

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПРЕДПОСЫЛКИ АНАЛИЗА ВЛАСТИ КАК ХАРАКТЕРИСТИКИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПРОСТРАНСТВА

Милясов Ю.А., к. э. н., доцент

Харьковский национальный университет имени В.Н. Каразина

В статье рассматривается концепция экономической власти в контексте анализа категории экономического пространства. Выделены условия и факторы формирования экономической власти и возникающего на ее основе эффекта доминирования.

Ключевые слова: экономическое пространство, транзакционные факторы, экономическая власть, эффект доминирования.

Постановка проблемы и анализ публикаций. Любая хозяйственная деятельность всегда соотносится с определенным временем и местом, а потому важным аспектом изучения функционирования экономических систем является учет пространственных характеристик и особенностей хозяйства. И. фон Тюнен, а в дальнейшем В. Лаунхард, А. Леш, У. Айзард изучали экономическое пространство, прежде всего, как протяженность, местоположение. Их работы о пространственной организации хозяйства легли в основу современной регионалистики. Экономические аспекты пространства в той или иной степени рассматривались в работах Й. Шумпетера, Л. фон Мизеса, Ф. фон Хайека, Ф. Найта, Ф. Перру, Р. Коуза, Г. Саймона. Вопросы управления пространством фирм затрагивались в трудах Р. Акоффа, Э. Гоулднера, П. Друккера, Д. Клиланда, Г. Минцберга, Т. Питерса, Р. Уотермена. Следует отметить также вклад в данную проблематику О. Биякова, В. Бородина, В. Гончарова, В. Могилевского, С. Попова. Интерес к проблемам экономического пространства и исследование его свойств в работах отечественных и зарубежных ученых позволяют говорить о наличии разных подходов развития теоретических и методологических аспектов этой теории, что свидетельствует об актуальности проблемы. Вместе с тем, достаточно часто употребление этого понятия не несет специфической смысловой нагрузки и применяется просто как эквивалент понятия экономической системы или хозяйственного механизма.

Целью работы является определение представления об экономической власти как характеристике экономического пространства.

Изложение основного материала. В понятийном аппарате сформировалось общепризнанное определение категории пространства в его философско-физическом толковании как совокупности отношений, выражающих координацию материальных объектов, их расположение друг относительно друга и относительную величину (расстояние и ориентацию). Лаконичное и вместе с тем глубокое и богатое возможностями определение дано математиком А.Д. Александровым: "Пространство есть множество параллельных рядов событий" [1, с. 633]. Говоря об экономическом наполнении термина пространства, под параллельными рядами событий можно понимать множество транзакций, одновременно совершаемых в экономике. Такую сеть взаимодействий в первом приближении уже можно рассматривать как экономическое пространство хозяйственной деятельности. Исходным пунктом здесь может являться утверждение, что в основе любого экономического поведения лежат экономические интересы, обусловленные потребностями людей. Реализация конкретного экономического интереса выступает как экономическое поведение, точнее как действие, направленное на достижение определенного результата или объекта. Поскольку участников экономического процесса должно и может быть как минимум двое, из которых одному данный объект принадлежит, а второму он необходим, то процесс реализации своего интереса каждым из участников сделки заключается в спецификации прав собственности субъектами хозяйствования по поводу объекта. Одновременно в экономике реализуется множественность направленных интересов на данный объект, также как и существует

множественность самих объектов, а значит, формируется сетевая структура хозяйственной деятельности, где каждый субъект прямо или опосредованно связан с множеством субъектов. Чем больше такая сеть, тем выше потенциальная возможность реализации интереса для множества субъектов, хотя в каждой конкретной транзакции она реализуется только для каждой данной пары субъектов. Сам процесс спецификации прав собственности на объект можно представить как поток транзакций, направленный на согласование экономических интересов субъектов хозяйствования. При этом любая транзакция происходит только в рамках существующей институциональной среды. Под институтами будем традиционно понимать совокупность определенных организаций, рамок и норм поведения в обществе, которые, с одной стороны, устанавливаются людьми, а с другой – регулируют поведение и взаимоотношение людей. Институциональная среда экономического пространства (Ins) может способствовать упрощению процесса спецификации прав собственности, сокращению транзакционных издержек, сокращению времени на согласование интересов между экономическими субъектами. Это справедливо в том случае, если она достаточно устойчива и однородна. Так, если рынки стабильны, как и правила игры для всех участников, то процесс реализации спроса-предложения на какой-либо товар не сопряжен с дополнительными издержками, а спецификация прав собственности на объект – это достаточно скоротечный процесс. Если же институциональная среда деформирована, существуют институциональные ограничения, влияющие на экономические интересы, то процесс спецификации прав собственности, в частности время согласования и реализации интересов субъектов сопровождается значительными транзакционными издержками. К примеру, когда в неупорядоченной системе отношений собственности отсутствуют сколько-нибудь эффективные механизмы саморегуляции позиций и интересов, становится востребованной компенсация этой слабости посредством активизации внеэкономических механизмов регулирования индивидуальных интересов, теневого сектора, роста числа посредников в транзакции и проч.

Кроме того, реализация экономических интересов участников транзакции могла быть наиболее полной, если бы каждая из сторон обладала всей информацией о возможных и альтернативных возможностях заключения сделки. Идея свободного обмена основана именно на такой предпосылке о полной доступности информации для всех субъектов – чем больше сеть, тем больше каналов получения информации и больше вероятность максимально полной реализации экономического интереса субъектов. Очевидно также, что даже при полной доступности информации субъект не в состоянии обработать весь ее объем, а, следовательно, принять единственное наиболее рациональное решение. При этом затраты на поиск информации и ее обработку ведут к увеличению транзакционных издержек субъекта и влияют на процесс согласования интересов входе транзакции. Организация обмена информацией может рассматриваться как подчиненный элемент институциональной среды или как определяющий фактор экономического развития в терминологии изучения информационного общества. Но в любом случае наличие и доступность информации, организация каналов обмена и доступа к ним выступает как составная часть экономического пространства (Inf), способна активизировать или вести к снижению активности хозяйственной деятельности.

Таким образом, под *экономическим пространством* следует понимать такое взаимодействие субъектов хозяйственной деятельности, которое выражается в сетевой структуре и обусловлено единой институциональной и информационной средой, определяющей время синхронизации частных интересов субъектов. Здесь следует подчеркнуть разницу между представлением о территориальном и экономическом пространстве. Видимо еще А. Смит одним из первых разводит эти понятия, формируя свою концепцию емкости рынков. Согласно Смиту, экономическое пространство формируется на данной территории, но определяется не ее границами, а системой связей и мест нахождения людей, может быть значительно шире территориального, либо, наоборот, сужаться в его пределах [8, с. 92-93]. В нашей трактовке этого различия отметим, что традиционно результаты хозяйственной деятельности представляются в виде производственной функции и являются зависимостью от трех основных компонент: труда (L), техники (K) и природы (ℓ). Именно в силу различий в обеспеченности производственными факторами не существует одинаковых хозяйственных систем, а ресурсное разнообразие каждой конкретной экономики образует ее производственный потенциал. Наличие и размещение этих факторов, в конечном счете, формирует территориальное пространство хозяйственной деятельности. Вместе с тем, на результаты хозяйственного процесса оказывают влияние и транзакци-

онные факторы, к которым относятся институциональная (Ins) и информационная (Inf) составляющие: $Q = f(L, K, \ell, Ins, Inf)$. Трансакционные факторы служат основой реализации экономического потенциала. Они определенным образом структурируют территориальное пространство и преобразуют его в экономическое, которое приобретает специфику и своеобразие. Именно трансакционные факторы позволяют классифицировать и соотносить разные типы хозяйственной деятельности и служат основой сравнения различных экономических систем. Включение институциональных и информационных составляющих в область рассмотрения образует экономическое пространство. Также в некоторых источниках можно встретить рассуждения о жизненном цикле экономического пространства [3]. Возможно, не стоит специально выделять стандартные фазы развития экономического пространства, такие как формирование, развитие, рецессия и депрессия, поскольку это приводит к идее его цикличности. Экономическое пространство существует всегда в той мере, в которой присутствует экономическая активность субъектов. Следует скорее говорить о росте активности экономического пространства, когда оно выходит за пределы территорий или национальных границ или его сужении, когда в нем возникают центры концентрации экономической власти.

Естественно допустить, что экономическое пространство не может быть однородным и должно характеризоваться различной степенью интенсивности. Под *интенсивностью пространства* следует понимать потенциально возможное количество трансакций между субъектами хозяйственной деятельности, наличие альтернативных возможностей реализации их экономических интересов. Иными словами, чем больше возможности выбора и большее количество субъектов вовлечено в сеть взаимодействий, тем выше интенсивность экономического пространства. При совершении трансакций в условиях отсутствия любых ограничений для свободного обмена наиболее полезный результат, возможный для двух субъектов А и В, достигается, когда предельные выгоды одного и предельные издержки другого в результате трансакции уравниваются:

$$MB_A/MS_B = 1$$

Если же появляются возможности отклонения от этого стандарта оптимального взаимодействия, допустим, когда один из субъектов (А) в ходе трансакции обладает возможностями влияния, ограничивающими свободу другого (В), возникает *эффект доминирования*. В этом случае

$$MB_A/MS_B > 1$$

Чем больше при этом предельная выгода одной из сторон по отношению к предельным издержкам второй стороны, тем выше степень влияния субъекта А на контрагента и тем выше уровень концентрации экономического пространства. Под *концентрацией экономического пространства* следует понимать, таким образом, ограничение возможности выбора для всех его участников, обеспеченное доминирующим положением одного из субъектов трансакции. Из этого следует, что рост концентрации пространства ведет к снижению его интенсивности, ограничению реальных или потенциальных взаимодействий. В качестве иллюстрации уместно привести модель пространственной организации рынка, предложенную В.С. Войтинским [4]. Он рассматривает рынок как неоднородное пространство, состоящее из множества отдельных лавок (магазинов). Именно лавка, по его мнению, является промежуточным звеном между рынком как общественным институтом и потребителями. Каждый из потребителей принадлежит к кругу покупателей того или иного магазина, и в каждый данный момент и для каждого данного товара существует лишь одна вполне определенная группировка потребителей по лавкам. Эти группы потребителей представляют собой отдельные «клеточки рынка». Для каждого товара существует своя система клеточек рынка, которых может быть столько же, сколько существует и самих товаров. Каждый покупатель может свободно покидать свою клеточку рынка и примыкать к другой, если он узнает о более выгодных условиях покупки товара в другом магазине. Выделяя различные причины, которые определяют движение потребителей, наибольшее значение он придает различиям в полезности товаров. Для существования таких различий вполне достаточно, чтобы сам потребитель считал их различными. А основные причины различий, по Войтинскому, - это расстояние и комфорт от покупки, реклама, репутация фирмы. Важен также его вывод о том, что "вести о понижении цены в известном магазине не разносится по рынку с мгновенной быстротой, которая мерещится некоторым экономистам". Эта "вести" распространяется медленно и постепенно "затухает". Снижение (или повышение) цены в каком-либо магазине распространяется,

постепенно затухая, на другие лавки рынка, а не распространяется с быстротой на весь рынок [4, с. 283]. Следовательно, расстояние между лавками и возможности их влияния на круг потребителей в виде рекламы обуславливают возможности доминирования в данном случае со стороны торговых точек на потребителей. Очевидно, также, что если количество таких лавок станет намного меньше, то интенсивность перемещения потребителей и потенциал возможных связей между субъектами станет значительно ниже. Иными словами, снизится интенсивность экономического пространства при повышении степени его концентрации. Количественно наличие доминирования может проявляться, например, в виде ценовой надбавки, которую А налагает на В и которая превышает предельные затраты для В от получения собственной выгоды, или же как разница между вознаграждением держателю производственного фактора и максимальной предельной производительностью фактора. На пространственную дифференциацию рынка также ориентируется модель «линейного города», разработанная Г. Хоттелингом или похожая на нее модель «города на окружности» С. Сэлопа [5, гл.12]. Исходя из сопоставления предельных выгод и затрат двух контрагентов трансакции, любые модели равновесия можно интерпретировать как конфликтно нейтральные, когда все отношения господства аксиоматически исключены. При этом неравновесные модели можно рассматривать как потенциально конфликтные, так как одной из сторон в результате трансакции увеличиваются.

Более подробно эффект доминирования в экономическом пространстве исследован Ф. Перру (F.Perroux) [10]. Отметим, что практической реализацией идей Ф. Перру стала концепция дирижизма, воплощенная в экономической политике Франции. Отталкиваясь от социальной трактовки власти М. Вебера, Ф. Перру определяет силу как способность одного из агентов экономических отношений в определенных ситуациях навязать свою волю другим, несмотря на сопротивление. Сущность власти, которой обладает или использует субъект, проявляется в виде асимметричных отношений, порожденных неравными действиями и реакциями. Эта асимметрия влияния, которую Перру и называет эффектом доминирования, может существовать между различными единицами: людьми, фирмами, социальными группами, странами. Уместно процитировать собственное определение Перру: «Рассматривая только две экономических единицы, мы сказали бы, что субъект А проявляет эффект доминирования по отношению к В, когда в отсутствие любого особого намерения А проявляет определенное влияние на В без обратного влияния, являющегося интенсивным в той же самой степени. Диссимметрия или необратимость влияния является определяющей для этого эффекта» [12, с. 4]. Как несовершенная форма взаимосвязи и взаимозависимости, эффект доминирования совсем не обязательно порождается желанием власти. Иными словами, речь идет о преднамеренной власти, к которой целенаправленно может стремиться субъект, или непреднамеренной власти, которая возникает независимо от его воли. К примеру, доминирование как последствие изначально существующих различий в размере субъектов, обладании ресурсами разного качества и т.п. Согласно Ф. Перру, у эффекта доминирования есть три важные составляющие. Наиболее очевидной является *относительный размер хозяйственных единиц*. Сюда включается обладание экономическими ресурсами, активами, соответствующая доля субъекта в совокупном спросе или предложении, информация, которой может обладать и использовать субъект. Второй компонентой является *сила при заключении сделки* – активность в переговорном процессе, соответствующие способности единиц договориться об условиях обмена, ценах или обменных курсах, вплоть до возможности доминировать в переговорах и устанавливать свои правила игры. В-третьих, эффект доминирования следует из *принадлежности агента к активной зоне*, положению, которое он занимает в экономическом пространстве, и природе деятельности, которую он осуществляет. Из трех названных компонент последняя – наиболее весома. Принадлежность объясняет то, что сила или доминирование одной единицы не объясняется исключительно ее конкретными особенностями, но определяется количеством связей между единицей и ее "окружением".

Если более конкретно рассматривать конкуренцию между фирмами на рынке, можно выделить несколько основных факторов, которые будут определять их рыночные преимущества. К таковым относятся в первую очередь основные характеристики продукта, проще говоря, качество товара или услуги (К), и цена, по которой данный товар предлагается на рынке (Р). Сопоставление этих параметров для товаров двух разных производителей (А и В) неизбежно обозначит преимущество в пользу одного из них:

$$K_A/P_A < K_B/P_B$$

Как следствие, на рынке произойдет перераспределение спроса в пользу производителя, обладающего лучшим качеством или сравнительно низкой ценой, а его конкурентам придется менять свою ценовую или производственную политику для восстановления рыночных позиций. Дальнейшая конкуренция приведет к выравниванию позиций: $K_A/P_A = K_B/P_B$, а данное преимущество будет являться кратковременным на конкурентных рынках. Если же присутствует потенциальная возможность искажения конкуренции за счет обладания дополнительным преимуществом, это, очевидно, приведет к повышению уровня концентрации экономического пространства и возникновению доминирования одного из субъектов (А):

$$d(K_A/P_A) > K_B/P_B,$$

где d – индекс власти данного субъекта перед конкурентами.

Обеспечивается экономическая власть, а значит и доминирование как экономическими, так и неэкономическими путями. Используя терминологию, предложенную Перру, обозначим экономические механизмы обеспечения власти как непреднамеренные, поскольку доминирование возникает вследствие «поиска прибыли» как органическое продолжение хозяйственной деятельности. Инновационность и технологическое совершенствование, эффективный менеджмент, активность, риск и везение при заключении сделок, стремление к снижению затрат и, как следствие, концентрация ресурсов – эти и другие причины приводят к росту размеров хозяйственных единиц, росту их доли рынка. И, конечно, наиболее существенным здесь будет совпадение хозяйственного интереса фирмы с вектором развития общественных потребностей, то есть принадлежность к активной зоне экономического роста. Преднамеренная власть формируется преимущественно неэкономическими методами, направленными на изменение внешнего по отношению к фирме пространства и возникает вследствие «поиска ренты». К таковым можно отнести путь слияний и поглощений для устранения конкурентов, стремление к включению в зону влияния крупных корпораций или в зону государственного влияния путем лоббирования, льгот, получения преимуществ, привилегий вплоть до монопольного статуса. Такие действия фирм характеризуются как направленные на «захват государства», где государство рассматривается как ресурс, за который можно и должно конкурировать. В обоих случаях экономическая власть становится источником ренты – дополнительного дохода, получаемого от монопольного статуса субъекта, возникшего в результате снижения интенсивности экономического пространства. Разница лишь в том, что преднамеренная власть имеет ренту своей целью, для непреднамеренной власти рентный доход выступает как следствие хозяйственной деятельности.

Выводы. Экономическое пространство можно представить как совокупность ресурсных и транзакционных факторов. Транзакционные факторы, к которым относится институциональная и информационная среда, определяют относительный размер хозяйственных единиц, силу их влияния в транзакции и принадлежность к активной зоне экономического пространства. Как следствие, происходит перераспределение выгод и издержек между субъектами хозяйственной деятельности, концентрация экономической власти, которая реализуется в виде эффекта доминирования на рынке.

Литература:

1. Александров А.Д. Абстрактные пространства/ А.Д. Александров // Математика, ее содержание, методы и значение. – М., 1953. – С. 632-719 .
2. Балацкий Е.В. Экономика брендов/ Е.В. Балацкий // Общество и экономика. – 2009. – №3. – С.27-52.
3. Бияков О.А. Теория экономического пространства/ О.А. Бияков // Томск: Изд-во Том. университета, 2004. – 152 с.
4. Войтинский В.Д. Рынок и цены: Теория потребления, рынка и рыночных цен/ В.Д. Войтинский // СПб., 1906. – Гл. 6-8.
5. Гальперин В.М. Микроэкономика в 2-х томах / В.М. Гальперин, С.М. Игнатьев, В.И. Моргунов // Институт "Экономическая школа", СПб, 2004.

6. Дементьев В.В. Экономика как система власти/ В.В. Дементьев // Донецк: ДонНТУ, 2003. – 403 с.
7. Олсон М. Влада і процвітання. Подолання комуністичних і капіталістичних диктатур; пер. з англ./ М. Олсон// К.: «Києво-Могилянська академія», 2007. – 174 с.
8. Розанвалон П. Утопічний капіталізм. Історія ідеї ринку; пер. з фр./ П. Розанвалон // К.: «Києво-Могилянська академія», 2006. – 246 с.
9. Шамхалов Ф.И. Государство и экономика: основы взаимодействия / Ф.И. Шамхалов // М.: Экономика, 2000. – С. 382
10. Perroux F. The Domination Effect and Modern Economic Theory/ F. Perroux // Social Research. – 1950.
11. Perroux F. Economic Space: theory and applications / F. Perroux // Quarterly Journal of Economics. – 1950. – V. 64.
12. Sandretto R. F. Perroux, a Precursor of the Current Analyses of Power /R. Sandretto // GATE Working Papers, 2009.
13. Strange S. The Retreat of the State: The Diffusion of Power in the World Economy/ S. Strange // NY. Cambridge University Press, 1996.

АНОТАЦІЯ

ТЕОРЕТИЧНІ ПЕРЕДУМОВИ АНАЛІЗУ ВЛАДИ ЯК ХАРАКТЕРИСТИКИ ЕКОНОМІЧНОГО ПРОСТОРУ

Мірясов Ю.А., к. е. н., доцент

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

У статті розглянуто концепцію формування економічної влади в контексті аналізу категорії економічного простору. Виділено умови та чинники формування економічної влади та ефекту домінування, що виникає на його основі.

Ключові слова: економічний простір, транзакційні чинники, економічна влада, ефект домінування.

SUMMARY

THEORETICAL BACKGROUND ANALYSIS OF POWER AS THE CHARACTERISTICS OF ECONOMIC SPACE

Miryasov Yu, Ph.D., docent

V.N. Karazin Kharkiv National University

In article the concept of the economic power in a context of the analysis of a category of economic spatial is considered. Conditions and factors of formation of the economic power and effect of domination arising on its basis are allocated.

Key words: economic space, transaction factors, the economic power, effect of domination.

Поступила в редколлегию 28.03.2011г.