

ИССЛЕДОВАНИЯ ЛОКАЛЬНЫХ РЕГИОНАЛЬНЫХ РЫНКОВ В РАБОТАХ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ

С.М. Халилова,

аспирант Института социально-экономических исследований
Дагестанского научного центра РАН (г. Махачкала)
t-ok@rambler.ru

В статье рассматриваются взгляды теоретиков экономической мысли Запада на формирование локальных рынков как районообразующих факторов.

Ключевые слова: рынок, локальный рынок, регион, экономический район, рыночное взаимодействие

УДК 332.142

Исследование локальных рынков требует системного понимания проблемы и изучения подходов и концепций, объясняющих это экономическое явление.

Д. Рикардо сформулировал основные положения теории сравнительных издержек. Согласно данной теории страны должны производить и экспортировать те товары, которые обходятся им относительно дешево, и импортировать товары, производство которых за границей требует меньших издержек, чем внутри страны [1].

Одним из основателей региональных экономических исследований был А. Вебер [2]. В основе изложенной Вебером модели лежит изолированное государство, в котором природные ресурсы, необходимые для производства, образуют концентрические зоны, располагающиеся вокруг рыночных центров. Взаимодействие проявляется в виде организованных рыночных связей по снабжению и сбыту продукции, обеспечению кредитом, трудовыми ресурсами, складскими помещениями и т.д.

Пространственные аспекты рынка получили развитие в исследованиях А. Леша, который приходит к выводу, что рынок является главным районообразующим фактором [3]. Выделение экономических районов он основывает на рыночных зонах. Последние он рассматривает как результат борьбы различных экономических сил: одни силы способствуют тенденции к концентрации, другие — к рассредоточению. К первым относят преимущества специализации и массового производства, ко вторым — универсализации и общее снижение транспортных издержек. Классифицируют рынки по их размерам, а не по отдельным видам товаров, радиусы реализации которых различны. Товары с одинаковыми радиусами реализации приводят к формированию определенной категории рынков. Центры рыночных зон, то есть точки размещения предприятий, выпускающих товары одной и той же категории, размещены равномерно в центре каждой ячейки сотообразной сети. А. Леш выделяет три основных типа экономических районов: простые рыночные зоны; сети районов, то есть совокупность всех зон реализации одного и того же товара; системы районов. Высшим и самым сложным типом экономической зоны он считает экономический ландшафт — систему рынков.

В конце 60-х гг. У. Изард, обобщив элементы различных теорий размещения, содержащиеся в трудах Тюнена, Лаунгардта, Вебера, Леша и др., констатировал, что во многих случаях авторы исходят из того, что рынки сбыта продукции представляют собой заданную величину [4]. Им была разработана следующая классификация товаров и рынков:

- Национальные — необходимые для всей рыночной системы товары, производство и потребление которых балансируется внутри страны в целом.

- Региональные — товары, производство и потребление которых уравнивается по стране в целом и в пределах метрополитенского ареала.

- Субрегиональные — товары, производство и потребление которых уравнивается внутри каждого субрегиона, входящего в состав метрополитенского ареала.

- Местные — товары, производство и потребление которых уравнивается в пределах каждого микрорайона, а также в пределах любого другого субрегиона.

Концепции размещения, сформировавшиеся в начале XX века, оказали существенное влияние и на современных ученых — регионалистов. В теории рыночных потенциалов и про-

странственного взаимодействия исходным положением рынков является «гравитационный» подход, описывается локальный региональный рынок или регион в целом. Межрегиональные рыночные связи рассматриваются как взаимодействия масс, а частота и интенсивность рыночных взаимодействий подчиняются определенному закону, влияющим на поведение элементов внутри каждой массы.

Первые идеи о рыночном взаимодействии в пространстве были высказаны немецким ученым А. Шеффле в последней четверти XIX в. [5. С.36–38]. Он предположил взаимодействие торговли и промышленности и сформулировал схему гравитационной модели. Эта модель позволяла объяснить размещение ориентированных на рынки сбыта предприятий промышленности и в дальнейшем получила развитие в работах ряда ученых-регионалистов XX в.

Американский экономист Д. Рэй предложил расширенный вариант модели пространственного взаимодействия рыночных потенциалов с учетом влияния финансового капитала. Согласно Д. Рэю, рыночный потенциал территории является интегральным показателем, характеризующим степень экономического взаимодействия территории с рассматриваемыми региональными рынками. Значение рыночного потенциала территории зависит от расстояния до региональных рынков, транспортных издержек, а также от размеров финансового потенциала регионов, с которыми имеется рыночное взаимодействие [6].

В 80-х — 90-х гг. теория рыночных потенциалов и пространственного взаимодействия получила дальнейшее развитие в работах М. Биркина, Ф. Фулджера, Х. Уильямса и др., в которых уделяется внимание прогнозированию региональных рынков товаров и услуг на основе моделей пространственного взаимодействия [7].

В основу теории центральных мест ее основатель В. Кристаллер положил следующие положения: ячейки расселения существуют равномерно и образуют правильные треугольные сети; так же равномерно распределены рыночные зоны, имеющие формы правильных шестиугольников; иерархия поселений (рыночных центров) одинакова по всей территории. Это означает, что у любого центрального места имеется одинаковое число зависимых от него поселений, стоящих в этой иерархии на ступень ниже.

Центры более высокого ранга поставляют все товары, производимые местами низшего ранга, и, кроме того, еще ряд товаров и услуг более высокого порядка. Центральные места высокого ранга поставляют более широкий набор товаров и услуг, в них размещено больше предприятий и организаций, обширнее рыночные зоны реализации товаров.

В. Кристаллер считал, что если учитывать некоторые факторы, модель станет ближе к реальности. Так, если в классической модели покупатель имеет полную свободу передвижения в условиях «идеального ландшафта», то в модифицированной модели вводятся административные границы между различными территориальными образованиями и ограничения, налагаемые транспортной системой. Эти модификации приводят к соответствующим изменениям размеров рыночных зон и численности центральных мест.

Наибольшее развитие модель В. Кристаллера получила в исследованиях Б. Бери. Он обосновал применимость теории центральных мест не только к условиям идеального экономического ландшафта, но и для регионов с неравномерной

плотностью населения и неравномерным распределением спроса по территории [5. С. 40–42]. Таким образом, модифицированная модель Б. Берри логически объясняет иерархию рыночных центров, которые в пределах городской территории эквивалентны центральным местам. Эта модель нашла широкое практическое применение в США в прогнозировании развития и размещения торговых предприятий (центральных бизнес-центров, региональных торговых центров, локальных торговых центров и отдельных предприятий торговли).

Исследования 70-х — 90-х гг. в области теории центральных мест (Б. Берри, Дж. Парр, К. Бивон, С. Уанмали) показали, что под влиянием научно-технического прогресса, быстрых темпов агломерации, интернационализации торговой и финансовой систем, интеграции функций оптовой и розничной торговли происходят определенные изменения в иерархии рыночных центров и рыночных зон, размещении предприятий оптовой и розничной торговли. Создаются принципиально новые пространственные схемы размещения торговли с обширными зонами влияния мегаполисов, в которых располагаются центры управления крупных торговых фирм [7].

Геомаркетинг изучает отношения между центрами бизнеса и тяготеющими к ним рыночными зонами. Эти отношения в пространственном аспекте рассматриваются как на уровне крупного региона, так и на уровне города и населенного пункта. В рамках геомаркетинга ведутся исследования пространственных характеристик рынков, расположения потенциальных покупателей. Проводится географическая сегментация рынков на основе выделения различных зон для разработки дифференцированной региональной маркетинговой стратегии. В основе разработки такой стратегии лежит гипотеза о зависимости рыночного поведения покупателей от региональных факторов.

Особенность американской школы геомаркетинга — исследование рынка на микроуровне, изучение размещения предприятий торговли, поставщиков и потребителей продукции в целях прогнозирования развития отдельных фирм. Для представителей американской школы геомаркетинга региональные рынки представляют интерес с точки зрения условий реализации продукции и формирования нового спроса на товары и услуги. Основы этого подхода были заложены американскими экономистами А. Шоу и Л. Уэлдом, авторами идеи новой философии бизнеса, связанной с рыночной ориентацией производства, формированием спроса и созданием для этой цели комплекса фирм, занимающихся продвижением производимой продукции на рынок [8]. Эта идея легла в основу теории сбыта (Дж. Фредерик, С. Дункан, П. Черингтон), которая в дальнейшем трансформировалась в теорию управления рынком (Дж. Хоуард, Е. Маккарти). В рамках этих теорий рынок рассматривался на уровне отдельной производственной фирмы и основное внимание уделялось разработке принципов принятия хозяйственных решений на базе рыночной информации и методов стимулирования спроса и продвижения продукции на рынок. Если в 50-х — 60-х годах XX века в центре внимания американской школы геомаркетинга был выбор оптимальных схем размещения предприятий торговли и сферы услуг, обеспечивающих минимизацию издержек обращения, то в 70-х — 90-х годах наибольшее значение приобрели пространственные проблемы товародвижения.

При этом система товародвижения рассматривается с точки зрения отдельной фирмы с учетом издержек производства и обращения. При выборе направлений товародвижения в пространстве учитываются такие факторы, как количество и концентрация потребителей, особенности реализуемой продукции (стоимость, сохранность, техническая сложность и т.д.), уровень конкуренции на рынке, территориальные ограничения, альтернативы товародвижения и др. Разработка территориальной схемы товародвижения осуществляется на основе общей стратегии маркетинга, включающей распределение функций между производителем продукции и посредниками или же на основе контрактных соглашений, в которых определяются условия продажи, структура услуг, территориальные границы рынков сбыта, ценовая политика, ответственность и т.д.

Согласно концепции пространственного распределения товарных потоков региональный рынок представляет собой систему каналов распределения товаров в сфере обращения региона. Истоки этой концепции — работы А. Шоу, известно-

го ученого и специалиста по проблемам рынка и товарного обращения [9].

Под рыночным распределением он понимал сферу обращения, или торгово-распределительную систему, обеспечивающую связь между производством и потреблением. Анализируя основные функции товарного обращения — транспортировка товаров, складирование, реализация товаров потребителям, финансирование товарного обращения, А. Шоу обосновал необходимость комплексного исследования системы торгово-распределительных процессов, включения в нее не только торговли (в узкоотраслевом смысле), но финансово-кредитной системы и других отраслей экономики, формирующих региональные рынки.

Заслуживает внимания концепция «треугольника рыночных процессов» Ф. Кларка, который предложил в исследовании рыночных процессов выделять процессы концентрации, выравнивания и рассредоточения товарных потоков в пространстве [8]. Он отмечал, что анализ товарных потоков в рыночной системе следует вести в двух направлениях. Во-первых, анализировать процессы концентрации товарных масс сырья, материалов, продовольствия и промышленных товаров в региональных оптовых центрах. Во-вторых, учитывать пространственное рассредоточение этих товаров и доведение их до потребителей — промышленных предприятий и оптовых посредников, которые впоследствии реализуют товары розничным фирмам.

Следует также отметить концепцию «радикальной гетерогенности рынков», сформулированную У. Алдерсоном. Автор исходит из предположения, что гетерогенность присуща и товарному спросу, и предложению, а взаимосвязь между структурой товарной массы, обращающейся на рынке, и человеческими потребностями носит вероятностный характер. У. Алдерсон предлагает подходить к анализу всех процессов в сфере обращения как к серии неких трансформаций, от меньшей степени гетерогенности к большей. Главное назначение региональных рынков он видит в обеспечении трансформации промышленных партий товаров в торговый ассортимент. Альтернативные модели товародвижения рассматриваются как различные комбинации каналов распределения и процессов накопления, размещения предприятий оптовой торговли и транспортировки товаров.

В 60-х гг. XX в. в рамках концепции пространственного распределения товарных потоков возникло новое научное направление — логистика. В сфере ее интересов — управление складированием, транспортировкой и другими материальными операциями по доведению продукции до потребителя, рационализация финансовых и информационных потоков. С точки зрения логистики, региональный рынок — это система, обеспечивающая физическое перемещение товаров по каналам товародвижения и обслуживающие эти процессы финансовые и информационные потоки. В центре внимания находится материально-техническая основа сферы обращения региона.

Развитие концепции пространственного распределения товарных потоков в 80-90-е годы XX в. происходило в трех основных направлениях:

- торгово-распределительная система региона в условиях возрастающей конкуренции;
- региональное программирование распределительной системы;
- структура каналов распределения и разработка вертикальных, горизонтальных и многоканальных торгово-распределительных систем (внутрирегиональных и межрегиональных).

Согласно институциональной концепции рынка региональный рынок представляет собой систему взаимодействующих субъектов сферы обращения региона, выступающих в различных организационно-хозяйственных формах и обеспечивающих торгово-экономические и финансовые связи между производством и потреблением.

Одним из первых идею институционального подхода к анализу рыночных процессов высказал Р. Уэстерфилд, который исследовал роль посредника как экономического субъекта в развитии английского бизнеса. В наиболее разработанном виде институциональная концепция проявилась в работе Е. Дудди и Д. Ревзана. Эти авторы предложили комплексную институциональную структуру рынка, включающую различные типы экономических агентов: предлагающих услуги хранения товаров, специализированного транспорта, финансирования

и кредитования, торгового посредничества, рекламы, страхования и др.

Институциональная концепция была положена в основу экономико-математического моделирования рынка в исследованиях Ф. Булдерстона и А. Хоггата, которые построили матричную модель взаимодействия агентов рынка. На основе этой модели были проанализированы товарные, финансовые и информационные потоки между агентами сферы производства, потребления и рыночной инфраструктуры.

Развитие институциональной концепции в 70-90-е гг. XX в. шло в двух направлениях. Первое направление — это общетеоретические исследования институциональной структуры экономической системы с выделением институтов рынка как определяющих элементов его развития (О. Уильямсон, Дж. Энсмистер, Г. Элиассон и др.). Второе — работы, посвященные анализу институционального аспекта рынка (Г. Домингез, К. Джонс, Дж. Симоне, М. Янелл).

О. Уильямсон и Г. Элиассон рассматривают рынок как систему институтов экономики, имманентную рыночной системе хозяйствования и обеспечивающую нормальное функционирование и взаимодействие всех элементов институциональной системы капитализма. В отличие от них, Дж. Энсмистер трактует рынок как систему институтов, которые необходимо создавать в развивающихся странах для ускорения темпов роста всей экономики.

В работах Г. Домингеза, К. Джонса и Дж. Симонса прослеживается тенденция к расширению состава институциональных элементов, включаемых в рыночную систему, прежде всего экономико-правовых и организационно-управленческих институтов. При этом наряду с чисто экономическим аспектом развития рынка большое внимание уделяется правовым, социально-психологическим и политическим вопросам.

В России региональные исследования начались в рамках экономической географии с трудов экономистов-географов Н.Н. Баранского, Н.Н. Колосовского.

Немаловажное место в изучении закономерностей функционирования локальных региональных рынков имеют место проблемы, связанные с определением методов и масштабов государственного воздействия на развитие локальных региональных рынков. Государственное регулирование процессов развития региональных рынков — это система экономических, административных и нормативно-законодательных мер, осуществляемых федеральными и региональными учреждениями и общественными организациями, в целях обеспечения сбалансированного и устойчивого развития системы региональных рынков и ее адаптации к изменяющимся условиям [10].

Содержание государственного регулирования рыночных процессов на региональном уровне, его формы и методы определяются, с одной стороны, общегосударственной экономической политикой и, с другой стороны, региональной экономической политикой, учитывающей особенности развития регионов различного типа.

В современной экономической литературе проблемы государственного регулирования рыночных процессов трактуются неоднозначно. В настоящее время в рамках известных научных экономических школ — кейнсианства, монетаризма, институционализма, сформировалось несколько различных теорий государственного регулирования, которые по-разному трактуют

цели, задачи, формы и методы государственного регулирования рыночных процессов.

Роль государственного регулирования рыночных процессов по Дж. Кейнсу заключается в стимулировании спроса с помощью бюджетных инструментов. На основе идей Дж. Кейнса сформировались несколько научных направлений, из них наиболее известность получила кейнсианско-неоклассический синтез (П. Самуэльсон, Дж. Хикс, Дж. Тобин и др.). Представителями этого направления разработана система мер антикризисного регулирования экономики, наряду с бюджетными и денежно-кредитными методами регулирования предлагаются более широкое использование рыночных условий таких, как конкуренция, динамика цен и др.

В отличие от кейнсианства, представители монетаристской школы считают, что роль государственного регулирования должна быть ограничена и заключаться в стимулировании свободной хозяйственной деятельности, поддержании необходимого уровня денежной массы в обращении, проведении кредитных мероприятий, ограничении социальных расходов.

Одним из главных пунктов регулирования рыночных процессов институционалисты считают систему общественного контроля над бизнесом, включая контроль на внутрифирменном, региональном и общегосударственном уровнях.

В 70-х гг. XX в. возникло новое направление в теории государственного регулирования рыночных процессов, которое получило название энвиронментализма, или теории регулирования внешней среды бизнеса (от английского слова *environment* — **окружение, внешняя среда**). Сторонники этой теории полагают, что оптимальное воздействие государства на функционирование рынков должно осуществляться через внешнюю среду бизнеса.

Отсутствие единой системы регулирования локальных региональных рынков приводит к негативным последствиям, связанным с нарушением нормального воспроизводства товарных и денежных ресурсов в регионе. В областях, краях и республиках России формирование и развитие локальных рынков протекают без целенаправленного регулирования со стороны областных и краевых администраций. Отсутствуют программы развития региональных рынков, у руководящих работников региональных органов управления нет четкого представления о концепции регулирования региональных рынков и основных направлениях ее реализации.

Наблюдается трансформация концепций регионального развития: от теорий размещения производства периода разветвления индустриализации до описания пространственного экономического равновесия, международной специализации и торговли, инновационных процессов. Экономический рост в регионе базируется на внутренних немобильных ресурсах и привлечении мобильных ресурсов из других регионов. Регионы конкурируют за ограниченные ресурсы, что сближает цены на мобильные факторы производства и обеспечивает эффективное распределение ресурсов между регионами. Региональные различия в ценностях, культуре, структуре экономики, существующих институтах способствуют повышению конкурентоспособности и приводят к созданию кластеров отраслей. Эти подходы органично сочетаются с концепцией территориального маркетинга, в основе которой лежит гипотеза о зависимости рыночного поведения покупателей, а также других субъектов рынка от региональных факторов.

Литература

1. Рикардо Д. Начала политической экономики и налогового обложения: Антология экономической классики. — М., 1993. — С. 34.
2. Вебер А. Теория размещения промышленности. — М.: Изд-во Книга, 1926.
3. Леш А. Географическое размещение хозяйства. — М., 1959.
4. Изард У. Методы регионального анализа: введение в науку о регионах. — М., 1966.
5. Новоселов А.С. Теория региональных рынков. — Ростов-на-Дону: Феникс, 2002.
6. Погорлецкий А.И. Экономика зарубежных стран. — СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2000.
7. Большой экономический словарь / Под ред. А.Н. Азрилияна. — М.: Институт новой экономики, 1997.
8. Котлер Ф. Основы маркетинга. — М.: Прогресс, 2000.
9. Бос Х. **Размещение хозяйства**. — М., 1970.
10. Государственное регулирование экономики и социальный комплекс / под ред. Т.Г. Морозовой, А.В. Пикулькина — М.: Финстатинформ, 1997.