

УДК 332.1:339.9

Ліщинський І. О.

Тернопільський національний економічний університет

ПАРАДИГМА ПРОСТОРОВОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ ЛОКАЛЬНОГО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

Досліджено та систематизовано теоретичні концепції локального економічного розвитку. Висвітлено концептуальний апарат, який пояснює просторову концентрацію економічної та соціальної активності. Виявлено чинники, на яких ґрунтується концепція локального економічного розвитку.

Ключові слова: локальний економічний розвиток, просторова концентрація виробництва, глокалізація, локальна економіка.

Постановка проблеми. Незважаючи на неймовірний поступ глобалізації, який спостерігається ще з XVI ст., всі економічні явища та процеси відбуваються у географічному просторі. Будь-які економічні концепції неминуче включають або питання територіальної специфічності певної активності (аспект локалізації), або, навпаки, питання пов'язані з подоланням просторової та географічної відстані (аспект глобалізації). Однак в економічній літературі до початку 1990-х років просторовий аспект здебільшого ігнорувався теоретиками та практиками (крім вузькоспеціалізованих досліджень) під час розгляду міжнародної економічної системи, а її географічний вимір розглядався виключно крізь призму теорії порівняльних переваг Д. Рікардо. Проте в сучасних умовах стало очевидно, що конкуренція між локаціями (регіонами) є часом більш важливою та інтенсивною, ніж конкуренція між окремими державами [1], а отже, забезпечення високого рівня локального економічного розвитку стає одним зі стратегічних пріоритетів для урядів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні аспекти локального економічного розвитку, теоретичні моделі його обґрунтування досліджували такі вчені, як П. Кругман, А. Льюїс, В. Хрісталер, М. Фуджіта, Р. Флоріда, М. Портер, Р. Вернон, Ж. Дюрант, Д. Пуга, А. Маршалл, А. Вебер, Л. Мозес, Г. Готтедінг та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Ураховуючи багатогранність, парадигма локального економічного розвитку «опирається» чи не на весь спектр концептуальних доробків економічної теорії, а також соціології та психології. Концептуальний апарат, який пояснює просторову концентрацію економічної та соціальної активності, потребує комплексного дослідження та систематизації.

Мета статті полягає у систематизації концептуальних підходів до розуміння локального економічного розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Як зазначено на веб-сайті Світового банку, «локальний економічний розвиток (ЛЕР) надає локальним урядам, представникам приватного та неприбуткового секторів, а також локальним спільнотам можливість співпраці для поліпшення локальної економіки. Він спрямований на підвищення конкурентоспроможності, стимулюючи цим стійке зростання, яке є інклюзивним» [2].

У загальних рисах локальний економічний розвиток можна дефініювати як «...структурний та динамічний процес, що завдяки ефективному використанню локальних ресурсів призводить до тривалого зростання рівня добробуту населення у місцевості чи регіоні в рамках окремої держави» [3]. Із погляду промислово розвинутих держав ЛЕР традиційно розглядається як зміни, що впли-

вають на здатність місцевого господарства «стимулювати економічне зростання, генерувати робочі місця та створювати нове багатство для локальних резидентів» [4].

Процес ЛЕР включає три виміри:

– економічний – аспект ефективного використання місцевими фірмами локальних ресурсів, генерування ефекту масштабів, зростання продуктивності та підвищення конкурентоздатності;

– соціокультурний – формування соціальних та економічних мереж на принципах урахування локальних цінностей та інституційної підтримки ЛЕР;

– адміністративний та політичний – місцеві ініціативи, які формують локальне середовище [3, с. 51].

Згідно з Блейклі, концепція ЛЕР ґрунтується на чотирьох факторах:

1. індигенних ресурсах та локальному контролі;
2. формуванні нового багатства;
3. створенні нових можливостей;
4. експансії ресурсів.

ЛЕР не можна розглядати окремо від решти економічної системи. Національний економічний розвиток (НЕР) безпосередньо впливає на ЛЕР за посередництвом суспільних благ, фіскального механізму, системи територіальних преференцій тощо. Процеси глобалізації знаходять своє вираження в ЛЕР як із боку пропозиції (локальне розміщення філій ТНК, поширення фінансового капіталу), так і попиту (спричиняючи імпорту товарів/послуг та культури). Сам ЛЕР може розглядатися як у різних географічних зрізах (рівень регіону, міста, іноді цілої держави), так і з погляду диверсифікованих резидентів (економічні, політичні, соціальні агенти).

Для максимального охоплення концепцій, що пояснюють найважливіші аспекти ЛЕР в умовах глокалізації, здійснена суттєва фрагментація розгляду гносеології просторового розвитку. Ми дотримуватимемося такої послідовності висвітлення теоретичних моделей:

1. Теорії та чинники локаційної поведінки окремої фірми (мікрорівень);
2. Обґрунтування просторової концентрації та дисперсії груп економічних, політичних, соціальних агентів та населення;
3. Концепції, що пояснюють взаємне розташування сформованих агломерацій.

Більш детальна систематизація теоретичних концепцій локального економічного розвитку наведена на рис. 1.

Концепції вибору місця розміщення окремою фірмою здійснюють мікроекономічний аналіз в стилі класичної та неокласичної шкіл, акцентуючи увагу на таких чинниках, як транспортні витрати, локальні ціни на чинники виробництва, структура виробництва («витрати – випуск»),

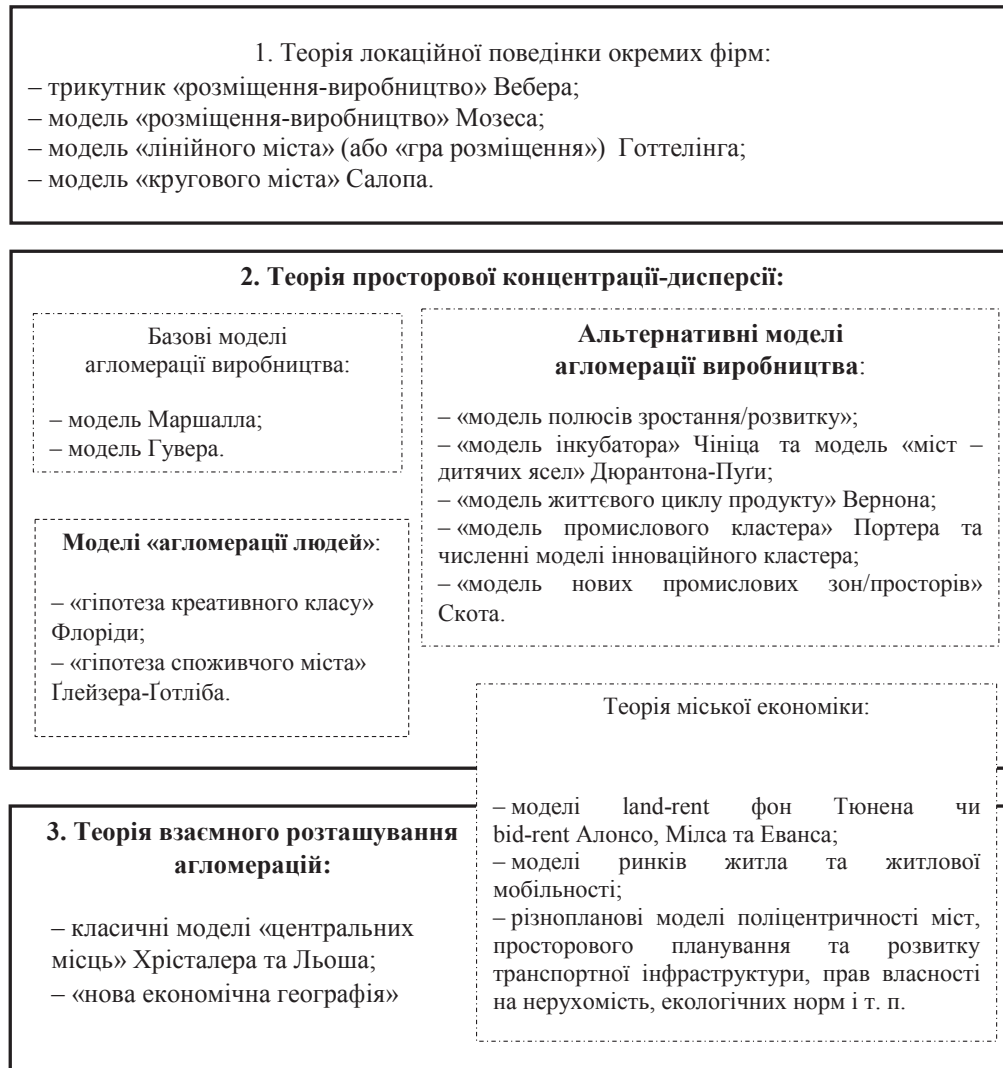


Рис. 1. Гносеологічний мейнстрим просторової організації економічного розвитку

Джерело: сформовано автором

наявність товарів-замінників, ринкова структура та рівень конкуренції. Типові теоретичні моделі у цьому руслі представлені:

- трикутником розміщення-виробництво А. Вебера [5] – згідно з апроксимаціями моделі, для максимізації прибутку фірмі потрібно розміститися у центроїді умовного трикутника, одним із кутів якого є локація ринку збуту, а двома іншими – основні постачальники ресурсів;

- моделлю «розміщення – виробництво» Л. Мозеса [6] – продовження моделі А. Вебера, що включає можливість взаємозамінності регіонів;

- моделлю «лінійного міста» (або «грою розміщення») Г. Готтелінга [7] – модель ігрової двоетапної некооперованої взаємодії учасників для визначення розташування своїх торгових точок у лінійному просторі та встановлення ціни на товар, за якої основною передумовою вибору конкретного продавця покупцем є відстань до нього;

- моделлю «кругового міста» С. Салопа [8] – схожа за апроксимацією з попередньою моделлю, однак географічний простір у ній розглянуто не в лінійному, а в круговому відображенні.

Проте зазначені моделі, аналізуючи роль окремих чинників для вибору локації фірми, не враховують комплексну природу сукупності їх впливів, що залишає відкритим проблему детермінації

домінуючих чинників. Окрім того, дослідження з позицій мікроекономіки не дає змоги дійти систематичного висновку стосовно пріоритетності для розміщення фірми варіанту з промисловою концентрацією чи дисперсією.

Загалом, розглядаючи загальні риси просторового розміщення виробництва, дослідники виділяють дві особливості [9]. По-перше, більшість промислових та комерційних секторів мають тенденцію до просторової концентрації. По-друге, відбувається просторовий розподіл самих виробничих осередків відповідно до їх розміру (так звана «урбанізаційна ієрархія»), що впливає на спектр секторів, що в них розміщуються: типово на території держави чи певного ринкового ареалу формується найбільше місто (часто столиця), де концентрується найбільша кількість типів економічної діяльності, а в міру зменшення розміру осередків кількість секторів у них також зменшується.

Питання просторової концентрації спорідненої виробничої діяльності насамперед пов'язане з ефектом масштабу (англ. *economies of scale*), а та складова частина ефекту масштабу, яка безпосередньо генерується просторовою близькістю виробництва, отримала назву «ефект агломерації» (англ. *agglomeration economies*). Першим, хто обґрунтував чинники ефекту агломерації, був

А. Маршалл [10], відповідно, всі традиційні типи агломерацій, створення та функціонування яких зумовлено експлуатацією ефекту масштабу, традиційно називають «маршалівськими» (найбільш характерний приклад такої агломерації – промисловий район). Так, А. Маршалл відзначав, що позитивний ефект масштабу пояснюється трьома чинниками, які іноді інтерпретуються як підвиди ефекту агломерації:

– перелив знань (англ. *knowledge spillovers*) – просторова концентрація виробничої діяльності споріднених секторів забезпечує легший доступ учасників до т. зв. «замовчуваної інформації» (англ. *tacit information*), що отримується як протягом офіційних зустрічей, так і завдяки неформальним контактам. Типовим прикладом використання ефекту переливу знань є концентрація міжнародних фінансових ринків, на яких ринкова інформація змінюється щохвилини, у вузьких локальних рамках *Wall Street, City of London* чи *Marunouchi*;

– локальні неторгові ресурси (англ. *non-traded local inputs*) – територіальна близькість спеціалізованих обслуговуючих фірм, яким вигідніше розміщуватися поблизу великої кількості виробників у ключових для агломерації секторах. Даний тип ресурсів називають «неторговими» для розмежування їх від постачання сировини чи напівфабрикатів, які розглядаються як «споживчі» ресурси (англ. *consumed inputs*) у моделях А. Вебера [11] та Л. Мозеса [12]. Прикладом локальних неторгових ресурсів можуть бути послуги фірм, що займаються тестуванням безпеки в автомобілебудівних агломераціях Штутгарту, Нагої чи Детройту;

– концентрація кваліфікованої робочої сили, що знижує рекрутингові витрати компаній і проявляється в кількісному та якісному аспектах: можливості оперативного реагувати на пікове зростання попиту на продукцію компанії; зменшенні тривалості і вартості підготовки та перепідготовки найманих працівників.

Зазначені три чинники ефекту агломерації, влучно окреслені Ж. Дюрантоном та Д. Пугою [13] як процес «навчання, обміну та узгодження» (англ. *learning, sharing, and matching*), дають змогу розглядати агломерацію як динамічний феномен одночасних процесів взаємодій. У своїй сукупності вони детермінують ефект масштабу, який є зовнішнім для кожної окремої фірми, однак внутрішнім для територіальної концентрації, що зумовлює її конкурентну перевагу перед більш «розрідженими» локаціями.

До певної міри канонічною в економічній літературі вважається також альтернативна класифікація ефектів агломерації, що вперше запропонована Б. Оліном [14], а згодом розвинута Е. Гувером [13; 14] і відрізняється від маршалівської перспективою розгляду елементів, а також тим, що до уваги беруться не лише секторальні, а й диверсифіковані агломерації. Згідно із запропонованою класифікацією, виділяють три типи ефектів агломерації:

1. Внутрішній ефект масштабу (англ. *internal returns to scale*) – генерується окремою фірмою за зростання обсягів виробництва переважно за рахунок поступового зменшення відносної частки постійних витрат та поглиблення розподілу праці. Традиційно вважається, що внутрішній ефект масштабу не є релевантним із маршалівськими ефектами агломерації, котрі за своєю природою є зовнішніми для фірми. Однак у розумінні Е. Гувера внутрішній ефект масштабу є виключно

просторовим феноменом, оскільки припускається, що він генерується завдяки значному обсягу інвестицій, які спрямовуються в окрему локацію, ігноруючи при цьому інші регіони (наприклад, *Fiat* у Турині).

2. Ефект локалізації (англ. *economies of localization*) – підвид ефекту агломерації, що стосується груп фірм одного чи близькоспоріднених секторів, які розміщені в одній локації. Типово ефект локалізації виникає завдяки формуванню відносно «замовник – постачальник» з одночасною експлуатацією всіх трьох маршалівських факторів ефекту агломерації: переливу знань, концентрації неторговельних послуг та кваліфікованої робочої сили.

3. Ефект урбанізації (англ. *economies of urbanization*) – підвид ефекту агломерації, який отримують локально концентровані фірми, що відносяться до неспоріднених секторів. Ефект урбанізації може розглядатися як певна сукупність внутрішніх ефектів масштабів та ефектів локалізації, яка виникає в агломерації з концентрацією виробництва різних секторів. Найважливішим аспектом при цьому є те, що зростання цін чинників виробництва, яке виникає внаслідок концентрації, повинно компенсуватися зростанням обсягів внутрішніх ринків в агломерації.

Окрім мейнстримових моделей виробничої агломерації, які ґрунтуються на постулатах А. Маршалла та Е. Гувера, можна також виділити низку альтернативних моделей, які пояснюють окремі аспекти процесу просторової концентрації виробничих сил. Найбільшої популярності в економічній літературі та політичних стратегіях здобули:

– «модель полюсів зростання/розвитку», що акцентує увагу на ролі ключових фірм чи галузей як локомотивів регіонального розвитку, які через певні канали (т. зв. «осі») транслюються на національний та глобальний рівні;

– «модель інкубатора», що асоціюється з дослідженнями Б. Чініца, який стверджував, що просторова концентрація секторально диверсифікованих фірм різного розміру може виконувати роль своєрідного «інкубатора» для появи нових фірм на відміну від промислових комплексів, які складаються з декількох великих фірм, що часто генерують основну масу допоміжних продуктів та сервісів на внутрішніх потужностях і не потребують значної кількості постачальників та посередників. Аргументація «моделі інкубатора» була посилена Ж. Дюрантоном та Д. Пугою [15] у їх дослідженні т. зв. «міст – дитячих ясел» (англ. *nursery cities*);

– «модель життєвого циклу продукту» Р. Вернона, яка часто використовується для характеристики якісних аспектів просторової інвестиційної структури;

– «модель промислового кластера» М. Портера, згідно з якою просторова близькість виробничих фірм максимізує взаємний трансфер знань, технологій, інформаційних потоків і є особливо актуальною для малих фірм, які покладаються переважно на зовнішні джерела інформації та технологій. На думку М. Портера, просторова концентрація (насамперед у рамках одного сектору) формує т. зв. «взаємну видимість» (англ. *mutual visibility*) поміж фірмами, що стимулює конкуренцію, а остання – інновації (не стільки винаходи, скільки нові ідеї, дизайн, маркетингові та комерційні рішення);

– «модель нових промислових зон/просторів», що походить від низки спостережень А. Скота у сфері урбаністичного планування та географії,

які привели деяких дослідників до висновку, що агломерації дрібних фірм мають тенденцію бути більш інноваційними, ніж агломерації, що формуються переважно з великих фірм.

Окрім моделей, які трактують локальну концентрацію виробництва, останнім часом усе більший науковий інтерес викликають теоретичні концепції «агломерації людей» з акцентом на соціальних аспектах просторової концентрації. Дві найпопулярніші моделі такого спрямування представлені «гіпотезою креативного класу» Р. Флоріді і «гіпотезою споживчого міста» Е. Глейзера та Дж. Готліба.

Гіпотеза креативного класу припускає, що в місцевостях, які є толерантними до культурних відмінностей серед членів спільноти, створюється сприятливе середовище для розвитку нетрадиційних підходів до генерації нових ідей, систем та продуктів.

Гіпотеза споживчого міста ґрунтується на тому, що висококваліфіковане населення з високим рівнем доходів усе частіше мігруватиме до великих міст, які можуть запропонувати вищий рівень «зручностей» на кшталт оперних театрів, музеїв, гастрономічних благ, світських подій і т. п.

Ключовими концептуальними моделями в рамках теорії центральних місць є класичні підходи В. Хрісталера та А. Льюша і більш сучасна модель відома як «нова економічна географія».

Модель В. Хрісталера вирізняється індуктивним підходом, оскільки більшою мірою ґрунтується на спостереженнях за поширенням міських поселень у Південній Німеччині, а не на екстраполяції певних концептуальних принципів. Модель А. Льюша є цілком дедуктивною, оскільки базується на розрахункових умовиводах, однак, як і попередня, приходить до схожого висновку про оптимальність шестикутних схем просторового розміщення. Щоправда, основний посыл обох моделей є відмінним: В. Хрісталер акцентував увагу на максимальному охопленні ринку з однієї виробничої локації, тоді як А. Льюш вираховував можливість обслуговування виробництва максимальною кількістю постачальників.

Основна ідея моделей у рамках «нової економічної географії» (НЕГ) є продовженням постулатів обох вищезазначених представників німецької школи економічної географії (однак розвивалася автономно від них) і полягає у тому, що виробнича концентрація чи урбанізація виникає незалежно від локальних особливостей чи унікальності (англ. *peculiarity and particularity*). Зародження НЕГ закладено у працях П. Кругман, який адаптував до географічного виміру ідеї та методологічний апарат із міжнародної економіки (зокрема т. зв. «нової теорії торгівлі») та низку абсолютно нових аналітичних підходів. Загальна рівновага в моделі НЕГ є поєднанням залежної від масштабів виробничої ефективності, часткової мобільності робочої сили та витрат на подолання географічної віддаленості, які у своїй сукупності генерують доцентрові чи відцентрові гравітаційні сили, що призводять до просторової концентрації чи дисперсії відповідно [5].

Висновки. Просторова концентрація виробництва (незалежно від того, чи вона сформувалася внаслідок експлуатації певних локальних ресурсів та ринків, чи виникла спонтанно в результаті гравітаційних процесів) розглядається нами як базова прерогатива глокалізації, оскільки у сформованих центрах (полюсах) формується своє унікальне середовище, яке, щоправда, знаходиться під перманентним впливом національних та глобальних потоків. Водночас просторова дисперсія виробництва сьогодні є все більшим проявом глобалізації, оскільки з розвитком транспорту, технологій передачі даних та управління процесами географічна віддаленість стає все меншим бар'єром, а отже, доцентрові гравітаційні процеси поступово ставатимуть усе більш розмитими. Однак, з іншого боку, знову зростає загроза, що надто високі торговельні витрати з просторового виміру перемістяться у міжцивілізаційний чи міжблоковий [16], тобто дисперсія виробництва всередині мегарегіонів буде відбуватися паралельно з обмеженістю міжрегіональних потоків та створенням нових «буферних зон», «стін» чи «завіс».

Список використаних джерел:

1. Лизун М.В. Розвиток процесів регіональної економічної інтеграції: валютний аспект. Галицький економічний вісник. 2016. № 1(50). С. 155–163.
2. Local economic development. The World Bank. URL: [http:// worldbank.org/](http://worldbank.org/).
3. Tello M.D. From national to local economic development: theoretical issues. *Cepal review*. 2010.
4. Blair J.P. Local economic development: analysis and practice. Sage, 1995.
5. Ліщинський І. Нова економічна географія та альтернативні концепції агломерації виробництва. Журнал європейської економіки. 2009. № 3. С. 241–264.
6. Moses L.N. Location and the theory of production. *The Quarterly Journal of Economics*. 1958. Vol. 72. № 2. P. 259–272.
7. Hotelling H. Stability in competition. *Econ. Journal*. 1929. № 39. P. 41–57.
8. Salop S.C. Monopolistic competition with outside goods. *The Bell Journal of Economics*. 1979. P. 141–156.
9. McCann P. Modern urban and regional economics. Oxford Univ. Press, 2013.
10. Marshall A. Principles of economics: unabridged eighth edition. Cosimo, 2009.
11. Duranton G., Puga D. Micro-foundations of urban agglomeration economies. *Handbook of regional and urban economics*. Elsevier, 2004. P. 2063–2117.
12. Ohlin B. International and interregional trade. Harvard Economic Studies, Cambridge, MA. 1933.
13. Hoover E.M. Location theory and the shoe and leather industries. Harvard University Press, Cambridge, 1937.
14. Hoover E.M. Location of economic activity. McGraw-Hill Book Company, Inc., New York, 1948.
15. Duranton G., Puga D. Nursery cities: urban diversity, process innovation, and the life cycle of products. *Americ. Econ. Review*. 2001. № 5. P. 1454–1477.
16. Лизун М.В., Ліщинський І.О. Глобальне управління в контексті формування світового економічного порядку. Наука молоді. 2013. Вип. 20. С. 40–46.

Лищинский И. О.

Тернопольский национальный экономический университет

ПАРАДИГМА ПРОСТРАНСТВЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ЛОКАЛЬНОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ

Резюме

Исследованы и систематизированы теоретические концепции локального экономического развития. Освещен концептуальный аппарат, который объясняет пространственную концентрацию экономической и социальной активности. Выявлены факторы, на которых основывается концепция локального экономического развития.

Ключевые слова: локальное экономическое развитие, пространственная концентрация производства, глокализация, локальная экономика.

Lishchynskyy I. O.

Ternopil National Economic University

PARADIGM OF SPATIAL ORGANIZATION OF LOCAL ECONOMIC DEVELOPMENT

Summary

Theoretical concepts of local economic development are investigated and systematized. The conceptual apparatus, which explains the spatial concentration of economic and social activity, is highlighted. The factors that underpin the concept of local economic development are revealed.

Key words: local economic development, spatial concentration of production, globalization, local economy.