

МЕЖРЕГИОНАЛЬНАЯ ТОРГОВЛЯ КАК ФАКТОР ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА

В статье рассмотрены основные предпосылки формирования межрегионального сотрудничества в форме межрегиональной торговли и ее влияние на социально-экономическое положение региона, представлена возможная структура межрегионального товарного рынка и выявлены его особенности. В работе также проведен анализ современного состояния межрегиональной торговли Оренбургской области.

Современная экономическая ситуация, сложившаяся в мире, характеризующаяся все более усиливающейся взаимозависимостью отдельных регионов, их стремлением к эффективному и взаимовыгодному сотрудничеству во всех сферах народного хозяйства, особенно характерна для такой огромной страны, как Российская Федерация с ее субъектами. Географическое положение, разнообразные природно-климатические условия и экономико-производственные факторы обусловили наличие существенных различий между регионами в их специализации, экономическом и социальном развитии.

Попытки сгладить такие различия побуждают регионы к активному сотрудничеству между собой. Кроме того, как показывает мировой опыт, наиболее быстрого и продуктивного развития любому экономическому субъекту удастся достичь лишь при высокой степени его открытости.

Данный фактор лег в основу многих экономических теорий и концепций, объясняющих возникновение и развитие международных и межрегиональных связей, особенно в форме межрегиональной торговли.

Указанные выше обстоятельства обуславливают объективную необходимость рассмотрения теоретических аспектов межрегиональной торговли и более глубокого изучения процесса регионального развития в сфере межрегионального сотрудничества на современном этапе.

Под регионом следует понимать абстрактное или же действительное, целостное пространство в пределах территории одной или нескольких близлежащих стран, обладающее набором относительно устойчивых, общих экономико-географических, социально-экономических и иных условий, позволя-

ющих отличить его от других. Таким образом, мы сознательно отходим от распространенного мнения о том, что регионом может считаться лишь территория в рамках одного субъекта РФ или отдельно взятого государства, т. е. таксономическая единица в какой-либо системе территориального деления. Одновременно акцентируя внимание на том, что в процессе установления границ региона большее внимание следует обратить на общность и взаимосвязь характеристик и факторов, присущих данным территориям, а не на их пространственное деление.

Неслучайно в последнее время все больше экономистов приходят к мнению, что в процессе деления территории на отдельные районы и регионы значительную роль играют экономические, и особенно рыночные отношения. Интеграционные процессы, активизировавшиеся в настоящее время в экономике, подтверждают этот факт. Так, например, активное поведение региональных хозяйствующих субъектов, направленное на расширение сферы своей деятельности, восстановление экономических и хозяйственных связей между регионами, разорванных с распадом СССР, привело к относительному срастанию регионов в отдельных отраслях хозяйства и появлению различных экономических систем, объединяющих в себе несколько соседних регионов. Одной из таких систем, наиболее ярко отражающей вышеупомянутые процессы, является межрегиональный рынок [1].

Говоря о сущности данного явления, прежде всего хотелось бы отметить, что в экономической литературе не дано четкого определения ни межрегионального рынка, ни межрегиональной торговли вообще, а ее сущность раскрывается через понятие межреги-

ональных связей. Правильнее выделить его в качестве самостоятельного понятия, так как межрегиональная торговля, хотя и является одной из форм межрегиональных связей, представляет собой важную и относительно обособленную форму сотрудничества между регионами.

Особую значимость данной форме межрегиональных связей придает и тот факт, что торговля всегда имела стратегическое значение для любой экономики и на любом уровне. Являясь важной отраслью народного хозяйства региона, она оказывает огромное влияние на его социально-экономические показатели посредством удовлетворения потребностей населения в товарах различного назначения, пополнения налоговыми поступлениями от торговых предприятий бюджетов различных уровней, создания рабочих мест на предприятиях торгового сектора.

Учитывая определение региона и традиционные понятия торговли, межрегиональная торговля представляет вид деятельности хозяйствующих субъектов двух и более регионов, направленной на совершение актов купли-продажи товаров, в пределах определенной территориально организованной сферы обращения, под которой следует понимать рынок, в рамках двух и более регионов, обладающий, в силу высокой чувствительности к изменениям конъюнктуры, мобильными границами.

Особенность межрегионального рынка заключается в большей по сравнению с региональными рынками зависимости от совокупности различных экономических характеристик: предложение и спрос на товары региональных хозяйствующих субъектов, как со стороны конечных потребителей, так и со стороны других предприятий; уровень жизни и соответственно покупательная способность населения той или иной территории; наличие или отсутствие конкурентов и т. д. Межрегиональная торговля, существующая в виде совокупности межрегиональных торговых связей, относительно легко меняет ареал своего распространения, стремясь достичь наиболее оптимального значения рыночных показателей.

Составными частями межрегионального рынка как единого целого являются отдельные рынки конкретных объектов торговли: межрегиональные рынки товаров, услуг, ценных бумаг, инвестиций, рабочей силы, недвижимости и некоторые другие виды рынков.

Посредством данного рынка происходит взаимодействие внешних либо местных продавцов с внешними либо местными покупателями (потребителями), направленное на совершение актов купли-продажи товаров. При этом необходимо сказать о существовании в этой сфере обращения центров, которые в силу своего географического, экономического положения, развитости информационных и транспортных сетей являются местом сосредоточения основных, наиболее крупных субъектов рынка и товарных потоков.

Структура межрегионального товарного рынка представлена нами на рисунке 1.

Межрегиональный рынок представляет собой совокупность субъектов рынка, т. е. производителей (продавцов) и потребителей (покупателей) нескольких регионов, которые вступают в контакт друг с другом с целью покупки или продажи товаров конечного потребления и производственно-технического назначения (объектов рынка).

При осуществлении своей непосредственной деятельности в пространственном взаимодействии субъекты межрегиональных рынков сталкиваются с различными барьерами.

Особенностью межрегионального рынка является тот факт, что кроме общераспространенных преград на пути субъектов рынка ему будут присущи и специфические, такие как: таможенные и иные платежи и ограничения, применяемые при перемещении товаров из одного региона в другой; рост и без того высоких тарифов на межрегиональные перевозки; использование в своей непосредственной деятельности хозяйствующими субъектами льгот и привилегий, предусмотренных региональным законодательством; разная степень развития региональных инфраструктур.

Барьеры входа и выхода с рынка во многом обуславливают формирование другой составляющей структуры межрегио-

нального товарного рынка – межрегиональных связей.

Межрегиональные связи в структуре межрегионального товарного рынка представляют собой совокупность различных, большей частью экономических отношений. По сути говоря, они представляют собой сделки между субъектами рынка из разных регионов по поводу купли-продажи или обмена различных благ. Кроме того, в состав межрегионального рынка могут входить связи, носящие информационный характер [2].

Развитие межрегиональных экономических связей в сфере межрегиональной торговли обеспечивает: взаимовыгодную связь региональных рынков между собой и общероссийским товарным рынком; формирование материальных, финансовых, информационных ресурсов, образуемых за счет межрегионального и международного обмена; формирование ассортиментной структуры продукции, подлежащей реализации на других региональных и межрегиональных рынках.

Другим элементом любой целостной системы, в том числе и рынка, является его инфраструктура, в составе межрегионального рынка данная составляющая приобретает особую значимость.

Относительно большие расстояния между хозяйствующими субъектами и потребителями, принадлежность их к регионам с различными правовыми и экономическими условиями порою влекут за собой ряд определенных трудностей, связанных с самостоятельным поиском информации о возможных рынках сбыта, подготовкой и осуществлением сделок. Данный факт все чаще склоняет субъектов межрегионального рынка обращаться к посредническим структурам, действующим в рамках рынка и помогающим его участникам реализовать свои интересы с минимальными затратами финансов и времени.

Основными функциями, выполняемыми посредническими структурами, являются: сбор и анализ информации о производителе-



Рисунок 1. Схема структуры межрегионального товарного рынка

лях, потенциальных продавцах и покупателях; организация мероприятий по рекламе, продвижению и реализации товара, юридическое оформление хозяйственно-коммерческих операций; осуществление кредитно-финансовых, страховых, транспортно-складских и иных операций.

Таким образом, инфраструктура межрегионального рынка представляет собой обязательную составляющую социально-экономического устройства рынка и обеспечивает сам факт его существования и выполнения основной функции – торговли.

Наличие в составе межрегионального рынка большого числа структурных элементов вызывает объективную необходимость регулирования и контроля их деятельности, со стороны государства и общественных организаций.

Государственное регулирование занимает особое место в данной экономической системе, представляя собой совокупность федеральных, региональных органов власти и общественных организаций, осуществляющих свою деятельность с целью обеспечения эффективного развития. Система органов государственного регулирования рынка устанавливает «правила игры» на нем и следит за их соблюдением, не принимая непосредственного участия при этом в обслуживании процессов обмена и движения товара. Особенность данного процесса заключается в необходимости согласования интересов субъектов рынка, общегосударственной экономической политики и экономической политики регионов, входящих в его состав.

Большую роль в выполнении региональными органами власти своих функций играют взаимодействующие с ними региональные общественные объединения и независимые организации: торгово-промышленная палата, общество по защите прав потребителей и другие.

В рамках межрегионального рынка существуют субъекты управления и регулирования, специально созданные с целью развития межрегионального сотрудничества, – ассоциации экономического взаимодействия. Основная цель деятельности ассоциаций заключается в формировании условий для эф-

фективного социально-экономического развития регионов-участников. В их состав могут входить как региональные органы государственной власти, так и общественные объединения, и независимые организации.

Ассоциации экономического взаимодействия оказывают содействие предприятиям и организациям в установлении рациональных кооперационных, производственных, торгово-экономических связей, в организации ими совместных объектов рыночной инфраструктуры – товарных и фондовых бирж, оптовых баз, союзов, коммерческих объединений [3].

Таким образом, межрегиональный рынок представляет собой экономическую систему, объединяющую в себе региональные экономики, от эффективного взаимодействия которых зависит не только развитие торговли, но и состояние промышленной, социальной и других сфер развития региона.

Оренбургская область, являясь динамично развивающимся регионом, обладая мощным экономическим и ресурсным потенциалом, поддерживает межрегиональные торгово-экономические связи практически со всеми регионами Российской Федерации.

Данные об объемах отгруженной продукции (работах, услугах) предприятиями и организациями Оренбургской области позволили выявить отрасли промышленности, а также продукцию их деятельности, которая вероятнее всего является или может стать объектом межрегиональной торговли (рисунок 2).

Основную долю в объеме отгруженной продукции на протяжении всего анализируемого периода занимают предприятия добывающей промышленности, в 2004 году их вклад в общий объем составил 44% и 64% в 2006 году. Второе место занимают металлургическое производство и производство готовых металлических изделий 29,6% в 2004 и 20% в 2006 годах. На третьем месте по объему отгруженной продукции находятся предприятия по производству кокса и нефтепродуктов 11,6%, 8% и 4% соответственно [4].

Таким образом, за период с 2004 по 2006 год в структуре объема отгруженной продукции предприятиями Оренбургской области наблюдается рост доли предприя-

тий добывающей промышленности. Несмотря на увеличение объемов выпускаемой продукции в стоимостном выражении, доля предприятий металлургического производства, производства кокса и нефтепродуктов, пищевых продуктов, машин и оборудования в общем объеме отгруженной продукции имеет тенденцию к снижению. Исключение составляет химическое производство, объем отгруженной продукции данной отрасли в стоимостном выражении увеличился в 2006 году в 2,1 раза и составил 3% от совокупного объема производства.

Анализ данных ввоза и вывоза важнейших видов продукции производственно-технического назначения и основных видов потребительских товаров в 2006 году свидетельствует о том, что наибольшие объемы поставок в регионы приходятся на следующие товары: нефть, газ, автомобильные бензины, дизельное топливо, мазут, прокат черных металлов, чугун, сера, цемент, кузнечно-прессовые машины, электродвигатели, ткани шелковые, мясо и птица, мясные консервы, пиво, колбасные изделия и копчености, соль, мука.

Ввоз в Оренбургскую область из других регионов Российской Федерации осуществляется в основном в отношении товарной продукции, местное производство которой

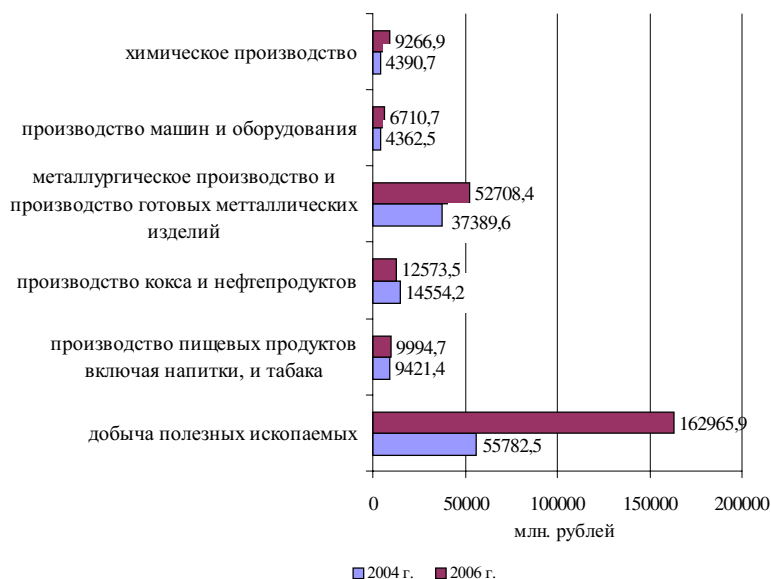


Рисунок 2. Объем отгруженной продукции (работ, услуг) по отдельным видам экономической деятельности

не способно удовлетворить предъявляемого спроса либо не производящейся на территории области. Такими товарами являются: сельскохозяйственная техника, продукция автомобильной промышленности, шины, холодильники бытовые, телевизоры и иная электротехника, моющие синтетические средства, сода, цельномолочная продукция, сахар, масло растительное, консервы рыбные, водка и ликеро-водочные изделия.

Основными торговыми партнерами области в 2006 году являлись регионы Приволжского, Уральского и Центрального округов. Структура товарооборота в разрезе регионов, основных торговых партнеров представлена на рисунке 3.

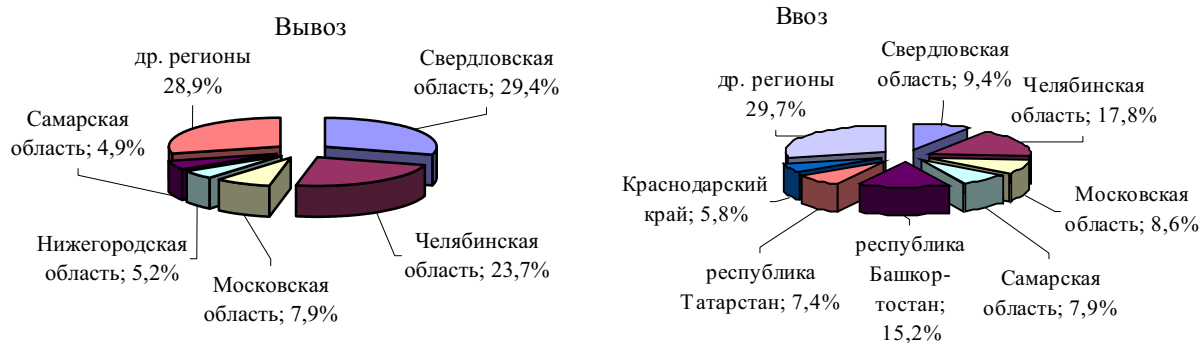


Рисунок 3. Основные регионы-контрагенты (субъекты РФ) в торговле Оренбургской области в 2006 году

По данным государственной статистики Оренбургской области, наибольший объем продукции вывозился в Свердловскую и Челябинскую области, на долю этих регионов приходится более половины всех поставок. Самарская, Нижегородская и Московская области занимают 4,9%, 5,2% и 7,9% соответственно.

Основная доля продукции, ввезенной в Оренбургскую область в 2006 году, приходилась на Республику Башкортостан, Челябинскую область и Свердловскую область [5].

Исходя из понятия межрегиональной торговли, к ней относится и торговля в рамках отдельных регионов нескольких стран, поэтому имеет смысл проанализировать внешнеторговые отношения Оренбургской области.

Внешнеторговый оборот Оренбургской области в течение последних трех лет продолжает расти, в 2006 г. он составил 3780,6 млн. долларов США, что на 69% выше по сравнению с 2004 г., данное увеличение произошло в основном за счет значительного роста импорта – в 2,1 раза, экспорт за рассматриваемый период вырос на 26,5%. По объему внешнеторгового оборота область находится на 6-м месте (в 2005 году на 5-м месте) среди 14 субъектов Приволжского федерального округа РФ, уступая республикам Татарстан, Башкортостан, Самарской, Нижегородской областям, Пермскому краю. Доля Оренбургской области во внешнеторговом обороте Приволжского федерального округа по итогам 2006 года составила 8,42% (в 2005 году – 9,9%).

Наибольшая доля экспорта Оренбургской области в 2006 г. приходится на страны дальнего зарубежья – 2059,1 млн. долларов США (74,5%), на страны СНГ – 705,5 млн. долларов США. Основой экспорта (как в страны СНГ, так и в страны дальнего зарубежья) является продукция топливно-энергетического комплекса (47,2%) и экспорт черных и цветных металлов и изделий из них (40,3%), 4,1% от общего объема экспортированных товаров занимает продукция нефтехимического комплекса.

В 2006 г. в Оренбургскую область было импортировано товаров на сумму 1016,0 млн.

долларов США, причем 776,2 млн. долларов США (76,4%) из стран СНГ, из стран дальнего зарубежья – 239,8 млн. долларов США.

Импорт из стран дальнего зарубежья представлен в основном продукцией машиностроения (82,3%), изделиями из черных и цветных металлов (5,8%), продукцией нефтехимического комплекса (4,5%).

В импорте из стран ближнего зарубежья преобладает продукция топливно-энергетического комплекса (63,7%), продовольственные товары (28,5), нефтехимического комплекса (2,0%), продукция машиностроения (1,6%) [6].

Торговыми партнерами Оренбургской области в 2006 году являлись 80 стран. Крупнейшие торговые партнеры при экспорте: Нидерланды (25,2%), Великобритания (13,8%), Казахстан (8,5%), Иран, Исламская республика (7,3%), Италия (6,5%), Турция (5,1%), Киргизия (3,4%), Финляндия (2,5%), Польша (2,5%), США (2,4%), Таджикистан (1,9%), Украина (1,6%), Сингапур (1,5%), Китай (1,1%), Германия (1,0%); при импорте – Казахстан (60,4%), Узбекистан (23,1%), Германия (5,1%).

Таким образом, межрегиональная торговля является одним из факторов социально-экономического развития регионов. Осуществляемая в рамках относительно организованной сферы товарного обращения – межрегионального рынка, подчеркивает необходимость слаженного и эффективного механизма его функционирования.

Межрегиональному рынку, как целостной экономической системе, присущи как общие рыночные черты, так и ряд индивидуальных особенностей: субъекты такого рынка принадлежат к разным регионам, следовательно, их деятельность регулируется зачастую различающимся законодательством этих регионов и стран, а также международными договорами; особую роль из-за значительных масштабов такого рынка играет инфраструктура, помогающая его участникам реализовать свои интересы; наличие в составе межрегионального рынка большого числа структурных элементов обуславливает сложность процессов регулирования и контроля их деятельности.

Анализ современного состояния межрегиональной торговли Оренбургской области показал, что, несмотря на активное участие области в торговых отношениях почти со всеми регионами РФ, странами СНГ и дальнего зарубежья, торговля носит ярко выраженный сырьевой характер. В структуре вывоза преобладает продукция ТЭК, черные и цветные металлы. В товарной структуре ввоза основную долю занимает продук-

ция машиностроения и продовольственные товары, что говорит о низкой конкурентоспособности местной продукции, а также относительном застое в данных отраслях.

В целом для эффективного функционирования экономики необходима разработка принципиально новой модели деятельности региона, которая бы учитывала интересы всех сфер, в особенности производства и распределения.

Список использованной литературы:

1. Методические рекомендации по развитию межрегиональных связей и формированию конкурентной среды на межрегиональных товарных рынках, утвержденные постановлением Правительства РФ от 21.02.1998 №239 // Российская газета. – 1998. – 11 марта (№47).
2. Новоселов, А. С. Теория региональных рынков: учебник / А. С. Новоселов. – Ростов-н/Д: Феникс; Новосибирск: Сибирское соглашение, 2002. – 448 с.
3. Приоритеты социально-экономического развития регионов: вопросы теории, методологии, практики / Под ред. чл.-кор. РАН А.И. Татаркина. Екатеринбург: Институт экономики УрО РАН, 2000. – 503 с.
4. Оренбургская область: статистический ежегодник / Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Оренбургской области. – Оренбург, 2007. – 478 с.
5. Торговля и услуги в Оренбургской области: статистический сборник / Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Оренбургской области. – Оренбург, 2007. – 190 с.
6. Сайт Министерства информационной политики, общественных и внешних связей Оренбургской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.mininform.orb.ru