

Региональная экономика

УДК 332.1:339.13]:524.3-54

ЭВОЛЮЦИЯ ТЕОРИЙ И КОНЦЕПЦИЙ РЕГИОНАЛЬНЫХ РЫНКОВ ТОВАРОВ

Ветрова Н.М., Шабашова Л.А.

В статье рассматриваются теоретические истоки исследования региональных рынков товаров. На основе проведенной группировки основных теорий и концепций региональных рынков товаров показано, что все их многообразие можно представить в виде семи групп.

Ключевые слова: региональный рынок товаров, теории размещения производства и сферы обращения, теория рыночных потенциалов, теория центральных мест, концепция геомаркетинга, концепция пространственного распределения товарных потоков, институциональная концепция рынка, воспроизводственная концепция регионального потребительского рынка

В силу важности обеспечения населения Украины товарами и услугами, возникает необходимость углубления теоретических исследований в области закономерностей формирования и развития потребительских рынков и рыночной инфраструктуры не только на общегосударственном уровне, но и на уровне регионов. В связи с этим, актуальной проблемой является использование новых подходов к изучению региональных рынков и новых методов их экономического регулирования. Для решения этой проблемы необходимо, прежде всего, рассмотреть теоретические истоки исследования региональных рынков товаров.

Изучением проблем формирования и развития рынков на региональном уровне занимались многие украинские ученые-экономисты: Е. Азарян, М. Долишний [1], В. Куценко, Л. Мазник, В. Поповкин [2], О. Пустовойт, В. Симоненко [3], Н. Чумаченко [4] и др. Особо следует отметить научные наработки института региональных исследований НАН Украины и Совета по изучению производительных сил Украины НАН Украины [1, 6]. Но, несмотря на это, исторический анализ концептуальных основ такого экономического явления как региональный рынок товара остается важным направлением научного поиска отечественных исследователей.

Целью данной статьи является рассмотрение результатов теоретической систематизации теорий и концепций регионального рынка товаров и исследование их эволюции.

Необходимость выделения пространственного аспекта в рамках науки о рыночном обращении была вызвана специализацией и концентрацией производства в экономике капиталистических стран, территориальным разделением труда, проблемами сбыта продукции в различных регионах, которые проявились наиболее остро в XIX веке. В разных странах получили развитие различные направления региональной теории, а наиболее сильные научные школы сложились в Германии, Швеции, Великобритании, США и Франции.

Все разнообразие точек зрения на сущность региональных рынков, целесообразно сгруппировать и представить в виде семи основных теорий и концепций, начиная с основ теории размещения производства и сферы обращения в начале XIX века и заканчивая разработкой концепций геомаркетинга, институциональной и других концепций в конце XX века. Их можно систематизировать следующим образом:

- теории размещения производства и сферы обращения;
- теория рыночных потенциалов и пространственного взаимодействия рынков;
- теория центральных мест;
- концепция геомаркетинга;
- концепция пространственного распределения товарных потоков;
- институциональная концепция рынка;
- воспроизводственная концепция регионального потребительского рынка.

1. Теории размещения производства и сферы обращения развивались в нескольких направлениях. Основные подходы экономической теории пространственной экономики (spatial economics) были разработаны в XIX веке представителями немецкой классической политической экономии И.Г фон Тюне-ном [7], В. Лаунхардтом [8] и др. (классические штандортные теории). Идеи и результаты этих исследований, по словам М. Блауга [9, с.15], были фактически изолированы от основного течения ортодоксальной экономической науки вплоть до последнего времени, и развивались силами немецких экономистов, в том числе, А. Вебером [10] и А. Лешем [11]. Еще до появления работ А. Леша классические штандортные теории подверглись критике со стороны А. Пределя и шведского ученого Т. Паландера (20-30-е годы XX века). А. Предель показал, что существует не одно, а множество удачных мест размещения производства, выбор которых определяется влиянием пространственного аспекта рынков сбыта и источников сырья. Т. Паландер предложил модель «линейного рынка», в которой имеется один центральный рынок, а потребители и природные ресурсы равномерно распределены по территории, при этом предполагался одинаковый неизменный спрос на товары. Т. Паландер учитывал также влияние конкуренции на размещение производства и рынков [17, с.31]. Идеи А. Пределя и Т. Паландера послужили началом возникновения в середине XX века новых или неоклассических штандортных теорий. Наиболее яркими представителями этого этапа развития теорий размещения являются А. Леш и английский ученый Д. Смит. Отличительной особенностью неоклассических теорий является признание невозможности теоретического обоснования критериев оптимизации при выборе размещения производства. Основным критерием оптимизации служит максимизация чистой прибыли, при этом принятие решения о размещении производства осуществляется предпринимателем, т.е. носит субъективный характер.

В рамках теории размещения производства и сферы обращения особый интерес представляют взгляды У. Айзарда [12], который в конце 50-х годов XX века показал, что во многих случаях авторы классических теорий размещения исходят из того, что рынки сбыта продукции представляют собой заданную величину. Но в реальности емкость соответствующего рынка может колебаться в значительных пределах. Изучение рынка в его пространственном аспекте является главным фактором, определяющим развитие и размещение производства. У. Айзард, изучая межрегиональные товарные и финансовые потоки, приходит к выводу, что любой стране присущ не единый общий рынок, а иерархия рынков: рынки местные, субрегиональные, региональные и национальные. По объемам перевозок и в зависимости от расстояний, на которые перевозят различные товары, определяется, какие из них обращаются на местном, региональном, национальном уровне. При этом проникновение на любой из этих рынков может быть затруднено как экономическими, так и политическими или социальными факторами. Развитие концепции размещения получило в работах современных ученых-регионалистов (Х. Бос, Я. Гамильтон) [13, 14].

2. Исходным положением теории рыночных потенциалов и пространственного взаимодействия рынков является «гравитационный» подход, согласно которому региональный рынок или регион в целом представляется в виде массы. Межрегиональные рыночные связи рассматриваются как взаимодействия масс, а частота и интенсивность рыночных взаимодействий подчиняются определенным законам, влияющим на поведение отдельных элементов (частиц) внутри каждой массы. Наибольшее развитие теория рыночных потенциалов и пространственного взаимодействия получила в 80–90-х годах XX века в работах М. Биркина, Ф. Фулджера, Х. Уильямса [15] и др., которые уделяли внимание прогнозированию региональных рынков товаров и услуг.

3. Основателем теории центральных мест считается немецкий ученый В. Кристаллер [16]. Центральными местами В. Кристаллер называет экономические центры, которые обслуживают товарами и услугами не только себя, но и население своей округи (зоны сбыта). Модель В. Кристаллера была усовершенствована, благодаря исследованиям А. Леша и Б. Берри [17, с.40]. Дальнейшие исследования в 70–90-х годах XX века 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 [17, с.41].

4. Концепция геомаркетинга рассматривает 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 отраслевом аспекте – для оптовой и розничной торговли, банковской деятельности, сферы услуг и других видов бизнеса. В рамках концепции геомаркетинга американскими экономистами А. Шоу и Л. Уэлдом была разработана новая философия бизнеса, связанная с рыночной ориентацией производства, формированием спроса и созданием для этой цели комплекса фирм, занимающихся продвижением производимой продукции на рынок. Эта идея получила развитие в теории сбыта и теории управления рынком, в которых 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 70–90-х годах наибольшее значение приобрели пространственные проблемы товародвижения. Начиная с 70-х годов, Британская школа геомаркетинга использует макроэкономический подход к анализу рынка, в котором понятие рынка трактуется с позиций реализации товаров в масштабах всего региона и стимулирования экономического роста в регионе. Основные функции рынка видятся в создании условий для продвижения товаров от производственных предприятий к потребителям [17, с. 42-43].

5. Концепция пространственного распределения товарных потоков рассматривает региональный рынок как систему каналов товародвижения и исследует не только финансово-экономические, но и материально-технические стороны движения товаров от производителя к потребителям. Начиная с 20-х годов XX века, исследователи-экономисты уделяли особое внимание принципам движения товарных потоков в сфере обращения и оптимизации размещения предприятий торговли с точки зрения интересов производства и потребления. В работах А. Шоу обоснована 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. Под рыночным распределением («market distribution») он понимал сферу обращения, или торгово-распределительную систему, обеспечивающую связь между производством и потреблением. Различные теоретические и методологические подходы к исследованию пространственного аспекта товарного обращения включают в себя концепцию «треугольника рыночных процессов» Ф. Кларка, концепцию «радикальной гетерогенности рынков» У. Алдерсона. Начиная с 60-х годов, в США и ряде других стран возникает 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. В 70-е годы XX века проблемы взаимодействия транспортировки и складирования решались с помощью планирования производства, что позволило повысить качество обслуживания потребителей своевременным выполнением заказов, а также улучшить использование транспортно-складского погрузочно-разгрузочного оборудования. В конце 70-х годов совокупность обеспечивающих товародвижение звеньев приобретает целостный характер, происходит смена приоритетов между различными видами хозяйственной деятельности в пользу управления материальными, финансовыми и информационными потоками.

Развитие концепции пространственного распределения товарных потоков в 80-90-е годы происходило в трех основных направлениях: торгово-распределительная система региона в условиях возрастания конкуренции; региональное программирование распределительной системы; структура каналов распределения и разработка вертикальных, горизонтальных и многоканальных торгово-распределительных систем (внутрирегиональных и межрегиональных) [17, с. 44-48].

6. В рамках институциональной концепции рынка исследована роль посредника как экономического субъекта в развитии английского бизнеса (Р. Уэстерфилд), предложены подходы к институциональному структурированию рынка (Р. Бреер, Е. Дудди, Д. Ревзан), разработаны основы экономико-математического моделирования рынка и построена матричная модель взаимодействия агентов рын-

ка (Ф. Булдерстон, А. Хоггат), на основе которой были проанализированы товарные, финансовые и информационные потоки между агентами сферы производства, потребления и рыночной инфраструктуры. Основные направления развития институциональной концепции в 70-90-е годы: общетеоретические исследования институциональной структуры экономической системы в целом с выделением институтов рынка как определяющих элементов его развития (О. Уильямсон, Дж. Энсминстер, Г. Элиассон и др.); анализ институционального аспекта рынка (Г. Домингез, Дж. Симонс, М. Янелл); исследования рыночных институтов на региональном уровне [17, с.48-49].

7. Зарождение региональных исследований в России относится к первой половине XIX в. и связано с первыми попытками экономического районирования (К.И. Арсеньев, Н.П. Огарев [18]). В XIX в. и начале XX в. региональные исследования в России концентрировались главным образом на изучении естественных производительных сил, социально-экономической географии, региональной статистике, проблемах региональных рынков. Однако не было теоретических исследований, подобных исследованиям Й. Тюнена, А. Вебера, У. Айзарда. После 1917 г. региональные исследования развивались в другой экономической системе. Среди наиболее известных ученых-регионалистов того периода выделяются Н.Н. Баранский [19], В.С. Немчинов, Н.Н. Некрасов [20], А.Е. Пробст, Р.И. Шнипер [21], А.Г. Гранберг [22]. В настоящее время известность получили регионально-экономические и экономико-географические труды И.Г. Александрова, Г.М. Кржижановского, С.Г. Струмилина, А.Е. Ферсмана, Н.Н. Колосовского, А.Н. Лаврищева, Л.Л. Никитина, Г.Н. Черданцева [17] и др. Значительный вклад в исследование региональных проблем сделали В. Агеев, А. Добрынин, В. Каманкин, Г. Колесов, А. Маршалова, А. Новоселов [23], В. Радаев [24]. В работах представителей российской научной школы получила распространение воспроизводственная концепция регионального потребительского рынка, в соответствии с которой, этот рынок рассматривается как территориальная организация сферы обращения во взаимодействии с региональным производством, распределением и потреблением [21, 23]. Основными теоретическими положениями этой концепции являются роль рыночных процессов в региональном воспроизводстве, социально-экономической среде и локальных воспроизводственных циклах, определяющих внутреннее экономическое пространство, об открытом характере региональных рынков и внешнем экономическом пространстве. Для оценки состояния регионального потребительского рынка используются региональные пропорции воспроизводства, отражающие уровень соответствия между различными элементами локальных воспроизводственных циклов товаров и услуг. Приближение к устойчивому равновесию на региональном потребительском рынке становится возможным, если достигается сбалансированность между платежеспособным спросом населения и предложением товаров и услуг, между оборотом денежных и товарных ресурсов, между объемом товарооборота и товарных запасов и др.

ВЫВОДЫ

Анализ основных теорий и концепций региональных рынков товаров, сформировавшихся в экономической науке XX века, показывает, что их различия связаны с многогранностью и многоаспектностью изучаемого экономического явления. Кроме того, каждая концепция характеризуется специфическим подходом к определению сущности регионального рынка товаров и исходит из определенных целей и задач исследования, которые определяют методологические подходы и изучаемые аспекты данной проблемы. Сравнительный анализ основных теорий и концепций региональных рынков товаров позволяет выделить содержащиеся в них следующие основные направления развития, формы и методы их организации [17, с.51]: формирование экономического механизма, обеспечивающего эффективное взаимодействие рыночных институтов и хозяйствующих субъектов региональной экономики; выбор организационно-хозяйственных форм торговли, финансово-кредитного и делового обслуживания, а также организационно-правовых форм торгово-экономических внутрирегиональных и межрегиональных связей; формирование системы региональных рынков, исходя из ориентации на обеспечение интересов потребителей; выбор эффективных каналов товародвижения для различных типов региональных рынков; рационализация транспортно-складских процессов, материальных, финансовых и информационных потоков и развития рыночной инфраструктуры региона.

В целом, результаты исследования позволяют осмыслить концептуальные основы такого экономического явления как региональный рынок товаров и определяют возможность выявления взаимосвязи теории региональных рынков с теориями регулирования их экономического развития, что и является целью последующего исследования.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. *Долішній М., Кравців В., Симоненко В.* Концептуальна модель державної регіональної політики України. – Львів: НАН України, Інститут регіональних досліджень, 2001. – 123 с.
2. *Поповкін В.А.* Регіонально-цілісний підхід в економіці. – К.: Наукова думка, 1993. – 220с.
3. *Симоненко В.* Регионы Украины: проблемы развития. – К.: Наукова думка, 1997. – 263 с.
4. *Чумаченко Н.Г.* Очерки по экономике региона. – К.: Наукова думка, 1995. – 339 с.
5. *Сторошук Б.Д.* Економічні інтереси регіону в умовах трансформаційної економіки: Автореф. дис... к.э.н: 08.01.01 /НАН України. Київський національний університет ім. Тараса Шевченка. – К.: 2004. – 23 с.
6. Основные направления реформирования экономики региона: Сб. науч. тр. /НАН Украины. Ин-т экономики пром-ти. – Донецк: ИЭП НАН Украины, 1995. – 120 с.
7. *Тюнен И.* Изолированное государство. – М.: Издательство газеты «Экономическая жизнь», 1926. – 329 с.
8. *Launhardt W.* Die Bestimmung des Zweckmassigsten Standort Einer Gewerblichen Anlage // Zeitschrift des Vereins der Deutscher Ingeniers. – 1882. В. XXVI. – № 3.
9. *Блауг М.* Экономическая мысль в ретроспективе. :Пер. с англ. - М.: Дело, 1994. – 688 с.
10. *Вебер А.* Теория размещения промышленности. /С прил. работы Шлира «Промышленность Германии с 1860 г.». Излож. и пер. Н. Морозов. Под ред. и с предисл. Н. Баранского – Л., М.: Изд-во Книга, 1926. – 223 с.
11. *Леш А.* Географическое размещение хозяйства. - М.: Изд. Иностранной литературы, 1959. – 456 с.
12. *Айзард У.* Методы регионального анализа: введение в науку о регионах.: Пер. с англ. /Вступ. ст. и ред. А.Е. Пробста. – М.: Прогресс, 1966. – 643 с.
13. *Бос Х.* Размещение хозяйства. – М.: 1970. - 621с.
14. *Hamilton F.J.Z.I., Linge G.J.R.* (eds) Spatial Analysis, Industry and the Industrial Environment. – Chichester, 1983. – Vol. 3.
15. *Birkin M., Foulger F.* Sales Performance and Sales Forecasting Using Spatial Interaction Modeling // Univ. of Leeds. Working Paper. – 1992. – № 21
16. *Christaller W.* Die Zentralen Orte in Suddeutschland. – Jena, 1933.
17. *Новоселов А.С.* Теория региональных рынков. – Ростов-на-Дону: Феникс; Новосибирск: Сибирское соглашение, 2002. – 448 с.
18. *Огарев Н.П.* Избранные социально-политические и философские произведения: В 2 т. – М.: Политиздат, 1952. – Т.1 – 862 с.
19. *Баранский Н.Н.* Экономическая география СССР: Обзор по областям Госплана. – М., Л.: Госиздат, 1927. – 336 с.
20. *Некрасов Н.Н.* Региональная экономика. Теория, проблемы, методы. – 2-е изд. – М.: Экономика, 1978. – 450 с.
21. *Шнипер Р.И., Новоселов А.С.* Региональные проблемы рынковедения: экономический аспект. – Новосибирск: Наука, 1993. – 443 с.
22. *Гранберг А.Г.* Основы региональной экономики. – М.: ГУ ВШЭ, 2000. – 495 с.
23. *Новоселов А.С.* Региональные рынки. – М.: ИНФРА-М, 1999. – 477 с.
24. *Радаев В.В.* Социология рынков: к формированию нового направления. - М.: ГУ-ВШЭ, 2003. – 324 с.