков, что дает возможность осуществлять построение экономически обоснованных и эффективных планов развития этого сектора территориальной экономики.

**Основные результаты исследования**, обладающие научной новизной, заключаются в следующем.

1. Уточнен терминологический аппарат, понимания категории потребительских услуг, определены признаки потребительских услуг, что позволяет, в отличие от существующих подходов, описать их как отдельный класс и методологически рассматривать как самостоятельный объект исследования. На основании чего выработана методология исследования сферы потребительских услуг в крупном городе, на основе принципов, способов и форм, позволяющая уточнять, развивать и дополнять теории региональной экономики в части изучения отраслевого направления региональных исследований.

2. Уточнены теоретические положения, объясняющие факт территориальных диспропорций в предложении потребительских услуг на территории города. В их рамках, в отличие от существующих подходов, основанных на экономии производственных и транспортных издержек диспропорции, объясняются территориальной дифференциацией уровня доходов населения, предпринимательскими рисками и ожидаемой предпринимательской прибылью, что позволяет разрабатывать конкретные программы поддержки предпринимательства с целью повышения комфортности проживания населения крупного города.

3. Дополнена теория формирования экономического механизма развития сферы потребительских услуг в границах крупного города (субъекта федерации, региона) как территориального образования. Теперь она в отличие от существующих теорий, основанных на обезличенном валовом подходе и/или внешних аналогиях, позволяет рассматривать сугубо имманентные свойства развития сферы потребительских услуг, что дает возможность строить на основе адресной государственной (региональной) поддержки стратегии развития сферы потребительских услуг, ориентированные на внутреннюю конкуренцию.

4. Исходя из экономического равновесия предложена методика формирования количественной индикативной нормы предприятий сферы потребительских услуг, позволяющей, в отличие от действующих и экономически не обоснованных нормативов, научно обосновать необходимое количество предприятий сферы потребительских услуг в крупном городе (субъекта федерации, региона) исходя из внутренних экономических условий территории, что дает возможность перевода рассматриваемой сферы на более высокий уровень развития.

5. Предложена концепция развития сферы потребительских услуг крупного города, которая в отличие от традиционного подхода позволяет учесть одно-

временно территориальную и видовую составляющие развития данной сферы с вытекающими отсюда позитивными экономическими и социальными последствиями для территории крупного города (субъекта федерации, региона). На основе данной концепции предлагается методика управления развитием сферы потребительских услуг, которая позволяет: получить индикативную норму числа предприятий сферы потребительских услуг в каждом отдельно взятом ареале исследуемой территории; определить характер рынка по каждому укрупненному виду потребительских услуг; оценить степень развития их производства по отношению к индикативной норме; дать основания для принятия административных решений (на уровне муниципальной и региональной власти) адресной поддержки развития конкретных укрупненных групп видов потребительских услуг рассматриваемой территории.

6. Разработан количественный критерий оценки степени развития сферы потребительских услуг на территории города – показатель комплектарности, позволяющий, в отличие от существующих валовых измерителей, количественно оценить по отношению к введенной норме объективный уровень обеспеченности обитателей территории города необходимыми услугами потребительского характера в видовом и территориальном аспектах, что дает возможность применять данный показатель в процедуре мониторинга развития рынка потребительских услуг для принятия управленческих решений на муниципальном и региональном уровнях власти, а также служит ориентиром при формировании городских планов поддержки развития сферы потребительских услуг.

**Теоретическая значимость исследования** заключается в развитии теории и методологии управления пространственным, видовым и объемным развитием сферы потребительских услуг как значимой отрасли, обеспечивающей комфортность проживания населения города (субъекта федерации, региона).

**Практическая значимость исследования** состоит в том, что на основе изучения экономического механизма развития сферы потребительских услуг возможна разработка стратегии развития отрасли в границах отдельного крупного города при условии повышения комфортности проживания его жителей, обеспечиваемого увеличением объема предложения, видового разнообразия и территориальной дисперсии сферы потребительских услуг при одновременном увеличении ценовой доступности услуг. На основе предложенной в диссертационном исследовании теории и методологии можно: 1) проанализировать общую потребность в услугах при равновесных ценах и соответствующем им количестве предприятий, предоставляющих потребительские услуги в городе; 2) определить объем потребных инвестиций для соответствующего развития отрасли; 3) установить экономически целесообразный объем государственной поддержки предпринимательской деятельности в сфере потребительских услуг.

**Апробация и внедрение результатов исследования.** Результаты исследования применяются при формировании тематических программ работы сессий Директорского форума Института экономики и организации промышленного производства СО РАН (справка о внедрении от 20.10.2010 г.), используют-

ся в деятельности консалтинговой компании DSO Consulting г. Новосибирска (акт о внедрении от 08.07.2012 г.), приняты к внедрению министерством промышленности, торговли и развития предпринимательства Новосибирской области (Минпромторг НСО) при формировании стратегических и целевых программ социально-экономического развития области (акт о внедрении от 21.08.2012 г. № 2055-10/32). Теоретические и методологические разработки автора используются в учебном процессе Сибирского университета потребительской кооперации (справка от 31.08.2012 г. № 03-1383).

Основные положения работы докладывались и обсуждались на международных, всероссийских, региональных научных конференциях, в том числе «Рынок: проблемы переходной экономики» (Новосибирск, 2003), «Новый век – новые горизонты науки» (Новосибирск, 2004), «Наука и образование» (Новосибирск, 2004), «Рыночное пространство современной России» (Новосибирск, 2006), «Современные тенденции развития мировой культуры и цивилизации: культура, образование, экономика» (Новосибирск, 2007), «Управление организациями и объединениями в сфере услуг и АПК в конкурентной рыночной среде» (Новосибирск, 2008), «Проблемы развития экономики и предпринимательства» (Иркутск, 2008), «Дни науки» (Новосибирск, 2010, 2011), «Развитие инновационного потенциала научных исследований кооперативного сектора экономики» (Новосибирск, 2011), «Инвестиции и инновации в сфере малого бизнеса» (Новосибирск, 2011), «Процессы модернизации в экономике и управлении: методы, модели, инструменты» (Новосибирск, 2012), «Развитие инновационного потенциала научных исследований кооперативного сектора экономики» (Москва, Ярославль, 2012), на семинарах и круглых столах по проблемам развития сферы услуг и предпринимательской деятельности, в том числе на сессиях Директорского форума Института экономики и организации промышленного производства СО РАН «Эффективные схемы договорных отношений» (Новосибирск, 2007), «Управленческие нововведения: проблемы внедрения» (Новосибирск, 2008), «Устойчивое развитие» (Новосибирск, 2008), «Предпринимательство – важнейший аспект бизнеса в условиях кризиса» (Новосибирск, 2009).

**Научные публикации.** По результатам исследования опубликовано 34 научные работы общим объемом 41,78 п.л. (авторские – 39,63 п.л.), из них две монографии объемом 23, 25 п.л., 33 научные статьи объемом 18,53 п.л. (авторские – 16,38 п.л.), в том числе 13 статей объемом 7,9 п.л. (авторские – 6,2 п.л.) в рецензируемых изданиях.

**Структура и объем диссертации** определяется принятой логикой исследования (рис. 1) и включает введение, пять глав, заключение, список литературы и приложения. Диссертация изложена на 316 страницах текста, содержит список литературы из 276 источников, 49 рисунков, 41 таблицу, шесть приложений.

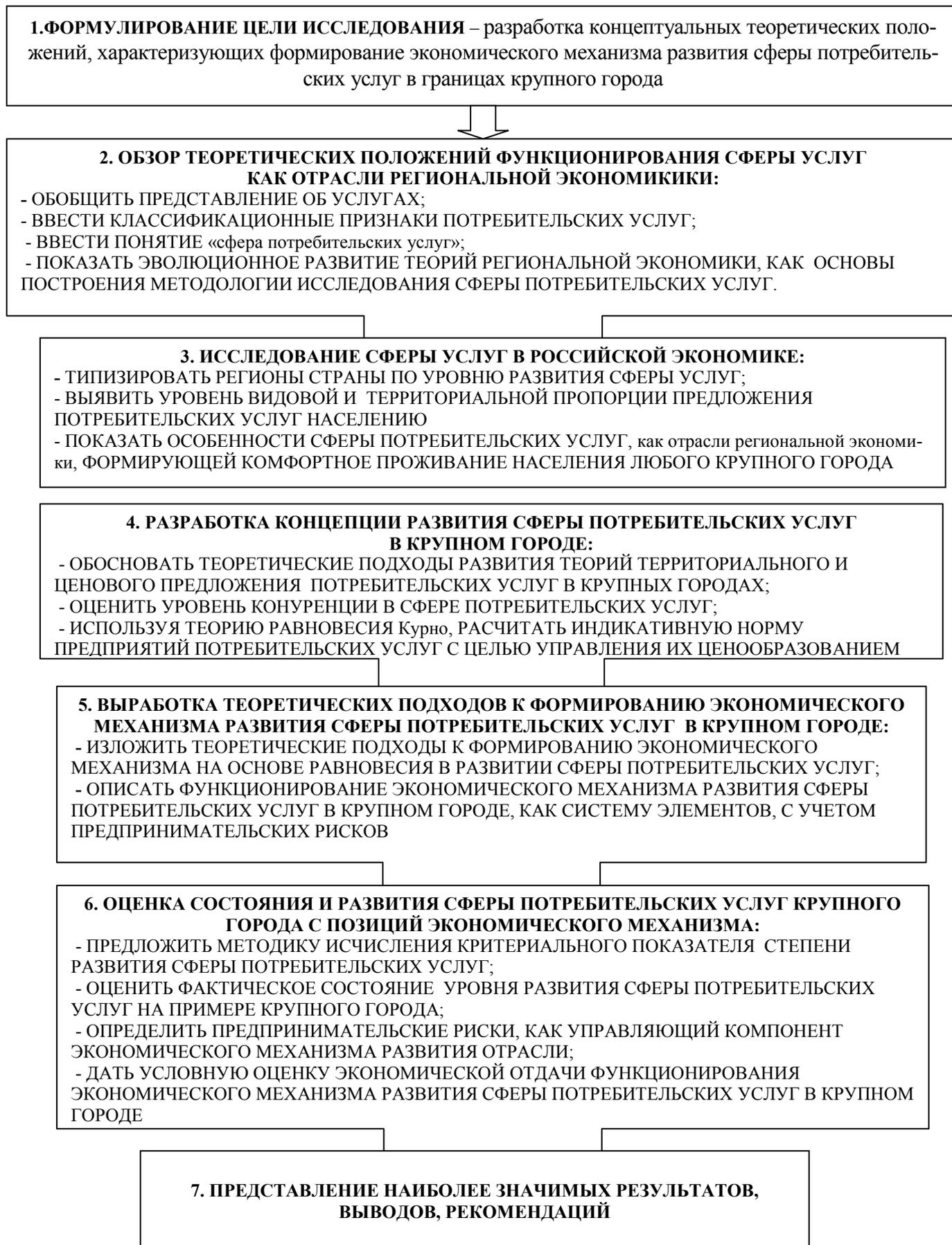


Рис. 1. Логика исследования

## КРАТКОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **введении** обоснована актуальность диссертационного исследования, сформулированы его цель и задачи, даны характеристики объекта и предмета исследования, представлены основные результаты, обладающие научной новизной, отмечена теоретическая и практическая значимость работы.

В **первой главе** «Теоретические основы функционирования сферы услуг как отрасли региональной экономики» представлено понятие услуг, охарактеризованы их специфика и сущность, приведена классификация услуг, сформулированы классификационные признаки потребительских услуг, введено понятие «сфера потребительских услуг». На основе анализа эволюции теорий региональной экономики предложена методология исследования сферы потребительских услуг крупного города.

Во **второй главе** «Сфера услуг в российской экономике: региональный аспект» проведено статистическое исследование динамики сферы услуг в целом и сферы потребительских услуг в частности. Определена типология развития сферы потребительских услуг в субъектах и регионах Российской Федерации. Показано, что сфера потребительских услуг выступает необходимым условием комфортного проживания населения в крупном городе.

В **третьей главе** «Концептуальные подходы к развитию сферы потребительских услуг в крупном городе» обоснованы концептуальные подходы развития теории территориального и ценового предложения потребительских услуг в крупных городах. Оценен уровень конкуренции, определена зависимость ценообразования в сфере потребительских услуг от состояния конкуренции. Дана предварительная оценка территориального распределения сферы потребительских услуг в крупных городах. Исходя из равновесия Курно рассчитана индикативная норма количества таких предприятий.

В **четвертой главе** «Теоретические подходы к формированию экономического механизма развития сферы потребительских услуг в крупном городе» изложены подходы к формированию экономического механизма на основе равновесия в развитии сферы потребительских услуг с учетом предпринимательских рисков. Описаны структура и содержание экономического механизма.

В **пятой главе** «Оценки состояния и развития сферы потребительских услуг с позиций экономического механизма» предложена методика исчисления критериального показателя степени развития сферы потребительских услуг – коэффициента комплектарности. Дана оценка фактического уровня развития сферы потребительских услуг на основе сплошного измерения этого показателя на примере крупного города. Определен предпринимательский риск как управляющий компонент экономического механизма отрасли. Представлены условные оценки экономических последствий функционирования механизма с учетом роста количества предприятий сферы потребительских услуг в крупном городе.

В **заключении** подведены итоги исследования, представлены наиболее значимые результаты, сформулированы основные выводы и рекомендации.

## **ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ ДИССЕРТАЦИИ, ВЫНОСИМЫЕ НА ЗАЩИТУ**

**1. Уточнен терминологический аппарат, понимания категории потребительских услуг, определены признаки потребительских услуг, что позволяет, в отличие от существующих подходов, описать их как отдельный класс и методологически рассматривать как самостоятельный объект исследования. На основании чего выработана методология исследования сферы потребительских услуг в крупном городе, на основе принципов, способов и форм, позволяющая уточнять, развивать и дополнять теории региональной экономики в части изучения отраслевого направления региональных исследований.**

В рамках известных научных концепций специальное изучение сферы потребительских услуг через призму специфических однородных признаков, характеризующих только потребительские услуги, не проводилось (рис. 2). Однако на современном этапе общественного развития возникает необходимость в уточнении понятийного аппарата, относящегося к сфере потребительских услуг, что позволит дополнить и развить классификационный анализ.

Терминологическое описание свойств класса потребительских услуг может быть выполнено с помощью методологического подхода «единичное и общее», при котором сферу потребительских услуг следует рассматривать как общую систему экономики, а потребительские услуги - как ее отдельную часть, объединяющую отдельные виды услуг, обладающие общими признаками. К признакам потребительских услуг мы относим следующие: потребляются персонально гражданами или домохозяйствами; оказываются исключительно на коммерческой основе, при этом отсутствует альтернатива получения услуги на некоммерческой основе; обладают высокой степенью контактности с потребителем; тяготеют к местам сосредоточения спроса; в себестоимости обязательно присутствует материальный компонент (не входящий в затраты, например, на консультационные, обучающие и т.п. услуги); характеризуются высокой частотой потребления и массовостью спроса.

Перечисленные признаки позволяют построить непротиворечивую методологию исследования, предполагающую совокупность единых принципов, способов и форм исследования относительно данной группы (рис. 3).

При работе с термином «потребительские услуги», мы опирались на перечень услуг, характеризующих названными выше однородными признаками, а также на результаты опроса жителей г. Новосибирска. Отличительными признаками потребительских услуг в полной мере обладают только 11 видов (как укрупненных групп): услуги по ремонту и пошиву обуви; услуги по ремонту бытовых изделий и металлоизделий; услуги по ремонту и пошиву одежды; услуги по химической чистке изделий; услуги прачечных;

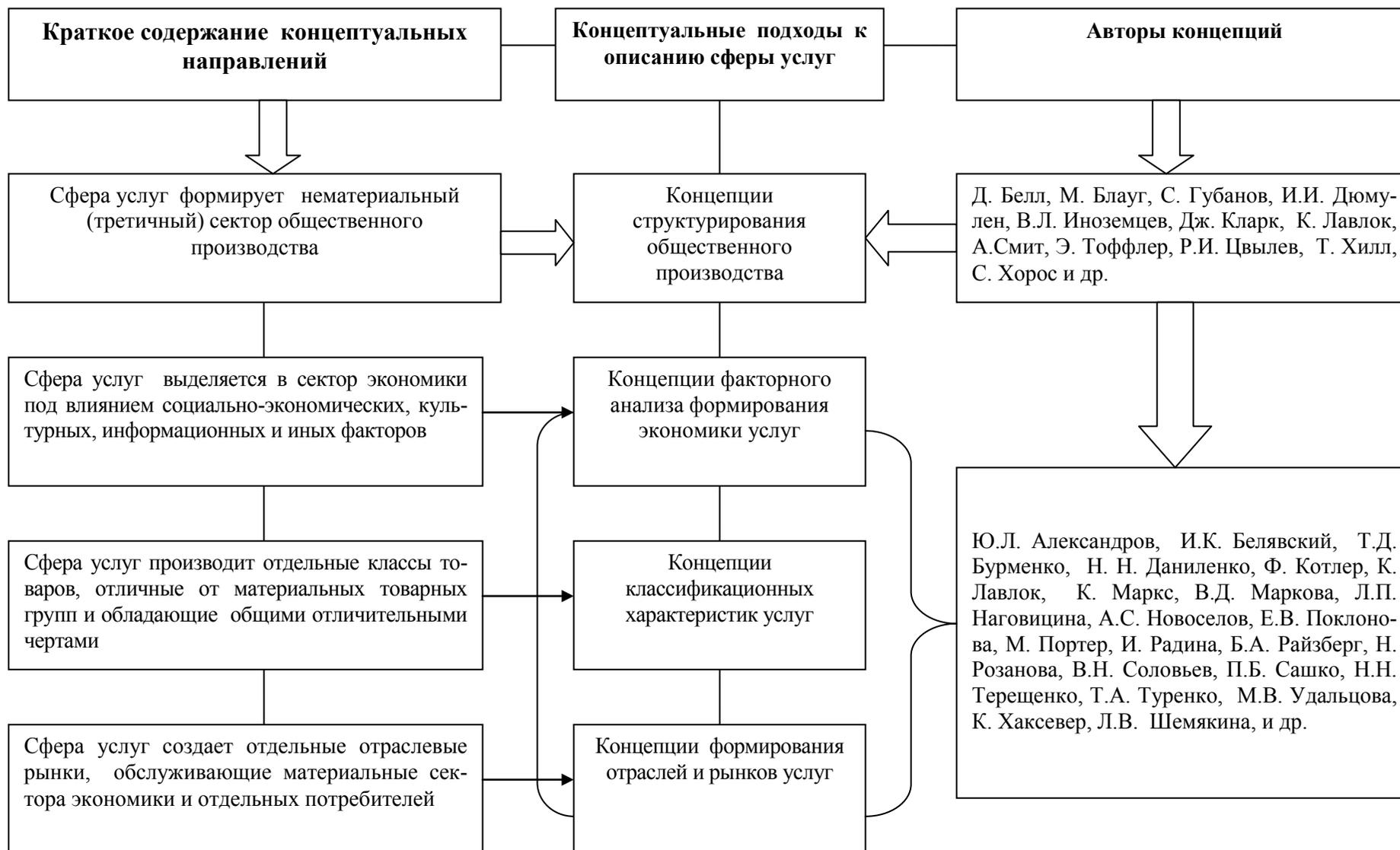


Рис. 2. Характеристика теоретических исследований сферы услуг

услуги фотографии; услуги бань и душевых; парикмахерские услуги; услуги пунктов проката; услуги по общественному питанию; услуги по осуществлению розничной торговли продовольственными товарами. Перечисленные 11 видов услуг содержат подвиды и отдельные самостоятельные услуг в совокупности, составляющие более 100 товарных единиц (услуг).



Рис. 3 Общепринятые и предложенные автором признаки потребительских услуг

В дальнейшем под *сферой потребительских услуг* будем понимать множество предприятий, которые оказывают услуги населению или/и домохозяйствам, отвечающие введенным признакам.

В рамках известных научных концепций, входящих в состав теорий размещения и теорий регионального роста и развития, специальные исследования сферы потребительских услуг проводились недостаточно. Сфера услуг в целом и сфера потребительских услуг в частности рассматривались лишь в аспекте признания факта их существования, но никак не в аспекте признания важности этой сферы экономики и необходимости количественного описания ее развития (рис. 4).

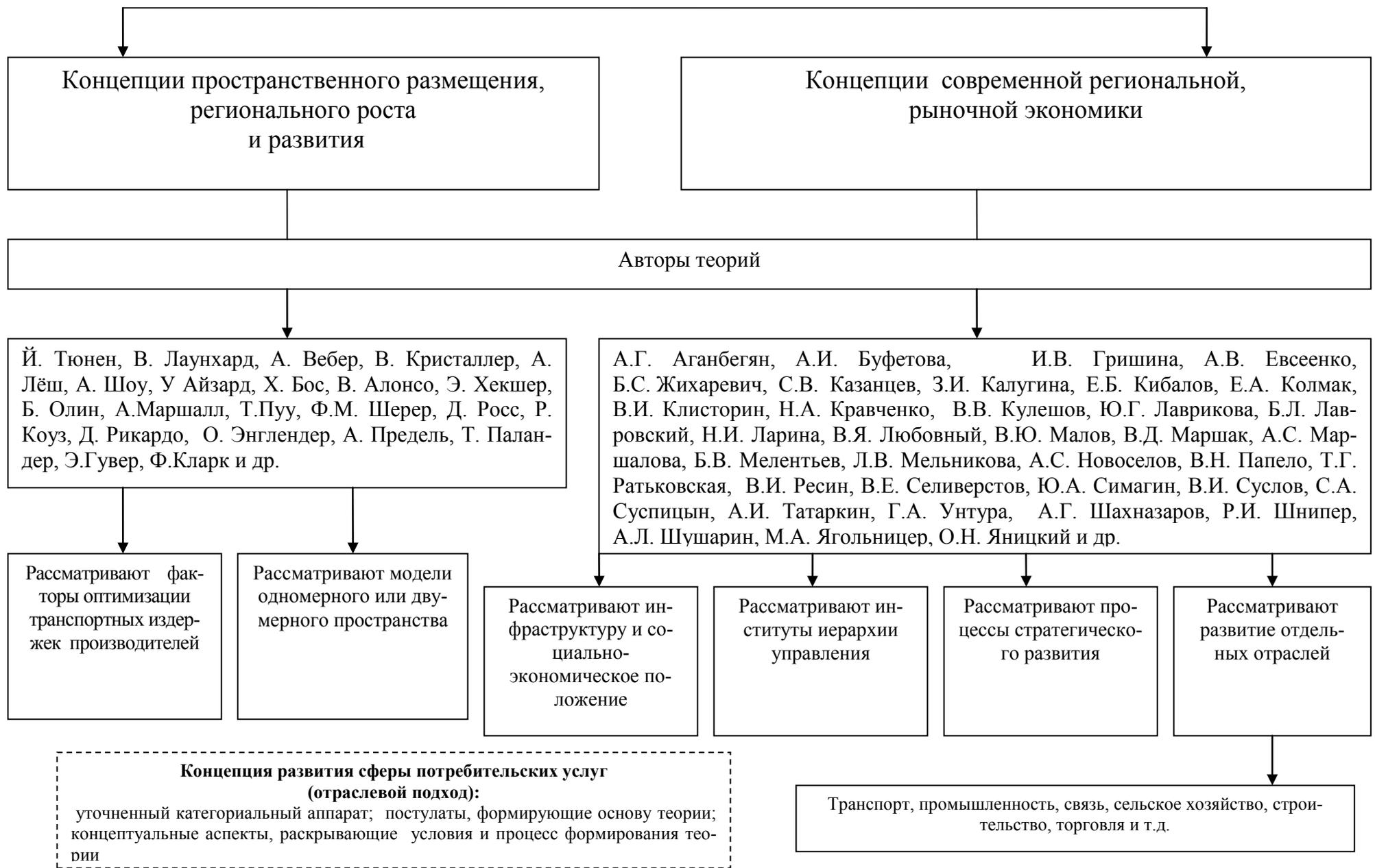


Рис. 4. Эволюция теоретических представлений в региональной экономической науке

С учетом тяготения научной школы региональной экономики к исследованию процессов развития в настоящей работе предложен переход от теории минимизации затрат к концепции развития отраслей внутри региона на основе оптимизации рыночных цен и исследованию объективного механизма функционирования отраслей в границах конкретных территориальных образований (городов, микрорайонов, ареалов).

Сфера потребительских услуг – значимая отрасль региональной экономики, основанная на синергии интересов заинтересованных в ее развитии элементов (Рис.5). Задача власти в лице органов муниципального (регионального) управления сферой потребительских услуг, как, впрочем, и любой другой отраслью региональной экономики заключается в создании необходимых условий поддержки максимального уровня конкуренции, что обеспечивается стимулированием появления новых предприятий в сфере потребительских услуг.

Исходя из описанной эволюции теоретических представлений развития теорий региональной экономики, *представляется возможным сформулировать основные элементы методологии развития сферы потребительских услуг в крупном городе*, как учение о принципах, способах и формах научного познания, позволяющее уточнить, развить и дополнить теории региональной экономики в части отраслевого направления регионального исследования (Рис.6.).

Принципы методологии:

Принцип 1: *ограниченности спроса*. В общетеоретическом смысле (ёмкость рынка в экономике) – это зависимость между ценой (P) и количеством товара (Q), которое покупатели могут и желают купить по строго определенной цене, в определенный промежуток времени. Сфера потребительских услуг развивается в ограничениях, объективно формирующихся сложившимся уровнем экономического развития территории.

Принцип 2: *ценовой доступности*. Сфера потребительских услуг в своем предложении должна ориентироваться на разный уровень доходов населения, предлагая достаточно широкий диапазон цен на услуги с учетом сложившегося на территории поселения платежеспособного спроса.

Принцип 3: *территориальной дисперсии*. Сфера потребительских услуг создает условия получения потребительских услуг в границах зон доступности (обитание или проживание) населения, равномерного распространения по территории поселения специализированных предприятий, оказывающих населению услуги потребительского характера.

Принцип 4: *диверсификации бизнеса*. Видовое предложение потребительских услуг на территории города (ареала, поселения) должно быть не ниже перечня, определенного исследованием потребительского спроса. Производство новых, дополнительных видов обслуживания и товарных единиц способно в короткие сроки привести отрасль к горизонтальному расширению, помочь предпринимателям создавать из узкоспециализированных предприятий полноценные компании, способные одновременно оказывать не одну или несколько, а сразу комплекс необходимых потребителям услуг.



Рис. 5. Системное устройство сферы потребительских услуг как отрасли региона



Рис. 6. Методология исследования сферы потребительских услуг в крупном городе

*Способы исследования:*

- статистический анализ развития отрасли и территории;
- опросы населения, предпринимателей (производителей) услуг;
- экспертное мнение предпринимателей и представителей консалтингового бизнеса крупного города;
- прямые, выборочные и сплошные наблюдения территориального распределения и ценового предложения потребительских услуг;
- выбор моделей, описывающих экономическое равновесие в условиях конкуренции в сфере потребительских услуг.

*Формы исследования:*

- статистические таблицы, графики развития экономических процессов, схемы взаимосвязей экономических факторов;
- вербальная и численная фиксация мнений экономических агентов в форме анкет;
- экспертная оценка в форме оценочных суждений;
- построение графиков зависимостей, количественно отражающих связи между исследуемыми фактами;
- установление количественных взаимосвязей между существенными элементами моделей.

На основе построенной методологии исследования развивается теория пространственного развития сферы потребительских услуг, как важнейшей составляющей любой региональной экономики.

**2. Уточнены теоретические положения, объясняющие факт территориальных диспропорций в предложении потребительских услуг на территории города. В их рамках, в отличие от существующих подходов, основанных на экономии производственных и транспортных издержек их диспропорции, объясняются территориальной дифференциацией уровня доходов населения, предпринимательскими рисками и ожидаемой предпринимательской прибылью, что позволяет разрабатывать конкретные программы поддержки предпринимательства с целью повышения комфортности проживания населения крупного города.**

Сфера потребительских услуг, наличие которой является необходимым элементом общественного разделения труда, создает приемлемые, при данном уровне экономического развития, условия комфортного проживания граждан внутри любого поселения. Выбор индивида всегда осуществляется исходя из максимизации личных выгод в пространстве между решением не тратить деньги из своего личного дохода на приобретение услуг, занимаясь самообслуживанием, что не оставляет времени для основных занятий, приносящих ему дополнительный доход, и решением потратить деньги на приобретение услуг, освобождая при этом время для профессиональной деятельности, чтобы зарабатывать значительно больше. Это положение отражено на рис. 7.

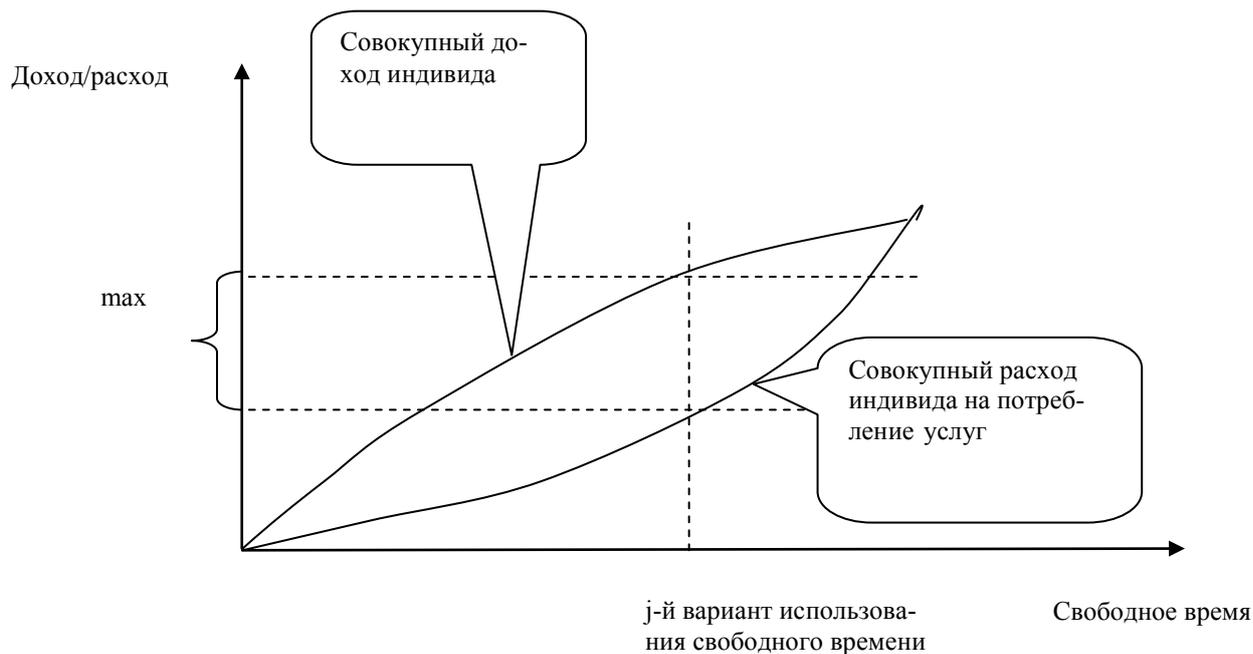


Рис.7. Максимизация личных выгод от использования потребительских услуг

В микроэкономическом смысле все потребительские услуги могут быть оплачены за счет средств, заработанных в других отраслях экономики. Таким образом, сумма средств, заработанных в сферах производства материальных товаров и услуг непотребительского характера в части оплаты труда работников, является главным экономическим ограничением для дальнейшего расширения и развития сферы потребительских услуг. Следовательно, любая теория развития сферы потребительских услуг должна принимать это условие в расчет.

Анализ сферы потребительских услуг в крупных городах центрах России выявил следующее:

- фактическое распределение потребительских услуг по территории поселения неравномерно, с выраженной концентрацией в центральных местах (используем терминологию В. Кристаллера);

- на рынке сложился относительно высокий уровень цен на потребительские услуги, который характеризуется величинами коэффициента значения А.Лернера от 0,8 и выше;

- выраженная недостаточность предприятий, предоставляющих потребительские услуги в крупном городе, не позволяет удовлетворить сформировавшийся спрос.

В предшествующих теоретических описаниях сферы потребительских услуг подобные явления остались необъясненными. Отсюда вытекают следующие положения предлагаемой нами теории.

*Положение первое:* сфера потребительских услуг призвана обеспечить комфортность проживания населения, что предполагает ценовую и территориальную доступность услуг при необходимом качестве их предоставления.

Отсюда вытекает система базовых отношений в сфере потребительских услуг, взаимодействие элементов которой показано на рис. 8.

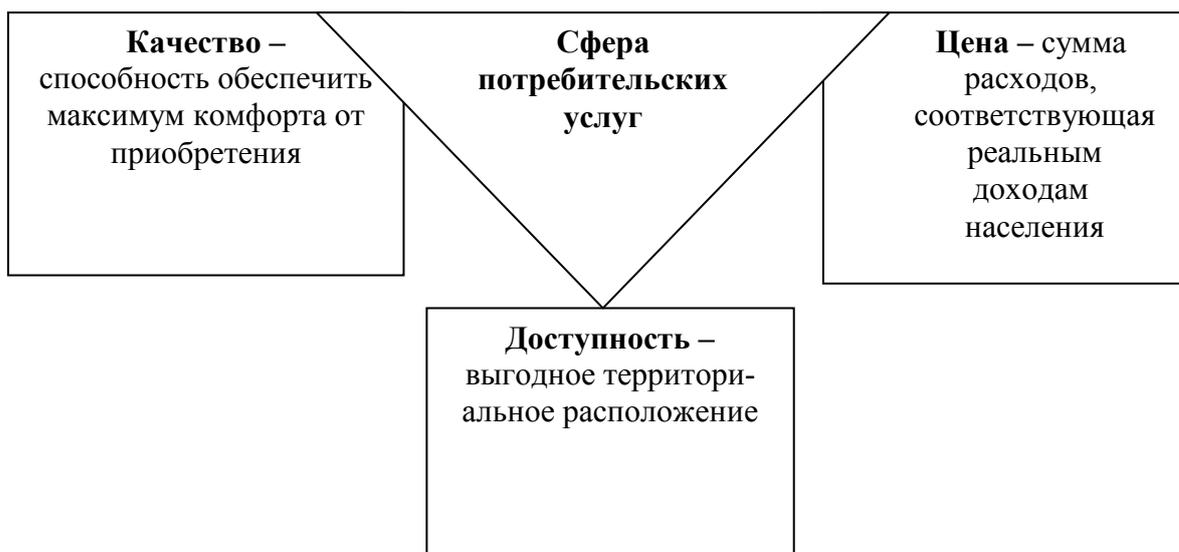


Рис. 8. Система базовых отношений в сфере потребительских услуг

Первое теоретическое положение позволяет сформулировать следующие постулаты.

Постулат 1: сфера потребительских услуг развивается в соответствии со спросом на различные виды потребительских услуг, и ее размеры ограничены объемом этого спроса.

Постулат 2: потребительские услуги должны отвечать требованиям доступности, удобства и качества.

Постулат 3: сферу услуг развивают предприниматели, создавая и расширяя предприятия с целью получения личной выгоды. Истинным будет и обратное утверждение: предприниматель не действует, если это ему невыгодно.

Таким образом, территориальное распространение предприятий сферы потребительских услуг ограничено, с одной стороны, уровнем доходов населения, а с другой стороны, желанием предпринимателей получать прибыль, адекватную их рискам и реализуемую через пропорционально высокие цены на услуги.

Исследования показали, что уровень предпринимательских рисков на территории города одинаков, а уровни доходов потребителей услуг различа-

ются. При этом уровень доходов существенно выше в центральных местах по отношению к периферии города.

Отсюда представляется возможным сформулировать *второе теоретическое положение*: предприятия сферы потребительских услуг территориально тяготеют к таким местам в поселении, которым соответствуют достаточно высокие доходы потребителей и приемлемый уровень рисков для предпринимателей.

Установлено, что предприятия сферы потребительских услуг в максимальной степени концентрируются в центральных местах поселений, что практически полностью согласуется с теорией В. Кристаллера. Однако слабость этой теории состоит в том, что она не дает сколь-либо внятного объяснения тому, почему происходит именно так, а не по-другому, не предлагает инструмента, позволяющего управлять процессом развития сферы потребительских услуг на исследуемой территории поселения.

Поэтому можно сформулировать *третье положение теории*: существует экономическое равновесие между локализацией предприятий, уровнем доходов граждан и предпринимательскими рисками.

Сопоставив распределение доходов населения по территории Новосибирска за ряд лет (по данным профессионального консалтингового агентства DSO consulting, г. Новосибирск) с фактическим распределением предприятий сферы услуг в городе мы пришли к выводу, что предприятия сферы потребительских услуг создаются в таких местах, где существует наилучшее сочетание предпринимательских рисков и доходов населения.

Совокупность наблюдаемых фактов служит обоснованием для построения модели, в которой территориальное распределение предприятий сферы потребительских услуг связано с показателями предпринимательского риска и уровнем заработной платы населения (рис. 9.).

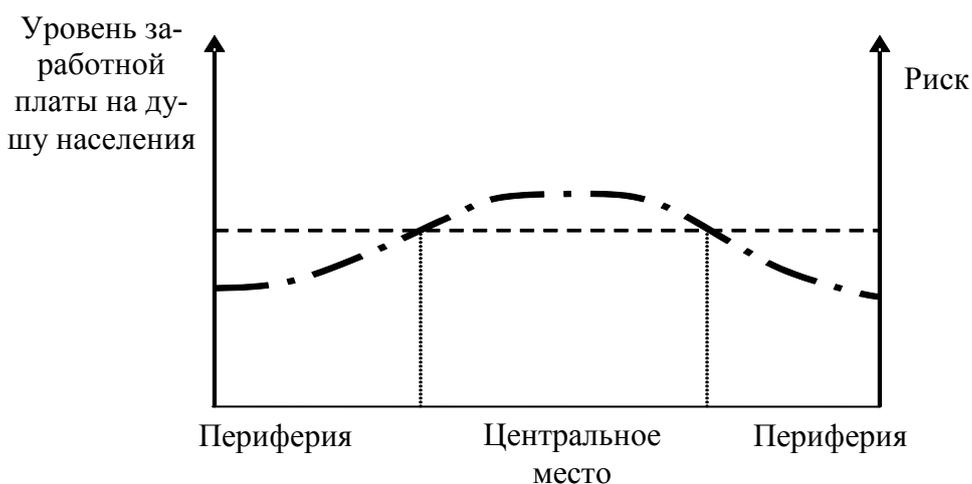


Рис 9. Связь уровня заработной платы, предпринимательского риска и локализации предприятий сферы услуг

**3. Дополнена теория формирования экономического механизма развития сферы потребительских услуг в границах крупного города (субъекта федерации, региона) как территориального образования. Теперь она в отличие от существующих теорий, основанных на обезличенном валовом подходе и/или внешних аналогиях, позволяет рассматривать сугубо имманентные свойства развития сферы потребительских услуг, что дает возможность строить на основе адресной государственной (региональной) поддержки стратегии развития сферы потребительских услуг, ориентированные на внутреннюю конкуренцию.**

Анализ сферы потребительских услуг приводит нас к заключению, что вывести сферу потребительских услуг, находящуюся сейчас в состоянии равновесия на более эффективный уровень возможно лишь на основе четкого представления об экономическом механизме взаимодействия предложения, спроса, и цен.

В исследовании сферы потребительских услуг мы будем придерживаться толкования экономического механизма основанного на концепции А. Кульмана с использованием существенных положений Л. Гурвица, поскольку предлагаемый нами способ описания этого механизма построен на экономических явлениях производства и потребления услуг с учетом сложившегося между ними равновесия внутри рассматриваемого региона с учетом информации о предпринимательских рисках. При этом введенное Кульманом определение необходимо уточнить следующим образом: Экономический механизм - это определенная последовательность и взаимосвязь *объективно существующих* экономических явлений, которые возникают в определенных условиях под воздействием определенного импульса. (Соответственно, такое определение базируется исключительно на объективно действующих экономических законах, в отличие от административных механизмов, являющихся субъективными конструкциями).

Механизм видится нам как объект: 1) являющий собой *систему тел (элементов)*; 2) обеспечивающий правильное взаимодействие этих тел; 3) обеспечивающий передачу движения (изменения) от одного тела к другому; 4) целенаправленно изменяющий свое состояние. Целенаправленное движение можно рассматривать как некоторую заданную, *целевую* траекторию развития (рис. 10).

Воздействуя на внешние условия функционирования такого механизма, можно оказывать управляющие воздействия на предпринимательскую инициативу в отрасли в ту или иную сторону. Создание благоприятных условий для ведения бизнеса в сфере потребительских услуг приводит к усилению предпринимательской активности, численному росту экономических субъектов, предлагающих услуги населению. Увеличение количества предприятий, оказывающих однородные услуги, повлечет за собой рост конкуренции, снижение цен и повышение качества услуг. В сфере потребительских услуг на территории исследуемого города не выдерживается базовое условие конкуренции – наличие в отрасли большого количества независимых производителей.

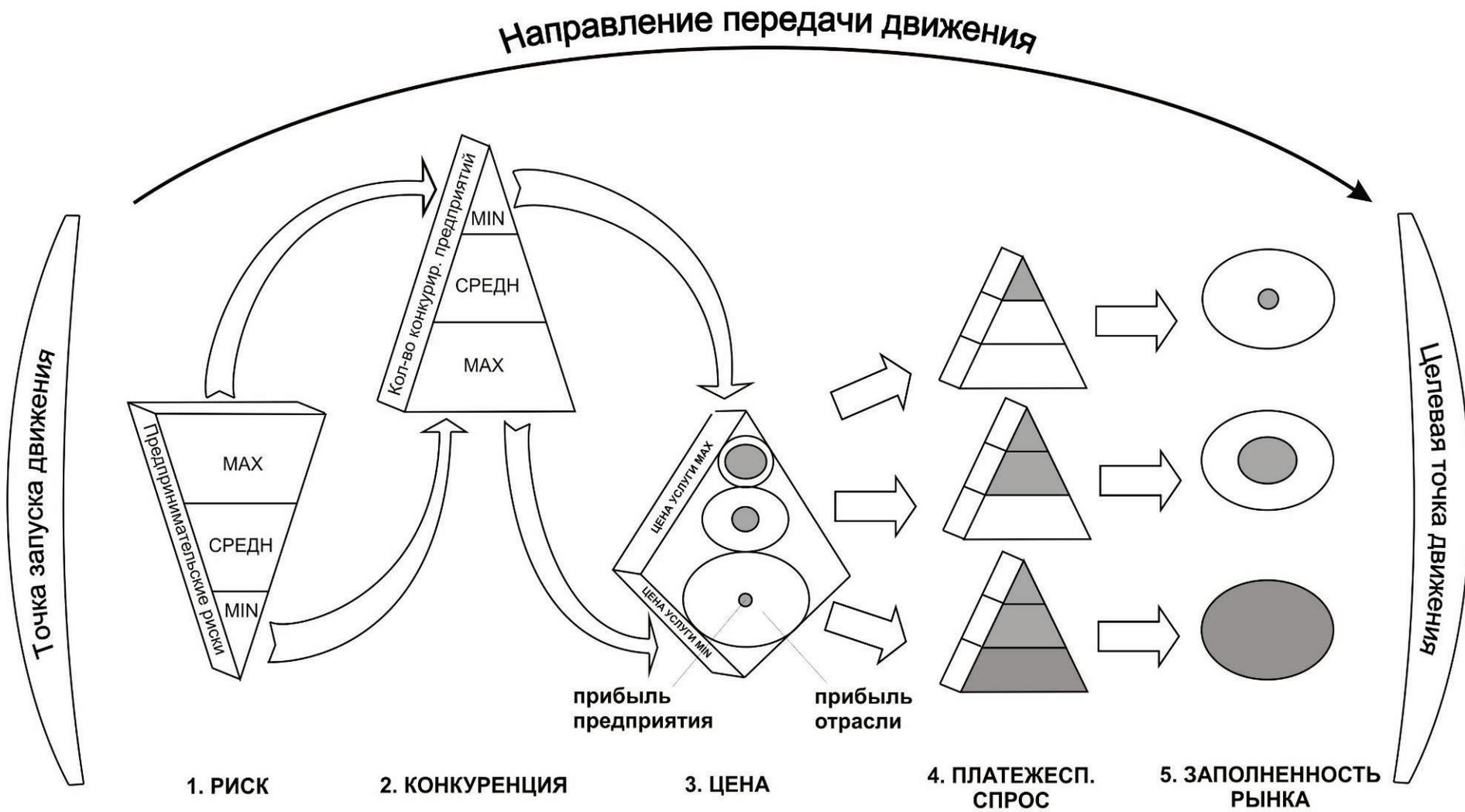


Рис. 10. Экономический механизм развития сферы потребительских услуг крупного города (субъекта федерации, региона)

Ограниченное число их препятствует снижению цен, повышению качества услуг, а рынок является олигополистическим с достаточно высоким уровнем концентрации.

Основная задача механизма состоит в том, что *снижение предпринимательских рисков приведет к развитию конкуренции в сфере потребительских услуг, к увеличению предложения в объемном, видовом и территориальном аспектах с последующим снижением цен, что обеспечит рост комфортности проживания в городе.*

**4. Исходя из экономического равновесия предложена методика формирования количественной индикативной нормы предприятий сферы потребительских услуг, позволяющей, в отличие от действующих и экономически не обоснованных нормативов, научно обосновать необходимое количество предприятий сферы потребительских услуг в крупном городе (субъекта федерации, региона) исходя из внутренних экономических условий территории, что дает возможность перевода рассматриваемой сферы на более высокий уровень развития.**

Отсутствие реальной конкуренции и территориальное сосредоточение предприятий, оказывающих услуги потребительского характера, в центральной части г. Новосибирска приводят к искусственному росту дефицита, к повышению цен на услуги, к снижению потребительской мотивации на периферии города.

В связи со сказанным предлагается методика расчета необходимого числа предприятий сферы потребительских услуг на рынке города:

- 1) отбираются территории, где рассматриваемая услуга оказывается по одной и той же технологии;
- 2) выбирается территория с ценой на услугу, используемой в дальнейшем в качестве ориентира в расчетах (например, с минимальной ценой);
- 3) рассчитывается операционная себестоимость (с) предоставления услуги;
- 4) рассчитывается операционная рентабельность (г) услуги исходя из цены ориентира и операционной себестоимости;
- 5) на основе стандартных приемов определяются параметры (а и b) функции спроса (цена/сбыт) на услугу на исследуемой территории;
- 6) на основании модели экономического равновесия Курно (или другого приемлемого) рассчитывается оптимальное число предприятий (n), оказывающих рассматриваемую услугу на территории города;
- 7) рассчитывается индикативный норматив количества предприятий рассматриваемого вида на 1000 чел. населения города.

Далее описывается практическая реализация этого методического подхода на примере новосибирского городского рынка услуги «подача кофе».

Гипотезу зависимости роста потребительского спроса на услуги от цен предложения на рынке подтверждают результаты нашего исследования, проведенного в кофейнях г. Новосибирска. Опрос потребителей показал, что пик ценового интереса к чашке кофе у жителей города находится на уровне 40-

100 руб. за ед. при фактическом ценовом предложении на рынке (на 01.01.2010 г.) на уровне 75-130 руб. На основе обработанных результатов опроса нами построена кривая зависимости объемов потребления от цены (рис. 11).



Рис. 11. Зависимость покупки количества чашек кофе в неделю одним клиентом в диапазоне цен от 40 до 130 руб. за чашку

С помощью стандартных приемов мы получили функцию спроса для экономических условий г.Новосибирска:

$$Q(P) = 386 - 0,017P. \quad (1)$$

С учетом этого дальнейший расчет выглядит следующим образом:

$$P(Q) = a - b Q = 22705 - 59Q, \quad (2)$$

где  $Q$  – кол-во чашек кофе (сбыт), тыс. ед.

$P$  – цена за чашку.

Допустимая минимальная граница рентабельности, соответствующая пятилетнему сроку окупаемости, установлена на уровне 20%. Отметим, что такая рентабельность является обычной в развитых странах Европы, а отпускная цена чашки составляет там менее 1,2 евро (по курсу на момент написания диссертации -  $41,4997 * 1,2 = 49,80$  руб.).

Далее была поставлена задача нахождения объема выпуска продукции, который обеспечивает получение максимальной прибыли всеми производителями данной услуги на территории города:

$$\Pi(q_i) = [ P(Q) q_i - c q_i ] \rightarrow \max, \quad (3)$$

где  $Q = \sum_{i=1}^n q_i$ .

Искомым в функции является число предприятий  $n$  при заданных значениях себестоимости  $c$  (35) и норме рентабельности  $r$  (0,2). Для решения

этой задачи в диссертации обосновано применение равновесия Курно. В результате искомые значения могут быть найдены следующим образом:

$$n = \frac{a - c(1+r)}{rc}; \quad P = \frac{a + nc}{n+1} \quad Q = \frac{n}{n+1} \left( \frac{a-c}{b} \right) \quad (4)$$

При  $r = 0,2$  число фирм  $n$  равно 3237.

В г. Новосибирске на 01.01.2010 г. фактически действовало 434 предприятия, профессионально осуществляющих приготовление кофе в ассортименте. Расчетное значение обеспеченности при  $n = 3237$  на 1000 жителей в городе будет составлять 2,3 (сейчас – 0,3).

Рассчитанное нами значение оптимального количества предприятий, можно рассматривать как упомянутую *искомую индикативную норму* взамен малообоснованной нормы СНиП 2.07.01-89. В рамках настоящего исследования в дальнейшем будем округленно полагать полученную норму для г. Новосибирска равной 2.

Необходимо отметить следующее.

1. С учетом покупательной способности населения, национальных, религиозных, культурных, местных особенностей количество предприятий сферы потребительских услуг в каждом городе, так же как и вытекающая из него индикативная норма, являются сугубо индивидуальными для предприятий каждого вида на каждой исследуемой территории.

2. Полученный индикативный норматив, сравниваемый с фактическим числом предприятий сферы потребительских услуг на исследуемой территории, показывает, что: а) если фактическое значение количества предприятий сферы потребительских услуг ниже индикативного норматива, то это говорит о недоразвитии отрасли; б) если фактическое значение количества предприятий сферы потребительских услуг выше индикативного норматива, то это говорит о кризисе перепроизводства.

На основе этого подхода можно исследовать любые виды услуг отрасли, где каждый участник рыночных отношений сможет достичь желаемого результата *рыночными способами*, без вмешательства извне.

**5. Предложена концепция развития сферы потребительских услуг крупного города, которая в отличие от традиционного подхода позволяет учесть одновременно территориальную и видовую составляющие развития данной сферы с вытекающими отсюда позитивными экономическими и социальными последствиями для территории крупного города (субъекта федерации, региона). На основе данной концепции предлагается методика управления развитием сферы потребительских услуг, которая позволяет: получить индикативную норму числа предприятий сферы потребительских услуг в каждом отдельно взятом ареале крупного города (субъекта федерации, региона); определить характер рынка по каждому укрупненному виду потребительских услуг; оценить степень развития их производства по отношению к индикативной норме; дать**

**основания для принятия административных решений (на уровне муниципальной и региональной власти) адресной поддержки развития конкретных укрупненных групп видов потребительских услуг рассматриваемой территории.**

На основе описания экономического механизма представляется возможным выработать концепцию развития сферы потребительских услуг крупного города (субъекта федерации, региона) (рис.12).

*Цель реализации концепции* – приведение территории городской агломерации (субъекта федерации, региона) к состоянию, обеспечивающему комфортное проживание населения независимо от локализации обитания, что повысит конкурентоспособность города (субъекта федерации, региона) и, как следствие, привлечет в него дополнительные инвестиции, трудовые и финансовые ресурсы.

*Задачи, предусматриваемые концепцией:*

- обеспечение населения потребительскими услугами не ниже уровня, соответствующего минимальному перечню видов услуг, определяемому экономическими, культурными, национальными, религиозными и другими условиями крупного города (субъекта федерации, региона);

- обеспечение населения потребительскими услугами в соответствующей территориальной (шаговой) доступности независимо от мест проживания (обитания) в городе (субъекта федерации, региона);

- создание экономических условий для ценовой дифференциации предложения потребительских услуг, что позволит максимизировать покрытие потребительского спроса для населения с различным уровнем доходов;

- создание приемлемых условий (с позиции предпринимательских рисков) для активизации предпринимательской и инвестиционной деятельности в сфере потребительских услуг крупного города (субъекта федерации, региона);

- выработка системы ориентиров для адресной поддержки на базе научно обоснованной системы критериальных показателей предпринимательской деятельности в сфере потребительских услуг на территории города (субъекта федерации, региона);

- применение законодательного механизма антимонопольного регулирования на рынке потребительских услуг

*Основные положения концепции:*

- 1) экономический механизм развития сферы потребительских услуг на территории крупного города (субъекта федерации, региона) должен строиться исходя из объективных законов развития его экономики;

- 2) целенаправленное развитие сферы потребительских услуг возможно лишь на основе создания благоприятного климата для малого предпринимательства путем снижения предпринимательских рисков;

- 3) рынок потребительских услуг, являющийся преимущественно олигополистическим, должен стать рынком преимущественно совершенной конкуренции;



Рис.12. Концепция развития сферы потребительских услуг в крупном городе (субъекте федерации, регионе)

4) необходимо обеспечить территориальное распространение сферы потребительских услуг не только в центральных местах города, но и на периферии с учетом максимального заполнения предпринимателями непривлекательных в настоящее время ареалов города

*Приоритетные направления реализации концепции:*

1) понижение уровня региональных предпринимательских рисков (в основном за счет борьбы с коррупцией);

2) снижение стоимости факторов инфраструктуры малого бизнеса путем более эффективного антимонопольного регулирования;

3) организация государственной и муниципальной поддержки развития предприятий сферы потребительских услуг на основе применения объективных количественных индикаторов оценки развития отрасли в видовом и территориальном аспектах.

4) Использование экономического механизма в процессе управления развитием сферы потребительских услуг в крупном городе может быть представлено в виде методики, принципиальная блок-схема которой приведена на рис. 13. Методика включает последовательный набор действий, вытекающих из применения отдельных приемов, описанных в третьем и четвертом положениях изложенной теории.

Следует также отметить, что подобного рода регулирование предпринимательской деятельности в соответствии с известными экономическими законами неизбежно приведет к росту качества предоставляемых услуг, повышению их территориальной доступности и снижению цен на них.

**6. Разработан количественный критерий оценки степени развития сферы потребительских услуг на территории города – показатель комплектности, позволяющий, в отличие от существующих валовых измерителей, количественно оценить по отношению к введенной норме объективный уровень обеспеченности обитателей территории города необходимыми услугами потребительского характера в видовом и территориальном аспектах, что дает возможность применять данный показатель в процедуре мониторинга развития рынка потребительских услуг для принятия управленческих решений на муниципальном и региональном уровнях власти, а также служит ориентиром при формировании городских планов поддержки развития сферы потребительских услуг.**

В процедуре мониторинга развития сферы потребительских услуг для принятия управленческих решений на муниципальном и региональном уровнях власти существует объективная необходимость введения измерителя, количественно характеризующего развитие рассматриваемой сферы исследуемой территории. При его нахождении в диссертации предлагается исходить из доступного в территориальном и ценовом аспектах полного видового набора потребительских услуг, представляющих собой *комплект*.

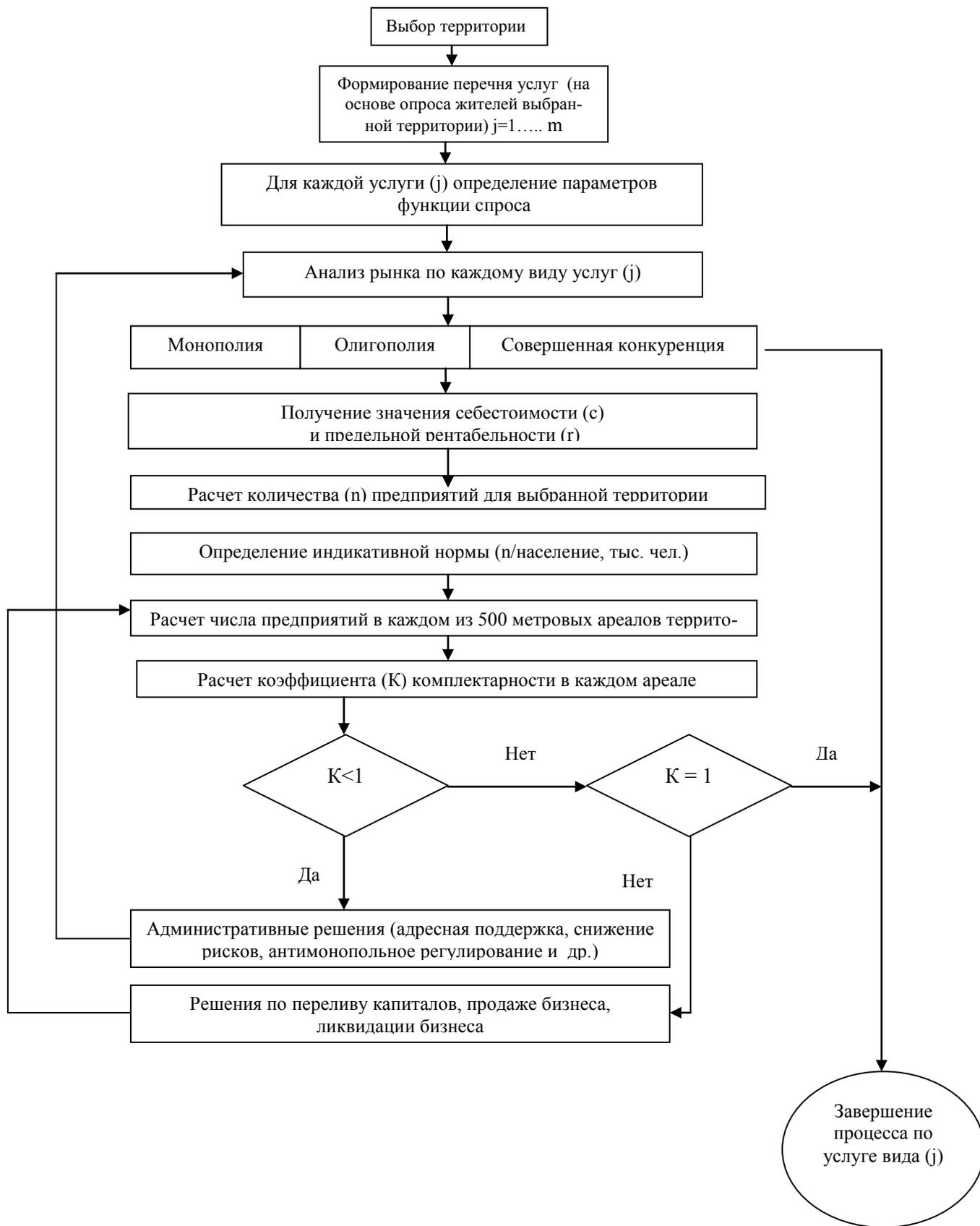


Рис. 13. Блок-схема методики управления развитием сферы потребительских услуг крупного города (субъекта федерации, региона)

Под комплектом мы понимаем такой набор предприятий сферы потребительских услуг, который обеспечивает их доступность в территориальном, ассортиментном и ценовом аспектах для максимального числа жителей поселения в соответствии со сложившимся экономическим равновесием по отношению к норме, получаемой из равновесия Курно.

Комплект отражает идеально необходимое состояние сферы потребительских услуг исследуемой территории. Отклонения от комплекта характеризуют степень насыщенности объектами отрасли в поселении. Отношение фактического количества предприятий к комплекту характеризует степень достижения идеального состояния – комплекта. В диссертации она названа *комплектарностью*, или степенью достижения комплекта.

Комплектарность представляет собой относительный показатель для оценки фактического, имеющегося в наличии набора предприятий сферы потребительских услуг по отношению к количеству таких предприятий (комплекту), выступающему мерилем их количества по Курно. В этой связи целесообразно измерять видовую комплектарность и территориальную.

Измерение видовой комплектарности осуществляется с помощью *коэффициента видовой комплектарности*, представляющего собой отношение суммы числа разных видов предприятий, к экономически обоснованному их числу (норме):

$$K_{\text{вид}} = \frac{k_{\text{вид факт}}}{K_{\text{норм вид}}}, \quad (5)$$

где  $K_{\text{вид}}$  - коэффициент видовой комплектарности;

$k_{\text{вид факт}}$  - фактическое количество видов предприятий сферы на рассматриваемой территории;  $k_{\text{норм вид}}$  - максимально возможное количество видов предприятий, устанавливаемое на основании исследования особенностей потребительского спроса на рассматриваемой территории.

Измерение территориальной комплектарности будем производить делением числа всех фактически действующих на рассматриваемой территории предприятий сферы потребительских услуг на число, определяемое нормой, полученной из равновесия Курно:

$$K_{\text{тер}} = \frac{k_{\text{общ факт}}}{K_{\text{норм общ}}} \quad (6)$$

где  $K_{\text{тер}}$  - коэффициент территориальной комплектарности;

$k_{\text{общ факт}}$  - фактическое количество предприятий сферы услуг, действующих на рассматриваемой территории;  $k_{\text{норм общ}}$  - общее количество пред-

приятый, которые должны действовать на рассматриваемой территории исходя из равновесия Курно.

Полученные формулы расчета коэффициентов видовой и территориальной комплектарности позволяют перейти к определению интегрального показателя комплектарности, выступающего в качестве количественной оценки развития сферы потребительских услуг как таковой. Применительно к сфере потребительских услуг методологически интересно оценивать развитие данной сферы в целом по рассматриваемой территории через *интегральный* показатель комплектарности, представляющий собой произведение показателей видовой и территориальной комплектарности и в полной мере отражающий уровень развития сферы услуг в рассматриваемом поселении:

$$\xi_{инт} = K_{вид} \times K_{тер}, \quad (7)$$

где  $\xi_{инт}$  - интегральный коэффициент комплектарности.

В качестве иллюстрации применения данного подхода выполнена оценка интегральной комплектарности для всех районов г. Новосибирска. Для расчета интегральной комплектарности сферы потребительских услуг мы поделили всю территорию города (согласно теории В. Кристаллера) на одинаковые шестиугольные ареалы 500-метрового радиуса. Затем осуществлялся подсчет количества действующих предприятий сферы потребительских услуг в каждом из 513 ареалов города, сопоставлялось их фактическое число с индикативным нормативом, полученным в результате предложенной выше методики. Далее мы ввели нормативное значение показателя комплектарности в диапазоне от 1,0 до 0, и наоборот, демонстрирующий достаточный уровень сферы потребительских услуг относительно численности населения проживающего в каждом исследуемом ареале.

Применение показателя комплектарности потребительских услуг в процессе сплошного исследования позволило выявить ареалы с максимальным и минимальным предложением потребительских услуг, определить лидирующие и отстающие районы Новосибирска по объемам, видам и числу предложений потребительских услуг.

Приемы районирования территории города по авторской методике исследования сферы потребительских услуг показаны на отдельных примерах Октябрьского и Дзержинского районов города, в арсенале которых присутствуют все категории показателя комплектарности в значениях от 0 до 1,0 (рис. 14-16).

Результаты расчетов показали следующее:

1. уровень интегрального показателя комплектарности состояния сферы потребительских услуг вне зависимости от месторасположения ареалов на территории города весьма низок.

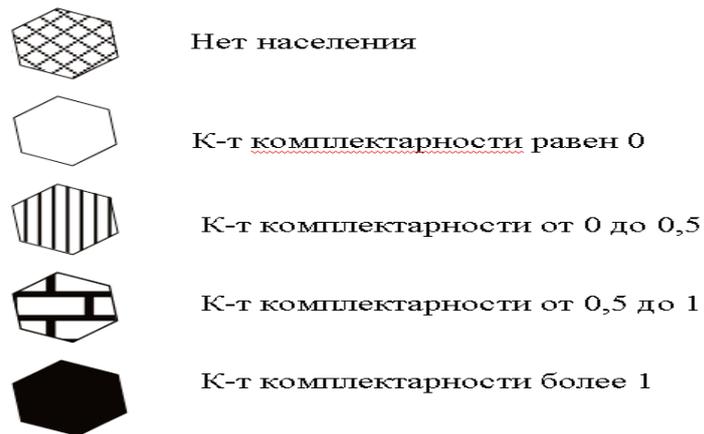


Рис. 14 Условные обозначения ареалов

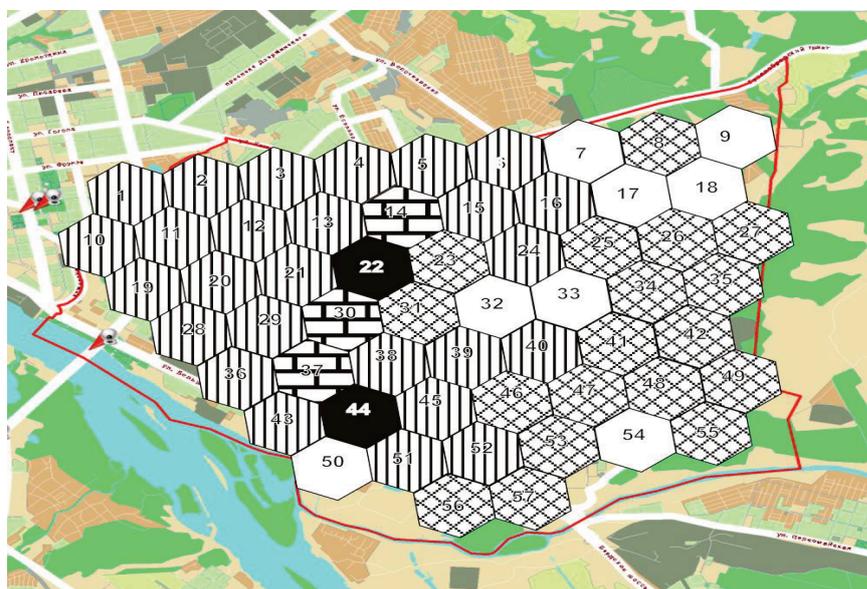


Рис. 15. Ареалы Октябрьского района

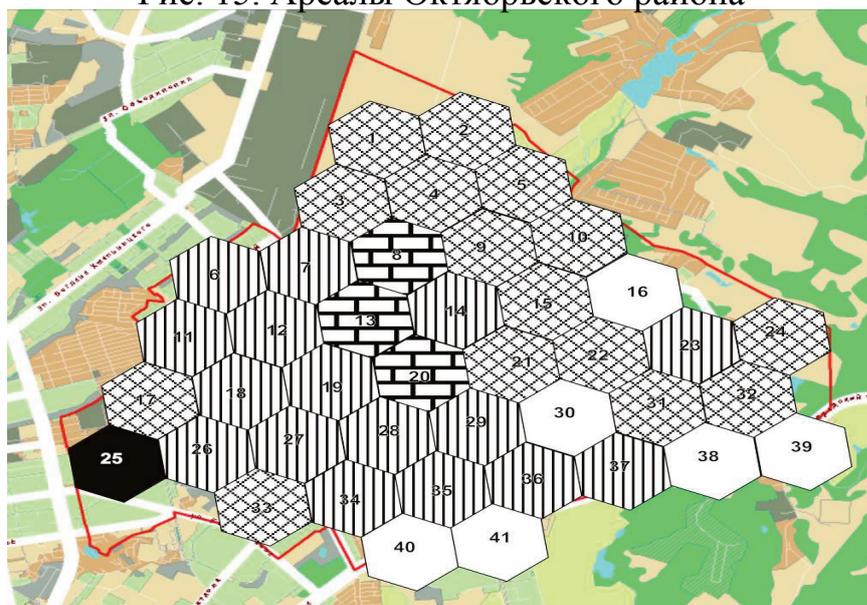


Рис. 16. Ареалы Дзержинского района

Достижение установленного критерия в 1,0 отмечено лишь в 12 ареалах города из 513, что свидетельствует о низком уровне развития предоставляемых услуг в территориальном аспекте и о сложившемся уровне экономического равновесия в сфере потребительских услуг не в пользу потребителей;

2. наблюдается четкое снижение комплектарности от центра города к периферии. Полученные результаты представлены на рис. 17.

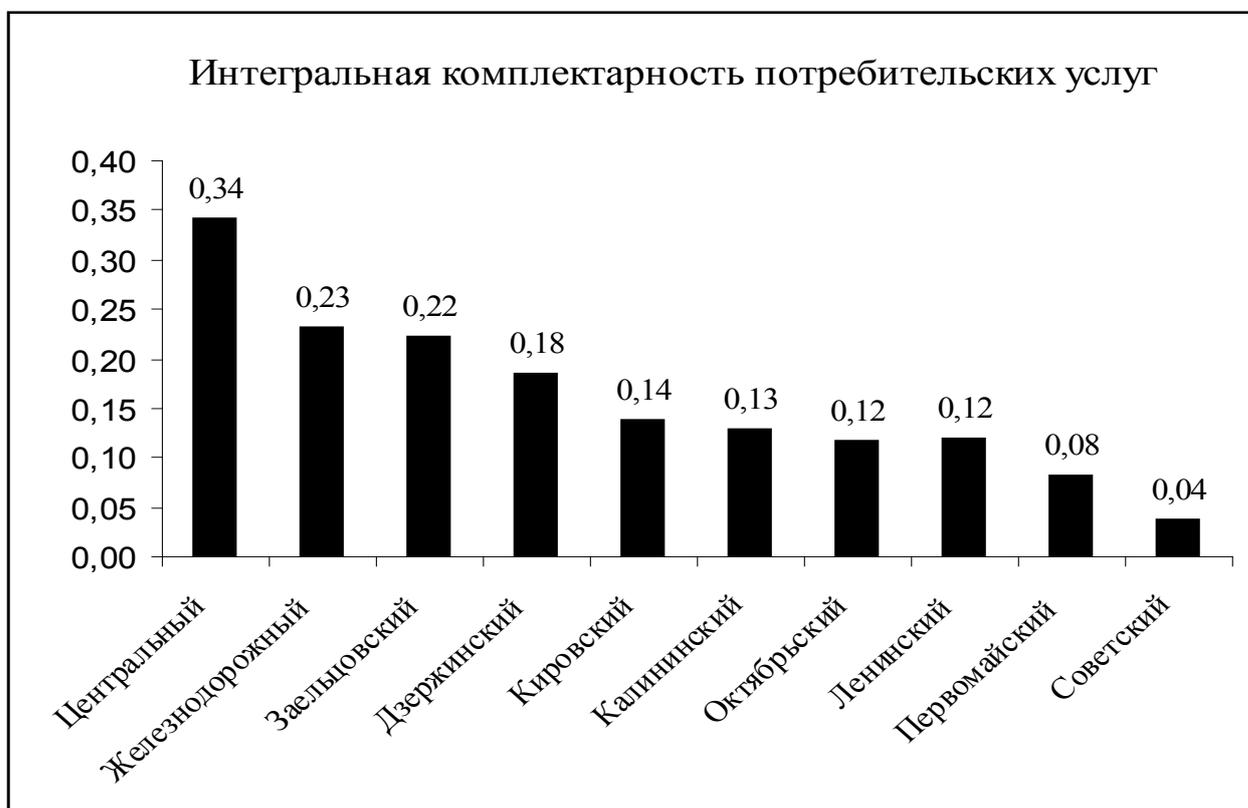


Рис. 17. Распределение районов г. Новосибирска по уровню показателя интегральной комплектарности сферы потребительских услуг на 01.03.2012 г., доли ед.

## **ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ И РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ**

Проведенное исследование позволяет утверждать следующее.

1. Полученные результаты взаимно подтверждают друг друга, а значит, можно говорить об их системности и достоверности.

2. Развитие сферы потребительских услуг как отрасли имеет конкретный экономический смысл лишь в пределах того или иного поселения.

3. Сфера потребительских услуг развивается лишь в рамках ограничений, образуемых, с одной стороны, покупательной способностью жителей территории рассматриваемого поселения, а с другой стороны, активностью предпринимателей, действующих в условиях предпринимательских рисков и участвующих в конкурентной борьбе.

4. Территориальная и ценовая доступность потребительских услуг для населения обеспечивается исключительно предпринимательской активностью.

5. Существующие теории территориального развития следует дополнить положениями, объясняющими концентрацию сферы потребительских услуг в центральных местах поселений. Эти положения основаны на учете: взаимного сочетания факторов дифференциации, распределения доходов населения по территории поселения, равномерного распределения предпринимательских рисков по всей территории.

6. Экономическое равновесие в сфере потребительских услуг в границах отдельно взятого поселения достигается на основе баланса между покупательной способностью населения, характеризуемой индивидуальными доходами и ценами услуг, с одной стороны, и уровнем предпринимательских рисков, равномерно распределенных по территории поселения, - с другой.

7. Суть предложенного экономического механизма развития сферы потребительских услуг состоит в том, что для эффективного развития отрасли в границах поселений решающим фактором является предпринимательский риск при фиксированном уровне потребительского платежеспособного спроса и сложившемся уровне дифференциации доходов населения.

8. Количественное измерение объема предоставления потребительских услуг в отдельно взятом крупном городском поселении показывает, что фактическое развитие отрасли характеризуется крайне низким значением индикатора интегральной комплектарности. При этом существует явная дифференциация этого показателя по территории города с относительно повышенной концентрацией в центральных местах.

9. Предлагаемый инструментарий позволяет осуществлять разработку территориальных программ развития сферы потребительских услуг и поддержки предпринимателей с четкой адресной направленностью.

## **ПУБЛИКАЦИИ ПО ТЕМЕ ИССЛЕДОВАНИЯ**

### **Статьи в журналах, рекомендованных ВАК:**

1. Разомасова, Е.А. Сфера потребительских услуг и экономическое развитие общества / Е.А. Разомасова // *Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики*. – 2012. – № 2. – 0,5 п.л.

2. Разомасова, Е.А. Социальный аутсорсинг и экономическое равновесие на рынках потребительских услуг / А.Я. Басс, Е.А. Разомасова // *Идеи и идеалы* – 2012. – № 4 (10), т. 2. – С. 10 – 17. – 0,9 п.л. (авт. – 0,45 п.л.).

3. Разомасова, Е.А. Типологизация субъектов Российской Федерации в соответствии с уровнем развития сферы потребительских услуг / Е.А. Разомасова // *Сибирская финансовая школа*. – 2012. – № 5. – С. – 12 – 16. – 0,5 п.л.

4. Разомасова, Е.А. К вопросу о некоторых существенных условиях формирования стратегии развития сферы потребительских услуг / А.Я. Басс,

Е.А. Разомасова // Вестник НГУЭУ. – 2012. – № 2. – С. 61–68. – 1,0 п.л. (авт. – 0,5 п.л.).

5. Разомасова, Е.А. Предпринимательский риск как важнейшая компонента экономического механизма развития сферы потребительских услуг / Е.А. Разомасова // Российское предпринимательство. – 2012. – № 12 (210). – С. 88 – 92. – 0,3 п.л.

6. Разомасова, Е.А. Сфера услуг и ценовой паралогизм с чашкой кофе / Е.А. Разомасова // ЭКО. – 2011. – № 2. – С. 152–160. – 0,6 п.л.

7. Разомасова, Е.А. Сфера потребительских услуг: цена, доступность, качество / Е.А. Разомасова // Международный научно-теоретический журнал Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2011. – № 4 (40). – С.227– 233. – 0,9 п.л.

8. Разомасова, Е.А. Место сферы услуг в российской экономике / Е.А. Разомасова // Сибирская финансовая школа. – 2010. – № 5. – С. 40– 44. – 0,6 п.л.

9. Разомасова, Е.А. Рифы в фарватере малого бизнеса сферы услуг / Е.А. Разомасова // ЭКО. – 2010. – № 1. – С. 127–134. – 0,5 п.л.

10. Разомасова, Е.А. Входные барьеры М. Портера на пути бизнеса в сфере услуг / Е.А. Разомасова // Вестник Томского государственного университета. – 2010. – № 330. – С. 139–141. – 0,35 п.л.

11. Разомасова, Е.А. Сфера услуг и предпринимательство в экономическом развитии / А.Я. Басс, Е.А. Разомасова // ЭКО. – 2009. – № 2. – С. 75 – 84. – 0,6 п.л. (авт. – 0,3 п.л.).

12. Разомасова, Е.А. Производственная функция в сфере услуг / Е.А. Разомасова // Вестник Белгородского университета потребительской кооперации. – 2009. – № 3 (31). – С. 229–232. – 0,25 п.л.

13. Разомасова, Е.А. Экономические механизмы активизации развития сферы услуг в России / А.Я. Басс, Е.А. Разомасова // Вестник Томского государственного университета: Общенаучный периодический журнал. – 2008. – № 315. – С.141– 147. – 0,9 п.л. (авт. – 0,45 п.л.).

#### **Монографии:**

14. Разомасова, Е.А. Теоретико-методологические основы формирования экономического механизма развития сферы потребительских услуг: Монография / Е.А. Разомасова; НОУ ВПО Центросоюза РФ «Сибирский университет потребительской кооперации». – Новосибирск, 2012. – 231с. – 14,75 п.л.

15. Разомасова, Е.А. Сфера услуг: теория, состояние и развитие: Монография / Е.А. Разомасова; НОУ ВПО Центросоюза РФ «Сибирский университет потребительской кооперации». – Новосибирск, 2011. – 136 с. – 8,5 п.л.

#### **Статьи и доклады в периодических и иных изданиях, препринты:**

16. Разомасова, Е.А. Риск как сдерживающий фактор развития предпринимательской инициативы в сфере потребительских услуг / Е.А. Разомасова // Процессы модернизации в экономике и управлении: методы, модели, инструменты: Статьи Международной научно-практической конференции. Новоси-

бирск, 26–27 апреля 2012 г. – Новосибирск: Сиб УПК, 2012. – С. 55– 59. – 0,3 п.л.

17. Разомасова, Е.А. Региональный аспект развития сферы потребительских услуг / Е.А. Разомасова // Развитие инновационного потенциала научных исследований кооперативного сектора экономики: Материалы Международной научной конференции профессорско-преподавательского состава, сотрудников и аспирантов Российского университета кооперации по итогам научно-исследовательской работы в 2011 г. – Ярославль; Москва: Канцлер, 2012. – Ч. I. – 526 с. – 0,25 п.л.

18. Разомасова, Е.А. Конкуренция в сфере потребительских услуг / Е.А. Разомасова // Дни науки – 2011: Материалы научной конференции по итогам 2010/2011 учебного года, 4– 15 апреля 2011 г., г. Новосибирск. – Новосибирск: Сиб УПК, 2011. Часть I. – С. 143 – 150. – 0,4 п.л.

19. Разомасова, Е.А. M. Porter's Barriers Influence on Services Sector / Е.А. Разомасова // Economics in Crisis and Post-crisis Periods: North-East Asia Academic Forum, Novosibirsk city. – Novosibirsk: Siberian University of Consumers' Cooperative Societies, 2010. – P. 171– 172. – 0,25 п.л.

20. Разомасова, Е.А. Сфера услуг – условие комфортного проживания в городе. / Е.А. Разомасова // Дни науки – 2010: Материалы научной конференции по итогам 2009/2010 учебного года, 5– 30 апреля 2010 г., г. Новосибирск. – Новосибирск: Сиб УПК, 2010. – С. 92–102. – 0,7 п.л.

21. Разомасова, Е.А. Развитие сферы услуг как способ решения социальных проблем / Е.А. Разомасова // Эффективность функционирования потребительской кооперации и взаимосвязанных отраслей в ходе интеграционных процессов: региональный аспект: Материалы международной научно-практической конференции, 12 декабря 2008 г., г. Новосибирск. - Новосибирск: Сиб УПК, 2009. – С. 168 – 171. – 0,25 п.л.

22. Разомасова, Е.А. Активизация развития сферы услуг и предпринимательство в России / А.Я. Басс, Е.А. Разомасова // Проблемы развития экономики и предпринимательства: Материалы Шестой всероссийской научно-практической конференции, 19– 21 марта 2008 г. – Иркутск: Изд-во Иркутского государственного технического университета, 2008. – С. 141– 147. – 0,9 п.л. (авт. – 0,45 п.л.).

23. Разомасова, Е.А. Механизмы активизации развития сферы услуг в России / Е.А. Разомасова // Управление организациями и объединениями в сфере услуг и АПК в конкурентной рыночной среде: Менеджмент – реинжиниринг – инновации: Материалы к межрегиональной научно-практической конференции, 29 февраля 2008 г., г. Новосибирск. – Новосибирск: Сиб УПК, 2008. – С. 225– 228. – 0,25 п.л.

24. Разомасова, Е.А. Роль услуг в современном экономическом пространстве / Е.А. Разомасова // Современные тенденции развития мировой культуры и цивилизации: культура, образование, экономика: Материалы меж-

дународной научно-практической конференции, 9– 11 марта 2007 г. – Новосибирск: Архивариус – Н, 2007. – С. 114– 118. – 0,3 п.л.

25. Разомасова, Е.А. Организация бытового обслуживания населения потребительской кооперацией / Е.А. Разомасова // Кооперация Сибири: история и современное состояние: Сборник научных трудов. – Новосибирск: СибУПК; Институт истории СО РАН, 2006. – Вып. 5. – С. 72– 78. – 0,45 п.л.

26. Разомасова, Е.А. Исследование спроса населения г. Новосибирска на бытовые услуги / Е.А. Разомасова // Рыночное пространство современной России: реклама, коммерция, маркетинг: Материалы научно-практической конференции с международным участием. – Новосибирск: СибУПК, 2006. – С. 334–337. – 0,25 п.л.

27. Разомасова, Е.А. Конкурентные стратегии современных сервисных предприятий / Е.А. Разомасова // Вестник КЭУ: экономика, философия, педагогика, юриспруденция. – 2006. – № 1. – С. 82– 83. – 0,25 п.л.

28. Разомасова, Е.А. Развитие услуг – основная черта постиндустриальной экономики / Е.А. Разомасова // Вестник КЭУ: экономика, философия, педагогика, юриспруденция. – 2005. – № 1. – С. 25– 27. – 0,38 п.л.

29. Разомасова, Е.А. Возможности совершенствования классификации платных услуг / Е.А. Разомасова // Наука и образование: Материалы V Международной конференции (26– 27 февраля 2004 г.): В 4 ч. / Кемеровский государственный университет, Беловский институт (филиал). – Белово: Беловский полиграфист, 2004. – Ч. 1. – С. 82– 84. – 0,2 п.л.

30. Разомасова, Е.А. К трактовке понятия «рынок услуг» / Е.А. Разомасова // Новый век – новые горизонты науки: Материалы региональной научно-практической конференции: В 2 ч. – Новосибирск: СибУПК, 2004. – Ч. 1. – С. 32– 35. – 0,25 п.л.

31. Разомасова, Е.А. Сфера услуг потребительской кооперации Российской Федерации / Е.А. Разомасова. – Новосибирск: СибУПК, 2004. – 28 с. (Препринт). – 1,75 п.л.

32. Разомасова, Е.А. Исследование рынка платных услуг / Е.А. Разомасова. – Новосибирск: ИЭООП СО РАН, 2004. – 48 с. (Препринт). – 3,0 п.л.

33. Разомасова, Е.А. Развитие рынка услуг в потребительской кооперации Российской Федерации / Е.А. Разомасова // Сибирская деревня: история, современное состояние, перспективы развития: Сборник научных трудов: В 3 ч. – Омск: Издательство ФГОУ ВПО ОмГАУ, 2004. – Ч. III. – С. 116– 119. – 0,25 п.л.

34. Разомасова, Е.А. Россия на мировом рынке услуг: проблемы и перспективы / Е.А. Разомасова // Рынок: проблемы переходной экономики: Материалы Третьей всероссийской конференции научно-преподавательского состава технических вузов. – Новосибирск: НГАСУ, 2003. – С. 75– 78. – 0,25 п.л.