

**Конспект лекций**

По курсу

Региональные рынки

Направление подготовки: 080100.62 - Экономика

Профиль подготовки: Фундаментальная экономика

Квалификация выпускника: бакалавр

## ТЕМА 1. ПОНЯТИЕ И СТРУКТУРА ТОВАРНОГО РЫНКА В РЕГИОНЕ

- 1.1. Определение регионального рынка.
- 1.2. Формирование и развитие рынков в регионе.
- 1.3. Система региональных рынков товаров и услуг

### Ключевые слова, глоссарий

*Рынок* – категория товарного хозяйства, совокупность экономических отношений, базирующихся на регулярных обменных операциях между производителями товаров (услуг) и потребителями.

*Региональные рынки* – рынки отдельного региона, имеющие характерные для данного региона признаки, отличающиеся как местоположением, так и видами представленных на них товаров, ценами, конъюнктурой, спросом и предложением товаров.

*Система региональных рынков* – совокупность взаимосвязанных рынков различного типа, который располагается на определенной территории.

*Рынки товарные (англ. commodity markets)* – сфера обмена, где через взаимодействие спроса и предложения формируются цены на товары и происходят товарообменные и товарно-денежные операции, соединяющие продавцов и покупателей.

*Рынок услуг* – сфера обращения или совокупность актов купли-продажи различных видов деятельности, удовлетворяющие потребности отдельного человека, группы людей, организаций. Различают материальные и нематериальные услуги.

### Методические рекомендации по изучению темы

В результате изучения материала студент должен понимать сущность регионального рынка, а также ориентироваться в особенностях формирования и развития рынков в регионах и знать систему региональных рынков.

#### 1.1. Определение регионального рынка

Развитие территориальной экономики, кооперация субъектов хозяйствования и разделение общественного труда в региональном и национальном производстве обуславливают формирование и функционирование регионального рынка.

Под региональным рынком понимают территориальную сферу товарного обращения. Например, А.С.Новоселов отмечает: «Региональный рынок представляет собой территориальную организацию сферы обращения, где происходит согласование интересов производителей и потребителей» [1, с. 20]. Некоторые авторы, исходя из учета мнений предшественников и собственного видения, делают попытки уловить в определении основные элементы, характеризующие региональный рынок. Так, С.Н. Алпысбаева пишет: «Региональный рынок — это территориально обусловленная, сложноорганизованная и открытая система товарных отношений и связей, посредством которых осуществляется контакт между предъявителями спроса и предложения, способствуя кругообороту материально-вещественных, финансово-кредитных и денежных потоков в регионе и за его пределами; а также эволюционному формированию новой институциональной среды в регионе».

В вышеприведенных определениях отсутствуют основополагающие части содержания регионального рынка, как сущностные отношения: отношения собственности, конкуренции, индивидуального воспроизводства; закон стоимости, условия функционирования. С учетом данных замечаний можно дать следующее определение регионального рынка. Сущность регионального рынка выражают социально-экономические отношения купли и продажи, позволяющие осуществить обмен и распределение товаров и услуг на основе стоимостных эквивалентов и учета спроса и предложения, реализующих отношения присвоения и отчуждения собственности для обеспечения индивидуального и территориального воспроизводства, субъектов хозяйствования, производства и потребления в условиях конкурентной среды и ограниченности ресурсов.

В данном определении региональный рынок, как территориальное экономическое явление, рыночные отношения, относится к сложноорганизованной, открытой системе. Под мезорынком — территориальным рынком всегда подразумевается

сложноорганизованная, открытая система и поэтому вносить данные характеристики в его определение будет излишним. Территориальный рынок также влияет на надстроечные элементы: институциональную среду. Однако этот процесс выявляет региональный рынок как фактор воздействия на внеэкономические элементы, что представляется вторичным и не относится к характеристике содержания данного экономического явления.

Региональный рынок в упрощенном порядке представляется как совокупность рыночных отношений определенной территории. Здесь данный рынок можно рассматривать в форме экономического явления и части механизма функционирования регионального хозяйствования. Когда рассматривается региональный рынок как территориальную совокупность рыночных отношений, то он представляется в форме экономического явления. Если же брать в аспекте непрерывного экономического процесса, то такой рынок представляет составную часть механизма функционирования рыночных законов: закона спроса и предложения, закона стоимости, конкуренции и других. При этом упрощенной моделью будут являться проекции взаимозависимости региональных рыночных отношений между ценой, спросом и предложением на товары и услуги.

Региональный рынок или мезорынок, исходя из масштаба территории, будет подразделяться на внутререгиональный рынок: микрорынок, представляющий вид рынка на территории города или района области, минирьнок — рынок района города или населенных пунктов, поселений, локальный рынок — рынок конкретной местности, нанорынок — рыночные отношения купли-продажи на конкретном месте или точке процесса. Если рассматривать территориальное деление Российской Федерации, то в региональный рынок войдут рынки субъектов республик, экономических зон и т.д. Структуру регионального рынка во взаимосвязи с другими рынками можно представить на рисунке 1.1.1.



Рис. 1.1.1. Модель структуры регионального рынка и макро-, мегарынка на основе территориальных масштабов

#### Литература

1. Айнабек К.С. Теория общественного хозяйствования (Альтернатива экономической теории и экономикса). Учебник: исправл. и дополн. – Караганда: КЭУК, 2014. – 608 с.
2. Новоселов А.С. Теория региональных рынков/Учеб.- Новосибирск, 2002.
3. Алимбаев А.А., Утешев С.Б. и др. Региональная социально-экономическая система. Т. 1. - Караганда, 2002.

### 1.2. Формирование и развитие рынков в регионе

Регион может достичь наибольших результатов при активном участии в территориальном разделении труда и развитии на его основе рациональных торгово-экономических связей как с партнерами внутри региона, так и с внешним миром. Обеспечивается это экономическими отношениями хозяйствующих субъектов, реализуемыми посредством региональных рынков.

В переходный период в экономике регионов возникают новые экономические отношения хозяйствующих субъектов различных форм собственности, обусловленные реформированием структуры экономики, разрывом старых хозяйственных связей и

образованием новых рыночных отношений. Решающая роль в формировании и развитии этих отношений принадлежит региональным рынкам.

С развитием экономики регионов, появлением новых форм рыночных отношений, углублением специализации в сфере обращения формируются различные типы региональных рынков: потребительский рынок, рынок средств производства, финансовый рынок и др. У субъектов региональной экономики возникает потребность в широком спектре как общерыночных, так и специфических видов услуг (торгово-посреднических, финансово-кредитных, внешнеэкономических, информационных, экономико-правовых).

Для всего этого необходима система региональных рынков различного типа, которые обслуживали бы хозяйствующие субъекты всех форм собственности во всех регионах РФ. Современная экономика требует развития в каждом регионе мощных торгово-складских комплексов, информационно-коммерческих сетей, высокоэффективных средств проведения денежных расчетов и др. Недостаточный уровень развития региональных рынков и рыночной инфраструктуры в ряде районов Российской Федерации неизбежно приводит к снижению деловой активности, слабому развитию производства, нарушению нормального воспроизводственного процесса.

Институциональная структура системы региональных рынков представлена определенными хозяйствующими субъектами, инфраструктурными элементами, каналами товародвижения и совокупностью экономических связей. Состав субъектов региональных рынков и их функции различаются в зависимости от типа рынка. Связи между различными типами рынков внутри системы могут быть двусторонними и многосторонними, при этом особо выделяются связи с внешней средой. Региональные рынки выделяются, обособляются в окружающей среде благодаря специфическим отношениям с этой средой.

Все региональные рынки взаимосвязаны и взаимодействуют в интересах субъектов рыночных отношений. При этом формируются предпосылки для регионального воспроизводственного процесса. Взаимодействие региональных рынков осуществляется саморегулируемым механизмом региональных отношений и регулирующим вмешательством государства и региональных администраций.

Региональные рынки формируются как открытая система, которая реагирует как на внутреннюю, так и на внешнюю экономическую, социальную и политическую ситуацию. Все процессы формирования рынков и функционирования субъектов рыночных отношений находятся в зависимости от количественных и качественных характеристик экономического пространства. Эффективность функционирования экономического пространства зависит от емкости и структуры потребления внутри региона и характера и ассортимента производства. Эта зависимость предопределяет особенности процессов товародвижения и схемы торгово-экономических и финансовых связей.

Открытый характер региональной экономики обуславливает соответствующий подход к экономической пространству, в рамках которого осуществляется воспроизводственный процесс и функционируют региональные рынки. В связи с этим следует различать внешнее и внутреннее экономическое пространство, так как каждое занимает определенное место в формировании взаимосвязей и зависимостей между субъектами региональной экономики.

Внешнее экономическое пространство имеет решающее значение для функционирования всех субъектов региональной экономики. Оно двояко влияет на формирование производственно-экономических и финансовых связей региональных рынков и возможных взаимодействий с потенциальными партнерами. С одной стороны, внешнее пространство обеспечивает хозяйствующие субъекты необходимыми материальными, финансовыми, трудовыми ресурсами и тем самым создает основу нормального функционирования. С другой стороны, внешнее экономическое пространство выступает потенциальной средой реализации продукции и услуг, гарантируя возможность участия всех субъектов в рыночных отношениях как равноправных партнеров, соблюдающих нормы и правила рыночных отношений.

Внутреннее экономическое пространство включает условия и предпосылки для функционирования системы региональных рынков. К ним в первую очередь относятся расположенные на территории региона элементы экономического потенциала, составляющие материально-техническую основу регионального воспроизводственного процесса. Для обеспечения производства продукции и услуг элементы экономического потенциала должны постоянно возобновляться в соответствии с требованиями научно-технического прогресса. Это становится возможным на основе межрегионального обмена при развитой системе региональных рынков. Внутреннее экономическое пространство является основой региональных воспроизводственных циклов,

обеспечивающих условия для активной деятельности производителей и роста уровня жизни населения. Наличие этих циклов обеспечивают горизонтальные связи в системе региональных рынков с учетом интересов субъектов регионального воспроизводственного процесса.

Таким образом, региональные рынки являются средством для непрерывного воспроизводства производительных сил и экономических отношений. Рынки объединяют в единое целое внешнее и внутреннее экономическое пространство регионального воспроизводственного процесса.

#### *Литература*

1. Коношко Л.В. Региональная рыночная инфраструктура. Хабаровск: Хабаровская государственная академия экономики и права, 2010.

### **1.3. Система региональных рынков товаров и услуг**

Региональные рынки могут быть классифицированы по ряду признаков.

Воспроизводственный признак, в соответствии с которым выделяют:

- рынки, обеспечивающие потребности населения региона;
- рынки, обеспечивающие движение материально-вещественных потоков;
- рынки, обеспечивающие формирование и использование факторов производства (трудовых, финансово-кредитных, сырьевых и других ресурсов).

Классификация по объектам купли-продажи:

- региональный потребительский рынок;
- региональный рынок средств производства;
- региональный финансовый рынок;
- региональный рынок труда;
- региональный рынок недвижимости;
- региональный рынок информации.

Субъектный признак, согласно которому выделяют:

- региональные рынки потребителей;
- региональные рынки производителей;
- региональные рынки промежуточных продавцов.

Экономико-правовой признак, по которому выделяют:

- легальные рынки;
- нелегальные рынки;
- полуплегальные рынки (незарегистрированные фирмы, официально неучтенные товары и т.п.).

Материально-вещественный признак, согласно которому выделяют:

- региональные товарные рынки;
- региональные рынки услуг.

#### *Литература*

1. Коваленко Е.Г. Региональная экономика и управление. Учебное пособие. - СПб.: Питер, 2005. - 288 с.: ил. - (Серия «Учебное пособие»).

## **ТЕМА 2. РЫНКИ В СТРУКТУРЕ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ**

- 2.1. Рынок в системе региональной экономики.
- 2.2. Локальные рынки: их роль, место и значение в развитии воспроизводственных процессов в регионах.
- 2.3. Концепции исследования развития и функционирования региональных рынков.

### **Ключевые слова, глоссарий**

*Региональная экономика* – это особая часть территории страны со своими природными особенностями, культурными накоплениями прошлого времени, населением с его подготовкой для производственной деятельности, представляющая одно из звеньев национальной экономики. Как хозяйственная система, регион представляет собой неразрывное единство экономического и административно-территориального деления страны, отражающее единство экономики и органов управления ею.

*Рынок локальный (местный)* – совокупность отношений продавцов и покупателей конкретного товара или товарной группы, сфера деятельности которых ограничивается преимущественно одним городом, районом или определенной их частью.

### **Методические рекомендации по изучению темы**

В результате изучения материала студент должен знать место рынка в системе региональной экономики, знать роль, место и значение локальных рынков в развитии воспроизводственных процессов в регионах, ориентироваться в концепциях исследования развития и функционирования региональных рынков.

#### **2.1. Рынок в системе региональной экономики**

В целом рыночная система региона представляет собой совокупность взаимосвязанных рынков различного типа, главной целью которых является обеспечение эффективного развития региональной экономики. В рыночной системе региона переплетаются многочисленные взаимодействия субъектов региональной экономики, выступающих в качестве производителей и потребителей различных товаров и услуг.

Для эффективного функционирования экономики региона и обеспечения потребностей населения необходимо развитие системы рынков, включающей в себя потребительский рынок, рынок средств производства, рынок труда, финансовый рынок, рынок недвижимости, рынок информации.

Все эти рынки участвуют в кругообороте материально-вещественных ресурсов, финансово-кредитных средств, информационных потоков. Они регулируют экономические отношения производителя и потребителя и составляют основу эффективного функционирования рынков локального уровня. Локальные рынки представляют собой рынки, где производственная, распределительная сферы и сфера обмена и потребления ограничены административными границами и являются гарантом экономического роста и поддержания экономической независимости региона.

На определенном рынке могут присутствовать несколько групп товаров или услуг, которые возникают в зависимости от специализации в народном хозяйстве, своеобразном экономико-географическом положении, природных и трудовых ресурсов, а также исторически сложившихся традиций производства и потребления. Интенсивные и разносторонние связи характерны внутри любого региона и в отдельных его частях, за счет чего и регион представляется нам как целостная система.

На уровне локальных рынков осуществляется не только товародвижение, предполагающее одновременное движение капитала, который обслуживает процесс регионального воспроизводства, а также обеспечивается движение не только капитала в товарной форме, но и, например, денежного капитала, обслуживающего товарообмен через локальные рынки, который осуществляет обеспечение основным и оборотным капиталом сферы производства и обращения в регионе, также все сферы экономики региона трудовыми ресурсами и обмен экономической информацией.

#### *Литература*

1. Екимова К.В., Буравова С.В., Савельева И.П. Локальные рынки в структуре региональной экономики // Вестник ЮУрГУ, № 41, 2011.

#### **2.2. Локальные рынки: их роль, место и значение в развитии воспроизводственных процессов в регионах.**

Поскольку воспроизводственный процесс является фактором, определяющим нормальную жизнедеятельность региона, весьма важно установить материальные основы обеспечения регионального воспроизводства, выражающегося в воссоздании расширяющихся условий и отношений по поводу производства, распределения, обмена и потребления продуктов и услуг на конкретной территории. Такой материальной основой, кроме рынка, ничего другого и быть не может. Более того, именно рынок находится в начале цепочки причинно-следственных связей, обеспечивающих воспроизводственное самосохранение региона, ибо именно рынок определяет экономическое, социальное и иное его (региона) состояние. И не будет ошибочным утверждение, что

каков рынок на данной территории, таковы и условия воспроизводства жизнедеятельности на ней, таковы, следовательно, и условия жизни людей в этом регионе.

Что касается признаков, то локальные рынки характеризуются, прежде всего:

- интенсивным и непосредственным взаимодействием локальных агентов рынка;
- единым пространством, которое задается географическими границами, экономическими и информационными;
- зоной ценового влияния;
- состоянием социального окружения, в том числе территориальной дифференциацией в доходах населения, в масштабах и структуре безработицы и т.д.;
- большей зависимостью от природных условий и физико-географических факторов;
- общей логистикой — распределением и передвижением всех видов ресурсов (трудовых, сырьевых, финансовых, пространственных);
- психологической идентификацией локальных экономических агентов рынка (общность ценностей, чувство принадлежности, сопричастности, ответственности).

В условиях российской действительности наблюдается значительное расхождение цен на аналогичную продукцию на разных территориях, что свидетельствует о развитии процесса локализации рынка. Причем можно говорить о разных уровнях локализации, поскольку региональный рынок может быть локальным по отношению к национальному, городской рынок по отношению к региональному, а рынок конкретных производителей или продавцов по отношению к городскому. Таким образом, в рамках одного города могут успешно функционировать несколько локальных рынков.

Анализируя российскую действительность, следует отметить, что сегментация и монополизация рынков зачастую являются результатом сетевой природы экономических отношений. Ограничения на участие в локальных сетях, обусловленные, например, кастовой или этнической принадлежностью или невозможностью установить личное знакомство, являются одними из решающих барьеров входа в отрасль и выхода из нее. А.Н. Олейник такое возрастание значимости «сетевых барьеров» обозначает как становление «сетевой модели капитализма», которая рассматривается в рамках современной институциональной экономики. Исследователь также указывает на то, что фрагментация единого рыночного пространства приводит к отсутствию единого правового пространства и дефициту права, поскольку каждая из сетей живет по своим локальным правилам.

Как видно, отсутствие единого правового пространства характерного для сетевой модели капитализма, а также повышение ценовых, технологических, социальных, нормативно-ценностных барьеров являются причинами локализации рынка и формирования его границ.

В целом же, исследователи локального рынка, в качестве главных критериев его формирования и выделения границ определяют конкуренцию, развитие транспортной системы, институциональные, сетевые и административные барьеры, а также цены, действующие на данном рынке. К локализации рынка может приводить наличие межрегиональных барьеров, которые снижают степень конкурентности на рынках и приводят к появлению монополизированных локальных рынков. Этими барьерами могут быть: транспортный барьер, недостаточный уровень развития инфраструктуры, административные барьеры межрегиональной торговли, строгий контроль региональных властей, субсидии, институциональные ограничения.

При функционировании локальных рынков действует принцип сравнительных издержек Д. Рикардо. Таким образом, модель локального рынка делает возможным условие соблюдения полноты информации. При этом обязательно учитываются транспортные расходы, ведь торговля между двумя хозяйствами выгодна только в том случае, если различия в уровнях производительности достаточно велики для того, чтобы компенсировать затраты на перевозку.

В настоящее время исследователи продолжают изучать проблемы локализации рынка с учетом ценового фактора. Установлено, что если существует связь между изменениями цены и спроса это указывает на локализацию рынка или его дезинтеграцию. Единство экономического пространства предполагает отсутствие искусственных препятствий товарообмена. Если рынок является единым, то цена товара на нем не зависит от спроса, поскольку вызванный увеличением спроса рост цены тут же сбивается притоком товара из других регионов, где его цена ниже.

Ю.В. Храмов, изучая пространственную зону ценового влияния торгового объекта, выделяет зону спроса и зону предложения, пространственные размеры и конфигурация которых могут отличаться. Согласно автору, «общее ценовое



пространство состоит из локальных зон ценового доминирования, локальных зон ценовой конкуренции и «провальных» зон, находящихся вне зоны ценового влияния и вообще рыночного интереса какого-либо промышленного или торгового объекта локалитета». При этом главным его выводом является то, что пространственная специфика зон ценового влияния приводит к анизотропности общего ценового пространства.

Обзор научных исследований показал, что к настоящему времени еще не сложилась целостная теоретическая модель, объясняющая процессы формирования, функционирования и развития локальных рынков. Однако мы можем говорить, что с эволюцией экономической теории рынка происходит переосмысление понятия «локальный рынок». Например, введение в микроэкономический анализ пространственного фактора позволяет существенно дополнить модель локального рынка. А в результате того, что пространство стало пониматься не только как территория, с которой связаны дополнительные транспортные затраты, но и как совокупность экономических и социальных взаимодействий, институциональных правил, информационных ресурсов, локальный рынок начал изучаться с учетом влияния множества факторов. При этом важным моментом в понимании принципов формирования и функционирования локального рынка является определение его границ, которое связано со спецификой товара, особенностями спроса, уровнем развития рыночной инфраструктуры, конкуренции, наличием институциональных барьеров и зон ценового влияния.

#### *Литература*

1. Беляев В.И. Локальные рынки: их роль, место и значение в развитии воспроизводственных процессов в регионах / <http://izvestia.asu.ru/2012/2-1/econ/TheNewsOfASU-2012-2-1-econ-01.pdf>
2. Ступникова А.В. Теоретические аспекты формирования и функционирования локальных рынков // Проблемы современной экономики, N 2 (46), 2013
3. Олейник А. Модель сетевого капитализма // Вопросы экономики - 2003. - № 8. - С. 132 - 149.
4. Ореховский П. Неэквивалентный обмен и свойства пространства в экономической теории // Вопросы экономики - 2010. - № 3. - С. 90-112.
5. Юсупова Г.Ф. Действует ли закон единой цены на российских рынках (на примере рынка пшеницы). Препринт WP1/2004/02. - М.: ГУ ВШЭ, 2004. - 32 с.
6. Глушенко К.П. Насколько едино российское экономическое пространство? - М.: EERC, 2002. - 74 с.
7. Храмов Ю.В. К вопросу о пространственной анизотропности зоны ценового влияния промышленного и торгового объектов // Проблемы современной экономики. - 2009. - № 4 (32)

### **2.3. Концепции исследования развития и функционирования региональных рынков**

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.

Одним из основателей региональных экономических исследований был А. Вебер. 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. 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 — универсализацию 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. 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 пространственного 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 определенным законам, 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. 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.

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.

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. 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.

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. 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, известного ученого и специалиста по проблемам рынка и товарного обращения.

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. 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 возрастания 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. Энминстер трактует рынок как систему институтов, которые необходимо создавать в развивающихся странах для ускорения темпов роста всей экономики.

В работах Г. Домингеца, 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.

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 наибольшую известность получил 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 энвайронментализма, 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 развертывания 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. Халилова С.М. Исследования локальных региональных рынков в работах представителей экономической теории // Проблемы современной экономики, N 3 (39), 2011.
2. Рикардо Д. Начала политической экономики и налогового обложения: Антология экономической классики. — М., 1993. — С. 34.
3. Вебер А. Теория размещения промышленности. — М.: Изд-во Книга, 1926.
4. Леш А. Географическое размещение хозяйства. — М., 1959.
5. Изард У. Методы регионального анализа: введение в науку о регионах. — М., 1966.
6. Новоселов А.С. Теория региональных рынков. — Ростов-на-Дону: Феникс, 2002.
7. Погорлецкий А.И. Экономика зарубежных стран. — СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2000.
8. Большой экономический словарь / Под ред. А.Н. Азрилияна. — М.: Институт новой экономики, 1997.
9. Котлер Ф. Основы маркетинга. — М.: Прогресс, 2000.
10. Бос Х. Размещение хозяйства. — М., 1970.
11. Государственное регулирование экономики и социальный комплекс / под ред. Т.Г.Морозовой, А.В. Пиккулькина — М.: Финстатинформ, 1997.

### **ТЕМА 3. РЫНОК СРЕДСТВ ПРОИЗВОДСТВА В СТРУКТУРЕ РЕГИОНАЛЬНОГО РЫНКА**

- 3.1. Понятие регионального рынка средств производства.
- 3.2. Субъекты регионального рынка средств производства.
- 3.3. Потребительский спрос на рынке средств производства конкретного региона.
- 3.4. Предложение на региональном рынке средств производства.
- 3.5. Функции регионального рынка средств производства.
- 3.6. Структура регионального рынка средств производства.

#### **Ключевые слова, глоссарий**

*Региональный рынок средств производства* – система социально-экономических отношений в сфере обмена, обеспечивающая процесс производства орудиями и предметами труда и размещенная на определенной территории.

## Методические рекомендации по изучению темы

В результате изучения материала студент должен знать сущность регионального рынка средств производства, субъекты регионального рынка средств производства, потребительский спрос на данном рынке, функции регионального рынка средств производства и его роль в региональной экономике.

### 3.1. Понятие регионального рынка средств производства.

Реформы, проводимые в России и в странах СНГ, показали, что отказ от рычагов государственного воздействия на экономику оказался необоснованным. Состояние российской государственности характеризуется тем, что экономика от административно-командной системы освободилась, а формы и методы воздействия государства на субъекты рынка еще только создаются. Новая система государственного регулирования и региональные рынки средств производства взаимосвязаны организационно-правовым и экономическим механизмом прямого, косвенного и обратного воздействия друг на друга.

Региональный рынок средств производства представляет собой систему социально-экономических отношений в сфере обмена, обеспечивающую процесс производства орудиями и предметами труда и размещенную на определенной территории.

Региональный рынок средств производства определяется как звено экономического регионального рынка, играет важную роль и имеет огромное экономическое значение. Региональный рынок средств производства включает в себя рынки земли и природных богатств (нефти, газа, угля, электроэнергии, леса и лесопродукции), сырья и материалов (металлов и металлопродукции, стройматериалов), рынок машиностроительной продукции (машин, оборудования), зданий и сооружений производственного назначения.

Машиностроение создает машины и оборудование, применяемые повсеместно: в промышленности, сельском хозяйстве, в быту, на транспорте. Но потребительский рынок машиностроительной продукции представлен, в основном, производителями зарубежных стран, поэтому в работе рассматривается свойственный для многих регионов России рынок товаров промышленного назначения.

#### *Литература*

1. Муфтиев Г.Г. Институциональные основы государственного регулирования регионального рынка средств производства. Автореф. доктора эконом. наук. Екатеринбург, 2001.
2. Баяскаланова Т.А., Кабакова О.Г. Теоретические аспекты исследования регионального рынка технологической продукции // ФЭН-Наука. № 10 (13) / том 1 / 2012
3. Коваленко Е.Г. Региональная экономика и управление. Учебное пособие. - СПб.: Питер, 2005. - 288 с.: ил.

### 3.2. Субъекты регионального рынка средств производства.

Субъектами регионального рынка средств производства выступают производители орудий и предметов труда и потребители всех отраслей хозяйства, использующих эту продукцию в своем производственном процессе. При этом субъекты рынка могут быть расположены на территориях других регионов. Ресурсы этого рынка формируются преимущественно за счет межрегиональных экономических связей.

Региональные органы государственной власти можно также отнести к субъектам регионального рынка средств производства.

В условиях перехода к рыночной экономике перед региональными администрациями встают новые задачи по регулированию развития локального рынка, направленные на повышение эффективности регионального воспроизводственного

процесса и усиление экономической мотивации хозяйствующих субъектов в развитии производства и реализации товаров и услуг на локальном рынке.

Особое значение необходимо уделять стратегическому управлению локальным рынком. Низкий уровень взаимодействия предприятий в региональных экономических системах, характерный для России, при низкой централизации управления, стал одним из факторов, деформирующих региональные рынки и снижающих конкурентоспособность российских предприятий. Отсутствие стратегического управления региональными экономическими системами сдерживает экономический рост регионов, повышение качества жизни населения и вызывает центробежные тенденции «обособления» региональных рынков.

#### *Литература*

1. Коваленко Е.Г. Региональная экономика и управление / [http://uchebnik-online.com/soderzhanie/textbook\\_281.html](http://uchebnik-online.com/soderzhanie/textbook_281.html)
2. Кайтуева Р.А. Особенности и принципы регулирования процесса развития локального регионального рынка // Проблемы современной экономики, N 2 (42), 2012

### **3.3. Потребительский спрос на рынке средств производства конкретного региона**

Аналогично тому, как объем рыночного предложения образуется в результате суммирования объемов предложения всех производителей, так и объем рыночного спроса складывается из объемов спроса всех потребителей.

Потребительский спрос на рынке средств производства конкретного региона характеризуется рядом обстоятельств:

- специализацией развития региона;
- платежной способностью как местных, так и иных покупателей регионального рынка;
- состоянием структурной политики в производственном комплексе региона и степенью изношенности его основных фондов.

Соотношение спроса и предложения на региональном рынке средств производства находится под влиянием таких факторов, как фаза экономического цикла, пропорции экономического развития региона, уровень развития рыночной инфраструктуры, изменения законодательства в данной области, платежеспособность потребителей средств производства, темпы научно-технического прогресса, степень развития межрегиональных связей, уровень интенсивности конкуренции и т. п.

В отличие от спроса на продукты конечного потребления, спрос на факторы производства имеет свою специфику: он имеет производный, вторичный характер. Производный характер объясняется тем, что потребность в факторах производства возникает лишь в том случае, если с их помощью могут быть произведены пользующиеся спросом конечные потребительские блага.

Спрос на любой фактор производства находится в прямой взаимосвязи со спросом на потребительские товары, изготовленные с помощью данного фактора производства. В то же время существует обратная зависимость между спросом на ресурс и его ценой, это является следствием уменьшения предельного продукта ресурса в денежном выражении.

В связи с тем, что все факторы производства, с одной стороны, являются взаимозаменяемыми, а с другой – взаимодополняемыми, спрос на факторы производства – это взаимозависимый процесс, где объем каждого привлекаемого в производство ресурса зависит от уровня цен не только на каждый из них, но и на все остальные, сопряженные с ними ресурсы и факторы.

#### *Литература*

1. Тарасевич Л., Гребенников П., Леусский А. Микроэкономика // [http://economicus.ru/site/grebenikov/E\\_Micro](http://economicus.ru/site/grebenikov/E_Micro)
2. Менеджмент организации. Учебное пособие для подготовки к итоговому междисциплинарному экзамену профессиональной подготовки менеджера. Под общей ред. В.Е. Ланкина. Таганрог: ТРТУ, 2006.



### **3.4. Предложение на региональном рынке средств производства.**

Предложение на региональном рынке средств производства формируется под воздействием уровня развития региональной экономики, глубины производственно-кооперационных связей региональных производителей товаров производственно-технического назначения, а также степени участия региона в межрегиональных и внешнеэкономических связях.

Предложение на региональном рынке средств производства определяется совокупностью факторов, важнейшими из которых являются:

- отраслевая, межотраслевая, региональная и межрегиональная специализация в производстве средств производства и удельный вес в ней предприятий региона;
- изменение тенденций в потреблении средств производства и предметов труда, происходящих под воздействием научно-технического прогресса и углубления общественного разделения труда.

### **3.5. Функции регионального рынка средств производства.**

Региональный рынок осуществляет функции, вытекающие из его основного содержания, как непосредственные, так и опосредованные.

К непосредственным функциям относятся: обмен и распределение товаров и услуг; реализация сущностных отношений собственности, конкуренции, индивидуального воспроизводства, развитие внутренней структуры и другие; а опосредованным функциям — способствование к развитию межрегиональных хозяйственных отношений, национальной экономики, межнациональных экономических связей, влияние на социальные, надстроечные отношения.

#### *Литература*

1. Айнабек К.С. Теория общественного хозяйствования (Альтернатива экономической теории и экономикса). Учебник: исправл. и дополн. – Караганда: КЭУК, 2014. – 608 с.

### **3.6. Структура регионального рынка средств производства.**

К основным товарным группам регионального рынка средств производства, формирующим его структуру, относятся:

- рынки топливно-энергетических ресурсов;
- рынки черных и цветных металлов;
- рынки леса и лесопродукции;
- рынки стройматериалов;
- рынки машиностроительной продукции, включающие: рынок станкостроительной и станкоинструментальной продукции;
- рынок сельскохозяйственных машин;
- рынок продукции лесного и деревообрабатывающего машиностроения и т.п.

#### *Литература*

1. Коваленко Е.Г. Региональная экономика и управление / [http://uchebnik-online.com/soderzhanie/textbook\\_281.html](http://uchebnik-online.com/soderzhanie/textbook_281.html)

#### **ТЕМА 4. ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ РЫНОК ТОВАРОВ И УСЛУГ В РЕГИОНЕ**

- 4.1. Понятие рынка потребительских товаров и услуг в регионе.
- 4.2. Рынок потребительских товаров и услуг в системе региональных рынков.
- 4.3. Особенности и принципы государственного регулирования процесса развития регионального рынка потребительских товаров и услуг.
- 4.4. Процесс формирования региональной политики по развитию рынка потребительских товаров и услуг.

#### **Ключевые слова, глоссарий**

*Региональный потребительский рынок* представляет собой территориальную организацию сферы обращения, обеспечивающую на основе развитых товарно-денежных отношений удовлетворение потребностей населения при минимальных издержках обращения.

#### **Методические рекомендации по изучению темы**

В результате изучения материала студент должен знать сущность регионального потребительского рынка, ориентироваться в особенностях его функционирования и государственного регулирования.

#### **4.1. Понятие рынка потребительских товаров и услуг в регионе.**

Региональный потребительский рынок является частью общего регионального рынка, при этом он представляет собой такой рынок, на котором товары покупаются для личного потребления.

Региональный потребительский рынок представляет собой территориальную организацию сферы обращения, обеспечивающую на основе развитых товарно-денежных отношений удовлетворение потребностей населения при минимальных издержках обращения.

Субъектами регионального потребительского рынка являются производители потребительских благ и услуг и их потребители (население данного региона, а также потребители из других регионов)

Локальный потребительский рынок представляет собой ограниченное пространство, на котором реализуются товарно-денежные отношения, поэтому основные компоненты механизма его функционирования – это спрос, предложение, цена и конкуренция. Спрос на локальном потребительском рынке проявляется в форме пространственного распределения потребностей населения данной территории, выраженных в денежной форме. Предложение проявляется в виде пространственно рассредоточенной совокупности товаров и услуг, которые продавцы могут поставить на рынок при том или ином уровне цен. Цены на локальном потребительском рынке формируются под воздействием локальных, региональных, национальных и мировых факторов.

Локальный потребительский рынок выполняет следующие основные функции в экономическом пространстве своей территории:

1. обеспечивает взаимодействие продавцов и покупателей посредством сделок купли-продажи, а также согласование экономических интересов контрагентов;
2. устанавливает количественные пропорции в структуре спроса и предложения;
3. выполняет роль сигнальной системы для производителей и потребителей посредством прямых и обратных связей;
4. определяет уровень равновесных цен и пропорции между ценами различных товаров;
5. осуществляет распределение потребительских товаров и услуг между различными социально-экономическими группами населения данной территории;
6. обеспечивает участие территории в региональных, межрегиональных торгово-экономических связях.

Локальный потребительский рынок включает в себя три укрупненных сегмента: рынок продовольственных товаров, рынок непродовольственных товаров, рынок потребительских услуг, которые тесно взаимосвязаны между собой.

Объектом локального потребительского рынка являются выносимый на рынок продукт, предназначенный для индивидуального потребления в виде потребительских товаров и платных услуг. Субъекты локального потребительского рынка или носители спроса – это потребители, или постоянное и приезжое население данной территории, субъекты локального потребительского рынка со стороны предложения – это товаропроизводители и производители услуг (предприятия, организации, учреждения и частные лица). Субъектами инфраструктуры локального потребительского рынка, прежде всего, выступают предприятия, индивидуальные предприниматели сферы розничной, в меньшей степени – оптовой торговли.

#### *Литература*

1. Федько В.П. Инфраструктура товарных рынков: состояние и концепция развития // Инфраструктура рынка: проблемы и перспективы. Ростов-на-Дону, 1998.
2. Новоселов А.С. Теория региональных рынков. Ростов-на-Дону: Феникс; Новосибирск: Сибирское соглашение, 2002.
3. Гутман Г.В., Мироедов А.А., Федин С.В. Управление региональной экономикой. М., 2001.
4. Новикова Н.В. Понятийно-терминологический аппарат исследования локального потребительского рынка // Муниципалитет: экономика и управление. Выпуск №1(2) март 2012 г.

#### **4.2. Рынок потребительских товаров и услуг**

### **в системе региональных рынков.**

Региональный потребительский рынок – это сложная пространственно-экономическая система, состоящая из многочисленных, взаимосвязанных и взаимообусловленных элементов.

Региональный потребительский рынок является носителем ряда важных функций в экономике региона:

- обеспечивает взаимодействие продавцов и покупателей потребительских товаров и услуг посредством сделок купли-продажи, а также согласование специфических экономических интересов контрагентов;
- устанавливает количественные пропорции в структуре спроса и предложения на потребительские товары и услуги;
- выполняет роль сигнальной системы для многочисленных производителей и потребителей товаров и услуг посредством прямых и обратных связей;
- определяет уровень равновесных цен и пропорции между ценами различных потребительских товаров и услуг;
- осуществляет распределение потребительских товаров и услуг между различными социально-экономическими группами населения региона;
- обеспечивает участие региона в межрегиональных торгово-экономических связях.

От состояния потребительского рынка – уровня цен, ассортимента предлагаемых товаров и услуг, зависит жизнедеятельность населения региона. Роль потребительского рынка в региональной экономике огромна: он обеспечивает связь производства и потребления, сбалансированность предложения и спроса. Нет человека, не вовлеченного в отношения, возникающие на потребительском рынке. Поэтому, мы можем говорить том, что потребительский рынок является одним из ключевых элементов развития региональной экономики.

По удельному весу потребительский рынок, обеспечивающий жизнедеятельность населения, занимает ведущее место в системе рынков региона. Он функционирует тем лучше, чем больше производство и ввоз товаров с других территорий соответствуют потребностям и платежеспособному спросу населения.

Насыщенность и емкость потребительского рынка зависит от эффективности хозяйственной деятельности в регионе. Чем выше эффективность хозяйственной деятельности, тем, как правило, больше производится товаров и услуг, выше заработная плата и конечное потребление.

Можно выделить следующие основные черты рынка потребительских товаров и услуг:

- рынок потребительских товаров и услуг - это система отношений, т.е. упорядоченная совокупность отношений между его субъектами (участниками);
- основными субъектами рынка потребительских товаров и услуг являются организации розничной и оптовой торговли, организации, обеспечивающие хранение, транспортировку товаров, организации, оказывающие потребительские услуги, население как потребитель товаров и услуг;
- потребительский рынок - это сфера обращения потребительских товаров и услуг;
- основной целью функционирования потребительского рынка является удовлетворение потребностей населения в разнообразных товарах и услугах.

### *Литература*

1. Погорлецкий А.И. Экономика зарубежных стран. Спб.: Изд-во Михайлова В.А., 2000. - 492 с.
2. Кутяшова Е.В. Региональный рынок потребительских товаров и услуг: экономическая диагностика развития и совершенствование региональной политики. Автореф. дисс. канд. эконом. наук. Ижевск, 2004.
3. Аврамчикова, Н.Т. Диспропорции регионального развития и бедность / Н.Т. Аврамчикова, В.Ф. Лукиных // Региональная экономика. – 2008. – №19(76) – С. 25–34.
4. Кузьмин, С.А. Предпринимательство в России. Что нужно чтобы оно состоялось / С.А. Кузьмин // Финансовый бизнес. – 2003. – №4. – С. 42–67.

5. Иневатова О.А., Прокофьева Е.П. Механизм управления развитием потребительского рынка в регионе в современных условиях. Вестник ОГУ. №13 (132)/декабрь`2011.

#### **4.3. Особенности и принципы государственного регулирования процесса развития регионального рынка потребительских товаров и услуг**

Региональный потребительский рынок – это действующая модель для разработки и реализации социальноэкономической политики в регионе. В рыночной экономике управление региона декларируется как социально ориентированное, то есть приоритет социально-экономического развития региона отдается ее гражданам потребителям. По состоянию потребительского рынка судят об уровне развития экономики и положению населения. Деятельность потребительского рынка находится в центре внимания законодательной и исполнительной власти всех уровней региона, а политика в области его развития понятна потребителям и всем участникам связанных с ним процессов. Поэтому проблема управления нормальным функционированием и развитием рынка весьма актуальна и должна рассматриваться в различных аспектах развития рыночной экономики и с позиций его государственного регулирования.

Механизм совершенствования организационно-экономических отношений при управлении региональным потребительским рынком должен строиться на основании реализации региональной «политики выравнивания». В современной практике получили большое распространение два основных подхода к построению государственной региональной политики:

1) «Политика выравнивания» уровней развития регионов. «Политика выравнивания» – это поддержка отдельных регионов в целях ускоренного развития путем перераспределения средств федерального бюджета в их пользу на определенный период времени за счет других регионов. Объективными основаниями для ее проведения являются экологические катастрофы, экономическая депрессия, неблагоприятные условия и т. д. Примером проведения «политики выравнивания» является приоритетное финансирование восточных земель Германии после ее объединения в начале 1990-х гг.

2) «Теория полюсов роста» – методологическая основа перестройки территориальной структуры управления во Франции в 1970-х гг. – была выдвинута экономистами-региологами Ф. Перру и Ж. Будевилем. Суть теории – констатация и объяснение неравномерности социально-экономического развития, которое в пространственном плане выступает в виде образования «полюсов роста», способных оказывать сильное влияние на основные факторы производства – капитал и рабочую силу.

«Региональный полюс роста» – это набор развивающихся и расширяющихся отраслей, размещенных на определенной территории и способных вызывать активизацию экономической деятельности во всей зоне своего влияния.

Принципы государственного регулирования развития регионального потребительского рынка:

А. Нормативно-правовая регламентация обоснования развития потребительского рынка:

- разработка и своевременная корректировка нормативно-правовых актов, регулирующих деятельность субъектов потребительского рынка;
- правовое регулирование условий приобретения, создания, преобразования объектов инфраструктуры регионального потребительского рынка;
- установление порядка размещения на территории региона объектов инфраструктуры потребительского рынка;
- определение порядка предоставления и изъятия земельных участков, объектов муниципальной собственности
- разработка нормативно-правовых актов, предусматривающих льготы и гарантии для субъектов, осуществляющих инвестиционную деятельность на рынке потребительских товаров и услуг;
- разработка и введение форм статистической отчетности, позволяющих проводить комплексную диагностику состояния, развития потребительского рынка;
- регламентацию механизма формирования региональной политики развития потребительского рынка;
- разработка рекомендаций по организации деятельности на рынке потребительских товаров и услуг.

Б. Использование рациональных форм и методов государственного регулирования развития потребительского рынка.

1. Использование экономических регуляторов:

- прогнозирование развития потребительского рынка, в т.ч. его инфраструктуры;

- выбор состава региональных налогов и установление налоговых ставок с учетом влияния на прибыль, инвестиции, технологии;

- установление пределов надбавок на социально-значимые товары;
- разработка и реализация программ развития потребительского рынка;
- разработка программ профессионального развития работников сферы потребительского рынка;
- поддержка и стимулирование развития малого бизнеса на рынке потребительских товаров и услуг;
- создание механизма взаимодействия субъектов потребительского рынка;
- вовлечение средств населения под государственные гарантии для реализации инвестиционных проектов на потребительском рынке (приобретение акций вновь создаваемых субъектов потребительского рынка, облигационные займы и др.);
- предоставление налоговых льгот для субъектов, реализующих социально-значимые товары для малообеспеченных слоев населения с минимальной надбавкой.

## 2. Использование административных регуляторов:

- разработка и проведение мероприятий, направленных на обеспечение права граждан на безопасность товаров, работ и услуг;
- содействие открытию магазинов по обслуживанию социально незащищенных слоев населения;
- разработка нормативно-правовых актов, регламентирующих функционирование потребительского рынка;
- осуществление государственного регулирования и контроля за производством отдельных видов продукции;
- определение порядка и условий предоставления, размещения объектов республиканской, муниципальной собственности;
- использование государственного, муниципального заказа на поставку определенных видов потребительских товаров и услуг.

## В. Учет приоритетных целей и направлений развития потребительского рынка и региональной экономики в целом.

- создание условий для обеспечения спроса населения на товары и услуги;
- создание современной инфраструктуры потребительского рынка;
- создание эффективного информационного обеспечения функционирования потребительского рынка;
- обеспечение прав граждан на безопасность и качество товаров и услуг;
- создание благоприятных условий для деятельности в сфере потребительского рынка.

Г. Применение методов экономической диагностики в определении направлений государственной политики развития потребительского рынка.

- разработка системы показателей для комплексной оценки состояния потребительского рынка;
- сравнительная диагностика развития потребительских рынков схожих регионов, а также отдельных административно-территориальных образований внутри региона;
- прогнозная оценка развития потребительского рынка;
- обоснование направлений государственной политики по развитию потребительского рынка показателями текущего и прогнозного состояния потребительского рынка.

## Д. Формирование региональной политики на основе оценки инвестиционной привлекательности потребительского рынка.

- разработка методики оценки инвестиционной привлекательности потребительского рынка региона и его административно-территориальных образований;
- определение приоритетных направлений инвестирования в сферу потребительского рынка, исходя из анализа экономической, социальной и инвестиционной ситуации;
- разработка инвестиционных программ развития потребительских рынков административно-территориальных образований субъекта;
- обоснование необходимости строительства объектов сферы торговли и услуг на основе инвестиционной привлекательности;
- создание благоприятного инвестиционного климата в сфере потребительского рынка, в т.ч. создание системы государственных гарантий инвестиционной деятельности на потребительском рынке;

- разработка механизма государственного регулирования инвестиционной деятельности на потребительском рынке.

Применение перечисленных принципов государственного регулирования позволит формировать эффективную региональную политику по развитию потребительского рынка.

#### *Литература*

1. Кутяшова Е.В. Региональный рынок потребительских товаров и услуг: экономическая диагностика развития и совершенствование региональной политики. Автореф. дисс. канд. эконом. наук. Ижевск, 2004.
2. Иневатова О.А., Прокофьева Е.П. Механизм управления развитием потребительского рынка в регионе в современных условиях. Вестник ОГУ. №13 (132)/декабрь`2011.

#### **4.4. Процесс формирования региональной политики по развитию рынка потребительских товаров и услуг**

Регулирование государством и общественными организациями потребительского рынка – сложный комплексный процесс. Первым приоритетом регулятивного воздействия на потребительскую сферу следует признать обеспечение устойчивого роста рынка, причем как со стороны потребления, так и со стороны производства. В этом случае потребительский рынок на макро – и региональном уровнях будет решать взаимосвязанную задачу: повышение качества жизни населения и генерацию мультипликативных эффектов.

В принципе, все модели и концепции регулирования потребительских рынков в российской и зарубежной практике так или иначе связывались с достижением компромисса между конкурентными и административными рычагами. Учитывая всеобъемлющий характер потребительского рынка, крайне развитую институциональную и субъектную среду, неизбежна противоречивость в проявлении казалось бы универсальных форм и методов воздействия.

В первую очередь речь идет о крайне неоднородной конкурентной и институциональной среде потребительского рынка по российским регионам и внутри самих регионов. В процессе разработки региональных концепций и стратегий регулирования потребительских рынков необходимо исходить из учета следующих факторов:

- уровень потребительских расходов в совокупных доходах домохозяйств;
- динамика соотношения между расходами на потребление и накопление;
- «вклад» отраслей потребительского рынка в региональный валовой продукт;
- уровень концентрации капитала в отраслях потребления, в частности, торговле;
- степень интегрированности логистической инфраструктуры в национальное и глобальное хозяйственное пространство;
- традиции и обычаи, культура и структура потребления, обусловленные культурно – этническими и историческими причинами.

Процесс формирования и реализации политики региона по развитию рынка потребительских товаров и услуг включает следующие стадии:

- А. Комплексная диагностика состояния регионального рынка потребительских товаров и услуг.
- Б. Определение приоритетных направлений развития потребительского рынка региона.
- В. Разработка программ и концепций развития регионального рынка потребительских товаров и услуг
- Г. Реализация программ развития потребительского рынка и оценка результатов.

Оценка эффективности региональной политики по развитию потребительского рынка может проводиться по следующим основным направлениям:

- увеличение количества организаций, осуществляющих реализацию товаров и оказывающих платные услуги населению;
- обеспечение территориальной доступности услуг и улучшение торгового обслуживания;
- увеличение товарооборота и объема платных услуг;
- рост занятости и уровня жизни населения;
- получение дополнительных доходов в республиканский бюджет.

## *Литература*

1. Кочубей С.Ф. Регулирование потребительского рынка региона: цели, методы, эффективность Автореф. дисс. канд. эконом. наук. Краснодар, 2008.
2. Кутяшова Е.В. Региональный рынок потребительских товаров и услуг: экономическая диагностика развития и совершенствование региональной политики. Автореф. дисс. канд. эконом. наук. Ижевск, 2004.

## **ТЕМА 5. РЕГИОНАЛЬНЫЙ РЫНОК ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ**

- 5.1. Понятие регионального рынка продовольственных товаров.
- 5.2. Конкуренция и конкурентоспособность товаров и предприятий на региональном рынке продовольственных товаров.
- 5.3. Информационное обеспечение регионального рынка продовольственных товаров.

### **Ключевые слова, глоссарий**

*Продовольственный товар* – это продукт, позволяющий удовлетворить физиологическую потребность человека в жизненной энергии, а также незаменимых веществах, что необходимо для обеспечения нормального функционирования его организма.

*Региональный рынок продовольственных товаров* – это целостная динамическая система рационального формирования и распределения продовольственных ресурсов первичной и вторичной переработки, обеспечивающая взаимодействие в регионе производителей и потребителей в установлении объемов и структуры производства, а также достижение и поддержание необходимых качества и цены продукции.

### **Методические рекомендации по изучению темы**

В результате изучения материала студент должен знать сущность регионального рынка продовольственных товаров, особенности конкурентных процессов на региональных рынках продовольственных товаров и ориентироваться в информационном обеспечении рынка продовольственных товаров региона.

### **5.1. Понятие регионального рынка продовольственных товаров**



Региональный рынок продовольственных товаров – это целостная динамическая система рационального формирования и распределения продовольственных ресурсов первичной и вторичной переработки, обеспечивающая взаимодействие в регионе производителей и потребителей в установлении объемов и структуры производства, а также достижение и поддержание необходимых качества и цены продукции.

Региональный рынок продовольственных товаров служит воспроизводству территориальных продовольственных ресурсов, а также формирует базу для регионального и межрегионального обмена продовольственными товарами.

Региональный продовольственный рынок развивается в результате взаимодействия нескольких групп экономических субъектов:

1) субъекты в сфере сельского хозяйства, формирующие предложение продуктов питания, производимых в сельскохозяйственных предприятиях, фермерских и личных подсобных хозяйствах;

2) субъекты в сфере перерабатывающей промышленности, формирующие предложение продовольственных товаров после промышленной переработки продовольственного сырья;

3) субъекты в сфере рыночной инфраструктуры, формирующие процессы заготовки, транспортировки, хранения и реализации продовольствия.

Продовольственный рынок региона необходимо рассматривать как сложную интегрированную систему с большим количеством хозяйствующих субъектов и посредников, многообразием протекающих социально-экономических процессов, неоднозначностью решаемых задач, исключительно большим объемом информации, постоянно возрастающим числом связей между участниками рынка и их вероятностным характером и т.д.

Основными системными свойствами регионального продовольственного рынка, выполняющего важнейшую социальную функцию по удовлетворению потребностей населения в продовольствии, являются: обособленность, структурированность, делимость, динамизм. Выделенные свойства позволяют исследовать региональный продовольственный рынок не как набор хозяйствующих субъектов, функционирующих в границах определенной территории, а как динамичную систему, способную адекватно реагировать на организационно-управленческое воздействие.

Продовольственный рынок региона является, с одной стороны, подсистемой общенационального продовольственного рынка, с другой стороны - подсистемой региональной социально-экономической системы. В первом качестве региональный продовольственный рынок испытывает на себе влияние динамики общеэкономической ситуации, во втором - изменений, происходящих в регионе. В свою очередь, сам региональный продовольственный рынок является важным фактором социально-экономического развития региона.

Региональный продовольственный рынок функционирует в условиях изменчивости внешних условий, которые как факторы условно можно разделить на две группы.

К первой группе относятся формирующиеся за пределами конкретного региона факторы, связанные с процессами глобализации, а также факторы макроэкономического и мезоэкономического уровня. Ко второй группе - внутрирегиональные факторы, обусловленные: взаимосвязями между потребностями населения региона и производством, спросом и предложением на региональном рынке продовольственных товаров; дифференциацией доходов и характером потребления; уровнем и структурой потребления; текущим потреблением и накоплением; обобщественной и индивидуализированной формами потребления и др.

В такой изменчивой среде региональный рынок призван выполнять свои функции, основными из которых являются:

- обеспечение взаимодействия продавцов и покупателей посредством сделок купли-продажи, а также согласования экономических интересов контрагентов;
- установление количественных пропорций в структуре спроса и предложения;
- определение уровня равновесных цен и пропорций между ценами различных товаров;
- осуществление распределения продовольственных товаров между различными социально-экономическими группами населения региона;
- обеспечение участия региона в межрегиональных торгово-экономических связях.

Одной из ключевых задач управления продовольственным рынком региона является обеспечение максимально возможной предсказуемости условий его функционирования. И если на внешние по отношению к региону факторы территориальным властям влиять крайне сложно, то на внутрирегиональные факторы можно и необходимо активно воздействовать, развивая продовольственный рынок в русле общей стратегии социально-экономического развития региона. При этом следует иметь в виду, что между факторами, формирующими уровень потребления продовольствия, включая потребности населения, производство, денежные доходы, торговлю и т.п., существуют столь сложные взаимосвязи, что даже текущее поддержание соответствия между спросом на продовольственные товары и их предложением представляет собой исключительно сложную управленческую задачу.

#### *Литература*

1. Мустафаева З.А. Взаимодействие экономических субъектов в рамках регионального рынка продовольственных товаров / [http://science-bsea.narod.ru/2004/ekonom\\_2004/mustafaeva.htm](http://science-bsea.narod.ru/2004/ekonom_2004/mustafaeva.htm)
2. Тамов А.А., Аванесова Р.Р., Прокофьева Е.П. Продовольственный рынок региона как объект стратегического управления. Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 5: Экономика. № 3 / 2010.

### **5.2. Конкуренция и конкурентоспособность товаров и предприятий на региональном рынке продовольственных товаров**

Важным фактором эффективного развития потребительского рынка продовольствия является насыщение его товарами отечественного производства, способными конкурировать с импортными. В последнее время, в структуре товарного предложения на рынке доля продовольственных товаров отечественного производства увеличивается. Это свидетельствует о том, что наша продукция сравнительно дешевле, безопаснее, качественнее импортной.

Значительная роль в обеспечении эффективного решения задач государственной конкурентной политики отведена органам власти субъектов Российской Федерации, которым поручено разработать региональные программы развития конкуренции с учетом внутренней специфики и проблем функционирования отдельных рынков. Особое место среди них отводится рынку продовольствия. Уровень развития конкуренции на нем определяет не только степень удовлетворения потребностей населения в продуктах питания, но и направления и параметры развития регионального аграрного производства и связанных с ним видов экономической деятельности, его инновационную и инвестиционную активность, т.е. конкуренция оказывает непосредственное влияние на состояние системы продовольственной безопасности.

Степень развития конкурентной среды на продовольственном рынке региона можно оценить по комплексу параметров, включающих как показатели его структуры (количественные и качественные), так и данные об экономической концентрации. Однако, современные данные органов государственной статистики практически не представляют никаких данных об уровне активности процессов экономической концентрации, связанных с изменениями структуры собственности внутри сегментов этого рынка. Поэтому, с точки зрения развития конкурентных отношений, основной акцент должен быть направлен не столько на выявление причин высокой концентрации производства и отдельных товаров на тех или иных сегментах продовольственного рынка региона, сколько на оценку состояния уровня конкуренции на этих сегментах, которая является реальным отражением процессов экономической концентрации и высокой степени сегментации региональных продовольственных рынков.

Все это, безусловно, предполагает разработку инструментария оперативного и аналитического мониторинга рыночных процессов, происходящих в тех или иных сегментах регионального продовольственного рынка.

Современная экономическая ситуация на продовольственном рынке России с объективной необходимостью требует нового инструментария оценки процессов его концентрации. Последние тенденции в экономической теории, обобщающие обширный опыт антимонопольной практики, опровергают однозначное отождествление монополизма с объемными параметрами предприятий и их высокой долей на том или ином сегменте продовольственного рынка. Очевидно, что такие процессы требуют тщательного и дифференцированного экономического анализа, учитывающего глобальные тенденции в развитии продовольственных рынков, включая углубление международного разделения труда и транснациональную экономическую интеграцию. Оценка любой концентрации как стремление к монополизации заведомо неэффективна и нецелесообразна. И тем более

применение к ней норм конкурентного права не только недальновидно, но и способно задержать развитие того или иного сегмента продовольственного рынка региона и поставить под угрозу его продовольственную безопасность.

Основными проблемами в развитии конкурентной среды на продовольственных рынках выступают: невысокая покупательская способность населения, связанная с низким уровнем его реальных денежных доходов; неразвитость эффективной логистики товарных потоков и отсутствие опыта в создании и продвижении брендов; плохое состояние инфраструктуры снабжения товарами торговых комплексов. Кроме того, малое и среднее предпринимательство в регионе до сих пор встречает серьезные ограничения на пути развития бизнеса. Данными ограничениями являются отсутствие или недостаток достоверной информации о рынках, формах и объемах государственной поддержки предпринимателей, длительность процедуры оформления и получения государственной поддержки, трудности в привлечении финансовых ресурсов для развития бизнеса, наличие значительного количества проверок.

Сегодня развитие российского продовольственного рынка характеризуется активизацией процессов вертикальных и горизонтальных слияний субъектов рынка, сохранения отдельных барьеров входа новых субъектов на рынки, а также активным применением процедур банкротства убыточных предприятий. Именно этим обусловлена объективная необходимость комплексного анализа наряду с концентрацией производства, также и явлений экономической концентрации, под которыми понимается концентрация собственности у отдельных субъектов продовольственного рынка.

Анализ имеющихся материалов по экономической концентрации на основных сегментах продовольственного рынка Республики Татарстан дает основания для выявления следующих его характерологических тенденций:

- тенденции приобретения полного контроля над хозяйствующим субъектом, в том числе посредством приобретения свыше 75% голосующих акций (получения косвенного контроля);
- активизация инструментария дочерних компаний как агентов того или иного сегмента рынка;
- тенденция приобретения права осуществления функций исполнительного органа хозяйствующего субъекта;
- тенденция углубление и расширение структурной и инвестиционной политики;
- тенденция активизации продаж в процессе приватизации крупных пакетов акций, с целью привлечения стратегического инвестора

#### *Литература*

1. Мустафаева З.А. Взаимодействие экономических субъектов в рамках регионального рынка продовольственных товаров / [http://science-bsea.narod.ru/2004/ekonom\\_2004/mustafaeva.htm](http://science-bsea.narod.ru/2004/ekonom_2004/mustafaeva.htm)
2. Алексева О.В. Развитие конкуренции на продовольственном рынке региона (на материалах Самарской области). Автореф. кандид. эконом. наук. Самара, 2010.
3. Сычев Д.О., Мищенко В.В. Тенденции и перспективы развития конкуренции на продовольственном рынке региона // Известия Алтайского государственного университета. 2-1(74) 2012 г.
4. Ганиев Р.И. Развитие конкурентной среды на региональном продовольственном рынке. Автореф. кандид. эконом. наук. Казань, 2011.

### **5.3. Информационное обеспечение регионального рынка продовольственных товаров**

Информационное обеспечение рынка продовольственных товаров включает получение, передачу, обработку, накопление и реализацию выходной информации. Информация является одним из важнейших экономических ресурсов. Каждому участнику рынка доступен лишь ограниченный массив информации.

Представляя собой, совокупность объектов и институциональных структур, обеспечивающих осуществление материальных, финансовых и информационных связей между субъектами рынка продовольственных товаров, рыночная инфраструктура объединяет в единую цепочку сферы производства, обращения и потребления, обеспечивая тем самым непрерывность воспроизводственного процесса. Однако, несмотря на реализацию в стране «Комплексной программы развития

инфраструктуры товарных рынков РФ на 1998-2005 годы», предполагающей формирование сети посреднических организаций, обеспечивающих эффективную оптовую торговлю, систему информационного обеспечения, транспортного обслуживания и разработку кредитно-финансовой, организационной и нормативной политики функционирования товарных рынков, все же ситуация в данной сфере остается достаточно сложной. Особо острой является проблема развития рыночной инфраструктуры продовольственного рынка.

Сложившаяся ситуация в сфере информационного обеспечения продовольственного рынка требует, в первую очередь, организационных изменений. Речь идет о формировании и развитии единой системы информационно-аналитического обеспечения отечественного продовольственного рынка (СИАОПР). Существующая в нашей стране система информации об агропродовольственном рынке представляет собой трехуровневую структуру. На федеральном уровне – руководство осуществляется Департаментом регулирования агропродовольственного рынка Министерства сельского хозяйства и продовольствия Российской Федерации. Ее основой является Головной информационно-консультационный центр (ИКЦ), который координирует создание и функционирование информационно-консультационной службы России в сфере АПК.

На региональном уровне (областном, краевом, республиканском) - руководство осуществляется министерствами сельского хозяйства и продовольствия субъектов Российской Федерации. Их задача состоит в создании и поддержке функционирования региональных ИКЦ. На уровне административных районов – службы рыночной информации, созданные в основном на базе муниципальных органов управления сельским хозяйством.

Однако пока еще нельзя сказать о высокой эффективности информационного сопровождения рынков продовольственных товаров в нашей стране. По мнению Зинчук Г.М., существующая структура требует расширения путем введения в ее состав межрегионального уровня.

Особую актуальность при развитии СИАОПР приобретает вопрос обеспечения удобного поиска в сети нужной информации, т.е. необходимо разработать специальный рубрикатор, который будет иметь многоуровневую структуру. Она должна включать информацию по основным субъектам рынка, а также по направлениям консалтинга для этих субъектов (сельскохозяйственное производство; пищевая промышленность; оптовая торговля продовольственными товарами; розничная торговля продовольственными товарами; продуктовые рынки; потребители; нормативно-правовая информация; управленческий консалтинг; конференции, семинары, круглые столы, библиотека; материально-техническое обеспечение; технологические достижения).

#### *Литература*

1. Киселева Е.Н., Власова О.В., Коннова Е.Б. Рынок продовольственных товаров. М.: Вузовский учебник, 2009, 144 с.
2. Зинчук Г.М. Развитие инфраструктуры продовольственного рынка // Современные проблемы науки и образования. Экономические науки. №3. 2006 г.
3. Зинчук Г.М. Развитие продовольственного рынка: теория, методология, практика. Автореф. доктора эконом. наук. Йошкар-Ола, 2009.

- 6.1. Понятие регионального рынка непродовольственных товаров
- 6.2. Структура рынка непродовольственных товаров
- 6.3. Управление развитием рынка непродовольственных товаров в регионе

#### **Ключевые слова, глоссарий**

*Непродовольственный товар* – не предназначенный для употребления в пищу и не являющийся сырьем для приготовления пищи товар, реализуемый с целью удовлетворения разнообразного потребительского спроса, например: одежда, обувь, мебель, автомобили, строительные материалы, бытовая техника и т.д.

*Региональный рынок непродовольственных товаров* представляет собой целостную динамическую систему рационального формирования и распределения непродовольственных ресурсов в регионе первичной и вторичной переработки, обеспечивающей взаимодействие производителей и потребителей в установлении объемов и структуры производства.

#### **Методические рекомендации по изучению темы**

В результате изучения материала студент должен знать сущность регионального рынка непродовольственных товаров и его структуру, а также ориентироваться в особенностях управления развитием рынка непродовольственных товаров в регионе.

#### **5.1. Понятие регионального рынка непродовольственных товаров**

Рынок непродовольственных товаров отличается от продовольственного рынка более широким ассортиментом, высокой степенью его обновления, существенным изменением спроса под воздействием моды, отсутствием естественных ограничений размеров потребления товаров, выраженной индивидуальностью в спросе населения, четким разграничением товаров по функциональному назначению, высокими требованиями населения к ассортименту и качеству товаров.

Региональный рынок непродовольственных товаров представляет собой целостную динамическую систему рационального формирования и распределения непродовольственных ресурсов в регионе первичной и вторичной переработки, обеспечивающей взаимодействие производителей и потребителей в установлении объемов и структуры производства.

Для рынка товаров культурно-бытового назначения и хозяйственного обихода характерны:

- длительные сроки потребления;
- отложенный спрос населения на отдельные изделия;
- ярко выраженное влияние НТП и жилищных условий населения;
- общественный характер использования многих предметов;
- организация дополнительных услуг по эксплуатации ряда изделий, торговля запасными частями.

Эти особенности обуславливают своеобразие подходов к прогнозированию спроса и формированию структуры товарооборота. Например, нельзя правильно определить перспективы развития спроса, не располагая данными о наличии товаров длительного пользования у населения.

Среди отраслей промышленности, обеспечивающих производство непродовольственных товаров, ведущее место занимает легкая промышленность.

Легкая промышленность функционирует на основе многосторонних связей с различными отраслями народного хозяйства. Она является значительным потребителем сельскохозяйственной и химического сырья, продукции машиностроения и металлообработки и одновременно – поставщиком различных товаров. Предприятия легкой промышленности производят преимущественно товары народного потребления и ряд изделий промышленного назначения. Сюда входит, например, первичная обработка льна-долгунца и других лубяных культур, трикотажное, швейное, валяльно-войлочный, шелкомотальная, льняное, шерстяное, шелковое производства. Она охватывает производство обуви, выпуск нетканых материалов, натуральных и

искусственных кож, искусственного меха, меховых изделий. Среди других товаров народного потребления весомое место занимают химико-фармацевтические продукты мебель, строительные материалы, стекло-фарфоро-фаянсовые изделия.

Предприятия первичной переработки сырья тяготеют к сырьевым базам частности, волокнистые культуры обрабатывают в местах их производства, а животноводческая сырье подвергается первичной переработке далеко от сырьевых баз. Мытье шерсти можно осуществлять на пути транспортировки сырья при наличии водо- и топливоснабжения. Размещение производства кожи может быть сопряжено как с животноводческой базой, с центром потребления мяса.

В отличие от первичной обработки сырья, производство готовой продукции характеризуется более сложным размещением. При выборе варианта размещения учитывают сырьевой, потребительский и трудовые факторы Обеспеченность той или иной территории рабочей силой имеет большое значение. Таким образом, районы, обеспеченные трудовыми ресурсами, массово потребляют продукцию легкой промышленности и тем самым создают благоприятные условия для размещения и производства.

### *Литература*

1. Электронный курс «Прогнозирование деятельности предприятий в условиях изменяющейся внешней среды» / [http://eokd.tolgas.ru/euk/comspros\\_vn/index.htm](http://eokd.tolgas.ru/euk/comspros_vn/index.htm)
2. Киселева Е.Н., Власова О.В., Коннова Е.Б. Рынок продовольственных товаров. М.: Вузовский учебник, 2009, 144 с.
3. Офиленко Н.О. Рынок и ресурсы потребительских товаров / [http://uchebnikonline.com/tovarovvedenie/rinok\\_i\\_resursi\\_spozivchih\\_tovariv\\_-\\_ofilenko\\_no/rinok\\_i\\_resursi\\_spozivchih\\_tovariv\\_-\\_ofilenko\\_no.htm](http://uchebnikonline.com/tovarovvedenie/rinok_i_resursi_spozivchih_tovariv_-_ofilenko_no/rinok_i_resursi_spozivchih_tovariv_-_ofilenko_no.htm)

## **6.2. Структура рынка непродовольственных товаров**

Непродовольственные товары представляют собой обширную совокупность товарных групп, которые объединены по различным признакам: по назначению, удовлетворяемым потребностям, по общности материалов или по выполняемым функциям.

Существует несколько различных классификаций непродовольственных товаров. В частности, классификация по отраслям народного хозяйства делит товары на две группы: товары легкой промышленности (ткани, трикотаж, обувь, изделия из кожи и кожзаменителей, меховые изделия и др.) и товары культурно-бытового и хозяйственного назначения (мебель, инструменты, электробытовые товары, посуда, автомобили, мотоциклы, игрушки, спортивный инвентарь и др.). Эти товары производятся практически всеми отраслями промышленности, кроме легкой. Классификация товаров по отраслевому принципу сохранена при построении российских классификаторов. Классификаторы являются официальными документами.

Учебная классификация непродовольственных товаров придерживается этого принципа, однако она имеет отступления, связанные с удобством и логикой объяснения учебного материала, а также необходимостью описания современного ассортимента товаров, при производстве которых используются новые материалы, источники энергии, принципы и функции.

Непродовольственные товары делят на сложные комплексы:

- хозяйственные товары: металло товары (инструменты, посуда и др.), стеклянные и керамические товары (посуда, стройматериалы, минеральные вяжущие и др.), изделия из пластмасс, бытовые химические товары (моющие, лакокрасочные материалы и др.), мебель бытовая, стройматериалы;
- нефть и нефтепродукты;
- одежно-обувные: текстильные, швейно-трикотажные, коженно-обувные, пушно-меховые;
- парфюмерно-косметические (парфюмерия, гигиеническая и декоративная косметика);
- электротовары (провода, осветительные приборы, машины для стирки, уборки, приготовления и хранения пищи и др.);
- культурно-бытовые: сложные электронные товары (телевизоры, видеоманитофоны, фото- и кинокамеры), часы, спортивный инвентарь, транспортные средства, музыкальные товары, аудио- и видеокассеты, книги, игрушки и др.;
- ювелирные товары;
- галантерейные товары;

- изделия художественных промыслов.

Деление непродовольственных товаров на однородные группы не является застывшим и догматичным. Так, некоторые группы товаров вышли из массового обихода, например, шорно-седельные, щепные и обозные; некоторые группы видоизменились и расширились; целые подгруппы, выделенные в классификаторах как «прочие», стали играть более значительную роль, чем известные и описанные ранее товары.

Непродовольственные товары удовлетворяют самые разнообразные потребности – от использования предметов личной гигиены до сложной бытовой техники, автомобиля и др.

Российские продавцы в 2014 году продолжили расширять ассортимент непродовольственных товаров. Доля их продаж увеличилась до 62%. При этом количество продуктов питания, потребляемых россиянами, остается стабильным. Так что товары длительного потребления становятся главным драйвером роста российской торговли, отмечают эксперты.

Наиболее заметен этот процесс в продуктовых магазинах. Нарастание непродовольственного ассортимента связано с желанием сетей увеличить обороты и прибыль.

Продуктовые магазины постепенно вытесняют с рынка специализированную торговлю. Еще 10 лет назад в России было 8,5 тысячи книжных магазинов. А теперь их осталось 1,5 тысячи. Зато практически во всех супермаркетах и гипермаркетах появились книжные отделы. Драйверами роста непродовольственного рынка в России в 2014 году являются такие категории, как детские подгузники, жидкое мыло и влажные салфетки.

В лучшие годы у некоторых сетей гипермаркетов объем продаж непродовольственных товаров начинал превышать объем продаж продуктов питания. В период кризиса и после него ассортимент снизился вслед за спросом. Сейчас опять идет процесс роста доли непродовольственных товаров.

Продажи товаров длительного спроса – лакмусовая бумажка роста доходов населения (по крайней мере, восприятия этого роста). По словам директора аналитического агентства Infoline Ивана Федякова, объемы продаж непродовольственных товаров год от года могут изменяться на 15-25 процентов, в зависимости от ситуации в экономике.

#### *Литература*

1. Товароведение непродовольственных товаров / <http://www.grandars.ru/college/tovarovedenie/neprodovolstvennyetovary.html>
2. Доля продажи непродовольственных товаров в России увеличилась до 62% / <http://www.dvnovosti.ru/khab/2014/07/16/22664>

### **6.3. Управление развитием рынка непродовольственных товаров в регионе**

Функционирование и развитие регионального потребительского рынка должны строиться на комплексном подходе, ориентированном на установление партнерских отношений между участниками рынка. Наличие на рынке разных участников с различными интересами и правами осуществления своей деятельности делает задачу обеспечения баланса их интересов и устойчивого развития рынка достаточно сложной. В целях обеспечения взаимодействия, необходима согласованная деятельность региональных органов власти и хозяйствующих субъектов на данном рынке, направленная на всесторонний учет экономических интересов субъектов и согласованность системы региональных рыночных отношений. Взаимоотношения хозяйствующих субъектов и региональной исполнительной власти должны рассматриваться как взаимовыгодные, а региональные налоги могут послужить эффективным средством их поддержания. Располагая налоговыми поступлениями, региональные органы власти обеспечивают развитие региональной инфраструктуры, необходимой для функционирования и развития хозяйствующих субъектов, охрану окружающей среды, развитие системы образования и здравоохранения.

Сбалансированное и устойчивое развитие потребительского рынка региона невозможно без управленческого воздействия региональных органов власти и влияния общественных организаций, направленных на многочисленные рыночные процессы и

операции, происходящие в сфере обращения. В настоящее время потребительские рынки функционируют и развиваются в отсутствие единого системного управления со стороны региональных органов власти. Это приводит к негативным последствиям, связанным с нарушением воспроизводства товарных и денежных ресурсов в регионе.

Одной из основных функций управления развитием регионального потребительского рынка является функция регулирования отношений участников и обеспечения баланса их интересов. Отношения между участниками потребительского рынка регулируются Гражданским кодексом, федеральными законами и правовыми актами Российской Федерации и ее субъектов. К основным участникам регионального потребительского рынка следует отнести органы исполнительной власти, предпринимателей (продавцов товаров и исполнителей услуг), потребителей (покупателей), общественные организации.

Совместные усилия следует направить на реализацию имеющегося потенциала соответствующей территории. В настоящее время, этот потенциал не востребован в силу ряда причин. Одним из сдерживающих факторов является наличие у всех участников рынка своих собственных инструментов регулирования рассматриваемых отношений. Так, в некоммерческом секторе действуют структуры, миссия которых – защита интересов потребителей (различные союзы, федерации и фонды). В этом же секторе оперируют структуры, отражающие интересы производителей товаров и услуг (союзы промышленников, ассоциации банков и производителей). Зачастую их интересы прямо противоположны. Кроме того, в самом коммерческом секторе на каждом предприятии и организации действует система управления, регулирующая процессы производства и реализации продукции, работ, услуг. Население региона, составляющее основную массу потребителей и покупателей, имеет возможности регулирования потребления, связанные с уровнем доходов. А на самом потребительском рынке отношения регулируются платежеспособным спросом и предложением товаров и услуг. Вместе с тем, все эти субъекты руководствуются своими интересами и в результате, как правило, побеждает интерес сильного, т.е. того, кто может установить свои правила, тарифы и цены. Это неизбежно ведет к нарушению эквивалентных обменов – основы устойчивых и справедливых рыночных отношений. Для устойчивого развития и регулирования деятельности потребительского рынка товаров и услуг необходимо создать и поддерживать единое правовое и информационное пространство. Заметим, что в структуре региональных органов управления имеются специализированные подразделения по защите прав потребителей, координации и управлению деятельности регионального рынка товаров и услуг. К сожалению, основное внимание региональных управленческих структур направлено на защиту прав потребителей и на разрешительно-фиксальную работу с предпринимателями. Роль органов исполнительной власти в регулировании устойчивой деятельности потребительского рынка будет повышаться по мере развития процессов демократизации общества и либерализации экономики в связи с возрастанием роли региональной экономики и усилением принципов самоуправления.

Основной целью регионального регулирования рынка является обеспечение соблюдения интересов субъектов потребительского рынка посредством методов прямого и косвенного воздействия исполнительных органов на процессы, протекающие на нем.

В условиях, когда в регионе действует множество хозяйствующих субъектов различных форм собственности, каждый из которых руководствуется своими экономическими интересами, оптимальным вариантом управления процессами в сфере обращения становятся инструменты косвенного воздействия. Косвенное воздействие на экономические интересы субъектов региональных потребительских рынков осуществляется с помощью таких инструментов, как налоги, кредиты, субвенции, позволяющих без прямого вмешательства создать благоприятные условия для функционирования и развития потребительского рынка в соответствующем регионе.

В целях упорядочения методов регионального регулирования можно использовать классификацию по таким признакам, как характер воздействия, способ и масштабы воздействия, сроки регулирования. Так, согласно характеру воздействия, возможно разграничить формы опосредованного и непосредственного воздействия исполнительных органов на протекающие и формирующиеся хозяйственные процессы, а, следовательно, повысить эффективность его участия в развитии рынка потребительских товаров и услуг.

В современных условиях, для повышения эффективности функционирования и развития потребительского рынка и наиболее полной реализации его потенциала необходимы разработка и внедрение концепции управления развитием регионального потребительского рынка товаров и услуг.



В определении концептуальных основ управления развитием потребительского рынка региона важна выработка системы принципов, которые должны отражать наиболее существенные, объективно необходимые закономерности и взаимосвязи, возникающие в процессе развития регионального потребительского рынка. Реализация таких принципов позволит значительно повысить эффективность управляющего воздействия, направленного на многочисленные рыночные процессы.

#### *Литература*

1. Шнякина Ю.Р. Проблемы регионального управления развитием потребительского рынка товаров и услуг // Проблемы современной экономики, №2 (34), 2010.
2. Белов Г.В., Белова Г.Б. Товары и услуги на потребительском рынке. - М.:ИКЦ «Академкнига», 2003.
3. Шапкин И.Н., Блинов А.О., Кестер Я.М. Управление региональным хозяйством: учебное пособие. – М.: КНОРУС, 2005.

### **ТЕМА 7. РЕГИОНАЛЬНЫЕ РЫНКИ ОБСЛУЖИВАЮЩЕГО ХАРАКТЕРА**

- 7.1. Понятие регионального рынка услуг.
- 7.2. Структура регионального рынка услуг.
- 7.3. Основные критерии формирования регионального рынка услуг.
- 7.4. Особенности регулирования структурного развития регионального рынка услуг.

#### **Ключевые слова, глоссарий**

*Рынок услуг* представляет собой совокупность отношений (социально-экономических, материальных, финансовых), возникающих между производителями этих услуг – продавцами и их потребителями (покупателями) в процессе купли-продажи услуг.

*Рынок потребительских услуг* предлагает к реализации потребительские услуги, выступающие на этом рынке как товар. В соответствии с международной методологией услуги, как и продукт, являются товаром, если они предназначены к реализации или реализованы по экономически значимым ценам, т.е. ценам, покрывающим издержки на их оказание и обеспечивающим прибыль производителю.

#### **Методические рекомендации по изучению темы**

В результате изучения материала студент должен знать сущность регионального рынка услуг, особенности конкурентных процессов на региональных рынках обслуживающего характера и ориентироваться в информационном обеспечении рынка услуг региона.

#### **7.1. Понятие регионального рынка продовольственных товаров**

Рынок услуг представляет собой совокупность отношений (социально-экономических, материальных, финансовых), возникающих между производителями этих услуг – продавцами и их потребителями (покупателями) в процессе купли-продажи услуг.

Услуги — важный вид экономической деятельности, оказывающий влияние на все стороны жизни общества. Степень удовлетворения потребностей населения в услугах является одним из главных индикаторов уровня и качества жизни.

Под услугами принято понимать результаты экономической деятельности, которые не принимают материальной (вещной) формы и удовлетворяют определенные потребности — личные, коллективные и общественные.

Переход к международной методологии учета и статистики ликвидировал понятие «непроизводственная сфера», которое применяли к сфере услуг. Это потребовало пересмотра сложившегося за предшествовавшие 70 лет в отечественной науке и практике представления о роли услуг в развитии общества, в экономике страны.

Труд в сфере услуг признан производительным, сама эта сфера — производственной, а результаты ее функционирования учитываются в валовом внутреннем продукте и в других показателях результатов экономической деятельности. В странах с развитой рыночной экономикой в сфере услуг занято более 2/3 численности активного населения. В валовом внутреннем продукте США стоимость услуг составляет 75%, Англии — 64%. В России в настоящее время на его долю приходится более 50%.

В общем объеме услуг можно выделить две части. Одна часть услуг предназначена к производственному потреблению отраслями сфер производства материальных благ и услуг. Вторая часть производимых услуг предназначена для конечного потребления домашними хозяйствами, т.е. для непроизводственного потребления.

Отмечая столь важную роль сферы услуг в экономике региона, необходимо подчеркнуть, что данная отрасль деятельности в большей степени, чем другая, подвержена влиянию территориального фактора, и в связи с этим ее специфику необходимо рассматривать с учетом региональных особенностей. При этом абсолютное количественное выражение региональных особенностей в сложившейся системе не позволяет сделать достаточно полных обоснованных выводов об их влиянии на показатели работы предприятий сферы услуг. Этому мешают, прежде всего, особенности сложившегося административного деления, которые ведут к существенным различиям масштабов народного хозяйства отдельных экономических регионов.

Происходящие изменения сферы услуг отражаются на других отраслях общественного производства, на экономике страны в целом, а также на условиях жизни социально-экономических групп.

#### *Литература*

1. Курс социально-экономической статистики / Под редакцией доктора экономических наук, профессора М.Г. Назарова. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2000.
2. Молев М.Д., Пономарев П.А., Алехина Е.С. Основные критерии формирования регионального рынка услуг // Сервис plus. №3. 2007.

### **7.2. Структура регионального рынка услуг**

На региональном уровне структура рынка услуг является аналогичной общегосударственной. При этом структура рынка услуг может быть представлена по видам услуг.

Существуют различные классификации типов и видов услуг, и каждая из этих классификаций отражает специфический подход к анализу сервисной деятельности.

Можно выделить пять общих типов услуг:

- 1) производственные – инжиниринг, лизинг, обслуживание и ремонт оборудования;
- 2) распределительные – торговля, транспорт, связь;
- 3) профессиональные – банковские, страховые, финансовые, консультационные, рекламные;
- 4) потребительские – так называемые массовые услуги, связанные с домашним хозяйством и времяпрепровождением;
- 5) общественные – телевидение, радио, образование, культура.

По принципу вещественности или не вещественности выделяют 4 класса услуг:

1. Осязаемые действия, направленные на тело человека. Такие услуги оказывают здравоохранение, пассажирский транспорт, салоны красоты и парикмахерские, спортивные заведения, рестораны и кафе.
2. Осязаемые действия, направленные на товары и другие физические объекты. Это работа грузового транспорта, ремонт и содержание оборудования, охрана, поддержание чистоты и порядка, ветеринарные услуги.
3. Неосязаемые действия, направленные на сознание человека. Сюда относятся образование, радио- и телевизионное вещание, информационные услуги, театры, музеи.

4. Неосязаемые действия с неосязаемыми активами. Это могут быть банковские, юридические и консультационные услуги, страхование.

Другие критерии:

1. По видам потребностей человека – материальные и нематериальные услуги.

Материальные услуги создают отрасль материального производства – это услуги, направленные на удовлетворение материальных потребностей, продолжение процесса производства в сфере обращения, транспортировки, хранения продукта, а также услуги торговли, общественного питания, транспорта и связи, бытового и коммунального хозяйства.

Нематериальные услуги – услуги, не получающие предметно-осязательную форму. Это услуги, действия которых направлены непосредственно на человека, окружающие его условия. Производство таких услуг неотделимо от потребления (услуги по реализации турпутевок, по обслуживанию туристов в гостиницах и предприятиях питания, по организации концертных выступлений, а также образование, консультирование, предоставление информации).

2. По степени их алгоритмизации - стандартизированные и творческие услуги.

Стандартные виды услуг оказываются по строго установленным правилам. Творческие услуги могут формироваться и изменяться по индивидуальным требованиям потребителя. Так, в туристическом бизнесе могут возникать экзотические виды обслуживания, например турист заказывает экскурсовода, одетого и загримированного под какой-либо исторический персонаж. Личные и интеллектуальные услуги часто подвергаются изменениям и корректировке в процессе их реализации.

3. По количеству потребителей - личные и коллективные услуги.

Часть услуг, например репетиторство и врачебная деятельность, имеют полезность только для отдельных индивидов (хирург не может оперировать некий коллектив). Другие услуги, наоборот, всегда оказываются целым коллективам людей: услуги лектора в студенческой аудитории, обеспечение государством общественного порядка, перевозка общественным транспортом, работа средств массовой коммуникации.

4. По сферам деятельности общества - производственные и непроизводственные услуги.

К производственной сфере можно отнести, например, транспортировку грузов и техническое обслуживание оборудования, к непроизводственной – услуги здравоохранения, культуры, туризма, отдыха и т. п.

5. По конечной цели - коммерческие и некоммерческие услуги.

Первые производятся с целью получения прибыли и другой коммерческой выгоды. Вторые не нацелены на прибыльность. К ним относятся услуги благотворительных фондов и организаций, ряд государственных услуг (оборона страны, поддержание общественного порядка, забота об образовании и здоровье своих граждан). По мере повышения уровня жизни населения возрастает доля услуг коммерческого характера. Это приводит к дифференциации уровня сервиса в зависимости от платежеспособного спроса людей.

6. По форме организации услуг - государственные и негосударственные.

Главное различие этих видов услуг состоит в том, что государственные услуги в принципе не могут быть оказаны никем, кроме государства. Это услуги по обороне страны, поддержанию общественной безопасности, ведению учета граждан, регистрации средств транспорта, государственной регистрации коммерческих операций (например, сделок с недвижимостью). В обществе существует потребность именно государственного учета рождений, смертей, вступления в брак, отношений собственности и т. п.

7. По специализации производителя - чистые и смешанные.

Чистая услуга является единственным видом деятельности производителя (специализированное производство услуг). Смешанная услуга сопровождает товарно-материальные ценности, облегчая их обращение и делая их более привлекательными для потребителя. Это, например, предпродажный и послепродажный сервис, сопровождающий акт купли-продажи товара.

8. По степени реальности - идеальная и реальная услуги.

Идеальная услуга – это абстрактная теоретическая модель того или иного вида сервисной деятельности. Она включает правила обслуживания населения, стандарты качества, технологию оказания услуги.

Реальная услуга – это конкретные материальные действия, направленные на удовлетворение потребностей клиента. Услуги в их реальном исполнении всегда отличаются от идеальных. Реальные услуги индивидуализированы по исполнителям, потребителям, конкретным условиям их оказания.

9. По отношению государства и общества - легитимные и нелегитимные услуги.

Легитимные услуги одобряются государством и обществом, нелегитимные – осуждаются и обычно преследуются по закону. Признаются легитимными услуги, удовлетворяющие потребности, которые в данном обществе считаются разумными, полезными, одобряемыми. Услуги, удовлетворяющие осуждаемые обществом потребности (наркотические, преступные, аморальные), относятся к разряду нелегитимных.

10. По степени привязки к личности человека, оказывающего услуги, - личностные и безличные.

Личностные услуги ценятся, прежде всего, за связь с отличительными особенностями какого-то лица, обладающего исключительными профессиональными качествами. Таковы услуги врачей, адвокатов, психоаналитиков, выдающихся артистов и музыкантов, ученых, менеджеров.

К безличным обычно относят более простые услуги, на выполнение которых мало влияет личность того, кто их оказывает (торговля, транспорт, ремонт и техническое обслуживание). Один специалист в области сервиса может быть довольно легко заменен другим специалистом примерно такой же квалификации.

11. По степени сложности - простые и сложные (комплексное обслуживание).

12. По признаку добровольного характера - добровольные и навязанные.

### *Литература*

1. Фролова Т.А. Экономика и управление в сфере социально-культурного сервиса и туризма: конспект лекций. Таганрог: ТТИ ЮФУ, 2010.

### **7.3. Основные критерии формирования регионального рынка услуг**

На каждом этапе своего развития общество располагает количественно и качественно определенными материальными и трудовыми ресурсами, определяемыми на региональном уровне особенностями функционирования региональной экономики.

При этом сфера услуг, как институциональная структура, имеет возможность за счет адаптации и изменения отдельных своих элементов повышать эффективность всего регионального хозяйства, увеличивать конечный продукт и фонд потребления. К сожалению, особенности развития российского сервиса, сложившиеся под влиянием определенного планового хозяйственного уклада, характеризующего национальную экономику до последнего времени, не позволили сформировать конкурентоспособный рынок услуг. Его финансирование производилось по остаточному принципу и его развитию как целостной системы, обеспечивающей процесс развития как всего производственного процесса, так и каждого члена общества, не уделялось должного внимания.

Потребительский рынок услуг в регионе сложился, но отличается некоторой структурной диспропорциональностью. Частичное объяснение этому – экономические процессы переходного периода. Это либерализация цен, валютного курса, радикально изменивших ценовые пропорции в экономике и породивших значительное сжатие конечного спроса, монетарная политика подавления инфляции; стремительный рост импорта потребительских товаров; общие дезинтеграционные процессы в экономике.

На потребление платных услуг населением оказывает влияние значительное число факторов, как объективного, так и субъективного порядка. Сфера услуг имеет специфические особенности, одна из которых заключается в совпадении процесса удовлетворения потребности в определенной услуге с процессом ее производства. Потребитель услуги дает установку производству в форме заказа, становится активным участником всех его стадий и лично оценивает конечные результаты труда в области обслуживания. Предприятия сферы платных услуг непосредственно создают предметы потребления для удовлетворения физических потребностей человека, и, кроме того, их услуги удовлетворяют потребности в поддержке уже находящихся в процессе потребления предметов. Спрос населения на услуги в значительной мере определяется сформировавшимися потребностями в них населения, определяющими возможный верхний уровень потребления платных услуг. Но величина возможного потребления услуг зависит, прежде всего, от наличия у населения денежных средств. Спрос есть форма проявления той части потребностей населения,

которая обеспечена покупательной способностью, т.е. реально спрос ограничен наличием у населения денежных ресурсов и поэтому для большинства потребителей он пока еще меньше потребностей.

Отражение региональной специфики является важным показателем платежеспособного спроса населения на платные услуги. Это, прежде всего, природно-климатические особенности территорий, уровень их социально-экономического развития, национальные традиции в потреблении.

Как отмечает доцент кафедры логистики и управления качеством Санкт-Петербургского государственного университета сервиса и экономики Мишанков А.Ф., регионы, создававшиеся и развивавшиеся в нерыночной логике, при перемещении их в рыночную среду перестали соответствовать масштабу экономических и социальных процессов открытого рынка. Часть субъектов РФ, включая «мини Россию» - Ленинградскую область, явно оказались не в состоянии обеспечивать на рынках конкурентоспособность собственного хозяйства, в том числе сельскохозяйственной продукцию, продукцию минерально-сырьевого и топливно-энергетического комплексов, а также сформировать рынки услуг. Чрезвычайно высокая доля импортных продуктов на рынке Санкт-Петербурга, превышающая международные нормы продовольственной безопасности, делает его зависимым от цен на продовольствие на внешнем рынке. В то же время, основными целями агропромышленной политики Ленинградской области являются продовольственное самообеспечение области и Санкт-Петербурга, а также независимость от импорта сельскохозяйственной продукции. Однако, отечественные производители в сельских поселениях Ленинградской области, несмотря на наличие крупного потребителя сельхозпродукции в регионе – жителей Санкт-Петербурга, практически не имеют целевого покупателя, помимо самих жителей области. Таким образом, важнейшая задача – поддержка отечественного производителя сельхозпродукции для повышения уровня социально-экономического развития территории, например, в Ленинградской области и Санкт-Петербурге, не обеспечит желаемого эффекта, если не будет решена стратегическая задача по формированию межрегионального рынка. Постепенная рыночная оптимизация хозяйственной деятельности и численности населения в регионах, столкнувшись с неэффективной пространственной организацией страны, привела к росту расходов на поддержание инфраструктурного хозяйства, избыточного в теряющих население и производственные активы территориях и недостаточного в растущих регионах (ограниченность возможностей портового хозяйства, например, в Санкт-Петербурге; экспортных трубопроводов в нефтегазовом комплексе; систем жизнеобеспечения в ЖКХ, транспортной логистики и т.д.

Ленинградская область, несмотря на ее высокий экономический потенциал, выгодное стратегическое положение, возможности интеграции с Санкт-Петербургом, может быть отнесена к третьей группе с уровнем развития сервиса ниже среднего в сравнении с другими регионами России. Таким образом, учитывая пример позитивного взаимодействия Москвы и Московской области, попавших в первый кластер по уровню развития рынков услуг, является целесообразным рассмотрение органами власти Ленинградской области и Санкт-Петербурга возможности усиления интеграции агропромышленных комплексов города и области для расширения поставок продукции областных сельскохозяйственных предприятий для нужд города, поддержки отечественного производителя и обеспечения ценовой доступности товаров и услуг для всех социальных групп населения, так как важнейшая задача органов государственной власти и местного самоуправления – поддержка местного производителя сельхозпродукции для повышения уровня социально-экономического развития территорий не обеспечит желаемого эффекта, если не будет решена стратегическая задача по формированию межрегионального рынка. Аналогичные примеры имеют место в других субъектах и в федеральных округах Российской Федерации.

Именно совокупность регионов – «локомотивов роста» - должна составить новую каркасную структуру пространственной организации России для обеспечения развития инновационной социально-ориентированной экономики. Инновационный социально-ориентированный путь развития предполагает многополярное развитие территории страны и формирование новых региональных и межрегиональных зон опережающего развития. Конфигурация пространственного развития становится более разнообразной, не привязанной жестко к сложившимся энергосырьевым и финансовым зонам развития, появляются новые центры инновационного роста, опирающиеся на концентрацию человеческого и технологического потенциала. При этом важнейшее значение будет иметь «инфраструктурный эффект» формирования городских агломераций, связанный с реализацией крупных транспортных комплексов, мультимодальных логистических центров и информационных узлов, инновационной инфраструктуры и развитие сферы сервиса. К перспективным региональным зонам опережающего развития можно отнести регионы Поволжья и Урала с развитой индустрией, портовые города Дальнего Востока, города Сибири с потенциалом развития инновационной экономики, новые зоны роста на основе

разработки первичных ресурсов - добыча углеводородов на Европейском Севере, в Восточной Сибири и на Сахалине и др. Такой подход может быть основан на системном применении научных прогнозов, целевых программ, балансовых расчетов и методов оптимизации решений, стратегического управления при определении и реализации целей и задач в области социально-экономического развития. Реализация данного подхода при разработке и реализации программ комплексного социально-экономического развития территорий имеет трудности, так как возможна только на основе партнерских отношений органов власти, бизнеса и населения.

#### *Литература*

1. Герасимов Б.И., Гурова Л.Г. Экономический анализ рынка платных услуг в сфере бытового обслуживания региона: Монография. Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2004. 164 с.
2. Мишанков А.Ф. Стратегии формирования рынков услуг при переходе к новой пространственной организации территориальных социально-экономических систем РФ // Сборник научных статей: «Проблемы системной модернизации экономики России: социально-политический, финансово-экономический и экологический аспекты». Выпуск 9. СПб.: НОУ ВПО Институт бизнеса и права, 2010.

#### **7.4. Особенности регулирования структурного развития регионального рынка услуг**

Региональный рынок услуг подвержен более значительному чем рынок вещественных товаров воздействию целого ряда факторов: производственно-экономических (уровень развития отраслей специализации, денежные доходы населения, доступный уровень потребления и т.д.), социальных (социальная структура населения, образование, здравоохранение, культурное обслуживание, физическая культура и спорт и т.д.), демографических, градостроительных (степень урбанизации, транспортные связи, плотность населения), природно-климатических (среднегодовая температура, рекреационные условия и т.д.). Важнейшими факторами формирования рынка услуг являются уровень и динамика покупательного спроса населения, который определяется двумя составляющими – динамикой цен и денежными доходами населения.

Регулирование регионального рынка услуг представляет собой конкретную локальную форму реализации экономических функций государства, которые в самом общем виде должны быть нацелены на решение двух взаимосвязанных и взаимодополняющих задач. Первая и самая главная из них заключается в создании условий функционирования рынка - обеспечении его правовой базы, создании общих «правил игры» для всех хозяйствующих субъектов, стимулировании и защите конкуренции. Вторая, не менее важная функция порождена известным феноменом «провалов рынка». Она состоит в дополнении и корректировке собственно рыночных регуляторов - участия государства в распределении и перераспределении ресурсов и доходов, его активных действиях, направленных на достижение общих целей экономической политики – обеспечении сбалансированного экономического роста, повышении уровня и качества жизни, финансовой стабилизации и стабилизации цен, социальной защите населения, экономической, экологической и военно-политической безопасности.

Важным рабочим инструментом государственного регулирования рынка услуг являются показатели, характеризующие уровень и динамику развития и структуру рынка услуг, изменения цен, спроса и предложения на услуги, затраты, результаты и эффективность функционирования предприятий всех отраслей этой сферы. Экономические показатели представляют собой простейшие модели экономических явлений и процессов, и, в то же время, инструмент количественного их измерения, без которых невозможны экономический анализ, прогнозирование, мониторинг, маркетинг и т.д., а в самом общем виде, управление на федеральном, региональном и муниципальном уровнях, а также все формы и направления менеджмента на предприятии. В условиях рыночных преобразований система показателей рынка услуг должна также отражать результаты процесса реформирования, формирования новых организационно-правовых форм предприятий, развития рынка труда и капитала.

К числу важных направлений дальнейшего развития системы регулирования регионального рынка услуг относится использование механизма регионального маркетинга. Переход к рыночным отношениям порождает необходимость осуществления

отдельных видов маркетинговой деятельности некоторыми региональными и муниципальными органами управления. Целесообразность наделения этих властных структур такими функциями обусловлена тремя причинами: во-первых, большинство малых государственных и муниципальных унитарных предприятия сферы услуг не располагают возможностями осуществлять самостоятельно маркетинг и, в частности, проводить серьезные маркетинговые исследования и коммуникационную политику; во-вторых, маркетинговая деятельность региональных и муниципальных органов управления может обеспечить выработку научно обоснованных рекомендаций, а в некоторых случаях индикативных, «ориентирующих» показателей для негосударственных коммерческих организаций и индивидуальных предпринимателей – участников рынка услуг; в-третьих, осуществление маркетинговых исследований может послужить основой для принятия обоснованных решений по вопросу о профиле, функциях, структуре и задачах вновь создаваемых объектов инфраструктуры регионального рынка услуг.

#### *Литература*

1. Даутов Н.М. Регулирование регионального рынка услуг: содержание, пути совершенствование. Автореф. дисс. канд. эконом. наук. СПб, 2000.

### **ТЕМА 8. ИНФРАСТРУКТУРА РЫНКА ТОВАРОВ И УСЛУГ В РЕГИОНЕ**

- 8.1. Определение, место и роль рыночной инфраструктуры в экономике региона.
- 8.2. Классификация и группировки видов, типов и форм рыночной инфраструктуры региона.
- 8.3. Система статистических показателей рыночной инфраструктуры региона.

#### **Ключевые слова, глоссарий**

*Рыночная инфраструктура* представляет собой сложную организационно-экономическую систему, основными звеньями которой являются отрасли оптовой и розничной торговли, материально-технического снабжения, кредитования и страхования, информационного и правового обслуживания и другие, функционирующие в социально-экономической среде.

*Производственная инфраструктура* включает отрасли обслуживающие производство: транспорт и транспортное хозяйство в целом; связь; линии энергоснабжения; материально-техническое снабжение и сбыт; объекты, обеспечивающие бесперебойное функционирование нефте- и газопроводов, рациональное использование природных ресурсов и охрану окружающей среды.

*Социальная инфраструктура* включает в себя сферы деятельности, обеспечивающие воспроизводство рабочей силы и нормальную жизнедеятельность людей: жильё и коммунальное хозяйство в целом; здравоохранение; образование; гостиничное хозяйство; общественное питание и т.п.

## Методические рекомендации по изучению темы

В результате изучения материала студент должен знать инфраструктуру рынка товаров и услуг в регионе, особенности формирования рыночной инфраструктуры в региональной экономике и ориентироваться в тенденциях развития инфраструктуры рынка товаров и услуг в регионах России.

### 8.1. Определение, место и роль рыночной инфраструктуры в экономике региона

Рыночная инфраструктура представляет собой сложную организационно-экономическую систему, основными звеньями которой являются отрасли оптовой и розничной торговли, материально-технического снабжения, кредитования и страхования, информационного и правового обслуживания и другие, функционирующие в социально-экономической среде.

Развитая рыночная инфраструктура - необходимый атрибут экономики с рыночным механизмом производства, распределения, обращения и потребления в процессе воспроизводства общественного продукта. Эффективное функционирование рынка предъявляет особые требования ко всей системе его институтов, к их опыту и предприимчивости. Формирование современной инфраструктуры объективно предполагает изменение в структуре отношений собственности, развития современных форм общественного производства, обновление и качественное совершенствование государственного сектора экономики.

Инфраструктура - обязательный компонент любой экономической системы. Рыночная инфраструктура представляет собой организационно-экономическую систему, обеспечивающую свободный обмен и перелив различного рода ресурсов - товарных, сырьевых, финансовых, трудовых, информационных, на основе которых возможно функционирование экономически эффективной хозяйственной системы в целом или её отдельных частей, и выполняющая функции её саморегулирования в связи с конъюнктурными колебаниями рынка. Развитая рыночная инфраструктура существенно повышает эффективность экономики, стабилизирует её деятельность, снижая степень неопределённости при принятии хозяйственных решений. Поэтому наиболее актуальной становится задача формирования рыночных структур, взамен прежней командной системы. Применительно к бизнесу инфраструктура представляет собой совокупность организационно-правовых форм, опосредствующих деловые отношения и увязывающих эти отношения, разнообразные и разнособъективные, в одно целое. Инфраструктура современного бизнеса - неотъемлемый компонент деловых отношений.

Существует несколько понятий инфраструктуры:

1. Производственная инфраструктура, к ней относятся отрасли обслуживающие производство: транспорт и транспортное хозяйство в целом; связь; линии энергопередачи; материально-техническое снабжение и сбыт; объекты, обеспечивающие бесперебойное функционирование нефте- и газопроводов, рациональное использование природных ресурсов и охрану окружающей среды.
2. Социальная инфраструктура, к ней относятся сферы деятельности, обеспечивающие воспроизводство рабочей силы и нормальную жизнедеятельность людей: жильё и коммунальное хозяйство в целом; здравоохранение; образование; гостиничное хозяйство; общественное питание и т.п.
3. Рыночная инфраструктура. Инфраструктура рынка как объект управленческого воздействия и как целостная система остаётся совершенно не исследованной. Имеются лишь отдельные работы, обобщающие опыт функционирования бирж, банков, страховых институтов.

В отечественной экономической литературе понятие “рыночная инфраструктура” появилось в начале 80-х годов. Исследуя теоретические проблемы формирования всей системы инфраструктуры народного хозяйства, ряд учёных-экономистов пришёл к выводу о необходимости выделения в качестве объекта исследования относительно самостоятельной подсистемы рыночной инфраструктуры, обслуживающей процессы в сфере обращения. Так Носова С.С. определяет рыночную инфраструктуру как часть инфраструктуры общественного производства, одну из её специализированных форм, назначение которой состоит в обеспечении благоприятных условий для реализации продукта.



В начале 90-х годов понятие рыночной инфраструктуры приобрело новое экономическое содержание в отечественной литературе. Под рыночной инфраструктурой стали понимать комплекс обслуживающих рынок сфер деятельности, формирование которых необходимо для перехода экономики к развитым рыночным отношениям. Так, в известной программе “500 дней” под рыночной инфраструктурой понималась сеть коммерческих оптовых предприятий, торгово-закупочных кооперативов, товарных бирж, ярмарок, коммерческих информационных центров.

С начала 90-х годов появилось большое количество научных работ, посвящённых проблемам рыночной инфраструктуры, в которых исследуются отдельные виды и элементы рыночной инфраструктуры, обслуживающие определённые типы рынков - рынок средств производства, потребительский рынок, финансовый рынок.

Среди работ, представляющих собой комплексное исследование рыночной инфраструктуры, следует отметить работу Мухановой Е.Б., в которой инфраструктура рассматривается как единая система, состоящая из сегментов, обслуживающих различные типы рынков.

В современной экономической литературе существуют различные трактовки понятия “рыночная инфраструктура”. Так по набору элементов, включаемых в состав рыночной инфраструктуры можно выделить группу авторов (Муханова Е.Б., Селезнёв А. и др.), которые расширительно трактуют понятие рыночной инфраструктуры и включают в её состав практически все рыночные институты, а отдельные авторы дополняют их элементами системы государственного регулирования экономики (Муфтиев Г.Г.), или же такими элементами социальной инфраструктуры, как образовательное, медицинское обслуживание и т.п. (Муханова Е.Б.). Другая же группа авторов включает в состав рыночной инфраструктуры только элементы системы товарного обращения - складские, снабженческо-сбытовые, торговые и транспортные организации (Маневич В., Шумаев В.).

Анализ различных определений понятия рыночной инфраструктуры в отечественной экономической литературе позволяет говорить об отсутствии единого методологического подхода как к предмету, так и к объекту исследования.

По нашему мнению, наиболее точно можно определить инфраструктуру рыночной экономики, как совокупность связанных между собой институтов, действующих в пределах особых рынков и выполняющих определённые функции, а классификация рыночной инфраструктуры, её специфическое содержание определяется особенностями рынков, в пределах которых функционируют данные элементы.

Исследования инфраструктуры рынка требует учёта объективных перемен, связанных с экономической реформой и охватывающих:

- ↘ изменение соотношения форм собственности;
- ↘ ограничение сферы непосредственного регулирования государством экономических и социальных процессов, в том числе в области производства и обращения;
- ↘ становление и развитие новых звеньев, формирующих конструкцию инфраструктуры рынка.

Рыночная экономика предполагает, что большинство решений принимаются децентрализованно различными экономическими агентами независимо друг от друга. Решения принимаются ими на основе информации о состоянии рынка, имея целью устойчивое получение прибыли. Связывание агентов рынка в единое целое происходит посредством возникновения между ними определённых (рыночных) отношений - отношений обмена. Осуществляются такие отношения в большинстве своём опосредственно с помощью институтов рыночной инфраструктуры.

Рыночная инфраструктура - это элемент экономики, выполняющий функции по оказанию услуг экономическим агентам с целью создания нормальных условий их функционирования на основе законов рыночной экономики. Рыночная инфраструктура опосредствует интеграцию всех элементов рыночного сектора экономики в единую систему.

Основная социально-экономическая функция инфраструктуры - обслуживание общественного производства. Рыночная инфраструктура обслуживает общественное производство на коммерческой основе.

Рыночная инфраструктура подразделяется на несколько блоков, выполняющих одну из конкретных функций по интеграции отдельных агентов товарного хозяйства в единую макроэкономическую систему.

В то же время, производственная инфраструктура и рыночная инфраструктура частично пересекаются. Например, и к производственной инфраструктуре, и к рыночной можно отнести товарные биржи и брокерские конторы. Это предприятия, с одной

стороны, отрасли материально-технического обслуживания, а с другой стороны, элементы инфраструктуры, обеспечивающие товародвижение в рыночном хозяйстве.

Можно выделить ряд функций, общих для всех элементов рыночной инфраструктуры:

1. Интеграция отдельных элементов экономики в единую экономическую макросистему, повышение взаимосвязанности экономики в целом и отдельных её частей; построение взаимоотношений между отдельными элементами экономики на основании законов рыночного хозяйства.

Именно благодаря наличию рыночной инфраструктуры происходит перелив капитала между отраслями, подотраслями и более мелкими структурными единицами народного хозяйства, вплоть до отдельных предприятий; миграция рабочей силы между регионами и отраслями; движение товаров и так далее.

2. Предоставление агентам рыночного хозяйства специализированных услуг по осуществлению связей с другими элементами рыночной экономики, обеспечивающих нормальное функционирование последних.

Эти услуги представляют те виды деятельности, осуществление которых клиентами элементов рыночной инфраструктуры привело бы к значительному росту издержек вследствие падения уровня их специализации. Процесс разделения труда приводит к тому, что определённые виды деятельности переходят от одних экономических агентов к другим инфраструктурным экономическим агентам, концентрируясь у последних и обеспечивая более низкий уровень их издержек, а, следовательно, и суммарный в масштабах всей экономики уровень издержек. Таким образом, специализация объектов рыночной инфраструктуры на оказании определённых услуг является предпосылкой повышения экономической эффективности в масштабах общества.

3. Повышение информационной обеспеченности хозяйственных агентов.

Все элементы рыночной инфраструктуры в результате своего функционирования производят информацию потребляемую хозяйственными агентами в процессе принятия решений о своей деятельности в настоящем и будущем. Так как, рыночная инфраструктура связывает хозяйственных агентов в единую макроэкономическую систему, то вполне естественно, что именно она обладает наиболее подробной информацией об отдельных агентах, их взаимосвязях, и на этой основе формирует наиболее надёжную и подробную информацию о макроэкономических процессах.

В современных рыночных экономиках информация, производимая институтами рыночной инфраструктуры, мгновенно становится достоянием всех хозяйственных субъектов, так как предоставление максимально полной информации о своей деятельности является необходимой предпосылкой выживания в конкурентной борьбе. В российских условиях подобная информация изначально стала товаром, продажа которого приносила дополнительный доход институтам рыночной инфраструктуры.

4. Предоставление органам управления экономической возможности эффективного регулятивного воздействия на рыночный сектор экономики.

В условиях рыночной экономики именно рыночная инфраструктура - основной сектор восприятия отдельными хозяйственными агентами регулятивного воздействия со стороны органов регулирования. Воздействие, производимое посредством институтов рыночной инфраструктуры, чрезвычайно чутко воспринимается всеми агентами рыночной экономики.

Институты рыночной инфраструктуры могут быть использованы в качестве рычагов воздействия агентами рыночного хозяйства в своих целях. Как известно, цели государственного регулирования и цели агентов рыночного хозяйства не всегда совпадают. Государство преследует цели создания условий для стабильного, поступательного развития экономики. Агенты рыночного хозяйства, в том числе собственники институтов рыночной инфраструктуры, преследуют цель получение прибыли. Получить эту прибыль можно как вследствие создания институтов, обеспечивающих оптимальное функционирование своих предприятий (здесь их цели совпадают с целями государства), так и вследствие использования этих институтов для деформации рыночной конъюнктуры в своих интересах (здесь их интересы противоположны интересам государственного регулирования). Задача государства в этих условиях - ликвидировать возможности такого использования институтов рыночной инфраструктуры (путём соответствующего законодательного обеспечения их деятельности), либо максимально ограничить негативные последствия действий рыночных агентов, направленных на деформацию ситуации (путём участия в работе институтов рыночной инфраструктуры).

Рыночная инфраструктура должна быть адекватна уровню развития производительных сил в обществе на каждом этапе развития. Современная экономика требует наличия мощных торгово-складских комплексов, информационно-коммерческих сетей, высокоэффективных средств финансово-кредитных расчётов и др. Особенно важную роль рыночная инфраструктура играет в размещении производительных сил и экономическом развитии регионов. Недостаточный уровень развития рыночной инфраструктуры в ряде регионов РФ неизбежно приводит к снижению деловой активности, слабому развитию региональных рынков, нарушению нормального воспроизводственного процесса в регионах.

Рыночная инфраструктура представляет собой каркас, на котором основывается система региональных рынков. Формирование развитой системы рыночной инфраструктуры является объективно необходимой предпосылкой эффективного функционирования всего регионального воспроизводственного процесса в условиях рыночной экономики. Рыночная инфраструктура объединяет сферы производства, обращения и потребления в единую последовательную цепочку, обеспечивает ускорение оборота материальных, финансовых и информационных потоков в экономике, способствуя повышению эффективности общественного развития. Комплексное исследование проблем развития рыночной инфраструктуры с позиций её взаимодействия с хозяйствующими субъектами в процессе регионального воспроизводства предполагает рассмотрение различных аспектов её формирования и функционирования, что вызывает необходимость применения методологии системного подхода.

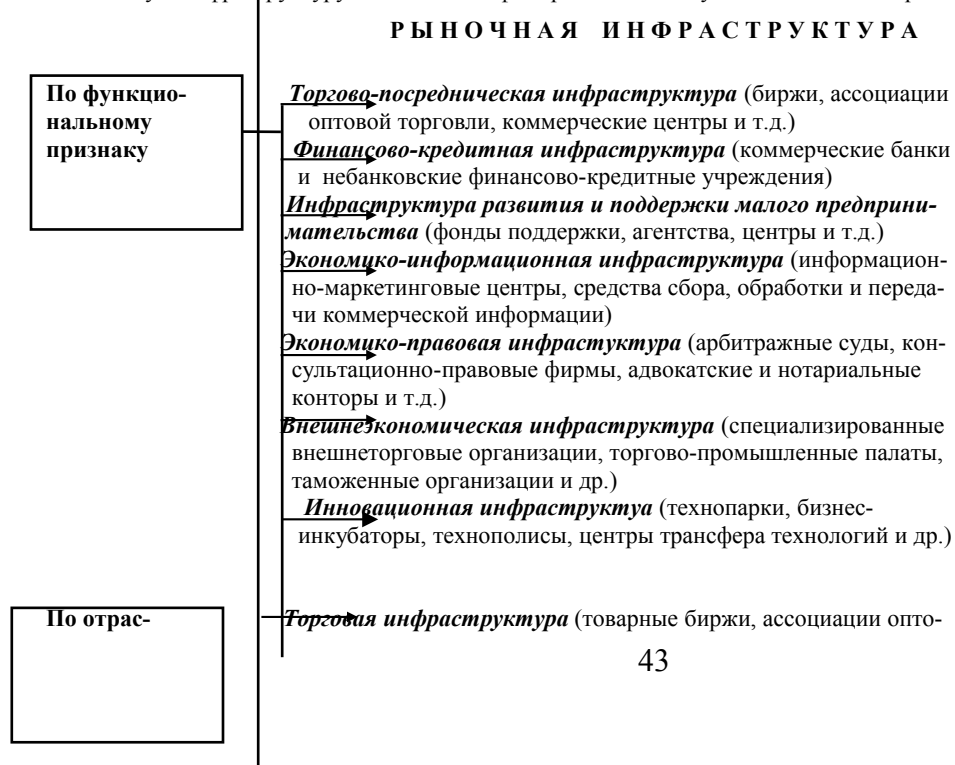
Таким образом, рыночная инфраструктура представляет собой сложную организационно-экономическую систему, основными звеньями которой являются отрасли оптовой и розничной торговли, материально-технического снабжения, кредитования и страхования, информационного и правового обслуживания и другие, функционирующие в социально-экономической среде. Рыночная инфраструктура как организационно-экономическая система обладает внутренними взаимосвязями и взаимозависимостями входящих в её состав элементов и находится в непосредственном взаимодействии с другими системами экономики региона, соединена с ними прямыми и обратными связями, изменяющимися во времени и пространстве.

### Литература

1. Коношко Л.В. Региональная рыночная инфраструктура. Хабаровск: Хабаровская государственная академия экономики и права, 2010.

## 8.2. Классификация и группировки видов, типов и форм рыночной инфраструктуры региона

Рыночную инфраструктуру можно классифицировать по следующим основным признакам (рис.8.1).



левому  
признаку

- вой торговли, оптово-розничные объединения, посреднические торгово-закупочные фирмы, универсальные и специальные оптовые базы, внешнеторговые фирмы, торговые дома, оптовые ярмарки, выставки, павильоны)
- **Снабженческо-сбытовая инфраструктура** (федеральная контрактная система, система государственных резервов складов, региональные коммерческие центры и фирмы, снабженческо-сбытовые ассоциации, специализированные базы и хранилища, оптово-посреднические фирмы)
- **Заготовительная инфраструктура** (предприятия по заготовке сельскохозяйственной продукции, предприятия по заготовке хлебопродуктов, посреднические заготовительные и закупочные организации)
- **Финансово-кредитная инфраструктура** (коммерческие банки, небанковские кредитно-финансовые институты, валютные и фондовые биржи, страховые фирмы и компании)
- **Информационно-вычислительная инфраструктура** (информационно-вычислительные центры коммерческой информации, телекоммуникационные сети, центры компьютерных услуг, фирмы информационного обслуживания)
- **Общекommerческая инфраструктура** (маркетинговые фирмы, рекламные агентства, консультационные фирмы, бизнес-центры и центры делового сотрудничества, торгово-промышленные палаты)

По  
признаку  
обслужи-  
вания  
рынков

- **Общерыночная инфраструктура универсального характера, обслуживающая несколько различных рынков** (коммерческие банки, страховые компании, консультационные, аудиторские фирмы, информационные центры)
- **Инфраструктура, обслуживающая отдельные рынки** (потребительский рынок, финансовый рынок, рынок недвижимости)

По про-  
странствен-  
ному  
признаку

- **Международная инфраструктура** (международные коммерческие банки, биржи, страховые компании, торговые представительства иностранных фирм, филиалы иностранных банков, внешне-торговые фирмы, таможенные организации, международные ярмарки и аукционы, центры международной торговли, фирмы по продаже недвижимости за границей)
- **Национальная инфраструктура** (ассоциация коммерческих банков, биржевой союз, торгово-промышленная палата, аудиторская палата, федеральная контрактная система, общероссийские коммерческие банки, биржи общенационального значения, общероссийские инвестиционные фонды и компании, общенациональные телекоммуникационные сети и центры коммерческой информации)
- **Межрегиональная инфраструктура** (межрегиональные ассоциации коммерческих банков, крупные коммерческие банки межрегионального значения, межрегиональные биржи, межрегиональные ассоциации оптовой торговли, оптово-посреднические фирмы регионального значения, межрегиональные оптовые ярмарки)
- **Региональная инфраструктура** (ассоциации оптовой торговли, посреднические торгово-закупочные организации, региональные коммерческие центры, коммерческие банки регионального значения, региональные инвестиционные фонды, финансовые компании, торговые дома, центры по изучению спроса и емкости региональных рынков, арбитражные суды, региональные информационно-вычислительные центры и телекоммуникационные сети)
- **Городская, районная инфраструктура** (оптовые и мелкооптовые фирмы, маркетинговые фирмы, рекламные агентства, агентства по продаже недвижимости и обмену жилья, адвокатские конторы,

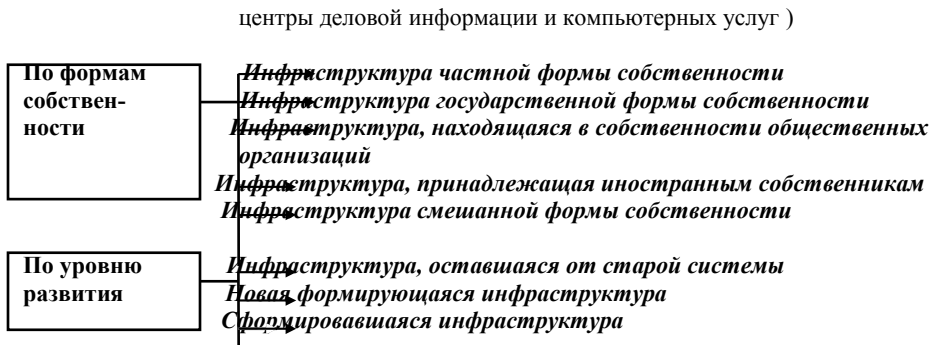


Рис. 8.1 – Классификация рыночной инфраструктуры

#### Литература

1. Коношко Л.В. Региональная рыночная инфраструктура. Хабаровск: Хабаровская государственная академия экономики и права, 2010.

### 8.3. Система статистических показателей рыночной инфраструктуры региона

Переход к международной методологии учета и статистики внес существенные изменения в содержание многих понятий. Это относится и к новой категории - рыночной инфраструктуре региона.

Так в новых условиях рыночной экономики было пересмотрено отношение к сфере производства услуг и её участию в общественном производстве, уточняется классификация отраслей экономики по сферам деятельности, вводится новое для отечественной практики деление экономики на сектора.

Для осуществления анализа рыночной инфраструктуры региона, основанного на принципах системного подхода и рассмотрению ее в качестве динамично развивающейся системы необходимо определить систему измерителей данного процесса и проводить классификацию и группировку подсистем рыночной инфраструктуры.

Система статистических показателей рыночной инфраструктуры региона должна характеризовать, с одной стороны, масштабы, динамику и структурные изменения в самой инфраструктуре, а с другой – влияние инфраструктуры на развитие базовых отраслей экономики региона и определение соответствия структуры основного производства и производственной инфраструктуры, а также соответствия социальной инфраструктуры потребностям населения региона.

В системе необходимо выделять блоки показателей, описывающих все стороны процесса воспроизводства данной сферы деятельности: показатели материально-технического и трудового потенциала рыночной инфраструктуры региона и их носителей, его качества и степень использования; наличие и использование трудовых ресурсов, рабочего времени и фонда оплаты труда по компонентам; показатели, характеризующие развитие «сети» производственного обслуживания; показатели, характеризующие производственные результаты функционирования отраслей инфраструктуры; показатели, характеризующие производственные затраты, себестоимость производимых услуг; показатели, характеризующие процесс интенсификации производства отраслей инфраструктуры, факторы, влияющие на повышение его эффективности, внедрение в инфраструктуру достижений НТП; показатели, отражающие соответствие уровня и структуры инфраструктуры региона требованиям основного производства нуждающихся в услугах инфраструктуры; показатели межрегионального и международного сопоставления развития инфраструктуры. Каждый из указанных выше блоков содержит конкретный перечень абсолютных и относительных показателей специфических каждому блоку.

Данная система должна включать и блок обобщающих сводных показателей конечных результатов, интенсификации и эффективности функционирования рыночной инфраструктуры региона, ее влияние на развитие экономики региона и всей страны.

Для анализа фактических показателей, характеризующих деятельность рыночной инфраструктуры реального сектора региона используются и ряд нормативных показателей, таких как: основные фонды производственной инфраструктуры в расчете на душу населения региона и на численность занятых в базовых отраслях экономики: на 1000 кв.км экономически активной

территории, на 1000 га пашни, отношение основных фондов инфраструктуры региона к валовому региональному выпуску и валовому региональному продукту, валовой и чистой продукции промышленности сельского хозяйства; отношение капитальных вложений, выделенных на развитие инфраструктуры региона к валовой добавленной стоимости и ВРП; доли видов инфраструктуры региона по основным фондам, капиталовложениям, численности занятых – предназначены для определения обеспеченности территории региона и страны в целом объектами инфраструктуры, уровня и эффективности ее развития.

По такой же схеме строится и система статистических показателей социальной инфраструктуры региона. Социальная инфраструктура региона объединяет отрасли услуг, которые обеспечивают общие условия жизнедеятельности людей – здравоохранение, систему образования и культуры, систему учреждений отдыха, туризм и др. Таким образом, социальная инфраструктура региона обеспечивает рост жизненного уровня народа, условия для всестороннего развития физических и умственных способностей людей – членов домохозяйств. В соответствии с этим определяется и система статистических показателей этого вида инфраструктуры.

В статистике разработан конкретный перечень показателей каждого блока показателей. Данную систему необходимо непрерывно обновлять, совершенствовать в соответствии новыми задачами, стоящими перед развитием экономики региона

Для примера рассмотрим построение фрагментов системы показателей, характеризующих рыночную инфраструктуру, состоящую из блоков показателей по двум совместным признакам: отраслевому и функциональному.

#### Статистика торгово-посреднической инфраструктуры региона

Торгово-посредническая инфраструктура занимает первое место в распределении объектов инфраструктуры по отраслевому признаку и по характеру обслуживания рынка в регионах. В функцию торгово-посреднической инфраструктуры входит обеспечение предприятий сырьем, материалами, оборудованием и другими товарами и услугами и организация сбыта произведенной продукции по различным каналам сферы обращения.

Реализация экономических связей в системе регионального воспроизводственного процесса осуществляется посредством обмена деятельности, товаров и услуг индивидуального и коллективного потребления, а также производственно-технического назначения, объединяющего специализированные виды трудовой деятельности в единое целое. Постоянное возобновление производства предполагает реализацию ранее произведенных товаров через каналы сферы обращения\*. В свою очередь сфера обращения подразделяется на две относительно самостоятельные подсистемы: сфера обращения потребительских товаров и сфера обращения средств производства; первая обслуживает домашние хозяйства, вторая обслуживает предприятия по производству товаров и услуг. Все объекты рыночной инфраструктуры, будучи взаимосвязаны, должны составлять единое целое, чтобы обеспечить высокую эффективность ее функционирования как неперемного условия развития экономики региона. Для нормального функционирования торгово-посреднической инфраструктуры обязательное условие является создание материально-технической базы, формирующей экономический потенциал данной инфраструктуры.

Статистический анализ развития материально-технической базы торгово-посреднической инфраструктуры (оптово-розничные предприятия, региональные коммерческие центры, посреднические торгово-заготовительные организации, биржи, брокерские фирмы и конторы, ассоциации оптовой торговли и др.) подразумевает анализ количественных и качественных показателей наличие и состояние складских помещений, хранилищ, распределительных холодильников, торговых помещений, торгового оборудования, специализированного транспорта, тарно-контейнерного хозяйства, погрузочно-разгрузочных средств, механизмов и др. Среди них требует рассмотрения, в первую очередь, материально-техническая база оптовой и розничной торговли, которая должна обеспечить не только нормальный ход процесса обращения, но и сохранность потребительских качеств реализуемой продукции.

#### а) Статистика инфраструктуры потребительского рынка в регионе

Важная роль в формировании и деятельности рыночной инфраструктуры принадлежит региональному потребительскому рынку, представляющий собой территориальную организацию сферы обращения, обеспечивающий удовлетворение необходимых потребностей населения и способствующих эффективному функционированию региональной экономики и повышению уровня жизни населения.

Потребительский рынок региона включает в себя следующие укрупненные сегменты: рынок продовольственных товаров; рынок предметов длительного пользования населения; рынок потребительских услуг; рынок недвижимого имущества. Данные виды

(сегменты) потребительского рынка взаимодействуют между собой, на основе взаимосвязанной системы сделок купли-продажи и обеспечивают на этой основе жизненные потребности населения.

В систему показателей состояния и развития инфраструктуры потребительского рынка региона входят следующие:

- стоимость основных фондов в целом, в отраслях рыночной сферы и их доля в общем объеме;
- число предприятий, занимающихся реализацией и хранением товаров и их распределением по типам и видам;
- размер торговых предприятий: магазинов, торговых площадей, палаток, киосков, предприятий услуг и складов, предприятий общественного питания – число мест для посетителей;
- пропускная способность торговых предприятий: число покупателей, товарооборот на 1 предприятие, на кв.м. торговой площади, среднее число работников на 1 предприятие;
- коэффициенты плотности торговых предприятий: число предприятий, их площадь на 10 тыс. жителей;
- число работников: всего, в среднем на 1 предприятие, на кв.м. площади, товарооборот на одного работника и др.
- экономические результаты функционирования торгово-посреднической инфраструктуры и др.

Показатели, отражающие емкость рынка потребительских товаров, позволяют охарактеризовать региональные различия в обеспеченности его инфраструктурой, что дает возможность определить место каждого региона в экономике России.

Динамический аспект изучения обеспеченности инфраструктуры потребительского рынка в регионах можно осуществить на основе разных показателей, отражающих число и размер торговых предприятий, общей площади магазинов, товарооборот, численность работников и т.д. Все показатели отчетного периода сравниваются с теми же показателями базисного периода, используя при этом разные математико-статистические расчеты.

В условиях современного рынка предприятия необходима работа служб маркетинга, применяющих научно-обоснованные методики прогнозирования структуры спроса с учетом изменения доходов населения и цен для составления текущих и перспективных заявок.

Для количественной и качественной характеристики роли торгово-посреднической инфраструктуры в процессе производства в регионе необходимо использовать ряд показателей, характеризующих ее долю в объеме ВРП, объеме капитальных вложений и в численности занятых в региональной экономике. Удельный вес валовой добавленной стоимости отраслей торгово-посреднической инфраструктуры в ВДС региона показывает роль этих отраслей в формировании данного показателя. Тенденция роста удельного веса численности занятых показывает, что торгово-посредническая инфраструктура является сферой привлечения рабочей силы, высвобождающейся из промышленности и других отраслей в процессе структурной перестройки экономики региона.

Успехи коммерческой деятельности во многом определяются развитием рекламного дела, что приводит к применению важнейших статистических характеристик процесса создания, продвижения и потребления рекламной продукции.

Основным элементом рекламной инфраструктуры выступают особые предприятия – рекламные агентства.

Рекламные агентства выполняют широкий круг видов деятельности, связанный с формированием общественного мнения различных форм торговой деятельности, подготовкой коммерческой литературы, престижных мероприятий и др.

Система показателей статистики рекламы включает следующие основные разделы: показатели сети рекламных предприятий, организационную структуру и оснащенность активами; показатели деятельности рекламных организаций и ее эффективность и др.

На основе конкретных показателей осуществляется анализ состояния и развития рекламы, ее удельный вес в затратах населения.

#### б) Статистика региональных товарных бирж

В условиях перехода России на рыночные отношения, важная роль в оснащении средствами производства принадлежит товарным биржам.

Товарные биржи, как вид инфраструктуры региона, обеспечивают деятельность субъектов рыночной экономики путем концентрации спроса и предложения на региональном рынке, осуществляя главную цель – организацию свободных торгов.

Региональные товарные биржи определяются как добровольными самоуправляемыми объединениями, организованными для создания условий осуществления торговых, коммерческо-посреднических и иных операций. Однако сами биржи не заключают сделки и не занимаются коммерческим посредничеством, они, как было сказано выше, организуют свободные торги.

Региональные товарные биржи выполняют следующие функции: проведение торгов, аукционов; продажа контрактов; заключение хозяйственных договоров на поставку продукции; предоставление клиентам перечня информационных, рекламных и иных коммерческих услуг. Деятельностью товарных бирж характеризуется чистотой сделок, высокой ликвидностью рынка, небольшим разрывом между ценой продавца и покупателя, низкой колеблемостью цен.

В настоящее время на региональном уровне функционируют различные формы бирж: товарные, товарно-сырьевые, фондовые, товарно-фондовые, универсальные и др. Торгово-фондовые биржи занимаются и операциями с ценными бумагами.

Выполняя функцию регулирования цен на региональном уровне, товарные биржи нивелируют колебания цен на один и тот же товар с помощью котировок. Фиксируя контрольные цены и публикуя средние цены товаров, биржа осуществляет естественное регулирование цен в регионе. Котировальная цена оказывает заметное обратное воздействие на рынок, т.е. данная цена становится ориентиром не только для товарных сделок на бирже, но и за ее пределами.

Биржевые операции осуществляются не покупателями или продавцами, а биржевыми посредниками – брокерами и дилерами. Брокеры совершают сделки от имени клиента и за его счет, получая при этом комиссионное вознаграждение. Дилеры же осуществляют сделки по поручению клиентов, но от своего имени и за свой счет. Они приобретают товар в собственность и заинтересованы продать его дороже, чем купили. Посредники в лице брокера или дилера получают поручение клиента на продажу или покупку, включающие три параметра: количество товара (число типовых контрактов), срок поставки и цену. Расчет с клиентом осуществляется непосредственно через расчетную палату биржи. Брокеры и другие посредники уплачивают бирже определенный процент с каждой сделки.

Для осуществления деятельности бирж в регионах требуется соответствующее материально-техническое обеспечение: компьютеризованные рабочие места, современные средства связи, оргтехника, телекоммуникационные сети и специальное оборудование для обмена большими массивами информации с товарными биржами других регионов, для хранения информации в виде крупных баз данных со сложной структурой. Это связано с накоплением информации, отражающей деловую активность участников биржи. Биржа – это атрибут рыночной экономики, поэтому она неизбежно оказывается вовлеченной в конкурентную борьбу.

На региональной товарной бирже осуществляются разные виды сделок, а именно:

- сделки с реальными товарами;
- форвардные сделки – срочные сделки с реальными товарами с отсроченной уплатой по ценам, допускающие игру на разнице цен;
- фьючерсные сделки – срочные сделки, не предусматривающие фактической поставки товара, представляющие собой торговлю контрактами на покупку или продажу товара;
- опционы – срочные сделки с условием на основании договора, в соответствии с которым один из участников приобретает право покупки или продажи товара по фиксированной цене в течение некоторого периода времени, выплачивая другому участнику денежную премию за обязательство обеспечения при необходимости реализации этого права;
- хеджирование – форма страхования кассовых сделок от ценовых рисков, позволяющая стабилизировать цены;
- спрединг – особая форма сделок, позволяющая извлекать выгоду из разных фьючерских контрактов, внутрирыночных, межтоварных и межрыночных.

Анализ деятельности региональных товарных бирж осуществляется с помощью адекватной системы статистических показателей. Данная система включает следующие блоки показателей:

- число бирж, их состав (группировка бирж по видам и товарной специализации) и размер (распределение бирж по размеру уставного капитала и число членов пайщиков);
- показатели биржевой инфраструктуры: стоимость основных фондов, размеры операционного зала, число оборудованных мест, численность и состав работников, обеспеченность информационно-вычислительным оборудованием, число брокерских контор, число и площадь складских помещений;
- показатели спроса и предложения на бирже: число и стоимостной объем заявок на продажу и покупку товаров, средний объем заявок на продажу и покупку товаров, и их динамику;



- показатели товарооборота бирж: объем и структура товарооборота, индекса товарооборота и индекс ассортиментных сдвигов;
- показатели деловой активности на биржевом рынке (число сделок, доля сделок с реальным товаром и срочных сделок, среднее число сделок на одну биржу); показатели хеджирования (размер страховых сделок, размер депозитов, размер маржи и др.);
- биржевая цена: базовые цены, цены предложения, спроса и продажи, средние цены за период, индекс цен, среднее отклонение цен, котировка цен по сделкам с реальными товарами и фьючерсами;
- показатели эффективной биржевой деятельности: биржевые издержки, их уровень и структура. Доходы от биржевых операций, чистая прибыль, дивиденды пайщиков, налоги и другие обязательные платежи, рентабельность уставного капитала, товарооборота, одного места и одной сделки и др.

Необходимая информация для расчета показателей региональной биржевой статистики обеспечивается следующими источниками: государственная статистическая отчетность, бухгалтерская отчетность, данные учетной и котировочной палаты, отчетность брокеров, данные типовых контрактов и др.

Статистическая практика других стран в этой области показывает на то, что следует разграничивать сферы действия товарных бирж от торговых домов, передавая первым потребительские и другие небиржевые товары.

#### 4. Некоторые аспекты анализа рыночной инфраструктуры региона

В процессе анализа рыночной инфраструктуры следует обратить особое внимание на балансовые пропорции и соотношения между основным производством и производственной инфраструктурой, которую можно определить путем сравнения темпов роста объема производства продукции нуждающихся в услугах инфраструктуры и темпов роста емкости специализированных складов, холодильников, мощностей перевозки и др. Соотношения между основным производством и производственной инфраструктурой выражаются в виде пропорций и коэффициентов опережения следующего типа соотношение между ростом продукции базовых отраслей и объемом инфраструктурных услуг по видам, ростом основных производственных фондов, ростом капитальных вложений, соотношение между объемами закупок сельскохозяйственной продукции и емкости хранилищ (по видам) и др.

Для комплексного анализа инфраструктуры необходимо разработать систему сводных и аналитических таблиц и балансовых построений, позволяющих решить следующие задачи:

- определить место и вклад инфраструктуры в развитие экономики региона;
- дать характеристику уровня развития данного комплекса в регионе по сравнению с другими регионами;
- измерить влияние факторов роста производительности труда в отраслях инфраструктуры;
- выявить неиспользованные резервы, пути сокращения потерь и непроизводительных расходов, вызванных несоответствием между основным производством и производственной инфраструктурой.
- Пропорциональность развития основного производства и производственной инфраструктуры предлагается определить с помощью балансового метода, а именно:
  - баланса соответствия производственной площади специализированных хранилищ основными продуктами хранения;
  - баланса соответствия объема производимой продукции, подлежащей транспортировке, и среднегодовой мощности средств транспортировки;
  - баланса соотношения между объемами сельскохозяйственной продукции и объемами государственных и иных закупок (по продуктам и группам продуктов) и др.

Применение межотраслевого метода, использование системы коэффициентов прямых и полных затрат и коэффициентов распределения (по МОБ) обеспечит высокое качество анализа развития производственной инфраструктуры в системе регионального комплекса.

Следует, однако, отметить, что в системе национальных счетов инфраструктура не выделяется в отдельный блок отраслей или сектор экономики. Она отражается как отдельными отраслями или вместе с теми отраслями или секторами экономики, которые обслуживаются инфраструктурными услугами.

При составлении счетов производства и образования доходов в отраслевом разрезе выделяются как самостоятельные отдельные отрасли инфраструктуры: транспорт всех видов, торговли и общественного питания, образования и т.д. Для каждой отрасли определяются свои собственные показатели СНС: выпуск, промежуточное потребление, добавленная стоимость по элементам и др. Однако, в сводных расчетах СНС по регионам и по экономике в целом не составляется отдельный блок отраслей и подотраслей производственной или социальной инфраструктуры как самостоятельный раздел СНС. Это, конечно, затрудняет проведение анализа состояния и развития инфраструктуры и ее влияние на производство на региональном уровне, так и по экономике в целом. Инфраструктурные вопросы анализируются в больших предприятиях и в отдельных ведомствах.

В международной статистической практике проводится группировка стран на развитые и слаборазвитые страны по уровню развития отдельных отраслей инфраструктуры, таких как транспорт, дорожная сеть, складское хозяйство, средства информации и связи.

Следует отметить, что неразвитость инфраструктуры, с одной стороны, не позволяет ей в полной мере выполнять свою основную предназначенность – создать необходимые условия для нормального хода воспроизводственного процесса, углубление общественного разделения труда и налаживания рыночных отношений, а с другой – ведет к громадным прямым потерям.

В условиях, когда усиливаются системные межотраслевые, межрегиональные и международные связи, производственная инфраструктура выступает как важнейший фактор реализации внутренних резервов экономического роста, обеспечивает повышение мобильности всех видов ресурсов за счет улучшения системы их транспортировки, накопления, хранения, регулирования и обращения, за счет совершенствования инфраструктурного обеспечения экономических процессов.

Анализ показывает, что производственная инфраструктура региона является мощным фактором ресурсосбережения. Поскольку значительная часть эффекта от функционирования и развития производственной инфраструктуры проявляется вне отраслей транспорта, связи, снабжения и сбыта, при рациональных режимах работы этого комплекса можно рассчитывать на получение экономии различных видов ресурсов практически во всех отраслях и секторах экономики.

Международная и отечественная статистическая практика располагает богатым арсеналом методов и приемов исследования относительно как состояния, структуры и динамики самой инфраструктуры, так и измерения и анализа влияния инфраструктуры на базовые отрасли экономики, тем самым на повышение интенсификации и эффективность производства и жизненного уровня домашних хозяйств.

Внедрение системы национальных счетов в регионе и разработка МОБ по концепции СНС создает предпосылки для глубокого анализа состояния и развития не только производственной, но и социальной инфраструктуры на экономический рост в регионе.

При изучении состояния и развития рыночной инфраструктуры региона следует обратить внимание на вопросы интенсификации и эффективности функционирования данной инфраструктуры.

Интенсификация инфраструктуры, снижение ее совокупных затрат на создание общих условий производства, охватывающих фазы обмена, распределения и потребления, имеет все возрастающее значение. Использование в инфраструктуре высокоэффективных средств производства создает условия для роста производительности труда во всех отраслях экономики региона.

Инфраструктура каждой отрасли и экономики региона в целом имеет и свое особенное проявление косвенного эффекта. К примеру, косвенный эффект транспорта выражается в том, что налаженная его работа, высокая скорость доставки вызывает снижение потерь продукции, способствует ускорению оборачиваемости, скорейшему удовлетворению потребностей производства и населения в определенном виде продукта. При этом могут быть выделены основные направления косвенного воздействия инфраструктуры на эффективность общественного производства региона.

- Ускорение темпов воспроизводства, которое во многом зависит от того, насколько будет сбалансирована инфраструктурная деятельность в регионе. Чем слаженнее она будет, тем скорее выпуск товаров и услуг региона будет проходить через различные фазы воспроизводства, ускорится оборачиваемость оборотных средств, сократится длительность воспроизводственного цикла в регионе.

- Снижение потерь продукции благодаря развитию инфраструктуры. Считается, например, что потери из-за недоразвития инфраструктуры существенны, особенно в сельском хозяйстве.

- Развитие рыночной инфраструктуры в регионе освобождает производителей от функций, несвойственным им, что способствует дальнейшему росту специализации производства и кооперирование.
- Ускорение оборачиваемости оборотных средств, уменьшение запасов в производственных отраслях выступает как важный резерв повышения эффективности производства.

Широкое распространение получили методы определения и учета косвенного эффекта инфраструктуры. Ведется работа по исчислению косвенного эффекта в отдельных ее отраслях, в определенных регионах, в целом по всему региональному комплексу инфраструктуры. Наибольшее внимание уделяется исчислению косвенного эффекта на транспорте, так как от налаженной его работы достигается высокая скорость доставки, снижаются потери продукции, ускоряется ее оборачиваемость, повышается степень удовлетворения потребностей производства и населения в определенном виде продукта.

#### *Литература*

1. НИУ «Высшая школа экономики» / <http://www.hse.ru/data/2012/02/24/1266143523/%D0%9B%D0%B5%D0%BA%D1%86%D0%B8%D1%8F%208.doc>