Суслова Е. М., Феоктистова Н. А., Шевченко А. В.[1]

О КАТЕГОРИИ ЛОКАЛЬНОГО РЫНКА

Данная работа носит теоретико-прикладной характер. В статье разграничены основания выделения понятия «локальный рынок», классифицированы точки зрения по вопросу понимания «локального рынка» (с выходом на авторскую трактовку исследуемой категории).

В настоящее время экономистами все чаще употребляется понятие локального рынка. Однако, в экономической литературе ему не уделено должного внимания. Локальный рынок так и не получил обоснования экономической сущности, причин формирования, механизма функционирования и выполняемых им функций. Также отсутствует четкое определение данной категории, поэтому возникает необходимость обоснования категории локального рынка.

Локальный рынок носит неопределенный характер и, в зависимости от цели исследования, понимается по-разному. Точки зрения по определению данной категории различны — от рынка в пределах какой-либо местности до межстранового интегрированного рынка.

Если речь идет о неоклассике, то локальный рынок рассматривается в рамках отраслевых рынков, в рамках микроэкономики, когда учитывается поведение фирмы на рынке в условиях разных типов конкуренции. Неоклассика по преимуществу занимается изучением рынка при разных составляющих конкурентной среды.

Таким образом, важно уточнить само понятие локального рынка и рассмотреть данный тип рынка в рамках мезоэкономики, определить критерии выделения локального рынка, исследовать факторы, влияющие на его формирование и функционирование, оценить перспективы его дальнейшего развития.

Изучение локального рынка имеет и практическое значение. Локальный рынок действует в условиях муниципальной экономики, местного самоуправления. Рынок реализует социально-демографическую политику, обеспечивая местное население рабочими местами и удовлетворяя их социально-экономические потребности. С другой стороны, муниципальные власти неизбежно оказывают свое воздействие на локальный рынок и его участников посредством установления правил, норм ведения экономической деятельности, которые могут препятствовать входу на данный рынок. Поэтому, от результа-

[1] Сведения об авторах: Суслова Елена Михайловна, аспирант, преподаватель кафедры экономики и менеджмента Шуйского государственного педагогического университета.
Феоктистова Наталья Александровна, аспирант кафедры политической экономии Ивановского государственного университета.
Шевченко Александр Владимирович, аспирант кафедры политической экономии, ассистент кафедры финансов и банковского дела Ивановского государственного университета.

тов функционирования локального рынка зависит в целом состояние муниципальной экономики.

В соответствии с целью исследования рассмотрим трактовки локального рынка и определим критерии отнесения рынка к категории локального исходя из точек зрения некоторых авторов. (таб. 1)

Вышеизложенное позволяет сделать вывод о том, что локальный рынок представляет собой местное экономическое пространство, на котором представлена ограниченная номенклатура товаров, преимущественно местного производства и потребления, являющаяся объектом экономического оборота, удовлетворяющая определенным критериям данного экономического оборота в пределах экономических границ.

В современных условиях значительная доля объема обслуживания приходится на оптовую и розничную торговлю. Рынок розничной торговли представляет собой, прежде всего, способ организации сферы обращения, обеспечивающий удовлетворение потребностей населения в товарах и услугах данной территории, базирующийся на использовании товарно-денежных отношений через рыночные механизмы взаимодействия спроса и предложения.

Розничный рынок (в рамках системного подхода) как система взаимодействующих субъектов, реализующих материальные, финансовые и информационные взаимосвязи, характеризующаяся единством их функционального назначения и взаимозависимостью, безусловно, имеет локальную, территориальную привязку, но при этом ею не ограничивается. Условия реализации товаров и услуг населению через систему розничных рынков различной специализации во многом определяются и формируются средой функционирования местных рынков в каждом поселении (территориальные, административные, социально-культурные, экономические, политические, технические факторы влияния). При этом большое влияние на развитие рыночных отношений (в рамках определенной территории) оказывает неоднородность в пространственном распределении экономической активности субъектов рынка. Можно констатировать, что, чаще всего, экономическая активность в сфере обращения концентрируется в большей степени в центрах сбыта товаров и услуг, значительная часть которых обычно располагается в центральной подсистеме, наиболее посещаемой части города или другого поселения. Реализация проблем, связанных с размещением очагов экономической активности на определенной территории; определение экономической значимости участков города и расположенных на них центров розничной торговли существенно зависят от роли, которую каждый рассматриваемый город играет в местном воспроизводстве и национальном хозяйстве. В рамках региональной экономики сферу торговой деятельности характеризуют показатели оборота розничной торговли по городам и районам области. По данным статистики за 2006 г. по Ивановской области, город Шуя занимает третье место в структуре общего розничного товарооборота (5,1 %к итогу по области) после г. Кинешмы (6,3 %) и г. Иваново (56,9 %) [5, с.335]. Можно говорить о том, что г. Шуя имеет определенную

значимость как для целостной административно-хозяйственной зоны, так и для района и примыкающих территорий, являясь, в известной степени центром формирования малой хозяйственной зоны.

Таблица 1

Классификация точек зрения на определение понятия локального рынка

Основные критерии выделения локального рынка	**Определение понятия «локальный рынок»**	**Автор**
1. Территориальная ограниченность	1)Местный (локальный) рынок – рынок, не выходящий за границы муниципального образования; региональный рынок – рынок, не выходящий за границы субъекта РФ. 2) Местный рынок - рынок определенного района, региональный – региона, внутренний рынок – рынок конкретной страны. [10, с.67], [19, с.66] 3) Локальный рынок - локальный региональный рынок, развивающийся в рамках определенного территориального образования (экономического района, области, города, района, отдельных населенных пунктов, входящих в состав района); представляет собой сферу обращения, где происходит согласование интересов производителей и потребителей. Локальный региональный рынок представляет собой сложные пространственно-экономические образования, состоящие из многочисленных элементов и связей между ними. [1, с.10] 4) Локальный рынок – это рынок, ядром которого является пространство города, обладающее наиболее высокой плотностью объектов и участников рыночного оборота, а также наличием информационной, обслуживающей и регулирующей инфраструктуры. [15, с.10] 5) Локальный рынок - как разновидность данного типа рынка выделяется городской рынок, сельский рынок, рынок субъекта РФ, региональный рынок.[8, с.114] 6) Локальный рынок (от английского local) – местный; под локальным рынком понимается сбытовая территория, расположенная в районе функционирования компании. [17]	1)Приказ №108.[13] Приказ № 235.[12] 2) Петров М.Н., Халипов В.Ф., Васильева А.А., и др. 3) Абрамова Е.А. 4)Синицына Н.М. 5)Попов Е. 6) Толковый англо-русский словарь «Маркетинг и торговля»
	7) Автор анализирует особенности формирования мирового рынка услуг сотовой связи, среди которых выделяет локальный характер локального типа рынка. Он локализован в рамках территориальных образований, хотя масштабы этих образований могут быть различны. [4, с.41] 8) Портер выделяет уровни локального рынка: локальный рынок городов, штатов, регионов и даже рынок групп соседних стран. [9] 9) Автор понимает под локальными рынками специфические рынки стран мира, в совокупности составляющие единый глобальный рынок. Понятие локального рынка рассматривается им на примере работы гипермаркетов сети Castorama, входящих в британскую группу Kingfisher. Группа владеет в общей сложности 667 магазинами в десяти странах мира, рынок каждой из которых и характеризуется как локальный рынок. [7]	7) Иванов Е.В. 8) Портер М. 9) Поддубный А.
2. Доступность получения определенных товаров в определенной зоне	1) Местный товарный рынок - район города, город, отдельный населенный пункт, группа населенных пунктов, район, область, группа областей, край, административный или экономический район, любая другая территория,	1) Приказ «О методических рекомендациях по определению границ и объемов товар-

	в отношении которой должна быть доказана экономическая возможность покупателя приобрести товар на данной территории, и отсутствие этой возможности за ее пределами. [11] 2) Локальный рынок потребительских услуг - рынок (для европейской части РФ) с территорией радиусом до 50 км, жители которой приобретают потребительские услуги именно в этой местности и охвачены также единой сетью теле- и радиовещания, печатных средств, массовой информации. [3, с.11]	ных рынков» от 26.10.1993 г. № 112. (утратил силу) 2) Дудова Х.Х.
3. Единство цен	1) Локальный рынок - совокупность отношений продавцов и покупателей конкретного товара или товарной группы, сфера деятельности которых ограничивается одним городом. Локальность рынка опосредуется разницей в ценах на товар в один и тот же период времени в разных городах.[6]	1)Никифорова В.А.
4. Потоварная специализация локальных рынков	1) Локальный рынок – рыночный сегмент национальной экономики, выделяемый по товарному, функциональному и другим признакам. [2] 2) Локализация рынка связана с производством, реализацией и присвоением определенного вида товарной продукции (товарной услуги); таким образом, становится объяснимым многоуровневый (межуровневый) характер локальных рынков. Автор также выделяет такой тип локального рынка как специализированный рынок данного товара в данном регионе. Такой подход выступает методологическим основанием правомерности распространения на локальный рынок всех теоретических достижений в характеристике регионального рынка, с которым локальный рынок имеет наибольшее сходство. [3, с.17]	1)Большой экономический словарь под ред. Азрилияна А.Н. 2) Дудова Х.Х.
5. Подвижность экономических границ рынка	1) Потоварная специализация локальных рынков превращает в условность конкретные границы их ареалов, поскольку, например, рынок нефтепродуктов может менять свои рамки в зависимости от принятых целей и задач предпринимаемого исследования – от международных до внутрирегиональных. Другими словами, рамки локального рынка подвижны и во многом произвольны. [3, с.17]	1) Дудова Х.Х.
6. Единое информационное пространство	1)Критериями локального рынка являются территориальная протяженность и единое информационное пространство в пределах данной территории. 2) Под локальным рынком недвижимости автор понимает рыночную систему, включающую, во-первых, совокупность объектов недвижимости, локализованных по уровню доступности в пространстве муниципального образования и примыкающих территорий, функционирующих в едином информационном поле, во-вторых, отношения между покупателями и продавцами на основе устойчивого спроса и равновесного ценообразования на однородное недвижимое имущество. [18, с. 9]	1) Дудова Х.Х. 2) Синицына Н.М.

В малых и средних городах заметная роль в сфере розничной торговли отводится местным рынкам (базарам), вовлекающим в торговую деятельность значительную часть населения, как со стороны спроса, так и со стороны пред-

ложения; являющимся в силу разных причин своеобразным центром притяжения интересов субъектов рынка. Доля продаж на вещевых, продовольственных и смешанных рынках в общем розничном товарообороте по данным за 2003 г. составила 23,7 % [14, с.285] по стране в целом, в частности по Ивановской области – 24,1 %. [5, с.333] По данным за 2004, 2005 и на начало 2007 гг., доля продажи товаров на рынках составила 19,5 %, 16,9 % [5, с.333] и 14,5 % [16, с.15] соответственно, при этом индекс физического объема оборота розничной торговли на вещевых, смешанных и продовольственных рынках по области на начало 2007 г. составил 109,6 % (к предыдущему году). Выстраивая суждение на основе эмпирических данных, можно говорить о наметившейся тенденции к снижению удельного веса рыночной торговли в розничном товарообороте, притом, что число рынков разных типов по стране в целом в 2006 г. составило 90,6 % относительно 2005 г. (5,8 тыс. ед. против 6,4 тыс. ед.). [14, с.284] Вместе с тем, в целом число торговых мест на рынках в 2006 г. увеличилось на 25 % (244,5 тыс. ед. в абсолютной величине) по сравнению с 2005 г. Не вдаваясь в детальный анализ конкретных факторов, влияющих на изменение показателей в динамике, отметим, что снижение доли рыночных продаж в розничном товарообороте, сопровождаемое общим повышением количества торговых мест на рынках, происходит на фоне сокращения численности индивидуальных предпринимателей, занятых в розничной торговле. Так, по данным за 2006 г. по России численность индивидуальных предпринимателей в розничной торговле составила 98,0 % относительно 2005 г. При этом число предпринимателей, преследующих свои интересы на розничных рынках возросло на 20%. [14, с.284] В 2005г. из общего числа предпринимателей в розничной торговле 66,2 % осуществляли свою деятельность на рынке; в 2006 г. тот же показатель составил 86,2 %.

Таким образом, можно предположить, что местный рынок, являясь в известной степени одним из центров экономической активности, по-прежнему привлекателен для субъектов рынка. Предложение на местных базарах формируется не только за счет деятельности местных производителей; центры активности (в частности, местные рынки) в других поселениях (отдельных городах или регионах) не менее интересны в качестве рынков сбыта для производителей и поставщиков.

Рассматривая рынок как объект пространства, можно сделать вывод, что, под воздействием территориальных факторов, местный базар всегда является локальным рынком, деятельность субъектов которого ограничивается определенной территорией, создавая ситуацию локализованного обслуживания потребителей.

В экономическом пространстве локализация рыночных отношений происходит под воздействием иных (не территориальных) факторов. Разрыв рыночного пространства и образование локальных рынков зависит от величины транспортных издержек продавцов, вступивших в борьбу за рынок сбыта, в каждом конкретном поселении. Предложение товара в центрах экономической

активности определенных территорий позволяет производителям существенно расширить зону сбыта производимой продукции. При этом, возможности размещения продукта территориально зависят от способности преодоления экономического расстояния каждым производителем. В сфере производства центром локального рынка является производство, притягивая зону потребления конкретного продукта, радиус которой определяется интересами производителей, наличием платежеспособного спроса в возможной зоне потребления и, в первую очередь, величиной транспортных издержек. В сфере обращения локализация рыночного пространства также зависит в большей степени от величины транспортных издержек продавцов. Однако центром притяжения здесь выступает местный рынок, как один из крупных центров пересечения интересов продавцов и покупателей в розничной торговле в рамках каждой определенной территории. Таким образом, местный рынок, одновременно являясь местом объединения локальных рынков конкретного товара (товарной группы), выступает центром, зоной притяжения, в первую очередь, как местных товаропроизводителей, так и предпринимателей, заинтересованных в расширении возможностей сбыта. Можно предположить, что факторами, определяющими границы локального рынка в экономическом пространстве, являются степень охвата производителей, во многом обусловленная величиной транспортных издержек продавцов на каждом рынке, а также степень охвата зоны потребления рынком. Местный рынок, как центр активности, притягивает, наряду с местным населением, жителей районов, близлежащих территорий, локализуя в определенной степени и сферу потребления. Наличие оптового звена в торговой сфере, в ряде случаев выполняющего роль посредника между производителем и продавцом на рынке, между производителем и конечным потребителем, в итоге не смещает центр притяжения локального рынка, но может выступать фактором, влияющим на расширение экономических границ локального рынка.

Экономика региона состоит из совокупности экономик муниципальных образований (субрегиональный уровень). Есть круг предприятий и организаций, работающих на местных ресурсах для удовлетворения местных нужд (например, в Ивановской области к ним относятся молокоперерабатывающие заводы, предприятия по розливу минеральной воды и т.п.). Другая группа предприятий, работающих «на местные нужды», использует привозное сырьё. Главное же заключается в том, что совокупность предприятий, работающих «на местные нужды» можно рассматривать изначально как клиентов региональных банков.

Есть предприятия, работающие «на вывоз» (текстильные предприятия, машиностроительные — ЗАО «Кранэкс», ОАО «Автокраны»; деревообрабатывающие предприятия, спирткомбинаты). Здесь нужно отметить, что одни из них используют местное сырье (карьеры, торфоразработки); другие работают на привозном сырье. Обслуживание данной группы клиентов может проводиться как местными банками, но чаще инорегиональными банками (так как

экономические связи и интересы данных хозяйствующих субъектов лежат «вовне»).

Есть и предприятия «проточной экономики» (яркий пример — Гонконг), где экспортная квота составляет 95 %. Если принять всё производство за 100 %, то 95 % идёт на вывоз (по принципу «привозят, перерабатывают и увозят»). Население при этом живет за счёт импорта. В Ивановской области таким примером может служить молокозавод, расположенный в Юже, который «питается сырьём» со стороны (привозят сыры из Белоруссии, перерабатывают и увозят за пределы области). Таким образом, выделяя понятие региональной экономики, необходимо иметь ввиду, что она должна иметь соответствующее банковское обслуживание. Если экономика региона ориентирована на работу «на вывоз», то очевидна ориентация банковского сектора области на развитие внерегиональных связей (например, предприятие берёт кредиты «на стороне», в то же время расчётно-кассовое обслуживание — на территории данного региона).

Рассмотренные нами направления возникновения спроса на услуги банковского сектора региона свидетельствуют о том, что в регионе объективно возникает потребность в банковском обслуживании. При этом структура банковского сектора региона должна соответствовать структуре региональной экономики (то есть должна быть дифференцирована по масштабам и характеру деятельности коммерческих банков и их филиалов, сфере обслуживания и формам собственности).

Затрагивая проблему насыщения экономики кредитными ресурсами, акцентируют внимание на удовлетворении имеющихся потребностей, то есть всем желающим. Но коммерческий банк выдаёт кредит не каждому, а только тем, кто может гарантировать возврат кредита, например, обеспечить залогом, имеющим целевой характер. При этом целевая установка банка по насыщению экономики кредитными ресурсами вступает в противоречие с целью банка по извлечению прибыли. Другими словами, кредитными ресурсами насыщается не экономика, а только субъекты, имеющие платёжеспособный спрос. В этом отношении формирование предложения банковских услуг целесообразно рассматривать, по нашему мнению, как отклик на спрос.

Более того, можно сказать, что потенциально банками рассматриваются потребности, реально — платёжеспособный спрос. Применительно к кредиту, необходимо рассматривать «спрос, обеспеченный залогом». Хотя есть и исключения: «кредит под честное слово», «кредит на доверии»[1]. Главное же заключается в том, что проведение более глубокого анализа указанной проблемы возможно на основе понятия «спрос, обеспеченный залогом». Таким образом, затрагивая тему места и роли коммерческого банка в региональном воспроиз-

[1] Кредит, бланковый — кредит, предоставляемый без обеспечения материальными ценностями или ценными бумагами, основанный на доверии. Им пользуются клиенты, имеющие длительные деловые отношения с банком и обладающие высокой платёжеспособностью. [2, с.446]

водстве, хотелось бы остановиться на ряде исходных позиций. Во-первых, частично роль коммерческого банка раскрывается через спрос на банковские услуги. Во-вторых, анализ процентной политики, конкуренции, инфраструктуры на мезоуровне позволяет выявить определённые закономерности и особенности, находящие своё отражение в понятии «институционально-функциональная роль коммерческого банка». В-третьих, коммерческий банк в процессе своей деятельности реализует определённые задачи, поэтому место и роль коммерческого банка необходимо раскрыть через функции.

Библиографический список

1. Абрамова Е. А. Локальный рынок депрессивного региона: анализ, оценка, перспективы развития (на примере рынка овощной продукции): Дис. канд. экон. наук: 08.00.05. – Иваново, 2005. -161 с.: ил.
2. Большой экономический словарь / Под ред. Азрилияна А.Н. –6-е изд., доп. – М.: Институт новой экономики, 2004. – 1376 с.
3. Дудова Х. Х. Формирование и функционирование локального потребительского рынка: На материалах Ставропольского края: Дис. … канд. экон. наук : 08.00.05. – Кисловодск, 2003. -146 с.: ил.
4. Иванов Е. В. Формирование локального рынка сотовой связи: На примере Новгородской области: Дис. …канд. экон. наук: 08.00.05. – Великий Новгород, 2005. – 179 с.: ил.
5. Ивановская область в 2005году: Стат.сб. Иваново, 2006.-465 с.
6. Никифорова В. А. Формирование локального рынка жилья: На примере города Новокузнецка: Дис. …канд. экон. наук: 08.00.05. – Кемерово,2005. – 169 с. : ил.
7. Поддубный А. Локальный в глобальном масштабе // Эксперт Северо-Запад. – 10.07.06. №26(279). http://www.expert.ru/printissues/northwest/2006/26/interview_partma/
8. Попов Е. Современный рынок в описании внешней среды организации: его важнейшие признаки и основы типизации// Маркетинг в России и за рубежом. - 2007.- №4(60). - с.97-120
9. Портер М. Конкуренция: Пер. с англ. Учебное пособие – М.: Издательский дом «Вильямс», 2001. – 495 с.: ил.
10. Предприниматель и рынок: Учебное пособие/ М.Н. Петров. – Спб.: Союз, 2002. - - 316с.
11. Приказ «О методических рекомендациях по определению границ и объемов товарных рынков» от 26.10.1993 г. № 112. (утратил силу)
12. Приказ «Об утверждении методических рекомендаций по развитию межрегионального товарного обмена и формированию конкурентной среды на межрегиональных товарных рынках» от 26.06.98 № 235.
13. Приказ «Об утверждении порядка проведения анализа и оценки состояния конкурентной среды по товарному рынку» от 25.04.06 №108.
14. Россия в цифрах.2006: Крат.стат.сб./ Росстат - М., 2006. - 426 с.
15. Синицына Н. М. Локальный рынок недвижимости: тенденции формирования, функционирования и регулирования: Автореф. Дисс… канд. экон. наук. – г.Екатеринбург, 2005. – 25 с. : ил.
16. Социально-экономическое положение Ивановской области в январе 2007 года. Иваново, 2007. – 25 с.
17. Толковый англо-русский словарь «Маркетинг и торговля» http://ecsocman.edu.ru/db/dict/4681/dict.html?wd=21762

18. Финансовый словарь
http://www.finam.ru/dictionary/wordf01A0C00028/default.asp?n=1
19. Язык рынка. Словарь. / Халипов В.Ф., Васильева А.А., Волгин Н.А. и др.; под общ. Ред. В.М. Федина – М.: Концерн «РОСС», 1992. – 80 с.

В качестве возможного направления конкретизации функционирования локальных рынков в работе рассматриваются розничный рынок (базар) и кредитный рынок с акцентом на удовлетворение местных потребностей. В отношении розничного рынка (базара) доказано, что становление и функционирование локального рынка происходит под влиянием факторов, отражающих специфику региона и муниципалитета (с указанием на проблематику малых городов). Применительно к кредитному рынку выделены направления возникновения спроса на услуги банковского сектора региона, выявлены место и роль коммерческого банка в региональном воспроизводстве.