

*Регион: экономика и социология, 2008, № 3, с. 3–22*

## **ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ РЕГИОНАЛЬНЫХ РЫНКОВ**

**А.С. Новоселов**

*Институт экономики и организации промышленного производства СО РАН*

### **Аннотация**

В статье исследуются методологические проблемы формирования региональных рынков, их роль в экономике региона, рассматриваются воспроизводственные, пространственные и институциональные аспекты организации региональных рынков. В результате анализа различных теорий региональных рынков обосновываются подходы к разработке концепции развития региональных рынков, позволяющей обеспечить согласование интересов государства и бизнеса.

**Ключевые слова:** региональные рынки, экономика, регион, рыночная инфраструктура, рыночное пространство, конкурентная среда, региональный воспроизводственный процесс, концепция

Необходимость изучения теоретических проблем организации региональных рынков обусловлена стремлением к переходу к развитым рыночным отношениям, что требует глубокого анализа явлений и процессов, происходящих в экономике регионов, и закономерностей формирования рынков и рыночной инфраструктуры.

В настоящее время во многих странах структурная перестройка экономики регионов характеризуется приоритетным развитием сферы рыночных, финансовых и информационных услуг, основанных на инновациях. Первоочередное развитие этой сферы позволяет значи-

тельно увеличить объем ВРП, налоговых поступлений в региональный бюджет, обеспечить высокий уровень занятости населения и, как результат, повысить уровень жизни населения и конкурентоспособность экономики региона.

На территории развитых индустриальных стран формируются крупные межрегиональные торгово-экономические кластеры, которые выполняют функции торгового, финансового и информационно-обслуживания регионов, входящих в рыночную зону. Перспективы формирования и развития таких кластеров обусловлены следующими объективными предпосылками:

- экономико-географическое положение региона в центре пересечения крупных торгово-экономических потоков;
- наличие развитой системы всех видов транспорта, позволяющей обслуживать межрегиональные торгово-экономические связи;
- наличие крупных логистических комплексов оптовой торговли и производственно-технического обслуживания, располагающих резервными мощностями;
- наличие развитого инновационного потенциала;
- формирование в регионе основных элементов рыночной инфраструктуры;
- обеспеченность региона квалифицированными кадрами и научно-образовательным потенциалом.

Интернационализация производственной, торгово-посреднической, финансово-кредитной, информационной деятельности, наблюдаемая в странах с развитой рыночной экономикой, закономерно приводит к тому, что практически все регионы вовлекаются в сферу глобальных экономических отношений, которые приобретают характер многосторонних связей между различными государствами. Эти явления сопряжены с усилением взаимозависимости регионов до такой степени, когда действия одного из них затрагивают интересы других регионов и региональных систем и становятся глобальными.

Ускорение научно-технического прогресса, проявляющееся в быстром распространении новых технологий в различных регионах мира, компьютеризация экономической деятельности меняют характер ведения бизнеса на региональных рынках и межрегиональные отноше-

ния. Глобальная информатизация усиливает интеграционные процессы посредством обмена коммерческой, производственной и научно-технической информацией. Резко возрастает роль знаний и инноваций в экономическом развитии и обеспечении устойчивой конкурентоспособности регионов. Все это имеет социально-экономические последствия для всех регионов, которые активно включаются в сферу международной конкуренции, и приводит к возникновению новых форм пространственной организации рынков товарных, финансовых, информационных и трудовых ресурсов [1].

В связи с этим возникает необходимость в новом подходе к исследованию проблем формирования рынков на региональном уровне и методов экономического регулирования процессов их развития. Цель таких исследований состоит в том, чтобы на основе анализа закономерностей формирования региональных рынков, соответствующего зарубежного опыта и региональных особенностей развития и преобразования отечественной экономики разработать теоретические основы функционирования региональных рынков с учетом нового экономического механизма в условиях перехода к развитым рыночным отношениям. Для достижения этой цели необходимо изучить структуру региональных рынков и объективные условия и предпосылки их формирования, разработать методологические принципы экономической диагностики процессов развития региональных рынков, исследовать влияние рынков на региональный воспроизводственный процесс, оценить современный уровень развития экономического потенциала рыночной инфраструктуры, изучить закономерности механизма взаимодействия хозяйствующих субъектов экономики региона, разработать методы экономического регулирования процессов формирования и развития региональных рынков.

Формирование региональных рынков объективно связано с конкретной территорией и во многом зависит от организации сферы обращения в каждом отдельном регионе. Наряду с решением организационно-экономических задач формирования новых элементов рыночной системы должен быть проведен анализ существующей системы с точки зрения ее соответствия современным требованиям рыночной экономики.

В переходный период практически для всех регионов России (за исключением столичного) характерно существенное отставание раз-

вития рыночной инфраструктуры от возрастающих потребностей в ее услугах для всей системы рынков. Но дело не столько в количественной характеристике обеспеченности, сколько в существенном отставании по уровню и качеству оказываемых субъектам рыночной экономики торгово-посреднических и кредитно-финансовых услуг, что в настоящее время является одним из сдерживающих факторов перехода к развитым рыночным отношениям. Отсутствие развитой рыночной среды, которую должны формировать предприятия и организации рыночной инфраструктуры, тормозит развитие деловой активности во многих отраслях экономики, а также не способствует развитию малого бизнеса и не стимулирует привлечение отечественного и иностранного капитала.

При общем недостаточном развитии региональных рынков и рыночной инфраструктуры имеет место несбалансированность их развития в каждом отдельном регионе, выражающаяся в различной степени развитости отдельных элементов. Основными закономерностями формирования региональных рынков и рыночной инфраструктуры в регионах России в условиях переходного периода являются

- одновременность преобразования созданных ранее элементов системы региональных рынков и формирования новых элементов, принципиально отличающихся от традиционной системы;
- трансформация функций субъектов региональных рынков, предприятий и организаций рыночной инфраструктуры в направлении их упорядочения и специализации;
- диверсификация видов деятельности в сфере финансово-кредитных, торгово-посреднических, внешнеэкономических и информационных услуг;
- образование региональных ассоциаций и союзов субъектов региональных рынков и сетевых организаций рыночной инфраструктуры;
- несбалансированность и неравномерность в развитии отдельных подсистем и элементов региональных рынков и рыночной инфраструктуры по регионам, обусловленные различиями в экономической структуре хозяйства регионов, различиями в стартовом уровне развития экономики и особенностями реализации экономических реформ в регионах.

Для выявления основных закономерностей организации региональных рынков и рыночной инфраструктуры рассмотрим теоретические концепции, которые сформировались в мировой экономической науке в процессе развития различных школ и направлений начиная с разработки основ теории размещения производства и сферы обращения и кончая созданием концепций геомаркетинга, институциональной и других современных концепций развития региональных рынков.

Процессы специализации и концентрации производства, происходившие в экономике капиталистических стран, вызвали необходимость изучения *пространственного аспекта производства, распределения, обмена и потребления товаров*. Создатели классической теории размещения производства одними из первых обратили внимание на пространственные особенности формирования рынка и необходимость выделения рыночных зон реализации различных товаров в зависимости от издержек производства и обращения. Во многих случаях авторы этой теории исходили из того, что рынки сбыта продукции представляют собой заданную величину. Но в реальности емкость соответствующего рынка может колебаться в значительных пределах.

Впоследствии изучение рынка в его пространственном аспекте выдвинулось на первый план и стало в первую очередь влиять на развитие и размещение производства. В целях оценки емкости регионального рынка были исследованы определяющие ее факторы: денежные доходы, численность и структура населения, состояние регионального платежного баланса, кредитные ограничения, косвенный спрос (потребности всех отраслей в продукции каждой другой отрасли), стремление к пространственному взаимодействию и др.

На основе изучения межрегиональных товарных и финансовых потоков был сделан вывод о том, что в любой стране существует не единый обширный рынок, а иерархия рынков: рынки местные, субрегиональные, региональные и национальные. В зависимости от расстояний и объемов перевозок различных товаров определяется, какие из них обращаются на местном уровне, а какие – на региональном или национальном. При этом проникновение на любой из этих рынков может быть затруднено как экономическими, так и политическими или социальными факторами [2].

В результате объединения анализа товарных и денежных потоков была разработана модель регионального платежного баланса, позволяющая дать комплексную оценку обращения товарных и финансовых ресурсов на региональном и межрегиональном уровнях.

**Теория рыночных потенциалов и пространственного взаимодействия рынков.** Исходным положением этой теории 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.

Первые идеи о рыночном взаимодействии в пространстве были высказаны немецким ученым А. Шеффле, который предположил, что существует взаимодействие торговли и промышленности, и предложил схему гравитационной модели. Американский ученый У. Рейли сформулировал «закон гравитации розничной торговли», согласно которому городской рынок притягивает покупателей окружающего рынка региона прямо пропорционально численности городского населения и обратно пропорционально квадрату расстояния от покупателей до города.

В дальнейшем сторонниками теории рыночных потенциалов и пространственного взаимодействия было обосновано понятие рыночного потенциала применительно к городам и другим территориальным образованиям и составлены карты рыночных потенциалов США. В 1990–2000-х годах эта теория получила дальнейшее развитие в работах, в которых рассматриваются расширенные варианты модели пространственного взаимодействия рыночных потенциалов с учетом влияния финансового капитала и методы прогнозирования региональных рынков на основе моделей пространственного взаимодействия [3].

**Теория центральных мест.** Еще в начале XX в., исследуя закономерности размещения городов, немецкий ученый В. Кристаллер предложил рассматривать города как центральные места, или рыночные центры, выполняющие функции снабжения окружающих районов товарами и услугами. В его основополагающей модели иерархия центральных мест строится исходя из «рыночного принципа», или «прин-

ципа сбыта». В соответствии с этим принципом центральные места должны находиться как можно ближе к потребителям товаров.

Наибольшее развитие эта модель получила в исследованиях Б. Берри [4], который обосновал применимость теории центральных мест не только к условиям «идеального экономического ландшафта», но и по отношению к регионам с неравномерной плотностью населения и неравномерным распределением спроса по территории. Модифицированная им модель позволила логически объяснить иерархию рыночных центров, которые в пределах городской территории эквивалентны центральным местам. Эта модель нашла практическое применение в США при прогнозировании развития и размещения торговых предприятий различного уровня (зональных бизнес-центров, региональных и локальных торговых центров, а также отдельных предприятий торговли).

Теория центральных мест получила распространение в странах Западной Европы, США и ряде развивающихся стран Азии, Африки и Латинской Америки. Эта теория позволяет обосновать системы иерархии центральных мест и рыночных зон, в которых более высоким уровням иерархии соответствуют более специализированные и реже приобретаемые товары и услуги, а низким уровням иерархии соответствуют товары и услуги первой необходимости и массового потребления. Таким образом строится система вложенных друг в друга зон влияния рыночных центров разного уровня.

Исследования 1990–2000-х годов 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, в 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 [5].

Предметом изучения *геомаркетинга* являются 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, а в от-

раслевым аспекте – для оптовой и розничной торговли, банковской деятельности, сферы услуг и других видов бизнеса.

В рамках геомаркетинга ведутся исследования пространственных характеристик рынков, размещения потенциальных покупателей. Проводится географическая сегментация рынков на основе выделения различных зон в целях разработки дифференцированной региональной маркетинговой стратегии. Такая стратегия опирается на гипотезу о зависимости рыночного поведения покупателей от региональных факторов.

Согласно концепции геомаркетинга региональный рынок рассматривается с позиции определения размеров рыночных зон и пространственных характеристик спроса и предложения товаров и услуг. При оценке параметров рыночных зон используются теория центральных мест и теория пространственного взаимодействия. Авторы концепции геомаркетинга к числу главных проблем развития регионального рынка относят территориальную организацию торговой системы, основанную на иерархии торговых центров и рыночных зон, размеры которых варьируют от сельских населенных пунктов до крупных экономических районов. Представители научной школы геомаркетинга, развивая эти идеи, используют теорию центральных мест и теорию пространственного взаимодействия для комплексного исследования региональных рынков, изучения территориальной структуры спроса и предложения товаров и услуг, определения оптимальных размеров и пространственных стандартов новых торговых центров, а также для прогнозирования развития региональных рынков, рыночных зон и размещения розничной и оптовой торговой сети, предприятий сферы услуг.

Новейшие исследования проблем развития регионального рынка в рамках концепции геомаркетинга связаны с изменениями в сфере торговых и финансово-кредитных услуг под влиянием распространения инноваций, информатизации общества, интернационализации сферы услуг, а также с изменениями в пространственной организации рынка [6].

Различные научные школы геомаркетинга исследуют, с одной стороны, широкий спектр проблем экономического взаимодействия между региональными рынками различного уровня и, с другой стороны, конкретные проблемы экономических отношений между отдельными фирмами и их клиентами.



Особенность американской школы геомаркетинга – исследование рынка на микроуровне, изучение размещения предприятий торговли, поставщиков и потребителей продукции в целях прогнозирования развития отдельных фирм.

Особенностью британской школы геомаркетинга является исследование региональных рынков на макроуровне, изучение общерегиональной системы спроса и предложения в целях регионального планирования и прогнозирования.

**Концепция пространственного распределения товарных потоков.** Согласно этой концепции под региональным рынком понимается совокупность распределительных процессов в региональной экономике, обеспечивающая движение товарных, финансовых, информационных ресурсов от производителей к потребителям, включая весь объем операций, осуществляемых коммерческими и финансовыми посредниками.

Ученые – специалисты по проблемам сферы обращения из США и ряда других стран обосновали, что рационализация распределения произведенной продукции, финансовых и информационных потоков позволяет снизить издержки обращения без значительных капитальных затрат. В данной области имеется значительный потенциал снижения издержек, сокращения времени доставки и, следовательно, повышения конкурентоспособности.

Развитие концепции пространственного распределения товарных потоков происходит по трем основным направлениям: 1) исследование торгово-распределительной системы региона в условиях возрастания конкуренции; 2) развитие регионального программирования распределительной системы; 3) изучение структуры каналов распределения и разработка вертикальных, горизонтальных и многоканальных торгово-распределительных схем (внутрирегиональных и межрегиональных) [7].

Исследования в рамках этих трех направлений, особенно последнего, внесли значительный вклад в разработку теории региональных рынков. Анализ экономических процессов, происходящих в сфере обращения региона, с позиций концепции пространственного распределения товарных потоков позволяет выявить основные закономернос-

ти, взаимосвязи и взаимозависимости региональных рынков, понять сущность материальных, финансовых, информационных и организационных связей, обеспечивающих взаимодействие субъектов региональной экономики в процессе реализации товаров и услуг.

**Теория пространственной конкуренции.** Конкурентная среда не может рассматриваться вне экономического пространства, без учета территориальных границ рыночных зон реализации различных товаров и региональных особенностей сферы производства и обращения. Впервые классическая модель пространственной конкуренции была разработана Х. Хотеллингом, а в дальнейшем она получила развитие в трудах Э. Чемберлина [8]. Проблемы формирования конкурентной среды региональных рынков исследовались также в работах А. Лёша, У. Рейли и других ученых, изучавших закономерности размещения рыночных зон, рыночных потенциалов и межрегиональных товарных потоков.

Отмеченные проблемы в дальнейшем разрабатывались представителями научной школы исследования структуры и организации рынков. Эта школа возникла на стыке двух научных направлений – теории конкуренции и теории антимонопольного регулирования и была ориентирована на изучение концентрации рыночной власти и ее влияния на конкурентную среду как на национальном, так и на региональном рынке. Представителями данной школы были разработаны методы определения емкости и географических границ рынков, исследована система факторов, определяющих структуру рынка (включая эффект масштаба производства, транспортные издержки, технологические изменения и др.), которые послужили основой для анализа конкурентной среды региональных рынков [9].

Наряду со структурно-организационным подходом к изучению конкурентной среды в западной экономической литературе широкое распространение получил маркетинговый подход. Его сторонники считают, что структурно-организационный подход к анализу конкурентной среды региональных рынков не учитывает региональные особенности развития оптовой и розничной торговли, систему каналов товародвижения, интенсивность товарных потоков и другие факторы, что является следствием неадекватно сформулированной концепции регионального рынка.

В соответствии с маркетинговым подходом региональный рынок определенного товара представляет собой систему фирм, вовлеченных в процессы купли-продажи и конкурирующих между собой за долю в рыночном потенциале в пределах соответствующей рыночной зоны реализации данного товара, используя систему каналов, обеспечивающих товарные потоки между фирмами. В рамках этого подхода изучаются поведение оптовых и розничных торговых фирм на региональных рынках, влияние конкурентной среды на пространственную структуру каналов распределения товарных потоков и другие аспекты территориальной организации сферы обращения.

В последние годы возникли новые направления в исследовании конкурентной среды, связанные с процессами глобализации рынков, структурными сдвигами в производстве и потреблении под влиянием научно-технического прогресса. Среди соответствующих проблем наиболее широко освещены в экономической литературе проблемы развития конкурентной среды региональных рынков в условиях экономической интеграции европейских стран, проблемы эволюции институциональной структуры региональных рынков под воздействием инноваций, а также под влиянием деятельности национальных и транснациональных корпораций, направленной на расширение территориальных границ рынков [10].

Согласно *институциональной концепции регионального 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. Сторонниками этой концепции разработана комплексная институциональная структура рынка, включающая в себя различные типы экономических агентов, предлагающих услуги по хранению, обработке и доставке товаров, финансированию и кредитованию, торговому посредничеству, рекламе, страхованию и т.д. Также предложены научная классификация агентов рынка и система критериев, в которую входят тип выполняемых операций, право собственности на товары, объемы продаж, степень полноты осуществляемых функций и уровень интеграции.

Для многих современных исследований характерна тенденция к расширению состава институциональных элементов рыночной сис-

темы, прежде всего включение в нее экономико-правовых и организационно-управленческих институтов. При этом наряду с чисто экономическим аспектом развития рынка большое внимание уделяется правовым, социально-психологическим и политическим вопросам [11].

***Концепции внутриотраслевой и внутрифирменной торговли.***

Процессы глобализации всех сфер экономической деятельности, происходящие в последнее время в экономике развитых стран, приводят к ослаблению традиционных преимуществ регионов в сфере территориального разделения труда, таких как наличие необходимых природных ресурсов, дешевой рабочей силы, выгодное географическое положение.

В развитии региональных рынков появились новые тенденции, связанные с трансформацией межрегионального и международного разделения труда, развитием технологического разделения труда на основе подетальной и пооперационной специализации предприятий различных стран и регионов. Формируются устойчивые технологические связи между предприятиями разных стран и регионов, во многом обусловленные деятельностью транснациональных корпораций, которые представляют собой крупнейшие многоотраслевые комплексы, располагающие сетью филиалов и дочерних компаний в различных регионах мира. Между звеньями транснациональных корпораций проходят крупные товарные, финансовые и информационные потоки, образующие относительно самостоятельную сферу внутриотраслевой и внутрифирменной торговли, в которую вовлечены регионы различных стран.

Для объяснения указанных процессов и явлений и оценки их влияния на межрегиональные связи были разработаны концепции внутриотраслевой и внутрифирменной торговли. Авторы концепции внутриотраслевой торговли отмечают, что если до середины XX в. межрегиональная и международная торговля имела в основном межотраслевой характер, то впоследствии стала расширяться сфера внутриотраслевой торговли товарами обрабатывающей промышленности. С увеличением номенклатуры выпускаемой продукции и расширением ассортимента структуры рынка возросла потребность в межрегиональной специализации на производстве различных видов товаров в рамках отдельных отраслевых товарных групп. Многие регионы стали одновременно ввозить и вывозить товары одной отраслевой группы, что противоречит классической концепции международной торговли.

Сторонники концепции внутриотраслевой торговли утверждают, что развитие межрегиональных и международных связей зависит не от факторов производства, а прежде всего от условий спроса, определяемых величиной национального дохода на душу населения [12].

Авторы концепции внутрифирменной торговли считают, что классическая теория межрегиональной и международной торговли не может объяснить новые явления, связанные с интернационализацией рынков, так как не учитывает главных агентов рынка – коммерческие предприятия. В настоящее время значительная часть межрегиональных и международных экономических связей представляет собой внутрифирменную торговлю. Оборот внутрифирменной торговли составляют в основном полуфабрикаты, запасные части, используемые при сборке готовой продукции, а также разнообразные виды услуг: инжиниринг, лизинг, обмен информационными ресурсами. Особую роль в обороте внутрифирменной торговли играют транснациональные корпорации, развитие которых в последние десятилетия во многом определяет динамику и структуру межрегиональных и международных связей как на мировом рынке, так и на региональных рынках различных стран.

Развитие межрегиональных экономических связей существенно зависит от степени свободы перемещения товаров, капиталов, информации, рабочей силы между различными регионами. В процессе пространственного взаимодействия субъекты региональных рынков сталкиваются с различными барьерами – препятствиями, вызывающими нарушения рыночных связей. Известные регионалисты М. Генхузен и П. Нийкамп предложили следующую классификацию барьеров пространственного взаимодействия: 1) физические барьеры (пространственная удаленность, природные препятствия, перенаселенность, недостаток звеньев инфраструктуры и т.д.); 2) экономико-политико-правовые барьеры (высокие издержки, валютные ограничения, правовая система, торговые барьеры, таможенные формальности, регулирование отношений собственности и т.д.); 3) социокультурные барьеры (низкая квалификация работников, языковые, образовательные, культурные различия, социальная и идеологическая защита, высокий уровень преступности и т.д.); 4) временные барьеры (различные глобальные часовые пояса, пиковые и непиковые часы и т.д.) [13].

К условиям развития межрегиональных экономических связей региональных рынков, определяющих достижение субъектами рынка своих функциональных целей, относятся единая денежная и финансово-кредитная система, действующая в рамках экономического пространства страны; приоритетность развития системы межрегиональной инфраструктуры и создание резервов инфраструктурных мощностей; сбалансированность товарных, финансовых, трудовых ресурсов и потребностей при учете динамики спроса и предложения; совершенствование экономического механизма регулирования экономических связей. Исследование формирования эффективных межрегиональных и внутрирегиональных связей предполагает изучение размещения производителей и потребителей товаров и услуг; возможных зон реализации различных товаров; эффективности различных видов транспорта; территориального размещения товарных запасов и оптовых предприятий.

Сравнительный анализ основных теорий и концепций развития региональных рынков, разработанных в западной экономической науке в XX в., позволяет выделить содержащиеся в них положения, характеризующие основные направления развития, формы и методы организации региональных рынков, которые могут быть использованы при разработке концепции развития региональных рынков Российской Федерации и других стран СНГ. К ним относятся

- формирование экономического механизма, обеспечивающего эффективное взаимодействие рыночных институтов и хозяйствующих субъектов региональной экономики;
- выбор организационно-хозяйственных форм оптовой и розничной 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 приоритетное обеспечение интересов потребителей;
- определение эффективных каналов товародвижения для различных типов региональных рынков;
- рационализация транспортно-логистических процессов, материальных, финансовых и информационных потоков и развитие материально-технической базы рыночной инфраструктуры региона.

В отечественной экономической литературе начиная с 1990-х годов получил распространение *воспроизводственный подход к исследованию региональных рынков*, применение которого позволяет выявить систему экономических связей субъектов рынка, проанализировать роль субъектов в процессе воспроизводства в целом и исследовать воспроизводственные пропорции развития региональных рынков [14, 15]. В основу изучения роли региональных рынков в создании условий для реализации воспроизводственного процесса положены следующие методологические предпосылки:

- закономерности формирования рынков определяются системой экономических отношений в регионе и характером регионального воспроизводственного процесса;
- региональная экономика представляет собой систему взаимодействующих субъектов хозяйствования, функционирующих в сфере производства товаров и услуг, сфере обращения и финансово-кредитной сфере;
- воспроизводство производительных сил региона и всей системы экономических отношений осуществляется посредством материальных, финансовых и информационных связей между субъектами региональной экономики, которые реализуются через систему региональных рынков, обеспечивающих эффективное взаимодействие субъектов;
- региональные рынки формируют экономическую среду, необходимую для функционирования всего воспроизводственного процесса в регионе.

Постоянное возобновление производства предполагает реализацию на рынке ранее произведенных товаров через каналы сферы обращения. Поэтому сферу обращения региона, как в теоретическом, так и в практическом отношении, следует рассматривать в рамках всего воспроизводственного процесса, принимая во внимание место, которое она занимает в этом процессе и учитывая все ее взаимосвязи с другими сферами региональной экономики. В сфере обращения региона происходят не только доведение продуктов до конечного потребления, но и подготовка условий для следующего воспроизводственного цикла посредством закупок необходимых средств, предметов труда

и рабочей силы, а также выявление общественных потребностей (в форме платежеспособного спроса) в товарах и услугах.

Комплексная экономическая диагностика процессов развития региональных рынков предполагает выявление круга хозяйствующих субъектов, действующих на данных рынках, анализ основных факторов, влияющих на рыночные процессы, определение территориальных границ сфер влияния рынков, изучение межрегиональных связей, оценку уровня развития инфраструктуры, информационного обеспечения, форм и методов государственного регулирования на региональных рынках.

Известно, что характер распространения рыночных отношений, а также территориальная организация рынков и рыночной инфраструктуры в регионах России имеют свою специфику, проявляющуюся в разных условиях обеспечения этих регионов энергоресурсами, машинами и оборудованием, потребительскими товарами, различными видами услуг и т.д.

Поскольку формирование региональных рынков существенно различается по регионам, при диагностике процессов их развития необходимо выделить проблемы, характерные для сложившихся рынков экономически развитых регионов (преимущественно индустриальной или аграрной ориентации), развивающихся регионов с формирующейся структурой хозяйства, а также приграничных регионов. Кроме того, следует принимать во внимание региональные особенности каждого территориально-административного образования при анализе региональных рынков краев и областей России, а также рынков в городской и сельской местности и т.д.

На формирование региональных рынков в районах России оказывают влияние такие факторы, как экономическая структура региона, завершенность комплексов профилирующих отраслей, характер инвестиционного процесса, величина, сроки службы и возраст созданных фондов, инженерное обустройство территории, межрегиональные и международные связи, уровень денежных доходов населения, дифференциация социально-экономических групп населения по размеру среднедушевых доходов, система цен на товары и услуги, темпы инфляции, уровень развития системы торговли, маркетинговой деятельности, научно-технический прогресс в сфере производства, реал-



лизации и потребления товаров и услуг, демографический состав населения, распределение населения по видам занятости, национальные привычки и традиции потребления, природно-климатические условия, образовательно-культурный уровень и др. Все эти факторы характеризуются существенными региональными особенностями, которые в совокупности формируют региональную структуру спроса, предложения и цен.

В современных условиях возникает необходимость разработки концепции развития региональных рынков на долгосрочный период с выделением основных этапов ее реализации, а также системы мероприятий первоочередного характера.

Цель разработки такой концепции состоит в том, чтобы на основе анализа современной ситуации и обобщения отечественного и зарубежного опыта обосновать направления развития базовых элементов системы региональных рынков и рыночной инфраструктуры региона и обеспечить их реализацию, направленную на достижение устойчивых конкурентных позиций экономики региона.

В задачи разработки концепции входят

- оценка экономического потенциала региональных рынков и рыночной инфраструктуры региона как главного условия усиления конкурентоспособности экономики региона;
- изучение факторов и процессов, воздействующих на дальнейшее развитие региональных рынков и рыночной инфраструктуры;
- оценка степени и характера развития различных типов региональных рынков, а также условий, обеспечивающих их эффективное функционирование;
- анализ современных механизмов товародвижения, финансовых и информационных потоков в регионе и разработка направлений их совершенствования;
- прогноз экономических и социальных последствий развития системы региональных рынков и распространения рыночных отношений на все процессы социально-экономического развития региона;
- разработка предложений по совершенствованию экономического механизма регулирования процессов развития региональных рынков.

ных рынков и рыночной инфраструктуры на уровне области, края, республики.

В составе концепции выделяются следующие основные блоки.

1. Формирование региональных рынков в системе экономики региона. Разработка этого блока связана с изучением следующих вопросов:

- структура производства в регионе с точки зрения ее соответствия потребностям рынка; уровень насыщения региональных рынков товарами и услугами, производимыми в регионе;
- условия экономического роста в регионе: развитие наукоемких производств, усиление внутрирегиональной и межрегиональной кооперации; привлечение инновационного бизнеса в регион в интересах повышения уровня его социально-экономического развития; стимулирование развития производств, обеспечивающих комплексное использование ресурсного потенциала региона; привлечение дополнительных инвестиций для развития рыночной инфраструктуры, расширения ее экономического потенциала и его обновления в соответствии с современными требованиями мирового рынка;
- развитие конкурентной среды региональных рынков, включая антимонопольное регулирование на различных региональных рынках, осуществление контроля процессов разгосударствления и приватизации предприятий региона;
- использование возможностей развития межрегиональных и внешнеэкономических связей региональных рынков с другими областями, краями и республиками Российской Федерации, со странами СНГ и другими государствами.

2. Развитие рыночной инфраструктуры. Здесь следует изучить такие аспекты:

- укрепление экономического потенциала оптовой и розничной торговли, сферы рыночных услуг, материально-технической базы транспортной системы региона;
- развитие системы связи, информационных сетей, способных обеспечивать хозяйствующие субъекты коммерческой информацией;

- формирование развитой финансово-кредитной сферы, способной обеспечивать потребности бизнеса.

3. Организация внешнеэкономических связей региональных рынков с учетом интересов области и интересов государств ближнего и дальнего зарубежья на основе оценки эффективности внешнеэкономических связей.

4. Функции областных органов власти по развитию региональных рынков:

- координация деятельности предприятий инфраструктуры в целях создания благоприятного предпринимательского климата и усиления конкурентных позиций региона;
- стимулирование предпринимательской деятельности и ее малых форм на региональных рынках;
- координация деятельности городских и районных органов власти в интересах развития региональных рынков и рыночной инфраструктуры.

5. Совершенствование правовой основы развития региональных рынков:

- анализ действующего законодательства с позиций его соответствия современным требованиям развития региональных рынков;
- разработка предложений по изменению федерального законодательства в сфере развития региональных рынков;
- корректировка областных и местных правовых положений и нормативов в сфере развития региональных рынков.

6. Организационно-управленческая структура. В рамках этого блока необходимо изучить проблемы создания организационных структур, предназначенных для координации развития инфраструктуры региональных рынков, а также проблемы их функционирования и взаимодействия с другими структурами управления, общественными негосударственными ассоциациями и союзами предпринимателей, коммерческими банками и др.

Разработка концепции развития региональных рынков позволит региональным органам управления осуществлять единую экономическую и научно-техническую политику в преобразовании рыночной инфраструктуры, обеспечивать комплексный подход к развитию всех элементов системы региональных рынков, а также эффективное взаимодействие и согласование экономических интересов бизнес-структур, участвующих в формировании и развитии региональных рынков.

### Литература

1. **Economic** geography and public policy / Baldwin R. et al. – Princeton, 2003. – 446 p.
2. **Изард У.** Методы регионального анализа: введение в науку о регионах. – М., 1966.
3. **Birkin M., Foulger F.** Sales performance and sales forecasting using spatial interaction modelling // Univ. of Leeds. Working Paper. 1992, No. 21, p. 122–134.
4. **Berry B.J., Parr J.D.** Market centers and retail location: Theory and applications. – New Jersey, 1992. – 320 p.
5. **Fligstein N.** Architecture of markets. – Princeton, 2001. – 320 p.
6. **Retailing,** consumption and capital: Towards the new retail geography / Ed. by N. Wrigley, M. Lowe. – L., 1996. – 352 p.
7. **Neven D.** EEC integration towards 1992: some distributional aspects // Economic Policy. – 1990. – No. 1. – P. 18–28.
8. **Чемберлин Э.** Теория монополистической конкуренции. – М.: Экономика, 1996.
9. **Тириоль Ж.** Рынки и рыночная власть. – СПб.: Питер, 2000.
10. **Stiglitz J.E.** Globalization and its discontents. – New Jersey, 2003. – 312 p.
11. **White H.C.** Markets from networks: Socioeconomic models of production. – Princeton, 2002. – 328 p.
12. **Schmitt N.** New international trade theories and Europe 1992 // Journal of Common Market Studies. – 1990. – No. 2. – P. 22–34.
13. **Генхузен М., Нийкамп П.** Формирование корпоративных трансграничных сетей в Восточной Европе: потенциальные возможности зоны развития Восток – Запад // Региональное развитие и сотрудничество. – 1997. – №. 0. – С. 8–16.
14. **Шнипер Р.И., Новоселов А.С.** Региональные проблемы рынковедения: экономический аспект. – Новосибирск: Наука, 1993. – 443 с.
15. **Новоселов А.С.** Рыночная система региона: проблемы теории и практики. – Новосибирск: Изд-во ИЭОПП СО РАН, 2007. – 568 с.