



УДК 911.3:63

## **Конкурентная парадигма в территориальном развитии**

Н. М. Сысоева ([syssoeva@oresp.irk.ru](mailto:syssoeva@oresp.irk.ru))

**Аннотация.** Новые подходы в экономической географии обусловлены переходом экономики на рыночные рельсы, что привело к внедрению понятий конкуренции и конкурентоспособности в арсенал науки. Новые принципы обусловлены и развитием отраслей виртуальной экономики. Основной упор географы должны делать на исследовании свойств локальной среды, где сетевые структуры взаимоотношений имеют преимущество перед иерархической структурой общества в возможностях разработки новых технологий.

**Ключевые слова:** виртуальная экономика, инновационное развитие, конкурентоспособность территорий, конкурентная среда, социальные сети.

### **Введение**

Смена подходов и целых парадигм в экономической географии, как и во многих ветвях общественных наук, происходит в двух основных направлениях. Первое обусловлено национальными условиями – это всеобъемлющая перестройка хозяйства страны, вызванная переходом на рыночные рельсы, т. е. внедрение институтов рынка, включая отношения собственности. Переход к рынку влечет за собой трансформацию экономического пространства. География вводит эти понятия в свой арсенал инструментов и анализирует территориальные факторы трансформации. Сквозной темой исследований проходит поиск компромисса между единым рынком и региональной дифференциацией.

Другая сторона этого процесса – уход от централизованного планирования, что привело к снижению уровня принятия решений вплоть до локального. Результатом такой перестройки является развитие институтов территориального планирования и местного самоуправления.

Второе направление носит глобальный характер, и связано с процессом виртуализации экономики. Возникают такие определения и отрасли как «новая», «сетевая», «информационная» экономика. Человечество в значительной степени отходит от товарной парадигмы развития и через выделение значения услуг переходит к экономике знаний, определяющей прогресс в развитии человечества. Нематериальные активы составляют значительную долю капитала современных фирм.

Географы, связанные с физической субстанцией поверхности земли, всегда ориентировались на материальное воплощение результатов влияния

территории на экономику и образ жизни. Материальная составляющая не может уйти из жизни человечества, и на свой век экономической географии задач в этом направлении хватит, но это будет нечто вторичное по отношению к прогрессу. Переход к исследованию пространственных закономерностей развития виртуальных отраслей можно назвать главным вызовом для экономической географии, который предстоит решать в ближайшие годы.

Инновационное развитие, важность этих аспектов прорывались в географические исследования. Классическим примером подобного подхода являются работы Хагерстранда, из российских географов – В. Л. Бабурина [1], рассматривающие пространственные особенности распространения инноваций, трансформирующих экономическое пространство. Можно назвать другие явления, которые отражают ощущение надвигающейся новой эры в исследованиях. Географический детерминизм все еще является главенствующей идеологией в экономической географии, но уже пришло время воспринимать виртуальную сферу во всей ее полноте и определить место экономической географии в информационном обществе.

### **Информационное общество и география**

Выделим основные отличия информационного общества, или общества с доминантой четвертого сектора экономики.

1. Прежде всего, меняется форма организации производства. Нет необходимости в значительной концентрации производительных сил, как это было в индустриальную эпоху при расцвете фордистской модели организации производства. Можно участвовать в производственных процессах, находясь вдали от крупных экономических центров. Происходит деконцентрация, распространение аутсорсинга.

2. Отсюда следует второе – деиерархизация производства, дробление производственных структур на отдельные модули, решающие конкретные задачи, что приводит к повышению клиентоориентированности, кастомизации деятельности.

3. Меняется система ценностей, и общество требует от компаний решения социальных задач, активизируются общественные связи потребителей и других слоев общества, связанных с экономикой.

4. Возрастает взаимодействие и взаимопереплетение экономических процессов на всех уровнях, вплоть до мирового. Размывают свою национальную принадлежность не только произведенные блага, в том числе и в товарной форме, но и уставные капиталы транснациональных корпораций.

Характерной для постиндустриальной экономики является ее сетевая форма, т. е. это и среда, где компания или индивид может контактировать и вести совместные работы с кем угодно, и производство так называемых сетевых благ. Это телефонные услуги, Интернет, программное обеспечение, банковские услуги и т. д. Структура их издержек отличается от структуры издержек основных благ, так как основная их часть приходится на начальный период их производства, а последующее копирование стоит ни-

чтожно мало. Здесь не работает закон убывающей доходности, а наоборот, доходность возрастает в долгосрочной перспективе существования сети. Здесь по-иному применяется право собственности, которое обычно отчуждается и передается при купле-продаже. Соответственно, могут оказаться неприменимыми стандартные модели спроса и предложения. Экономия на масштабах производства трансформируется в сетевой внешний эффект, когда каждый новый потребитель увеличивает доходность остальных участников сети, соответственно наращивается ценность самой сети.

Важнейшим и уникальным сетевым благом является информация, ресурс, который является проводником мировых глобализационных процессов. Это не только сетевое, но и общественное благо, в том смысле, что многие могут обладать одной и той же информацией одновременно, при этом факт наличия информации у одного индивида не уменьшает степень обладания информацией для других. Соответственно, возникают те же самые проблемы ценообразования, которые присущи общественным благам. Для географов важнейшей является уникальная характеристика информации – она существует независимо от пространства, т. е. может находиться одновременно в его различных частях, не препятствуя возможности ее использования. Поставки в информационных сетях осуществляются в режиме реального времени.

### **Конкуренция между территориями**

Все эти виртуальные потоки с трудом поддаются осознанию как объект исследования в экономической географии вследствие их всеобщности. Однако здесь выделяется свое поле деятельности. Географы обращают повышенное внимание на места, генерирующие эти потоки, так как именно эти территории получают основной бонус от новой парадигмы развития. По словам Н. С. Мироненко, «в мирохозяйственном смысле пространство потоков заменяет пространство мест, что делает функциональные цепи, через которые идет обмен знаниями, фундаментом развития общества» [3, с. 57]. Все это выливается в такое специфическое направление как конкурентоспособность территории, которая и реализуется в способность создавать потоки материального и виртуального характера.

За что именно конкурируют территории? За потребителя, за инвестиции, ресурсы, как говорят экономисты. Действительно, конкуренция выражается в таких формах, но борьба идет за оставление добавленной стоимости на территории, поскольку именно она является «сухим остатком» для территориального развития. Что такое информация в экономическом, производственном смысле? Это технологии, которые приносят основную массу добавленной стоимости. Поэтому территориальное развитие вовсе не означает создание Силиконовых долин, и даже информационно-коммуникационных комплексов, это могут быть любые виды производственной деятельности. Территория должна генерировать те технологии, которые может подхватывать глобальный информационный рынок. И это не совсем то, когда говорят о необходимости увеличения глубины переработ-

ки сырья и производстве конечной продукции. Мы, вероятно, не должны повторять путь Китая, и стремиться самим перерабатывать и изготавливать все виды товаров. Сейчас, захватив основную долю товарных рынков, Китай сам бросился в погоню за технологиями.

Эта тема быстро начала разрабатываться экономистами, затем ее подхватили и географы, в основном кафедра мирового хозяйства географического факультета МГУ [4, 5]. Пока такие исследования в географии ведутся на уровне сопоставления стран в тех же параметрах и аргументах, что и в экономике. Что должна делать в этой системе понятий география, кроме добавления фактора экономико-географического положения?

Поиск путей развития тех самых ключевых технологий не является задачей экономики или географии, это вообще не отраслевая задача, как и развитие страны и ее территорий. Здесь можно говорить только о посильном вкладе в общую проблему.

### Конкурентная среда

Поле исследования географии, на наш взгляд, – это анализ среды, способной формировать экономику такого рода. И здесь, на этом пути возникают вопросы. Какая именно среда может быть конкурентоспособной не только для бизнеса вообще, но и для его технологического развития? Что можно добавить к тем исследованиям конкурентных преимуществ, которые велись и ведутся в последние годы и фактически вылились в так называемый территориальный маркетинг, кстати, развиваемый также экономистами, управленцами, а не географами? И здесь мы видим несколько направлений (рис. 1).

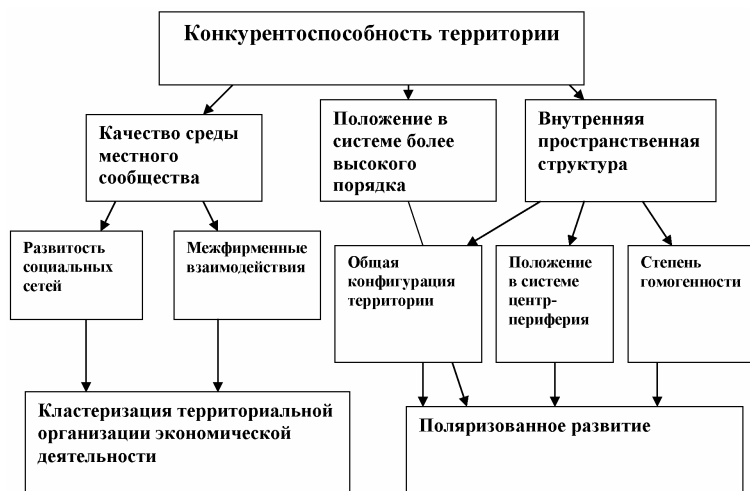


Рис. 1. Направления географических исследований конкурентоспособности территорий

Первое, лежащее на поверхности, – выявление тех же конкурентных преимуществ чисто географического характера, до которых сложно доб-

раться другим. Здесь не имеются в виду природные ресурсы, поскольку и без географов с них начинаются все концепции и программы социально-экономического развития любого муниципального образования и региона. Об экономико-географическом положении уже упоминалось. Важна и внутренняя пространственная структура территориального образования. Она включает:

- общую конфигурацию территориального образования (компактную, линейную и т. д.), отражающую доступность различных его частей;
- структуру в системе центр-периферия – сравнительная с конкурентами глубина различий, стабильность соотношений в динамике;
- степень общей неоднородности, наличие полюсов или точек роста (помимо центра территориального образования);
- наличие проектов или интересов на территории со стороны внешних систем (потенциальные точки роста). Наиболее важными являются проекты федерального уровня либо общенациональных корпораций, способные поменять сложившуюся систему взаимоотношений между развивающейся территорией и ее окружением. Примером являются планы новой волны индустриализации Сибири. Проекты такого рода способны стать источником диффузии экономического развития, однако вероятны и варианты углубления дифференциации в социально-экономическом развитии внутри территориальных образований и между ними.

Другое направление – само понятие конкуренции как свойства среды. Здесь должны исследоваться влияние этого свойства не только на бизнес соперника, но и на смежные процессы, в частности, на базовые постулаты, которыми оперирует экономическая география. Например, транспортные издержки издавна рассматриваются как главный фактор формирования географических границ рынков, подсчитываются расстояния до портов, железных дорог и т. д. Но в конкурентной среде они уже не являются определяющим фактором даже для традиционных материальных потоков, а просто переходят в разряд производственных, т. е. становятся частным делом самого производителя. На рынках конкурируют именно производственные издержки, т. е. те самые технологии. А вот на монопольном рынке транспортные издержки по-прежнему играют свою роль и определяют сбытовую политику.

### **Сетевые структуры в локальных сообществах**

Но если вернуться к новым технологиям и условиям их формирования на территории, то главный предмет исследований в этом направлении – само территориальное сообщество. Экономическая ветвь географии здесь тесно смыкается с социальной – это уже единое социально-экономическое направление. Уровень развития общества определяется не только образованием, менталитетом, что исследует социальная психология и другие науки. Это и его структурная организация, включающая производственные отношения. Сейчас в смежных отраслях развиваются понятия социального капитала, социальных сетей, которые должны найти свое место в исследо-

ваниях экономической географии. Социальная сеть – совокупность людей, связанных общими интересами и взаимодействием, это горизонтальные связи между участниками различных процессов, не включающие отношения подчиненности. Социальный капитал – это вовлеченность в социальные сети, межличностное доверие, нормы взаимности и гражданские обязательства. Социальный капитал позволяет достичь определенных целей, включающих экономический рост, социальные блага, значительно меньшими усилиями, поэтому он выступает как ресурс социального развития (рис. 2).

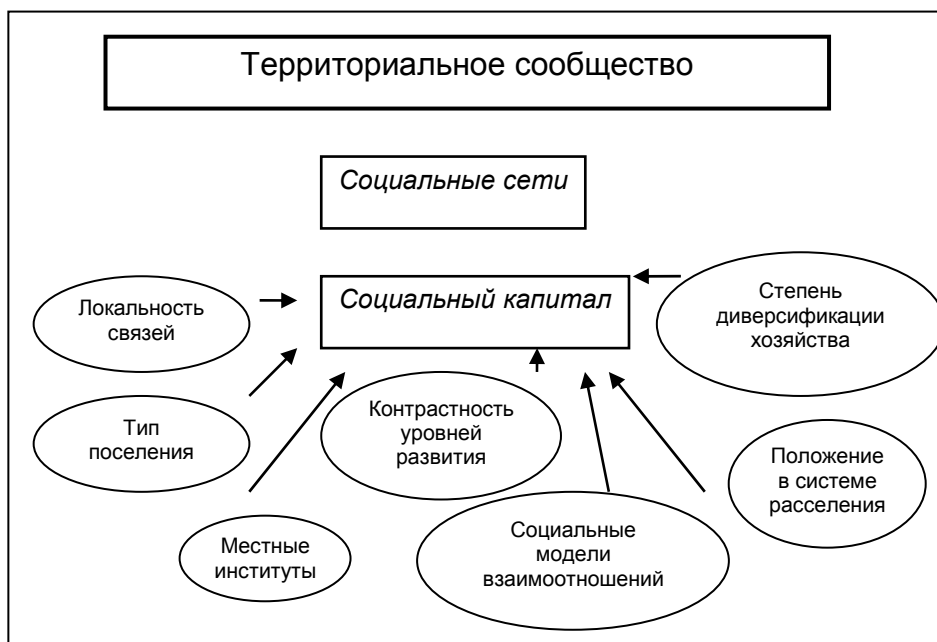


Рис. 2. Структурная организация территориального сообщества

Сетевые структуры организации производства и других форм жизнедеятельности людей – это не новые явления, однако в современных условиях они дают наибольший эффект. Иерархично построенное территориальное сообщество не является питательной средой для развития внутренней конкуренции, а значит, будет испытывать недостаток в естественных стимулах саморазвития. Общество, основанное на всеобщем взаимодействии и доверии, гораздо результативнее, чем общество всеобщего недоверия, по той же причине, по какой в экономике деньги оказываются более эффективным инструментом, чем бартер. Поскольку устойчивость социальных сетей зависит от степени развития и частоты контактов, локальные пространства имеют больше преимуществ для развития механизмов взаимодействия. В свою очередь институциональные структуры, которые определяют взаимодействие, различаются от территории к территории, и могут по-разному способствовать этим процессам. Неравномерное экономи-

ческое развитие территорий тоже воздействует на качество социальных отношений и, следовательно, на уровень социального капитала.

Сетевые взаимодействия в экономической и социальной областях являются индикаторами зрелости территориальных сообществ. Среди главных преимуществ – устойчивость территориальных экономических комплексов и в то же время – сохранение конкурентности как стимула экономического развития в рамках производственных кластеров. Отсюда проистекает открытость общественных групп, их способность к инновациям, и осознание необходимости этих инноваций. При сетевой организации бизнеса развита экономическая система перераспределения добавленной стоимости конечного продукта между субъектами производства (пример японских кейрецу – головная фирма и субподрядчики до пятого звена), в то время как при иерархической государству приходится брать такие функции на себя, что оно не всегда выполняет в должной мере. Фактически это означает перенос центра тяжести в исследованиях факторов конкурентоспособности с природных ресурсов, которые рассматриваются только как средство развития, на состояние самого сообщества.

Развитие сетевых структур на фоне сохранения межсетевой и внутрисетевой конкуренции дает новый материал для экономической географии и в качестве фактора формирования соответствующих форм территориальной организации производства, в частности, развития тех свойств, которые характерны для постиндустриальной экономики, т. е. деконцентрации, модульных форм, предполагающих конкурентные отношения внутри корпораций. И, разумеется, кластеров, которые часто сравниваются с территориально-производственными комплексами.

Таковы основные возможности развития исследований в экономической географии в рамках конкурентной парадигмы. Разумеется, это не решение проблемы инновационной экономики, это вклад экономической географии в ее решение.

#### Список литературы

1. *Бабурин В. Л.* Инновационные циклы в российской экономике / В. Л. Бабурин. – М. : Едиториал УРСС, 2002. – 120 с.
2. Институциональная модернизация российской экономики: территориальный аспект. – Ростов н/Д : Изд-во Рост. ун-та, 2004. – 264 с.
3. Конкурентоспособность в системе мирового хозяйства: пространственный анализ. – М. : Пресс-Соло, 2002. – 472 с.
4. *Пилипенко И. В.* Конкурентоспособность стран и регионов в мировом хозяйстве: теория, опыт малых стран Западной и Северной Европы / И. В. Пилипенко. – Смоленск : Ойкумена, 2005. – 496 с.

## Competitive paradigm in territorial development

N. M. Syssoeva

**Abstract.** New approaches in economic geography are caused by transition of economy to market that has led to introduction of concepts of a competition and competitiveness in a science arsenal. New principles are caused also by development of branches of virtual economy. Geographers should do the basic emphasis on research of properties of the local environment where network structures of mutual relations have advantage before hierarchical structure of a society in possibilities of working out of new technologies.

**Key words:** virtual economy; innovative development; competitiveness of territories; competitive environment; social networks.

*Сысоева Наталья Михайловна  
доктор географических наук,  
заведующая кафедрой экономической и  
социальной географии  
Иркутский государственный университет  
664003, г. Иркутск, ул. К. Маркса, 1  
тел.: (3952) 52-10-73*