

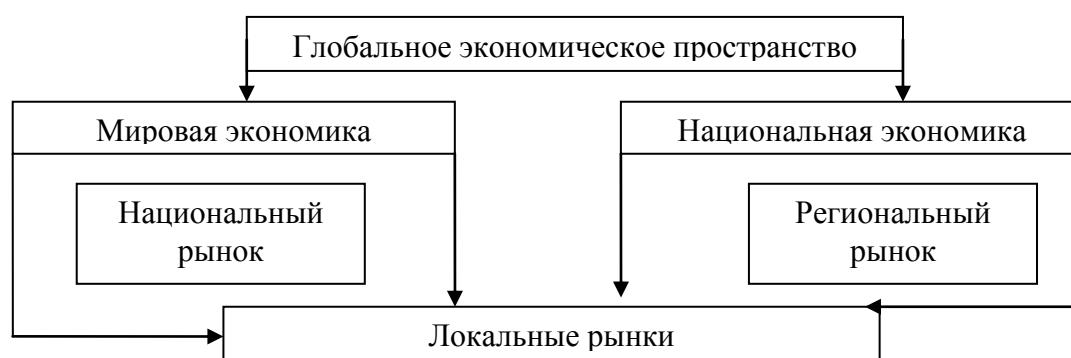
## ФОРМИРОВАНИЕ И ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ЛОКАЛЬНЫХ РЫНКОВ

*Н.К. Орлова, Е.А. Стрябкова  
г. Белгород, Россия*

Современный этап развития нашей страны характеризуется возрастанием роли регионов, формированием региональных рынков и инфраструктуры. Регион – это подсистема социально-экономического комплекса страны, которая отличается самостоятельностью, законченным циклом воспроизводства и спецификой социально-экономических процессов. Большое значение для развития региона имеет уровень развития локальных рынков. Поэтому необходимо проводить анализ теоретических и практических проблем организации региональных рынков и закономерностей их формирования и развития.

Актуальность проблемы локальных рынков заключается в том, что за все время исследования рыночной экономики очень мало внимания было уделено локальным рынкам. Несмотря на то, что именно эти рынки имеют одно из решающих значений в доведении товаров и услуг глобальных и национальных рынков до конечного потребителя – их исследование было нивелировано в решении сугубо региональных проблем. В то же время на локальных рынках решается подавляющее большинство проблем, которые наиболее тесно связаны с удовлетворением повседневных потребностей человека.

Именно на местных (локальных) рынках человек решает основные проблемы, связанные с обеспечением его жизнедеятельности. К примеру, рынки медицинских, коммунальных, бытовых, транспортных услуг, продовольственных товаров и др. – все это локальные рынки, именно через которые реализуются товары и услуги, обеспечивающие первоочередные нужды и потребности населения [5, с. 31]. Развитие местных рынков также способствует созданию дополнительных рабочих мест, обеспечению дополнительных доходов населения и, в то же время, создает благоприятные условия в части доступности этих товаров и услуг. Соответственно, локальные рынки значительно способствуют наполнению местных и государственных бюджетов.



**Рисунок 1 - Роль и место локальных рынков в глобальном экономическом пространстве**

Теория рынков, и в первую очередь, рынков реального сектора экономики, а это рынки товаров и услуг, посвятили свои исследования многие авторы, среди которых М. Портер, М. Маршалл, У. Изард, М. Белявцев, Б. Райзберг, В. Комаев, А. Гранберг, В. Точилин, Г. Алехнович, В. Кучеренко, Э.Дж. Делан, Э. Дефальвар и другие.

В контексте развития теории товарных рынков, и в том числе локальных рынков, рассмотрим существующие подходы. Так У. Изард считал, что рынок страны имеет свою иерархию и разделяется на такие рынки [4]:

1) национальные – необходимые для всей рыночной системы товары, производство и потребление которых балансируется внутри страны в целом;

2) региональные – товары, производство и потребление которых уравнивается по стране в целом и в пределах метрополитенского ареала;

3) субрегиональные – товары, производство и потребление которых уравнивается внутри каждого субрегиона, который входит в состав метрополитенского ареала;

4) местные – товары, производство и потребление которых уравнивается в пределах каждого микрорайона, а также в рамках любого другого субрегиона.

Ряд авторов (В. Радаев) считают, что локальный рынок – это система экономических отношений, возникающих между продавцами и покупателями товаров и услуг, предназначенных для личного потребления, в процессе их приобретения, которая присуща определенной территории (городу, городскому району, городу с окрестностями, сельскому поселению, муниципальному образованию) [8, с. 11].

По мнению других (А. Демьяненко) локальный рынок характеризуется как внутрирегиональный, на котором происходит интенсивное и непосредственное взаимодействие агентов рынка [3]. Но, например, такие естественные монополисты, как фирмы, оказывающие услуги водоснабжения, водоотведения, газоснабжения, электроснабжения, обычно предоставляют услуги на территории, превышающей регион, но этот рынок все же можно расценивать как локальный.

Третьи (М. Портер) используют термин «локальный рынок» в смысле части производства или логистической цепочки. Например, производство колес для создания машины сосредоточено в Пакистане по причине своей дешевизны в этой местности, в то время как сама машина создается в Германии [7]. Можно привести и другие примеры локализации части глобальных рынков в области самолетостроения, электроники и т.д., однако рассмотрение этой проблемы целесообразно осуществить в рамках новейшей теории – глобальных цепочек стоимостей. Именно в этой теории глобальные рынки (компьютеров, автомобилей, энергоресурсов, средств мобильной связи, бытовой техники и др.) являются той или иной частью (звеном) своей логистической цепочки: сборочное производство, сервисные центры, логистические (складские) центры, торговые и дистрибьюторские структуры, которые занимаются продвижением данного товара, совершенствуют свою деятельность с использованием механизмов локализации. В данном контексте понятие «локализация» рассматривается как средство раскрытия сущностей и роли локальных рынков, их функций, и как один из механизмов, их формирование и организацию функционирования.

Таблица 1

**Теоретические подходы к определению понятия «локальный рынок»**

Автор	Определение локальных (местных) рынков
У. Изард	товары, производство и потребление которых уравнивается в пределах каждого микрорайона, а также в рамках любого другого субрегиона
А. Демьяненко	локальный рынок характеризуется как внутрирегиональный, на котором происходит интенсивное и непосредственное взаимодействие агентов рынка
В. Радаев	система экономических отношений, возникающих между продавцами и покупателями товаров и услуг, предназначенных для личного потребления, в процессе их приобретения, которая

	присуща определенной территории (городу, городскому району, городу с окрестностями, сельскому поселению, муниципальному образованию)
М. Портер	часть производства или логистической цепочки

Чаще всего, наиболее распространенное понимание локального рынка иногда сводится к его территориальной привязке к области, городу или пригороду. Этому можно дать объяснение, поскольку одно из первых определений утверждало, что рынок – это площадь, место покупки-продажи товаров и услуг. Позже, понятие рынка объяснялось на базе отношений между покупателями и продавцами, спроса и предложения.

Дальнейшие исследования углубляли понимание сущности рынка и некоторых его основных характеристик: товарных, стоимостных, конкурентных, степени открытости и т.д.

В практическом применении наиболее приемлемым оказалось трактование понятия «рынок» как механизм движения благ и услуг в форме товаров и денег в рамках общественного воспроизводства на всех уровнях экономической системы общества [5, с. 33].

Рассмотрев подходы различных экономистов к вопросам формирования локальных рынков, можно сделать вывод о том, что среди ученых нет единого мнения по определению понятия «локальный рынок». Например, в отечественной и зарубежной литературе локальный рынок определяется как местный рынок. Но несмотря на то, что понятие «местный» и «локальный» взаимосвязаны, полностью они не взаимозаменяемы. Понятие «локальный рынок» может включать местный и региональный рынки, а также охватывать несколько местных рынков. Как правило, региональный рынок связан с административно-территориальным делением, а базовым понятием для регионального рынка является регион. Локальный рынок, в отличие от регионального, не имеет жесткой привязки к административно-территориальному делению.

В научной литературе существует также множество подходов к определению причин формирования региональных рынков. Э. Чемберлин считал, что это пространственный аспект конкуренции. Пространственная дифференциация спроса и предложения приводит к пространственной дифференциации рынков и к формированию локальных рынков. На основе дифференциации товара рынок состоит из обособленных, но взаимосвязанных локальных рынков, которые имеют свои географические границы. На цену товара влияют различные пространственные особенности, определяющиеся уровнем развития транспортной инфраструктуры [2, с. 108].

П. Ореховский считает, что причиной формирования локальных рынков является неэквивалентный обмен, под которым он понимал такой обмен, в ходе которого один из участников увеличивает имеющейся у него доход, выраженный в приросте благ одного и того же вида. Субъект, имеющий возможность переходить с одного локального рынка на другой, извлекает ренту. Для локальных рынков свойственно формирование «тромба», то есть институциональной структуры, позволяющей присваивать основной прирост дохода посредникам между потребителем и производителем. Это приводит к инфляции и замедлению экономического роста [6, с. 98].

Таким образом, экономисты выделяют следующие главные критерии формирования локального рынка и выделения его границ:

- конкуренция;
- развитие транспортной системы;
- институциональные, сетевые и административные барьеры;
- цены;
- межрегиональные барьеры [5, с. 34].

Углубление исследования рынков связано с их классификацией. Так, в зависимости от вида и специфики товара в контексте реализации концепции локальных рынков, их можно разделить на следующие виды:

- рынки бытовых услуг;
- рынки обеспечения бытовыми и продовольственными товарами;
- рынки коммунальных услуг;
- рынки медицинских услуг и др. [1].

В процессе исследования локальных рынков целесообразно обратить внимание на функции, которые они выполняют в единой экономической системе взаимодействия всех участников этого рынка. Среди таких можем выделить:

1. Доведение товара путём оказания услуг субъектами локального рынка до конечного потребителя (торговля, транспорт, дистрибуция, услуги доставки и т.д.).

2. Заполнение рыночных ниш, не занятых субъектами глобальных, национальных и региональных рынков путём создания собственного бизнеса (прокат, ремонт, бытовой техники, оказание услуг по ремонту жилья, парикмахерские, кулинарии и т.д.).

3. Оптимизация логистических цепей рынков более высокого порядка с точки зрения передачи субъектам локальных рынков малоэффективных для крупных предприятий работ с локализацией отдельных работ и операций (черновая обработка, сервисное обслуживание товара, изготовление мелких партий запасных частей, доработка товара, хранение и дистрибуция и т.д.).

4. Повышение эффективности воспроизводства капитала, задействованного в рыночных процессах на глобальных и национальных товарных рынках путём ускорения его оборачиваемости (доставка потребителю, улучшение его качественных кондиций путём сервисного обслуживания, что снижает претензии, рекламации и увеличивает спрос).

5. Локальные рынки выполняют важную связующую роль между субъектами глобальных и национальных рынков и потребителями в части решений проблем меняющегося спроса. Именно субъекты локальных рынков, находясь ближе всего к потребителю, способны ранее улавливать изменение спроса, гибко реагировать на него и реализовывать обратную связь с субъектами глобальных рынков.

Функционирование локальных рынков сопровождается действием принципа сравнительных издержек. Модель локального рынка позволяет соблюсти условие полноты информации. Обязательно учитываются транспортные издержки. Исследователи установили, что при существовании связи между изменениями цены и спроса можно делать вывод о локализации рынка или его дезинтеграции. Единство экономического пространства сопровождается отсутствием искусственных препятствий для товарообмена. Если рынок един, то цены на товар на нем не зависят от спроса, так как рост цен, вызванный повышением спроса, может быть сбит притоком товара из других регионов, в которых его цена ниже [1].

Таким образом, на основе анализа различных подходов к определению локального рынка можно сделать вывод, что в настоящее время еще не сложилась теоретическая модель, которая объясняла бы процессы формирования и развития локальных рынков. Локальный рынок – это экономическое пространство, характеризующееся особенностями территории, географических границ, конкуренции, инфраструктуры, формирования цен, институциональных правил, информационных ресурсов, интенсивности и взаимодействия локальных участников рынка, состояния социального окружения, логистики и психологической идентификации локальных экономических агентов рынка.

### **Литература**

1. Булыга, С.Н. Концептуальный анализ локального рыночного пространства [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [eprints.kname.edu.ua 420/1/421-425\\_Тихонова.pdf](https://eprints.kname.edu.ua/420/1/421-425_Тихонова.pdf) – (дата обращения: 02.09.2017).

2. Гальперин, В.М. Микроэкономика Т. 2 / Общ. ред. В.М. Гальперина. – Санкт-Петербург: Ин-т «Открытое о-во», 2000. – 503 с.
3. Демьяненко, А.Н. Территориальная организация хозяйства на Дальнем Востоке России. – Владивосток: Дальнаука, 2003. – 284 с.
4. Изард, У. Методы регионального анализа: введение в науку о регионах / У. Изард. – М.: Прогресс, 1966. – 660 с.
5. Лапаева, М.Г. Основные свойства локальных рынков / М.Г. Лапаева, А.А. Гущина // Интеллект. Инновации. Инвестиции. – 2017. – № 3. – С. 31-34.
6. Ореховский, П. Неэквивалентный обмен и свойства пространства в экономической теории / П. Ореховский // Вопросы экономики. – 2010. – № 3. – С. 90–112.
7. Портер, М. Конкуренция / М. Портер. – М.: Вильямс, 2010. – 592 с.
8. Радаев, В. Что такое рынок: экономико-социологический подход / В. Радаев // Экономическая социология. – 2007. – Т. 8. – № 1. – С. 9–26.