

УДК 332.12

Моргоев Борис Темирболатович

РЕГИОНАЛЬНЫЕ КОНТУРЫ ПРОСТРАНСТВЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ

В статье рассматриваются региональные особенности пространственной конкуренции, приводится классификация пространственной конкуренции по уровням, типу, субъектам, объектам, видам, методам, формам, что позволяет более четко отчертить субъектно-объектный состав конкурентных отношений в пространственном аспекте развития региональных подсистем хозяйствования.

Ключевые слова: региональная экономика, пространственная конкуренция, протекционизм.

Morgoev Boris T.

REGIONAL OUTLINES SPATIAL COMPETITION

The article deals with regional characteristics of spatial competition, a classification of spatial competition through the levels, type, subject, object, types, methods, types, forms, allowing you to more clearly otcheritit subject-object structure of competition in the spatial aspect of the development of regional economic subsystems.

Key words: regional economy, spatial competition, protectionism.

Региональная экономика характеризуется одновременным развитием совокупности взаимосвязанных и разнонаправленных тенденций, доминирующее положение среди которых занимают две основные тенденции развития регионов – на основе «административных» и «рыночных» методов освоения экономического пространства. Пространственные параметры конкуренции на региональном уровне отражаются в виде «новой парадигмы развития регионов» [1], или как продолжение глобального конкурентного тренда функционирования экономических субъектов [2], или как необходимый институционально-пространственный синтез региональных систем хозяйствования [3].

Региональные контуры пространственной конкуренции определяют границы «сжатия» и «расширения» экономического пространства регионов и их ассиметричного развития [4], что актуализирует поиск и смысловых параметров пространственной конкуренции с учетом ее функциональной роли в региональном развитии, и инструментария реализации, определяющих качественные параметры институциональной среды хозяйствования регионов [5].

Пространственные аспекты конкурентного взаимодействия фирм велись с позиции теорий пространственного развития экономической среды регионов и исследований пространственного размещения факторов производства [6].

В работах Г. Хотеллинга впервые в научный оборот вводится понятие «пространственная конкуренция» [7], исследователь использует пример дуополии и делает акцент на том, что в экономической теории рынок часто рассматривается как точка, в которой может существовать только одна цена, но для достижения некоторых целей лучше рассматривать рынок протяженным в пространстве, что позволяет достичь равновесия при взаимодействии двух фирм с учетом линейных транспортных издержек [8].

Пространственные параметры конкурентоспособности региональных субъектов, являясь предметом многих исследований, рассматривались с различных позиций: и с точки зрения ее взаимодействия с социальной динамикой в рамках теории регионального общественного выбора, и с позиции пространственного ценообразования. Исследовались факторы, влияющие на местоположение фирмы, на ее конкурентоспособность [9], а также пространственные экстерналии, влияющие на конкурентоспособность фирмы, [10] организационные инновации как детерминанты пространственной конкурентоспособности фирмы, [11] неравномерность технологической адаптации фирм как фактора региональных асимметрий, [12] эндогенные факторы, вызывающие региональные асимметрии и связанные с регулируемыми параметрами «доступа» фирм на региональные рынки [13].

В каждом регионе имеются уникальные пространственные и экономические структуры, специфические для пространственной конкуренции в данном регионе. При этом в региональном пространстве действуют различные типы рыночных структур, и в отличие от автономного действия последних в рамках регионального пространства образуется синергия различных видов конкурирующих сил, формирующих инвестиционную привлекательность данного региона [14].

Однако при всем многообразии подходов и способов оценки конкурентоспособности на мезоэкономическом уровне можно усмотреть определенную поляризацию, проявляющуюся в том, что мезоэкономическая конкурентоспособность раскрывается, либо через основные характеристики национальной (страновой) конкурентоспособности, либо через конкурентоспособность фирмы (корпорации). Обращаясь к современной российской действительности, добавим, что российские регионы, в особенности субъекты РФ, ведут себя одновременно и как квазигосударства, и как квазикорпорации, являясь непосредственными субъектами рынка и, следовательно, конкурентами в рыночном экономическом пространстве.

Промежуточное положение между названными полюсами в исследовании конкурентоспособности региона занимает кластерный подход, опирающийся на синтетическую методологию анализа, объединяющую конкурентоспособность товара, товаропроизводителя, отраслевую, технологическую, географическую конкурентоспособность и т. д. [15].

Исторически экономическая наука акцентировала внимание к пониманию конкуренции как «результата» и как «процесса». Однако если в работах А. Смита, и особенно А. Маршалла, прослеживаются в неразвитом виде две характеристики конкурентоспособности: и как «результата», и «процесса», то в других работах современников А. Маршалла, а также в более поздних исследованиях появилось большее разнообразие, дифференциация подходов. На одном полюсе – анализ конкуренции прежде всего как «результата» в терминах частичного или общего равновесия с использованием метода сравнительной статики, а наиболее четко данный подход откристаллизовался в парадигме «структура – функционирование – результат». Другая крайность связана с анализом конкуренции исключительно как «процесса», что нашло отражение в работах неоавстрийского направления в экономической теории. В более узком плане различие в понимании конкуренции лежит также в основе дискуссии между основными школами теории организации рынков.

В экономической литературе, посвященной проблеме конкуренции имеется три подхода к определению конкуренции. Первые два подхода в понятие конкуренции вкладывают смысл соперничества. Первый из них определяет конкуренцию как состязательность на рынке. Такой подход характерен для отечественной литературы, он основывается на повседневном понимании конкуренции как соперничества за достижение лучших результатов, на каком-либо поприще. Конкуренция, хотя и в различной интерпретации, но все же определяется как соперничество экономических субъектов. Второй подход рассматривает конкуренцию как элемент рыночного механизма, который позволяет уравновесить спрос и предложение, он характерен для классической экономической мысли. Третий подход определяет конкуренцию как критерий, по которому определяется тип отраслевого рынка. Этот подход основывается на современной теории морфологии рынка. В зависимости от степени совершенства конкуренции выделяют различные типы рынков, для каждого из которых свойственно определенное поведение экономических субъектов. В этом случае под конкуренцией подразумевается не соперничество, а, скорее всего, степень зависимости общих рыночных условий от поведения отдельных участников рынка [16]. Отсутствие однозначно понимаемого понятия «конкуренция» дает возможность применению разнообразного смыслового наполнения данного определения.

Так, Г. П. Азоев исходит из позиции, согласно которой категория «конкуренция» является интегральным элементом, лежащим в основе понятия категории «конкурентоспособность» [17] любой экономической системы, включая региональную: свойства, присущие свободной конкуренции, присущи и конкурентоспособности. Однако понятия «конкуренция» и «конкурентоспособность», являясь сопряженными, не тождественны. Другими словами, если конкуренция отражает динамические действия экономических субъектов, то конкурентоспособность – «присвоение» субъектом свойств, дающих ему возможность осуществлять эти действия. Если субъект лишен таких свойств, он некон-

курентоспособен, т. е. не способен вступить в конкурентные отношения, борьбу на соответствующем рынке. В данном случае можно говорить о сопряженности категорий «конкурентоспособность» и «конкуренция» как о соотношении философских категорий возможности и действительности.

Как справедливо утверждает С. С. Артоболевский, «государственный протекционизм в форме перераспределения средств между регионами следует рассматривать как составную часть региональной политики. В соответствии с ней помощь государства должна оказываться тем регионам, которые находятся в наихудшем (кризисном) положении и в этой связи абсолютно неконкурентоспособны». Нельзя не согласиться с автором, когда он говорит, что «предоставление государством без достаточных экономических обоснований исключительных преимуществ отдельным регионам не только не достигает предполагаемой цели, но и приводит к напряжению межрегиональных отношений, и создает в условиях становления рыночных отношений неблагоприятный фон на конкурентном поле» [18]. Поэтому государственный протекционизм не только не должен исключаться из условий формирования пространственной конкуренции региона, но, напротив, рассматривается в качестве такого условия.

Наиболее исследованным является блок проблем, связанный с рассмотрением структурной и функциональной специфики конкурентоспособности на различных стадиях ее развития (свободная конкуренция, монополистическая конкуренция, олигополия, монополия) в различных сферах и секторах экономического пространства, когда внимание фокусируется на власти прежде всего фирм-производителей на определенном региональном рынке.

Ценность данного блока исследований заключается в том, что в нем раскрываются различные рыночные структуры и стадии развития конкурентных отношений, что позволяет понять полиструктурность экономического пространства региона, в которое могут быть включены различные анклавные свободной, монополистической, олигополистической конкуренции, а также и монополии в пространственном аспекте функционирования отраслевых рынков и поведения экономических субъектов.

При структурном подходе к исследованию конкурентных отношений акцент смещается с самой борьбы фирм друг с другом на анализ структуры рынка, тех условий, которые господствуют в нем. Как подчеркивает А. Ю. Юданов, «в центре внимания оказывается не соперничество фирм в установлении цены, не выяснения того, кто и почему победил, а установление факта принципиальной возможности (или невозможности) влияния фирмы на общий уровень цен на рынке. Если такое воздействие невозможно, то речь идет о рынке совершенной конкуренции, в противном случае – об одной из разновидностей конкуренции несовершенной» [19].

Нередко под пространственной конкуренцией понимается «конкуренция производителей (продавцов товаров) за долю пространства рынка в условиях несовершенной конкуренции путем влияния на цену» [20]. Следует отметить, что при таком подходе главными субъектами пространственной конкуренции становятся фирмы-продавцы и совершенно исключаются такие субъекты пространственно-конкурентных отношений, как индивиды (покупатели, регионы, государства, ТНК).

Более того, в чисто рыночном подходе к пространственной конкуренции именно добросовестность поведения контрагентов – при конкуренции на наилучшую цену товара, а также долю рынка – предполагает участие самих производителей. Но контуры пространственной конкуренции региональных субъектов более разнообразны и в содержательном аспекте и в субъектно-объектном срезе. В нее помимо фирм-производителей активно включаются и сами регионы как субнациональные территориальные единицы, и в качестве объекта пространственной конкуренции между регионами могут быть как традиционные «рыночные объекты» фирм – ценовая политика, доля рынка, репутация, – так и «нерыночные объекты» – налоговые доходы, федеральные трансферты, сила лоббирования, репутация, региональная идентичность и т. д.

Кроме того, государство с активной протекционистской политикой может существенно изменять параметры входа и выхода для определенных производителей в структурном и национальном аспектах. Пространственная конкуренция может осуществляться как чисто рыночными методами и инструментами, так и административным инструментарием, порождая специфические формы административной «цены», «издержек» и «дохода».

Сущностные параметры пространственной конкуренции отражены на рисунке.

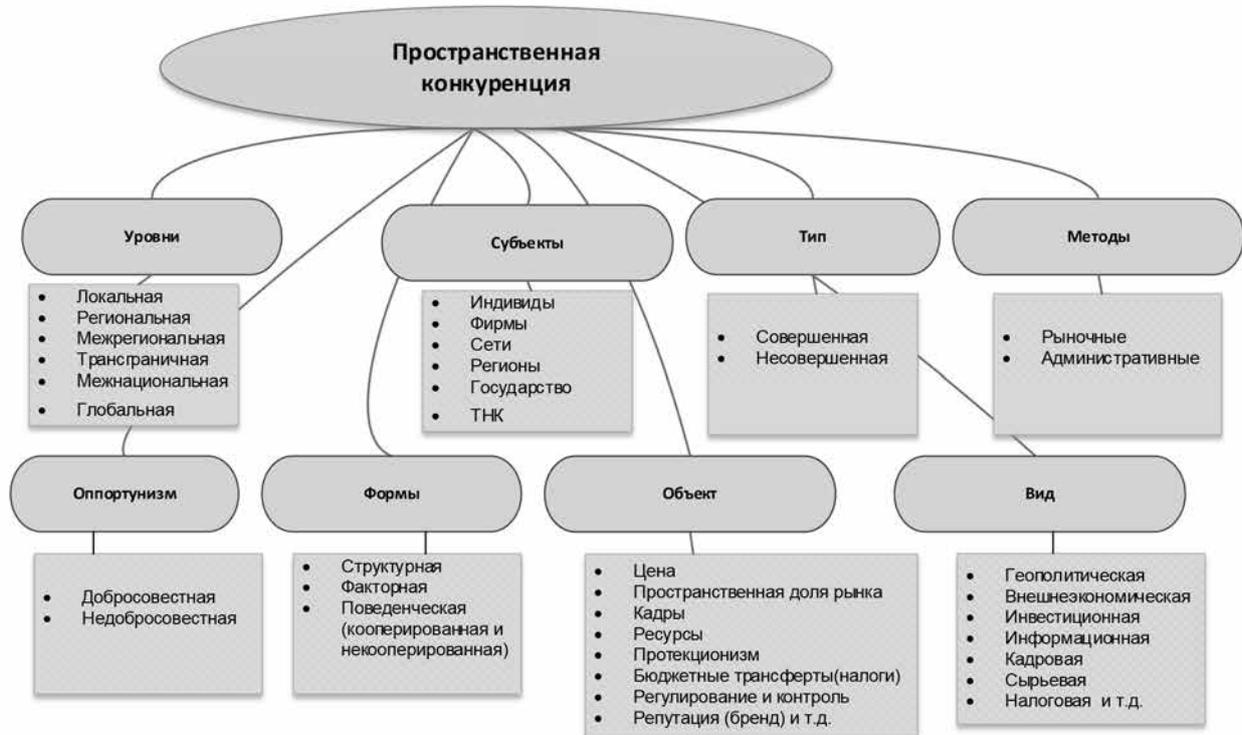


Рис. Сущностные параметры пространственной конкуренции

Пространственная конкуренция – многоплановое и многоаспектное явление, проявляющееся на различных уровнях взаимодействия экономических субъектов по поводу и традиционно рыночных объектов конкурентных отношений, и «нерыночных» объектов, включая конкуренцию между самими регионами за долю бюджетных трансфертов, налоговых источников, репутации и т. д. Это требует дальнейших исследований в рамках данной проблематики.

Пространственная конкуренция российских регионов в определенной степени отражается в неравномерности пространственно-правовых статусов региональных субъектов в РФ.

В развитии и освоении экономического пространства российских регионов применялись методы рыночной и административной регионализации. Процессы рыночной регионализации российской экономической системы, ориентированные на региональную инновационность, способствовали изменению ландшафтного рисунка экономического пространства и образованию «центров прибыли», «центров принятия решения», «центров налогообложения» при несовпадении территориально-административных границ региональных субъектов. В свою очередь, процессы административной регионализации нацелены на региональную адаптивность, послужившие своеобразным социально-экономическим демпфером, смягчившим, а в определенных аспектах даже нейтрализовавшим, деструктивный эффект имманентной асимметричности начального этапа рыночных реформ.

Однако административно-политическая регионализация имела и некоторые положительные аспекты, во-первых, обеспечила адаптацию доставшейся в наследство от Советского Союза социально-экономической системы к условиям, когда было ликвидировано централизованно планируемое государственное управление обществом, во-вторых, повысила внутреннее разнообразие социальных, экономических и политических процессов в стране, увеличила количество реализуемых региональ-

ных проектов. В-третьих, административно-политическая регионализация стимулировала появление целого пласта новых техник государственного управления и техник деятельности в сфере политики, экономики и культуры (выросли новые политические, организационные и бизнес-культуры, в обществе сформировались новые системы социальных статусов людей). В-четвертых, увеличила своеобразие различных территорий страны, среди которых появились территории, реализовавшие разные проекты развития (например: Ульяновская область, предпринявшая попытку законсервировать про-социалистический протекционизм в региональном масштабе; Татарстан, предложивший модель децентрализованной федерации и регионального протекционизма; Самарская область, в которой были реализованы многие принципы «открытого общества» и конкурентной экономики).

Таким образом, понятие пространственной конкуренции в региональном аспекте является многоплановым явлением, полиструктурным уровнем реализации, разнообразием инструментария и видовых характеристик данного феномена, требующего для своего исследования активного научного поиска, способного учесть мультикритериальность пространственной конкуренции.

Литература

1. Рожков Ю. В., Чёрная И. П. Новая парадигма конкуренции регионов // Современная конкуренция. 2009. № 3. С. 51–63.
2. Зобова Л. Л., Орлова Е. К. Глобальная конкуренция как разновидность пространственной конкуренции // Современные проблемы науки и образования. 2012. № 4 (август). С. 197.
3. Марасанов Э. С. Институционально-пространственный синтез и конкуренция: затянувшееся ожидание метаморфоз // Components of Scientific and Technological Progress. 2014. № 2. С. 53–55.
4. Моргоев Б. Т. Теории экономического роста и региональная асимметрия // Финансы. 2004. № 12. С. 56–57.
5. Панфилова Е. А. Компаративная оценка качества российской институциональной среды // Молодой ученый. 2013. № 4. С. 271–275.
6. Моргоев Б. Т. Экономическое пространство регионов: теоретические подходы и свойства //
7. Hotelling H. Stability in Competition // The Economic Journal. 1929. Vol. 39. № 153. P. 41–57.
8. Искаков М. Б., Искаков А. Б. Полное решение задачи Хотеллинга: концепция равновесия в безопасных стратегиях для игры определения цен // Журнал новой экономической ассоциации. 2012. № 1(13). С. 10–33.
9. Kilkenny M., Thisse J. The economics of location: a selective survey // Staff General Research Papers from Iowa State University. 2001. № 4.
10. Capello R. Entrepreneurship and spatial externalities: theory and measurement // The Annals of Regional Science. 2002. Vol. 36. Issue 3. P. 387–400.
11. Oerlemans L., Meeus M. Boekema F. Innovation, organisational and spatial embeddedness: an exploration of determinants and effects // ECIS Working Papers. 2003. № 1.
12. Giovannetti E. Technology adoption and the emergence of regional asymmetries // Journal of Industrial Economics. 2000. Vol. 48. Issue 1. P. 71–102.
13. Behrens K. Endogenous asymmetries in interregional market access trigger regional divergence // Regional Science and Urban Economics. 2005. Vol. 35. Issue 5. P. 471–492 .
14. Ishikawa T. An analysis of a spatial and economic structure in a region comprising the different kinds of competition // European Regional Science Association.
15. Цихан Т. В. Кластерная теория экономического развития // Теория и практика управления. 2003. № 5.
16. Новосёлов А. С. Региональные рынки: учебник. М.: ИНФРА-М, 1999. С. 131.
17. Азоев Г. Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика. М., 1996. С. 5.
18. Артоболевский С. С. Региональная политика, направленная на снижение пространственных экономических и социальных диспропорций в Российской Федерации (концепция) // Региональная политика, направленная на сокращение социально-экономической и правовой асимметрии. Новосибирск, 2000. С. 23.
19. Юданов А. Ю. Конкуренция: теория и практика. М., 1998. С. 40.
20. Шихалёв С. Л., Зобова Л. Л., Шабашев В. А. Теория пространственной конкуренции как основа определения пространства товарного рынка. Кемерово: Практика, 2007. С. 54.