

УДК 338.2 : 339.13 (575.2) (04)

## КОНКУРЕНТОСПОСОБНЫЕ ФОРМЫ ПРОСТРАНСТВЕННОЙ СТРУКТУРЫ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКИ

*М.А.Баяндин*

Рассмотрены конкурентоспособные формы пространственной структуры современной экономики, проанализированы их основные черты развития в постиндустриальной экономике.

*Ключевые слова:* конкурентоспособные формы; пространственная структура; современная экономика.

Анализ экономических отношений и конкурентоспособных форм пространственной структуры экономики в современном урбанизированном мире явно демонстрирует значимость агломераций. Агломерация как форма пространственного размещения производительных сил и расселения населения имеет значительный стаж в научных исследованиях. Все направления экономической науки, рассматривающие характеристики экономического пространства, используют это понятие.

Агломерационные эффекты достаточно подробно описаны и известны по множеству научных работ и учебников. Экономические эффекты в агломерации являются внешними в том смысле, что они появляются благодаря сторонним источникам и являются экономией, так как фирма может удовлетворять свои изменяющиеся потребности при более низких затратах, чем если бы она пользовалась внутренними источниками. Внешние эффекты сокращают издержки по ведению бизнеса так же, как и затраты на труд и транспорт.

Эмпирический анализ агломерационных эффектов позволяет различать, как минимум, три эффекта:

1. Отрасль в целом может получать выгоды, так как размер агломерации обеспечивает достаточный спрос на дифференцированную продукцию отдельных фирм, имеющих внутренний эффект от масштабов производства.

2. Отдельная фирма может извлечь выгоду, благодаря возможности приобретать сырье и материалы, продукты различных специализированных поставщиков в пределах региона при более низких трансакционных издержках.

3. Отдельная фирма может выигрывать, используя нерыночный перелив информации

между субъектами, что является результатом пространственной близости в пределах агломерации.

Первые два эффекта относятся к рыночным, третий имеет скорее нерыночный характер.

Новизна последних исследований заключается в том, что впервые была создана математическая модель и рассчитаны количественно внешние эффекты. В частности, работа М. Фудзиты, в которой проведена адаптация модели монополистической конкуренции Е. Чамберлина для объяснения эффекта агломерации экономической деятельности, т.е. по сути, модель монополии трансформирована в модель пространственного эффекта. В результате научное обоснование получило вывод о том, что стандартные ценовые взаимодействия рыночного характера могут приводить к возникновению внешних экономических эффектов, характерных для агломерации [1].

Исследования деловых сетевых структур, проводимые параллельно, показали достаточно тесную взаимосвязь между природой эффекта агломерации и природой сетевых эффектов (рис. 1).

Понятие “внешняя экономия от масштаба”, выведенное в трудах А. Маршалла в конце XIX в., не было связано напрямую с пространственной экономикой, а определено явлением, которое сегодня описывается как сеть. А. Маршалл является фактически первым теоретиком сетевых связей (промышленные районы А. Маршалла), и частота использования этого понятия как опорного при описании промышленных кластеров и сетевых образований в исследованиях последних лет возрастает [2].

Система исходных представлений о деловой сети базируется на представлении о гра-



Рис. 1. Эквивалентность эффекта агломерации эффектам сетей и эффектам монополистической конкуренции

ницах фирмы и трансформации традиционных рыночных связей между автономными субъектами производства [3]. Р. Коуз предложил набор критериев, показывающих, когда организацию можно эффективно подвергать декомпозиции на более мелкие единицы, которые могут взаимодействовать между собой посредством рынка, вместо того, чтобы взаимодействовать как части одного юридического лица. Теоретические разработки Р. Коуза не учитывают экономическое пространство, но они позволили объяснить, почему организации в одинаковых условиях развиваются по-разному и почему сильно интегрированные фирмы могут развиваться быстрее и эффективнее, чем фирмы, которые взаимодействуют посредством рынка. Причина этого была раскрыта на основе применения категории транзакционных издержек: в условиях, когда взаимодействие посредством рынка связано со значительными транзакционными издержками, выгоднее организовывать взаимодействие по внутрифирменным принципам. Когда фирма создана, то ее деятельность, с точки зрения внутрифирменных связей, сводится только к формированию четких взаимодействий между несколькими взаимозависимыми подразделениями. Можно представить эти отношения как сеть. Внутрифирменная сеть является своего рода решением проблемы обмена.

Если же внутрифирменные издержки, в том числе на содержание и управление некоторыми подразделениями, становятся значительными, то в ряде случаев целесообразно организовать взаимодействия посредством рынка. Чистое

рыночное взаимодействие – это альтернатива включения подразделения внутри фирмы. Чистое рыночное взаимодействие имеет два компонента: систему цен и систему распространения информации о доступных альтернативах и соответствующих ценах. Чистое рыночное взаимодействие закладывает издержки по максимуму. Они состоят, по общеизвестной классификации, из издержек исключения (принятия решения о сделке) и издержек взаимодействия. Последние являются издержками описания, осмотра и оценки объекта взаимодействия. Первые являются издержками поиска, переговоров, составления контракта, юридической поддержки и документационного обеспечения. Очевидно, что если рыночные взаимодействия между двумя участниками рыночной сделки осуществляются часто и объектом являются сходные товары, работы или услуги, то пара имеет возможность сократить часть издержек, прежде всего, последнюю группу и частично первую. Между рыночной автономной сделкой и внутрифирменными нерыночными сделками складывается третий вариант, который представляет собой звено сети. Если число участников обмена, изменивших и упростивших условия заключения сделки больше двух, можно говорить о зарождении сети, которая уменьшает транзакционные издержки не за счет разрушения автономии субъектов, а за счет сокращения издержек на ряд процедур взаимодействия между фирмами в сети. Время существования сети отражает значительную экономию на транзакционных издержках.

Таблица 1

## Различия между сетевыми и рыночными взаимосвязями

Критерий сравнения	Рыночная сделка	Сетевая взаимосвязь
Анонимность сделки	Анонимность полная или частичная	Взаимодействие не анонимно и агенты принимают во внимание весь предшествующий опыт
Повторяемость сделок	Отсутствует опыт повтора сделок	Повторные и схожие сделки
Институциональный капитал (нормы и правила, определяющие взаимодействия субъектов в рамках сделки)	Является государственным и общедоступным	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Является частным и распределенным среди участников.</li> <li>➤ Прибыльность связей (норм и правил в сети) более вероятна, если предполагается их длительное использование</li> </ul>

Примечание. Таблица составлена автором.

Главные отличия сетевых взаимодействий от рыночных заключаются в следующем (табл. 1):

Типичными примерами сетей являются:

- современные системы производства, организованные как цепочка поставок;
- сборочные производства, работающие с сетью поставщиков, обеспечивающих своевременную доставку компонентов;
- оптовые предприятия торговли, которые имеют связи с фирмами, поставляющими продукты, и розничными продавцами, которые являются дистрибьюторами конечного продукта.

Пример таких крупных и преуспевающих компаний, как “Toyota” показывает, что сеть вокруг головной компании формируется в три концентрических круга. Первый состоит из наиболее стабильных смежников, работающих на основе особого долговременного контракта, который подразумевает изменение условий сделки, но исключает ее прекращение. По такому неоклассическому контракту работают 122 бизнес-субъекта. Второй круг состоит из тех поставщиков, с которыми заключены контракты с условием радикального прекращения сделки в случае изменения ситуаций на рынке труда (5437 смежников). Третий круг состоит из поставщиков, работающих на основе краткосрочных контрактов (41407 смежников), с ними отношения разрываются в первую очередь [4].

В реальности формирование сети может происходить по двум направлениям:

- кооперация автономных рыночных субъектов в разные формы деловых соглашений как формальных (консорциум, франчайзинг, аутсорсинг), так и неформальных (обмен специалистами, оборудованием и др.);

- выделение из крупной фирмы отдельных подразделений в форме автономных хозяйствующих субъектов, имеющих полную или частичную автономию (аутсорсинг, франчайзинг) (рис. 2).

Сетевые связи обеспечивают экономию на внешних издержках для фирм как внутри агломерации, так и между агломерациями. Агломерация не является необходимым условием образования сети, но она усиливает сетевые эффекты экономии на внутренних и внешних (транзакционных) издержках за счет пространственной близости субъектов.

Агломерация как пространственное образование не обязательно создает сети, но представляет идеальные объективные предпосылки для формирования деловых отношений сетевого типа, так как формирует массу конкурирующих поставщиков и совокупность потребителей, что и обеспечивает внешние эффекты. Находясь вне пределов любой сети, покупатели и продавцы могут найти друг друга при низких транзакционных издержках, т.е. на рынках, где дистанция, в том числе пространственная, между покупателем и продавцом незначительная.

Такие рынки могут быть только в городских районах со значительной концентрацией субъектов рынка и становятся все более распространенными в связи с увеличением городов. Это является следствием структуры пространства и представляет собой один из аспектов пространственного внешнего эффекта. Тем не менее, между агломерациями и сетями, безусловно, есть различия (табл. 2).

Поскольку агломерация является одним из объектов экономического пространства, имею-

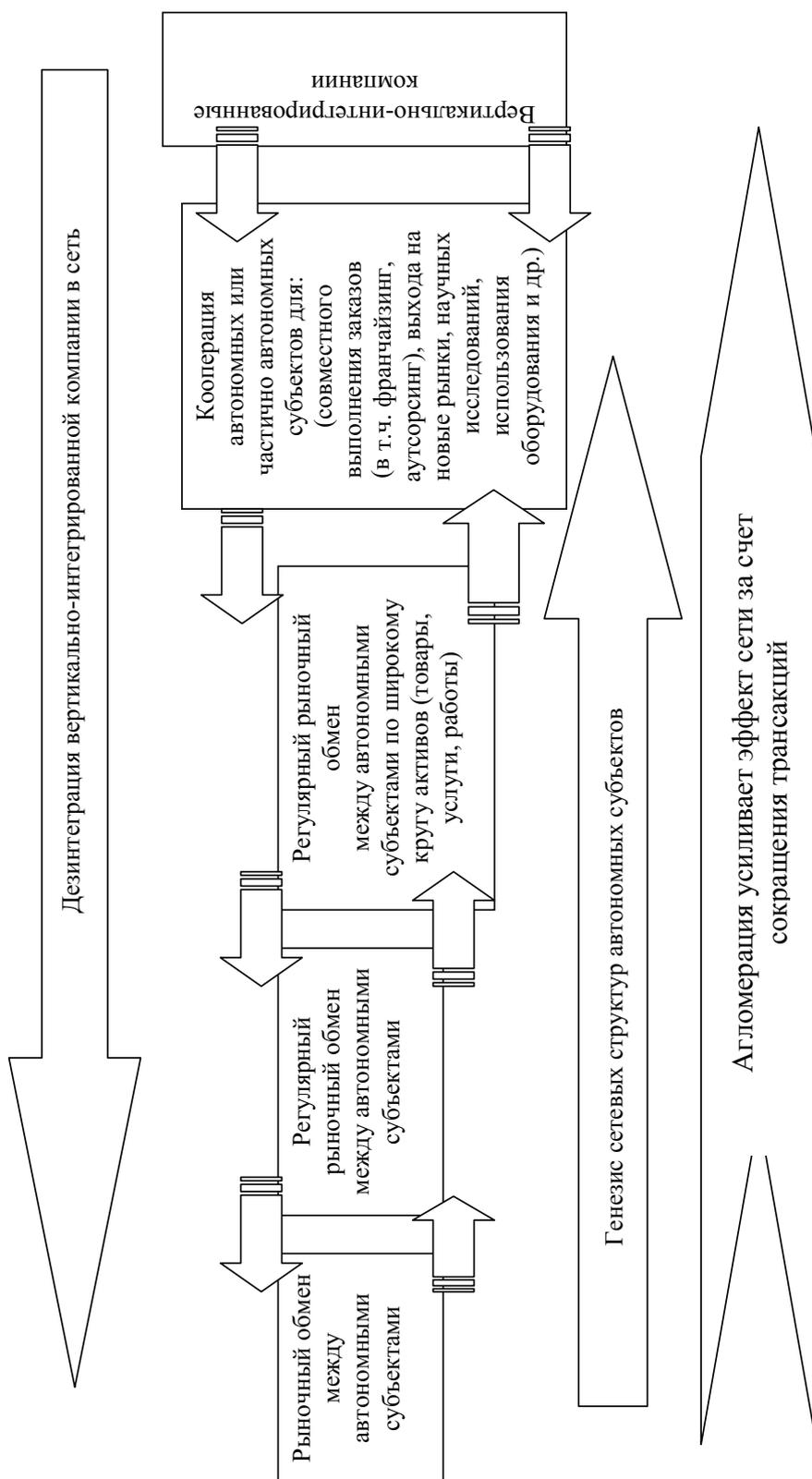


Рис. 2. Пути формирования сетевых структур и роль агломерации

Таблица 2

## Различия между агломерацией и сетью

Критерий сравнения	Агломерация	Сеть
Природа блага	Агломерации представляют собой общественное благо, где домашние хозяйства и фирмы сообща разделяют ее выгоды	Сеть является частным благом, так как предполагает разделение частных благ между участниками сети
Природа института	Агломерация полагается на государственные институты	Экономические сети представляют коллективное решение и являются частным институтом
Природа рыночных отношений	Агломерация обеспечивает высокую концентрацию рыночных субъектов и снижает транзакционные издержки для рыночных сделок вне всяких сетей. Обеспечивает эффект локализации (разделение процесса производства на отдельные звенья между производителями) и урбанизации (обеспечение масштабов спроса). В агломерациях свободный вход и нет возможности определять более выгодную цену	Возможности ценовой дискриминации и исключения из закрытого круга участников сети. Закрепляет эффект локализации и специализацию на отдельных стадиях производства

Примечание: Таблица составлена автором.

щим внутреннюю структуру, то именно в условиях агломерации обеспечивается наивысший эффект от использования сетевых связей, т.е. экономии на внешних взаимодействиях.

По сути, экономическая сеть является структурой связанных агентов, комбинирующей некоторые характерные черты фирмы и чистого рынка. Она включает некоторые транзакционные издержки и, по крайней мере, неявно, соглашения относительно непредвиденных обстоятельств, подобные тем, которые можно найти в рыночных контрактах. В условиях агломерации сами затраты на создание сети могут быть ниже или стать совсем незначительными.

Подводя итоги этому сравнению, можно отметить, что экономические эффекты агломерации и экономические эффекты сети – это два различных комплиментарных способа решить проблемы рыночного обмена.

Если есть возможность размещаться в одной агломерации, то фирмы одной отрасли могут пользоваться ее эффектами и ускорять свое развитие, в том числе за счет диффузии инноваций. Если же пространственная близость недостижима (для Казахстана с его расстояниями это особенно актуально), то сетевые структуры способны порождать аналогичные эффекты. Для многих транзакций созданная сеть снижает эффективное расстояние между узлами (субъектами), сокращая транзакционные (или транс-

портные) издержки, которые могли бы служить препятствием. Главный вывод: когда совместное размещение невозможно, сети могут заменить агломерацию с ее транзакционными эффектами.

Подводя итог исследованию конкурентоспособных форм пространственной структуры в экономике Казахстана, можно сделать следующие выводы. Понятие “внешняя экономия от масштаба” характерно для: агломерации (пространственной формы экономики), монополии (рыночная модель экономики), деловой сети (промежуточная форма хозяйствования между фирмой и рынком). Основной чертой локального развития в постиндустриальной экономике является распространение внешних эффектов от масштаба, зарождающихся в агломерации, на остальное экономическое пространство посредством сетевых структур, которые порождают аналогичные экономические эффекты, не привязанные к агломерации, т.е. позволяют экономить транзакционные издержки вне агломерации.

#### Литература

1. *Fujita M.A* Monopolistic Competition Model of Spatial Agglomeration: A Differentiated Product Approach // *Regional Science and Urban Economics*.1988. № 18.
2. *Marshall A.* Principles of Economics. Цит. по: И.В. Пилипенко. Малые страны Западной Европы: особенности развития и место в международном

## *Экономика*

---

- разделении труда // Известия Академии наук. Серия географическая. 2001. № 3. С. 29–41.
3. *Р. Коуз*. Природа фирмы. СПб.: Алтейя. 1993.
4. *Олейник А.Н.* Институциональная экономика. М.: Вопросы экономики и ИНФРА-М, 2000. С. 125–168.