

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ
ТЕРРИТОРИАЛЬНОГО ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА
В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОЙ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОЙ СРЕДЫ

М.А. Ходжибаева, канд. экон. наук, доц.

А.А. Абдурахимов, магистрант

*Таджикский государственный университет права, бизнеса и политики,
Худжанд*

В статье рассмотрены концептуальные подходы к исследованию территориального потребительского рынка в условиях современной институциональной среды. Раскрыты особенности формирования и функционирования потребительского рынка как важного элемента социально-экономической системы региона. Особое внимание уделено институциональным факторам, влияющим на развитие рыночных отношений, а также роли государства в регулировании территориальных рынков. Определены основные направления совершенствования исследовательских подходов к анализу региональных потребительских систем.

Ключевые слова: *территориальный потребительский рынок, институциональная среда, рыночная инфраструктура, региональная экономика, институциональные изменения, экономические отношения, обмен товаров, рыночные зоны, экономический регион, методологические подходы.*

Современная экономика характеризуется высокой степенью институциональных преобразований, что оказывает значительное влияние на развитие потребительских рынков. Территориальный потребительский рынок выступает важным элементом региональной экономической системы, отражая уровень социального благосостояния населения и эффективность экономической политики государства [1, с. 12].

Изучение его концептуальных основ позволяет выявить закономерности формирования рыночных отношений и определить пути их совершенствования в контексте институциональной трансформации.

Потребительский рынок представляет собой совокупность экономических отношений, возникающих в процессе обмена товаров и услуг между производителями и населением. В территориальном аспекте он отражает взаимодействие

локальных субъектов рынка, учитывая природно-экономические, социальные и институциональные особенности региона.

Любое научное исследование основывается на понимании проблемы и начинается с рассмотрения и анализа существующих концепций, пытающихся объяснить возникшую проблему - явление, в частности современный территориальный потребительский рынок. Изучение проблем формирования современного территориального потребительского рынка основывается на классических трудах ученых-экономистов, которые и в настоящее время остаются актуальными [4, с.205].

Еще основатель концепции сравнительных издержек – Давид Риккардо отмечал, что независимо от страны производства, товары, имеющие низкие издержки производства, вывозятся за границу. Ввозить в страну необходимо товары, которые связаны с высокими издержками производства внутри страны и низкими издержками за её пределами. Тем самым ученый объяснял выгоду экспортно-импортных операций.

В аспекте региональных экономических учений основоположником считается А. Вебер и его концепция изолированного государства и концентрических зон. Данные зоны формируются вдоль рыночных центров, образующихся на базе имеющихся ресурсов природы, которые необходимы для выпуска продукции, производство и сбыт которых составляют основу рыночных отношений и взаимосвязей в концентрических зонах. Также, взаимодействие и рыночные отношения базируются на трудовых ресурсах, материально-техническом обеспечении и кредитах, которые, так или иначе, связаны с этими зонами.

Исследованием рынка в пространственном аспекте занимался А.Леш, считавший, что ключевым условием формирования экономических районов является рынок. Экономические районы базируются на рыночные зоны, а те в свою очередь, формируются вследствие антагонистских полюсов: экономической концентрации и экономического рассредоточения, каждый из них имеет свои преимущества. Преимущества первого – специализация, массовый выпуск, а второго – универсализация, общее снижение транспортных затрат.

Собственную классификацию рынков А.Леш основал на отличительных чертах радиуса реализации товаров. Если радиус сложится одинаково, то формируется определенная категория рынков. Предприятия по производству аналоговой продукции, которые равномерно размещены в экономических районах, и являющиеся ячейками сотовой сети, выступают в качестве центра рыночной зоны. Этот же исследователь различает три типа рыночных экономических зон: простая, сложная и экономический ландшафт, обозначенный им как рыночная система. Первая включает пространственный потребительский рынок,

вторая – все зоны сбыта аналоговой продукции, третья является самым сложным, поскольку включает систему рынков.

Ключевыми функциями потребительского рынка являются:

- обеспечение населения товарами и услугами;
- формирование спроса и предложения;
- стимулирование производства;
- обеспечение занятости и доходов населения.

Роль институциональной среды в развитии территориального потребительского рынка

Институциональная среда представляет собой совокупность формальных и неформальных норм, правил и институтов, определяющих поведение участников рынка. В условиях рыночной экономики она включает законодательство, государственные органы регулирования, инфраструктуру торговли, финансовые институты и общественные организации.

В современных условиях институциональные факторы оказывают прямое воздействие на развитие региональных потребительских рынков. Недостаточная прозрачность правил, несовершенство законодательства и слабость рыночной инфраструктуры могут тормозить развитие конкурентной среды и снижать эффективность функционирования рынка.

Методологические подходы к исследованию территориальных рынков

Исследование территориального потребительского рынка требует комплексного подхода, включающего:

- институциональный анализ, направленный на изучение норм и институтов, регулирующих поведение субъектов рынка;
- структурно-функциональный подход, рассматривающий взаимосвязь между элементами рыночной системы;
- региональный подход, позволяющий учитывать пространственные особенности развития рынка.

Основные направления совершенствования

Для эффективного функционирования территориального потребительского рынка необходимо:

1. Повышать прозрачность и предсказуемость институциональной среды;
2. Развивать рыночную инфраструктуру (торговые сети, транспорт, логистику, финансовые услуги);
3. Совершенствовать законодательное регулирование и защиту прав потребителей;
4. Поддерживать предпринимательство и инновации в сфере торговли.

Таким образом, концептуальные основы исследования территориально-потребительского рынка предполагают учет институциональных факторов, которые определяют условия его функционирования. Эффективное развитие рынка возможно лишь при создании устойчивой и прозрачной институциональной среды, способствующей формированию конкурентоспособной экономики региона.

Список использованных источников

1. Норт Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики. — М.: Наука, 1997.
2. Полтерович В. Институциональные ловушки и экономические реформы. — Экономика и математические методы, 1999.
3. Клейнер Г.Б. Институциональная экономика и устойчивое развитие. — М.: Финансы и статистика, 2011.
4. Степанов Е.Н. Региональные рынки: структура, динамика, регулирование. — М., 2018.
5. Абдуллаев А. Институциональные аспекты функционирования региональных потребительских рынков. — Душанбе, 2021.
6. Факеров, Х.Н. Формирование и развитие рынка потребительских товаров в условиях переходной экономики. / Х.Н. Факеров // Автореферат дис... док. эк. наук. - Новосибирск. - 2004. – 32 с.
7. Ходжаева, Р.Х. Особенности формирования и развития потребительского комплекса как экономической структуры региона (на материалах Республики Таджикистан) / Р.Х. Ходжаева// Автореферат дисс.....канд.экон.наук. - Худжанд, 2013. - 20 с.