

Библиографические ссылки

1. Иванова Е. Модернизация идет южным ходом // Эксперт Сибирь. 2010. № 12. С. 5.
2. Минимальный транспортный стандарт // Транспортная империя. 2009. № 6.

3. Бугроменко В. Н. Увидеть будущее // Вестник географа: приложение к газете «Транспорт России». 2008. № 26.
4. Бугроменко В. Н. Транспортная дискриминация населения: пути решения проблемы // Бюллетень транспортной информации. 2002. № 11.

E. V. Zander, E. A. Koryakova

DEVELOPMENT OF TRANSPORT INFRASTRUCTURE AS NECESSARY CONDITION FOR SOCIAL AND ECONOMIC DEVELOPMENT OF A REGION

In this article we give complex assessment of transport infrastructure of our region. A set of transport service indicators is formed, and their target values are determined. Different variants of socioeconomic development of Krasnoyarsk region and appropriate investment projects are considered in the view of their influence on transport service factors, along with recommendations for transport development of Krasnoyarsk region.

Keywords: infrastructure, investment projects, socioeconomic development, transport service.

© Зандер Е. В., Корякова Е. А., 2011

УДК 65.9 631.16:658

И. В. Ковалева

К ВОПРОСУ ТЕОРИИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО РЫНКА ПРОДУКЦИИ И УСЛУГ

Рассмотрены исторические аспекты развития теории регионального рынка, мнения современных российских и зарубежных ученых по данной проблеме. Акцентируется внимание на особенности развития агропродовольственного рынка региона.

Ключевые слова: региональный рынок, теория развития, цена, конкурентоспособность, инвестиции.

Основы теорий рынка были заложены Й. Тюненом, В. Лаунхардтом, А. Вебером, В. Кристеллером при обосновании размещения производства (теория сельскохозяйственного штандорта Й. Тюнена, рациональный штандорт промышленного предприятия В. Лаунхардта, теория центральных мест В. Кристаллера). Среди ученых до сих пор нет единого мнения по поводу определения сущности рынка. Так, Э. Фрейхейт считает, что рынок «... является государственным мероприятием... концентрирует куплю и продажу товаров в определенное время и в определенном месте» [1]. Ф. Котлер считает, что рынок есть «...совокупность покупателей товара, покупателей существующих и потенциальных» [2].

В экономической литературе при рассмотрении рыночных теорий много внимания уделяется анализу механизма спроса и предложения на товарном рынке. Демонстрируемая при этом модель рыночного равновесия предполагает, что при увеличении цены спрос на товар падает, а предложение, наоборот, растет. Однако, на наш взгляд, эта широко известная модель имеет принципиальный недостаток: она игнорирует влияние пространства или допускает, что рынок является точкой.

Тюнен Й. в своей работе «Изолированное государство в его отношении к сельскому хозяйству и нацио-

нальной экономии» методом сопоставления затрат на перевозку продукции до места сбыта выявляет благоприятные зоны для размещения видов сельскохозяйственного производства и доказывает, что схема размещения сельскохозяйственного производства – это система концентрических кругов (поясов) разного диаметра вокруг города, разделяющих зоны размещения различных видов сельскохозяйственной деятельности. По его мнению, чем выше продуктивность (урожайность), тем ближе к городу должно размещаться данное производство.

Решающим фактором размещения производства у В. Лаунхарда, как и у Й. Тюнена, являются транспортные издержки. Производственные затраты принимаются равными для всех точек исследуемой территории. Точка оптимального размещения организации находится в зависимости от весовых соотношений перевозимых грузов и расстояний. В. Лаунхард разработал метод весового треугольника, который имеет геометрическое и механическое решение. Геометрический метод решения предполагает, что каждой из сторон весового треугольника строится еще один треугольник, подобный весовому, стороны которого соотносятся как $a : b : 1$. Затем вокруг каждого треугольника строится окружность, точка пересече-

ния которой является точкой минимума транспортных затрат. Механический метод предполагает аналогию с методом нахождения точки равновесия сил.

Вебер А. ввел в теоретический анализ новые факторы размещения производства: транспорт, рабочую силу, агломерацию. Ему впервые удалось разработать многофакторную теорию размещения промышленного предприятия с применением математического моделирования. Данные теории рассматриваются в региональной экономике как составляющие сущности рынка.

По мнению А. А. Гранберга, начальный шаг к рассмотрению пространственно автономных региональных рынков принадлежит О. Курно.

Теории рынка получили интенсивное развитие в первой половине XX в. А. Леш, отталкиваясь от идеи Кристаллера, предположил, что фирмы должны размещаться в вершинах кристаллеровской (гексагональной) решетки и каждая фирма должна обслуживать покупателей в пределах «своего» правильного шестиугольника [2]. В труде «Пространственная организация хозяйства» А. Леш анализирует ситуацию размещения компаний в условиях конкуренции, когда выбор местоположения определяется не только стремлением каждой фирмы к максимуму прибыли, но и увеличением числа фирм, заполняющих рыночное пространство. Соответственно, в пространственном ценообразовании отдельные фирмы должны корректировать цены с целью защиты своего рынка от проникновения других. Экономический регион рассматривается как рынок с границами, обусловленными межрегиональной конкуренцией [4].

Леш А. анализирует несколько типов регионов, включая рыночные зоны, определяемые радиусами конкурентоспособного сбыта соответствующих видов продукции, и экономический ландшафт – высший тип региона, объединяющий региональный рынок. Он усиливает теорию межрегиональной торговли (теорию Б. Олина) при предположениях о мобильности товаров и услуг в краткосрочном периоде и факторов производства в долгосрочном периоде. А. Леш дал подробное описание рыночного функционирования системы производителей и потребителей, где каждая экономическая переменная привязана к определенной точке пространства. Состояние рыночного равновесия, согласно теории А. Леша, характеризуется следующими условиями:

- местоположение каждой фирмы обладает максимально возможными преимуществами для производителей и потребителей;
- фирмы размещаются так, что территория полностью используется;
- существует равенство цен и издержек;
- все рыночные зоны имеют минимальный размер (форму шестиугольника);
- границы рыночных арен проходят по изолиниям, что и обеспечивает устойчивость рыночного равновесия.

В дальнейшее развитие теории рынка внес свой вклад Х. Хотеллинг, который обосновал правила оптимального поведения конкурирующих производителей, исследуя модель дуополярного рынка. Большой вклад в развитие теории размещения внесли О. Энглендер, Т. Паландер.

Так, Т. Паландер стремился соединить теории размещения организаций и пространственный анализ рынков.

В новых парадигмах и концепциях региона последний может рассматриваться как регион-рынок, где акцентируется внимание на общих условиях экономической деятельности (предпринимательский климат) и особенностях региональных рынков различных товаров, услуг, кредитно-финансовых ресурсов, ценных бумаг и т. д. Данная парадигма включает проблему соотношения рыночного саморегулирования, государственного регулирования, инвестирования и социального контроля. Исходя из данной парадигмы, региональный рынок продукции агропромышленного комплекса (АПК) – это совокупность технологически, организационно и экономически связанных агропромышленных отраслей региона, целью которых является удовлетворение потребностей населения страны и региона в продуктах питания и предметах потребления из сельскохозяйственного сырья.

По мнению экономистов, признаками развитого продовольственного рынка являются спрос, система экономических отношений в цепочке «производство–потребление», система правовых, административных, экономических, организационных мер. Важнейшими элементами рынка являются спрос, предложение, рыночная цена, конкуренция. Сбалансированность спроса и предложения происходит под воздействием, прежде всего, рыночной конкуренции.

Долгое время в основе рыночной теории лежало требование свободной конкуренции и невмешательства государства в экономику, опирающееся на разработанную А. Смитом теорию «невидимой руки». Однако теория Дж. Кейнса доказывает неверность идеи о саморегулировании механизма рыночной экономики, невмешательства государства. Основные положения кейнсианства заключаются в том, что государство должно способствовать стимулированию спроса, всемерно поощряя инвестиционную активность и тем самым активно влияя на повышение уровня занятости населения государства.

Учитывая признаки развитого продовольственного рынка, следует отметить, что при развитии отечественного продовольственного рынка их отдельные элементы в нем присутствуют, но не образуют единой системы. Особенно это касается региональных продовольственных рынков. Формирующийся в стране продовольственный рынок состоит из системы взаимосвязанных федеральных, региональных и местных рынков.

Как отмечают А. И. Алтухов и Г. И. Макин, региональный продовольственный рынок представляет собой совокупность социально-экономических отношений в сфере обмена, посредством которых осуществляется реализация продукции АПК на территории региона [5].

Развитие продовольственного рынка предполагает наличие на нем конкурентных сил. Конкуренция представляет собой механизм, с помощью которого возможно направлять в интересах общества деятельность фирмы, стремящейся к прибыли. Важным признаком конкурентных рынков продовольствия является свобода деятельности:

- для потребителей – выбирать, что они хотят купить;
- для предприятия – выбирать новые виды продукции и сбывать их;

- для новых предприятий – включаться в продовольственный комплекс;
- для фермеров – принимать решения, что, как и где производить и когда сбывать;
- для покупателей и продавцов – совершать взаимно полезные обмены.

Конкуренция в продовольственном комплексе бывает нескольких типов:

- конкуренция продуктов – возникает между альтернативными и заменяющими продуктами, такими как говядина и свинина;
- конкуренция организаций – выражается в соперничестве продавцов аналогичных видов товаров, может проявляться в соперничестве в конкуренции торговых марок;
- межрегиональная конкуренция – это соперничество между регионами в производстве и торговле сельскохозяйственной продукцией;
- институциональная конкуренция – заключается в соперничестве между конкурирующими организациями и учреждениями маркетинга: продовольственными магазинами, ресторанами быстрого питания и др.;
- функциональная конкуренция – возникает в случаях, когда две фирмы или более состязаются за право выполнять конкретную маркетинговую функцию: хранение, перевозки;
- горизонтальная конкуренция – существует между организациями на одном уровне: переработка, оптовая и розничная торговля;
- вертикальная конкуренция – возникает при договорных отношениях в рамках сделок между покупателями и продавцами продовольствия при разделении выручки, поступающей от потребителей продуктов питания; она нередко бывает полезной для разграничения ценовой и неценовой конкуренции, при которой упор делается на «четыре Р» в маркетинговой стратегии организации.

На деятельность организации влияет структура отрасли, которая характеризуется числом представленных организаций, сходством предложений продукции и услуг. Рынок «соткан» из отношений между продавцами и покупателями. Поэтому для создания и нормального функционирования рынка необходим свод законов и эффективно действующая правовая среда, обеспечивающая выполнение контрактов. В этой связи в качестве необходимых условий полноценных отношений товарного рыночного обмена можно выделить достаточность товарных масс по количеству, качеству и ассортименту; надежное состояние финансово-кредитной системы; правовой характер отношений поставщиков и потребителей; развитую инфраструктуру движения товаров.

Неотъемлемым элементом рынка являются его субъекты – поставщики, покупатели, посредники в продвижении товаров и услуг на рынке. Состав субъектов рынка зависит от конкретной экономической ситуации, уровня развития производительных сил, экономических (в том числе рыночных) отношений и других факторов.

Экономисты выделяют шесть основных групп участников агропромышленного рынка: сельские товаропроизводители; организации, поставляющие сельским товаропроизводителям промышленные товары и оказываю-

щие им различные услуги; организации по заготовке, хранению и переработке сельскохозяйственной продукции; торговая сеть; учреждения банковской системы; структуры государственного и хозяйственного регулирования рыночных отношений в АПК [1; 3; 5].

На уровне макроэкономики конкурентоспособность продукции (услуг) определяется соотношением ее качества и цены, условиями поставки, формами платежа, видом транспортировки и другими факторами. Выявление устойчивых связей между затратами и качеством продукции, а также соотношения между другими параметрами деятельности сравниваемых объектов является сложной задачей анализа их конкурентоспособности. Являясь рычагом и средством конкуренции, конкурентоспособность остается категорией общественного развития, проявляемой в соперничестве объектов для достижения определенных целей. Что же касается конкурентоспособности продукции, то это технико-экономическая категория, оцениваемая совокупностью технических и экономических показателей, факторов и условий.

Основными факторами обеспечения конкурентоспособности продовольственной продукции являются производственный персонал и его квалификация: качество труда, эффективное организационно-экономическое управление промышленностью, системы управления промышленностью, системы управления качеством инновационных процессов и изготовления продукции, совершенные технологии производства и оборудование, поддержание качества продукции (ремонтные службы, сервис), технология сбора и обработки информации, стандартизация и сертификация продукции, ипотечное кредитование, инвестирование, использование информационно-маркетинговой системы прогнозирования конъюнктуры рынка, управление рисками, функционально-стоимостный анализ.

Конкурентоспособность имеет качественную и количественную сторону. Качественная сторона конкурентоспособности включает в себя противостояние конкурентов, столкновение их экономических интересов при относительном равновесии между спросом и предложением.

В условиях неудовлетворенного спроса на товар нижняя граница конкурентоспособности совпадает с нормой прибыли по сельскому хозяйству, т. е. с отношением прибыли к затратам труда и средств или по упрощенной схеме – рыночной цены к индивидуальным издержкам производства (коммерческой себестоимости продукции). При насыщении рынка тем или иным видом сельскохозяйственного товара нижняя граница его конкурентоспособности определяется средней нормой прибыли по народному хозяйству, что обусловлено переливами капитала, дополнительными затратами по воспроизводству почвенного плодородия и среды обитания, понижающей эффективность каждого дополнительного рубля вложений в землю.

В системе мер по развитию экономических взаимоотношений большое значение имеет создание в регионе специализированных оптовых рынков на базе созданной инфраструктуры и продовольственного потенциала. Формирование региональных оптовых продовольственных рынков является не только способом поддержания

доходов сельскохозяйственных товаропроизводителей и формирования продовольственных фондов, но и средством регулирования рынков, создания устойчивых каналов реализации продукции и поддержания условий нормальной конкуренции.

Необходимыми условиями успешного функционирования любого оптового продовольственного рынка, по нашему мнению, является развитая сеть производителей сельскохозяйственной продукции и сырья для перерабатывающей промышленности, закупочная, складская распределительная и транспортная логистика, маркетинговые коммуникации.

Распределительная инфраструктура продовольственного регионального рынка должна дополняться банковскими структурами, которые обеспечивают своевременность и гарантированность расчетов покупателей и продавцов. Немаловажным для формирования оптового рынка является маркетинг сельскохозяйственной продукции, который должен изучать наличие и запасы продовольствия по видам, качественные параметры продовольствия, рыночные цены, динамику и прогноз предложения и спроса продукции АПК.

Обобщение мнений экономистов позволяет сформулировать некоторые основные положения по организации и функционированию регионального продовольственного рынка. Следует отметить, что в силу природных и экономических условий специфичность отечествен-

ного продовольственного рынка обусловлена неравномерностью производства продукции и различной самообеспеченностью продовольствием отдельных регионов, преобладанием преимущественно крупного землепользования. В связи с этим при создании необходимых условий для функционирования продовольственного рынка должны учитываться экономические и природные особенности. При этом комплексная взаимоувязанная система экономических и организационно-административных мер должна опираться на прочную нормативную базу, регламентирующую функционирование не только продовольственного рынка, но и АПК в целом.

Библиографические ссылки

1. Коулз Р. Маркетинг сельскохозяйственной продукции. М. : Колос, 2000.
2. Котлер Ф. Основы маркетинга. Новосибирск : Наука, 1992.
3. Гранберг А. Г. Основы региональной экономики : учебник для вузов. 3-е изд. М. : ГУ ВШЭ, 2003.
4. Котов В. Методология государственного управления инвестициями в системе рыночных отношений // Маркетинг. 1997. № 3. С. 3–18.
5. Алтухов А. И., Макин Г. И. Региональный продовольственный рынок: проблемы формирования и развития. М., 1997.

I. V. Kovaleva

TO THE QUESTION OF THEORY OF REGION MARKET OF PRODUCTS AND SERVICE FUNCTIONING

The author dwells upon historical aspects of development of theory of region market, and points of view of the modern russian and foreign scientists. The author underlines the features of food providing market of the region.

Keywords: the region market, theory of development, price, competitive advantages, investments.

© Ковалева И. В., 2011

УДК 332.145

Г. И. Латыщенко

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ КЕЖЕМСКОГО РАЙОНА НА БАЗЕ СОЗДАНИЯ МАЛЫХ И СРЕДНИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Рассмотрены основные направления развития Кежемского района Красноярского края, предложенные автором в проекте программы развития муниципального образования, разработанной в рамках хозяйственного договора, заключенного между администрацией района и СибГАУ. Представлены результаты анализа существующих в районе проблем, предложены конкретные меры, направленные на развитие малого и среднего бизнеса.

Ключевые слова: программа развития малого и среднего предпринимательства в Кежемском районе на 2010–2020 гг.

Развитие малого и среднего предпринимательства является одним из основных факторов развития экономики отдельных муниципальных образований, регионов и страны в целом. Развитие малого и среднего предпри-