

УДК 338.1(1)

Ключевые слова: формирование конкурентной среды, налоговые регуляторы бюджетного субсидирования, максимизация экономического роста

Е.Е. Жуланов

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ГОСУДАРСТВЕННЫХ И РЫНОЧНЫХ СТРУКТУР КАК ФАКТОР ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА РЕГИОНОВ РОССИИ

В статье рассматривается комплексный подход к регулированию процесса формирования конкурентной среды на разных уровнях рынка: муниципальном, региональном и национальном на основе регулирующего влияния властных структур соответствующего иерархического уровня. Кроме того, в статье даются предложения по использованию налоговых регуляторов и бюджетному субсидированию для целей максимизации экономического роста территорий на основе развития конкурентной среды.

В условиях многоуровневой экономики в структуре ее мезоуровня, кроме отраслевых комплексов выделяется уровень, образуемый крупными объединениями предприятий (холдинги, конгломераты). Особенность этих объединений в том, что их производственный комплекс сформировался во многом стихийно и включает в себя разные производства, которые не связаны единой технологической цепочкой. Кроме того, хозяйственные контракты могут заключаться исходя из субъективных соображений собственника. Поэтому происходит отчуждение между жизнью предприятия и интересами собственника (или руководителя) сопровождаемое развитием многоуровневой бюрократической системы [3]. В результате у объединений исчезает стимул для снижения издержек и участия в инвестиционных проектах с повышенным риском [3]. Следует заметить, что в 2006 г. крупные и средние предприятия составили 99% общей численности отечественных предприятий. Поэтому от эффективности их функционирования непосредственно зависит эффективность российской экономики.

Чтобы создать условия для повышения эффективности функционирования конгломератов, следует разработать механизм государственного регулирования, который бы воздействовал на уровень трансакционных издержек и содействовал формированию новых конкурентоспособных фирм. В результате руководство конгломерата будет поставлено перед выбором: либо создавать технологию управления предприятием, при которой дочерние компании будут очень гибко реагировать на новые требования рынка, либо закрыть (продать) эти компании вследствие их неконкурентоспособности и убыточности.

В систему властных органов входит федеральный центр, субъекты федерации и муниципальные органы власти. Они имеют возможность принимать самостоятельные решения в пределах своих полномочий. Однако разделение уровней власти и их возможность самостоятельно принимать решения приводит к конкуренции за финансовые ресурсы в системе власти. Поскольку региональные правительства свободны в принятии решений по поводу ряда общественных благ, происходит дифференциация регионов и формируется их своеобразие. В этой связи необходимо формирование многоуровневой системы государственного и муниципального регулирования конкурентных процессов, направленных на решение следующих проблем: устранение конкуренции внутри властных структур за счет экономически обоснованного подхода к управлению хозяйством страны, повышение управляемости сформировавшимися конгломератами в целях сбалансирования и повышения национального благосостояния.

Рассмотрим подход, который может быть взят за основу решения данного вопроса. Как известно, отраслевой рынок имеет три типа границ:

- товарные, характеризующие совокупность взаимозаменяемых товаров;
- географические, характеризующие территориальные границы рынка;
- временные, характеризующие время сохранения качества товара.

Конгломератом может производиться товарная продукция (услуга), относящаяся к разным товарным рынкам, границы которых могут совпадать с границами муниципалитетов, субъектов Федерации, государства. Характеристика однородности потребительских предпочтений относительно товара, транспортные затраты на его доставку, уровень затрат на его производство и соответственно цен определяют товарные и географические

границы рынка. Это позволяет выбрать объект исследования: муниципальный, региональный и федеральный рынок, а также ограничить круг участников рынка (отдельные малые и средние предприятия, филиалы крупных предприятий) и определить субъекты регулирования конкуренции на рынке (муниципальные, региональные или федеральные власти).

Для повышения эффективности функционирования товарных рынков и хозяйственной деятельности предприятий государственные и муниципальные власти могут использовать группировку объектов и предметов исследования сложившуюся в экономической науке (табл. 1) [6].

На каждом уровне рынков должны быть применены особые регуляторы, учитывающие экономическую специфику объекта и предмета исследования. В общем виде цели государственного управле-

Таблица 1

Объекты и предметы исследования в экономике

Раздел экономической науки	Объекты исследования	Предметы исследования
Микроэкономика (экономика локальных рынков)	Локальный рынок	Хозяйствующие субъекты рынка
Региональная экономика (мезоэкономика)	Региональный рынок	Отрасли и секторы региональной хозяйственной системы
Макроэкономика	Национальный рынок	Отрасли и сектора национального хозяйства

Таблица 2

Структура государственных целей в процессе управления

Масштаб рынка	Цели государственной конкурентной промышленной политики	Методы косвенного регулирования конкурентной среды
Муниципальный	Обеспечить развитие конкурентоспособности предприятий. Наполнение местного бюджета за счет налоговых сборов с предприятий.	Земельный налог
Региональный	Обеспечить развитие конкуренции на отраслевых рынках региона. Обеспечить конкурентоспособность региона. Обеспечить увеличение РНП и доходов бюджета от хозяйственной деятельности региональных предприятий.	Налог на имущество организаций
Федеральный	Обеспечить социально-экономическое выравнивание положения регионов.	НДС Налог на прибыль Подходный налог

ния и существующие методы косвенного регулирования, которые могут быть применимы для регулирования конкуренции, представлены в таблице 2.

В зависимости от уровня управления (местный, региональный, федеральный) государственные интересы будут иметь свои особенности.

В соответствии со сложившимися воззрениями все рынки благ в макроэкономике агрегируются в единый рынок, на котором покупается и продается только один вид благ. Вследствие свертывания множества благ в одно исчезает макроэкономическое понятие цены блага как пропорции обмена одного блага на другое. В результате агрегирования национальная экономика представлена четырьмя рынками: благ, денег, труда и ценных бумаг. Издержками агрегирования являются частичная потеря информации и повышение уровня абстракции экономических исследований, что делает не совсем адекватным макроэкономические меры по отношению к тем или иным регионам.

Согласно теории организации отраслевых рынков, [1] агрегирование рынка противоречит самой идее управления процессами формирования конкурентной среды на данных рынках, так как объектом исследования и управления здесь является рынок взаимозаменяемой продукции, а не совокупность всех благ. Это связано с тем, что хозяйствующие субъекты могут конкурировать только с производителями товаров-заменителей. Если товары удовлетворяют разные потребительские потребности, то конкуренции не возникает, и у предприятий нет стимулов к выработке предпринимательских идей и повышению эффективности экономической деятельности.

Таким образом, управление конкурентными процессами на макроэкономическом уровне не представляется возможным. Однако возникает потребность в минимизации погрешности при агрегировании макроэкономических показателей. Это связано с влиянием на них

межрегиональной дифференциации, связанной с разной обеспеченностью регионов ресурсами. Поэтому было бы логичным на макроэкономическом уровне разработать инструментарий, устраняющий межрегиональные диспропорции в социально-экономическом развитии. Инструментарий может предусматривать различные меры косвенного регулирования, направленные на развитие разных рынков товароматериальных ценностей. Это объясняется тем, что при агрегировании рынков благ структура товарного ассортимента не учитывается.

Для определения косвенного воздействия макроэкономического регулирования на конкурентную среду рынков могут быть предложены следующие подходы.

Исходим из того, что объем благ рынков ресурсов и продуктов может быть рассчитан по следующей формуле:

$$Q = \sum_{i=1}^R \sum_{j=1}^k \sum_{l=1}^y \sum_{m=1}^x (D_{i,j,l,m} \times P_{i,j,l,m}), \quad (1)$$

где Q — количество благ на макроуровне в денежном выражении, R — количество региональных рынков (рынков субъектов РФ), k — количество муниципальных рынков в i -ом регионе, y — количество видов товаров производимых и реализуемых в j -ом муниципальном рынке, x — количество предприятий производящих l -ый товар для j -ого муниципального рынка региона, D и P — соответственно объем и цена l -ого товара производимого m -ым предприятием для j -ого муниципального рынка региона.

Согласно количественной теории денег:

$$MV = PQ, \quad (2)$$

где M — предложение денег в национальной экономике, V — скорость обращения денег, P — уровень цен, Q — количество произведенных товаров и услуг или же количество сделок.

Для оценки влияния уровня конкуренции на денежное предложение данную формулу можно преобразовать, подставив вместо Q объем продаж, полученный из формулы ценовой эластичности спроса:

$$M = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^k \sum_{l=1}^y \sum_{m=1}^x \left(PT_{ijlm} \times \frac{QPP_{ijlm} \left(\frac{PT_{ijlm} + PP_{ijlm}}{PT_{ijlm} - PP_{ijlm}} - E_{ijlm} \right)}{\left(E_{ijlm} - \frac{PT_{ijlm} + PP_{ijlm}}{PT_{ijlm} - PP_{ijlm}} \right)} \right) / V, \quad (3)$$

где E — ценовая эластичность спроса, PT — цена на товар (услугу) текущего периода, PP — цена на товар (услугу) предыдущего периода, QPP — объем рыночных продаж в натуральном выражении предыдущего периода.

Поскольку конкуренция на отраслевых рынках приводит к изменению их параметров (цены и объема продаж), то данная формула показывает, как изменится денежное предложение в национальной экономике под влиянием изменения цен и ценовой эластичности на разных рынках, а также скорости денежного обращения.

Следует обратить внимание на то, что в разных регионах и территориях уровень доходов населения и уровень себестоимости продукции будут дифференцированными. Поэтому показатель ценовой эластичности также будет разным для территорий из-за диспаритета покупательной способности. В связи с этим для усиления прогностической способности механизмов макроэкономического регулирования необходимы макроэкономические меры, которые бы привели к выравниванию ценовой эластичности на территориях РФ.

Таким образом, состояние конкурентной среды на отраслевых рынках, которое влияет на параметры рынка, непосредственно влияет на денежное предложение в национальной экономике и на скорость процессов инфляции.

Показатель инфляции может быть определен как дефлятор ВВП:

$$\pi = \frac{\sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^k \sum_{l=1}^y \sum_{m=1}^x (Q_{i,j,l,m} \times P_{i,j,l,m})}{\sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^k \sum_{l=1}^y \sum_{m=1}^x (Q_{i,j,l,m} \times P_{i,j,l,m}^{\text{баз.}})} \quad (4)$$

Как видно из формулы инфляционные процессы в регионах будут происходить с разной интенсивностью из-за особенности региональной конъюнктуры. Это делает недостаточным или избыточным воздействие макроэкономических регуляторов на региональные инфляционные процессы. Об этом же также свидетельствует ниже представленная формула реальной ставки процента, которая учитывает отраслевую специфику (5).

Формула реальной ставки процента, может быть представлена в следующем виде: (5)

$$r = \frac{i - \pi}{1 + \pi} = \frac{\left(i - \frac{\sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^k \sum_{l=1}^y \sum_{m=1}^x (Q_{i,j,l,m} \times P_{i,j,l,m})}{\sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^k \sum_{l=1}^y \sum_{m=1}^x (Q_{i,j,l,m} \times P_{i,j,l,m}^{\text{баз.}})} \right)}{\left(1 + \frac{\sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^k \sum_{l=1}^y \sum_{m=1}^x (Q_{i,j,l,m} \times P_{i,j,l,m})}{\sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^k \sum_{l=1}^y \sum_{m=1}^x (Q_{i,j,l,m} \times P_{i,j,l,m}^{\text{баз.}})} \right)} \quad (5)$$

Ликвидировать дифференциацию в обеспечении регионов природными ресурсами невозможно. Однако в экономике все большую роль играет интеллектуальный капитал. Для его создания требуется организация в регионах России высокотехнологичных производств и мобильность трудоспособного населения. Решить данную задачу можно путем выделения приоритетных групп специальностей и профессий, обеспечивающих развитие производств с наибольшей добавленной стоимостью. Для людей, владеющих данными профессиями и специальностями, необходимо ввести дифференцированные ставки подоходного налога с более низкими величинами

для более значимых специальностей. Это будет стимулом для выбора активной частью населения профессий, востребованных современной экономикой. Кроме того, следует дифференцировать ставку налога в зависимости от среднего уровня дохода населения в том или ином регионе России. Расчет дифференцированной процентной ставки налога можно представить следующим образом:

$$ПН = \frac{\text{Средний уровень заработной платы в } i\text{-ом регионе}}{\text{Максимальное значение среднего уровня заработной платы в России}} \times 13\%, \quad (6)$$

где 13% — ставка подоходного налога.

В регионах с преобладанием добывающих производств, продукция которых пользуется повышенным и хорошо прогнозируемым спросом, ставки налогов на прибыль и имущество должны быть неизменны. Однако в регионах, менее оснащенных ресурсами, величина процентной ставки налога может быть изменена аналогичным методом:

$$НС = \frac{\text{Валовый продукт } i\text{-го региона}}{\text{Валовый продукт богатейшего региона России}} \times \text{базовая ставка налога}. \quad (7)$$

На региональном уровне экономический рост должен стимулироваться за счет развития внутренней конкурентной среды, поскольку здесь существуют равные экономические условия. Под экономическим ростом регионального продукта подразумевается такое его развитие, при котором увеличивается реальный национальный доход. Мерой экономического роста служит темп прироста реального регионального дохода в целом или на душу населения.

При моделировании роста следует выделить несколько исходных предпосылок, определяющих структуру и вид модели, а также ее отличие от уже существующих:

1. Поскольку в рыночной системе хозяйствования состояние экономики зависит от конкуренции на рынках, модель должна отражать параметры, описывающие их равновесное состояние: цену на товар (услугу) и объем продаж.

2. Модель экономического роста должна отражать изменение параметров рынка под действием инновационной деятельности предприятий. Этот фактор определяет конкурентоспособность продукции предприятий в экономике и обеспечивает рост производительности труда.

3. Модель должна отражать количество благ в регионе на душу населения.

Предлагаемая модель экономического роста представлена в виде матрицы на рисунке 1. Первый раздел модели — «Рыночные цены» — характеризует среднюю цену, сложившуюся на региональном рынке. Второй раздел — «Объем продаж» — отражает общий объем продаж по каждому рынку. Эти два раздела заполняются в первом периоде на основе сложившихся данных, а во втором — по прогнозам ре-

гиональных органов власти, полученным на основе модели стратегического взаимодействия субъектов отраслевого рынка [2, 5]. Третий раздел модели — «Выручка от реализации» — характеризует выручку, полученную продавцами на каждом рынке. Четвертый раздел — «Показатели эластичности объема производства по используемому ресурсу». Пятый раздел — «Экономические выгоды» — позволяет оценить выгоду, получаемую продавцами от работы на рынке. Модель позволяет определить общую экономическую выгоду, заключенную в реализованной конечной продукции, и проанализировать распределение выгоды по рынкам в конкретном кластере. В этом разделе определяется прирост валового регионального продукта и его рыночные источники.

В третьем столбце модели «Темп экономического роста» выявляются рынки — «узкие места» для развития региональной

экономики. Такой вывод о рынке можно сделать, если темп роста цены и объема продаж не соответствуют друг другу (темп роста объема продаж меньше или равен 100% при темпе роста цены выше 100%). Экономическим обоснованием снижения уровня рыночной цены под влиянием косвенного регулирования конкуренции региональными органами власти может послужить следующее соотношение:

$$\frac{\text{Темп роста цены}}{\text{Темп роста объема продаж}} \times 100\%, \quad (8)$$

где темп роста определяется по формуле:

$$t_{ij} = \frac{\text{Переменная}_{ij}}{\text{Переменная}_{i-1j}} \times 100\%. \quad (9)$$

Соотношение (8) позволит определить, на сколько процентов должна быть снижена рыночная цена.

В модели, представленной на рисунке 1, использованы следующие условные обозначения: W_{ii} — уровень оплаты труда на рынке труда, T_{ii} — затраты труда в натуральном выражении (человеко-часы), CO_{ii} — стоимость образовательных услуг в вузах региона, $Ч_{ii}$ — объем учебных человеко-часов вузов региона, PP_{ii} — средняя цена использования запатентованной разработки на рынке инновационных технологий, QP_{ii} — коэффициент роста объема производства продукции, связанный с использованием запатентованной технологии, R_{ii} — цена за кредит, выдаваемый кредитными организациями предприятиям для инвестирования, K_{ii} — капитал, привлекаемый для внедрения инноваций, RT_{ii} — средний тариф за рекламное сообщение, KC_{ii} — количество рекламных сообщений, PS_{ii} — стоимость метра квадратного недвижимости, S_{ii} — площадь недвижимости в m^2 , PE_{ii} — затраты на единицу (цена) оборудования, QE_{ii} — количество оборудования в шт., PR_{ii} — стоимость единицы сырья и материалов, QR_{ii} — количество материалов в натуральном выражении, PT_{ii} — комиссионное вознаграждение посреднических организаций,

QT_{ii} — объем продукции, реализованной за пределами региона благодаря посредническим организациям, PQ_{ii} — цена конечной продукции на потребительском рынке, Q_{ii} — объем конечной продукции в натуральном выражении, TR_{ij} — выручка от реализации продукции (работ, услуг) в денежном выражении, V_{ii} — экономическая выгода, полученная хозяйствующими субъектами на региональном рынке, в руб., Pr — прибыль предприятий, SN — сбережения населения, CR — потребительские расходы внутри региона, CD — потребительские расходы за пределами региона, SD_i — средства предприятий на депозитных счетах, A_{ii} — параметр масштаба производства.

В модели отражены экономические взаимосвязи рынков: образовательных услуг, инновационных технологий, информационных услуг, посреднических услуг, финансовых ресурсов, труда, недвижимости, основных средств, сырья и материалов, конечной продукции. В ходе расчетов необходимо учесть следующие особенности модели.

Плата за приобретение патента на новую технологию производится по двуставочному тарифу, состоящему из фиксированного тарифа и предельной цены. Значение переменной PP_{ij} зависит только от уровня предельной цены. Фиксированная же величина учитывается в модели при определении стоимости кредитных ресурсов, привлечение которых необходимо для организации нового производства.

Показатель цены привлечения кредитных ресурсов для приобретения новой технологии (R_{ij}) определяется следующим образом:

$$R_{ij} = (1 + k / 100), \quad (10)$$

где k — средняя процентная ставка коммерческого банка.

Объем капитала, привлекаемый для инвестирования средств в целях внедрения инноваций:

$$K_{ii} = PP_{ком} + PE_{ii}QE_{ii} + PR_{ii}QR_{ii} - Pr_i - SD_{ii}, \quad (11)$$

	Рынки поставщики										Темп роста показателей																
	Период 1					Период 2					продано в регионе	1	...														
	нетоварные рынки		рынки товаров			нетоварные рынки		рынки товаров						продано в регионе													
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	1	2	3		4	5	6	7	8	9	10						
Рынки-потребители	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	продано в регионе	продано в регионе	1	...													
Раздел 1. Рыночные цены																											
1. Рынок образовательных услуг	CO ₁₁	PP ₁₁	RT ₁₁	RT ₁₁	R ₁₁	W ₁₁	PS ₁₁	PE ₁₁	PR ₁₁	PQ ₁₁	—	—	CO ₂₁	PP ₂₁	RT ₂₁	RT ₂₁	R ₂₁	W ₂₁	PS ₂₁	PE ₂₁	PR ₂₁	PQ ₂₁	—	—	t ₁₁	t _{12,1}	
2. Рынок инновационных технологий	CO ₁₂	PP ₁₂	RT ₁₂	RT ₁₂	R ₁₂	W ₁₂	PS ₁₂	PE ₁₂	PR ₁₂	PQ ₁₂	—	—	CO ₂₂	PP ₂₂	RT ₂₂	RT ₂₂	R ₂₂	W ₂₂	PS ₂₂	PE ₂₂	PR ₂₂	PQ ₂₂	—	—	t ₁₂	t _{12,2}	
3. Рынок информационных услуг	CO ₁₃	PP ₁₃	RT ₁₃	RT ₁₃	R ₁₃	W ₁₃	PS ₁₃	PE ₁₃	PR ₁₃	PQ ₁₃	—	—	CO ₂₃	PP ₂₃	RT ₂₃	RT ₂₃	R ₂₃	W ₂₃	PS ₂₃	PE ₂₃	PR ₂₃	PQ ₂₃	—	—	t ₁₃	t _{12,3}	
...	—	—	—	—	
10. Рынок конечной продукции	CO ₁₁₀	PP ₁₁₀	RT ₁₁₀	RT ₁₁₀	R ₁₁₀	W ₁₁₀	PS ₁₁₀	PE ₁₁₀	PR ₁₁₀	PQ ₁₁₀	—	—	CO ₂₁₀	PP ₂₁₀	RT ₂₁₀	RT ₂₁₀	R ₂₁₀	W ₂₁₀	PS ₂₁₀	PE ₂₁₀	PR ₂₁₀	PQ ₂₁₀	—	—	t ₁₁₀	t _{12,10}	
Раздел 2. Объем продаж																											
1. Рынок образовательных услуг	Ч ₁₁	QR ₁₁	KC ₁₁	QT ₁₁	K ₁₁	T ₁₁	S ₁₁	QE ₁₁	QR ₁₁	Q ₁₁	Ч ₁₁	ЧR ₁₁	Ч ₂₁	QP ₂₁	KC ₂₁	QT ₂₁	K ₂₁	T ₂₁	S ₂₁	QE ₂₁	QR ₂₁	Q ₂₁	Ч ₂₁	ЧR ₂₁	t ₁₁₁	t _{12,11}	
2. Рынок инновационных технологий	Ч ₁₂	QR ₁₂	KC ₁₂	QT ₁₂	K ₁₂	T ₁₂	S ₁₂	QE ₁₂	QR ₁₂	Q ₁₂	QP ₁₂	QPR ₁₂	Ч ₂₂	QP ₂₂	KC ₂₂	QT ₂₂	K ₂₂	T ₂₂	S ₂₂	QE ₂₂	QR ₂₂	Q ₂₂	QP ₂₂	QPR ₂₂	t ₁₁₂	t _{12,12}	
3. Рынок информационных услуг	Ч ₁₃	QR ₁₃	KC ₁₃	QT ₁₃	K ₁₃	T ₁₃	S ₁₃	QE ₁₃	QR ₁₃	Q ₁₃	KC ₁₃	KCR ₁₃	Ч ₂₃	QP ₂₃	KC ₂₃	QT ₂₃	K ₂₃	T ₂₃	S ₂₃	QE ₂₃	QR ₂₃	Q ₂₃	KC ₂₃	KCR ₂₃	t ₁₁₃	t _{12,13}	
...
10. Рынок конечной продукции	Ч ₁₁₀	QR ₁₁₀	KC ₁₁₀	QT ₁₁₀	K ₁₁₀	T ₁₁₀	S ₁₁₀	QE ₁₁₀	QR ₁₁₀	Q ₁₁₀	QR ₁₁₀	QR ₁₁₀	Ч ₂₁₀	QP ₂₁₀	KC ₂₁₀	QT ₂₁₀	K ₂₁₀	T ₂₁₀	S ₂₁₀	QE ₂₁₀	QR ₂₁₀	Q ₂₁₀	QR ₂₁₀	QR ₂₁₀	t ₁₂₀	t _{12,20}	
Раздел 3. Выручка от реализации																											
1. Рынок образовательных услуг	TR ₁₁₁	TR ₁₂₁	TR ₁₃₁	TR ₁₄₁	TR ₁₅₁	TR ₁₆₁	TR ₁₇₁	TR ₁₈₁	TR ₁₉₁	TR ₁₀₀₁	TR ₁₁₁	TRR ₁₁	TR ₂₁₁	TR ₂₂₁	TR ₂₃₁	TR ₂₄₁	TR ₂₅₁	TR ₂₆₁	TR ₂₇₁	TR ₂₈₁	TR ₂₉₁	TR ₂₁₀₁	TR ₂₁₁	TRR ₂₁	t ₁₂₁	t _{12,21}	
2. Рынок инновационных технологий	TR ₁₁₂	TR ₁₂₂	TR ₁₃₂	TR ₁₄₂	TR ₁₅₂	TR ₁₆₂	TR ₁₇₂	TR ₁₈₂	TR ₁₉₂	TR ₁₀₀₂	TR ₁₁₂	TRR ₁₂	TR ₂₁₂	TR ₂₂₂	TR ₂₃₂	TR ₂₄₂	TR ₂₅₂	TR ₂₆₂	TR ₂₇₂	TR ₂₈₂	TR ₂₉₂	TR ₂₁₀₂	TR ₂₁₂	TRR ₂₂	t ₁₂₂	t _{12,22}	
3. Рынок информационных услуг	TR ₁₁₃	TR ₁₂₃	TR ₁₃₃	TR ₁₄₃	TR ₁₅₃	TR ₁₆₃	TR ₁₇₃	TR ₁₈₃	TR ₁₉₃	TR ₁₀₀₃	TR ₁₁₃	TRR ₁₃	TR ₂₁₃	TR ₂₂₃	TR ₂₃₃	TR ₂₄₃	TR ₂₅₃	TR ₂₆₃	TR ₂₇₃	TR ₂₈₃	TR ₂₉₃	TR ₂₁₀₃	TR ₂₁₃	TRR ₂₃	t ₁₂₃	t _{12,23}	
...	
10. Рынок конечной продукции	TR ₁₁₁₀	TR ₁₂₁₀	TR ₁₃₁₀	TR ₁₄₁₀	TR ₁₅₁₀	TR ₁₆₁₀	TR ₁₇₁₀	TR ₁₈₁₀	TR ₁₉₁₀	TR ₁₀₀₁₀	TR ₁₁₁₀	TRR ₁₁₀	TR ₂₁₁₀	TR ₂₂₁₀	TR ₂₃₁₀	TR ₂₄₁₀	TR ₂₅₁₀	TR ₂₆₁₀	TR ₂₇₁₀	TR ₂₈₁₀	TR ₂₉₁₀	TR ₂₁₀₁₀	TR ₂₁₁₀	TRR ₂₁₀	t ₁₃₀	t _{12,30}	
Итого	TR ₁₁	TR ₁₂	TR ₁₃	TR ₁₄	TR ₁₅	TR ₁₆	TR ₁₇	TR ₁₈	TR ₁₉	TR ₁₀	TR ₁₁	TRR ₁	TR ₂₁	TR ₂₂	TR ₂₃	TR ₂₄	TR ₂₅	TR ₂₆	TR ₂₇	TR ₂₈	TR ₂₉	TR ₂₁₀	TR ₂₁	TRR ₂	t ₁₃₁	t _{12,31}	
Потребительские расходы в регионе	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Сбережения населения	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—

	Рынки поставщики										Темп роста показателей															
	Период 1					Период 2					1	...														
	нетоварные рынки		рынки товаров			нетоварные рынки		рынки товаров					продано в регионе	продано в регионе												
Рынки-потребители	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	продано всего	продано в регионе	продано всего	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1	...		
Потребительские расходы вне региона	—	—	—	—	—	CD ₁	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	CD ₂	—	—	—	—	—	—		
Прибыль предприятий	—	—	—	—	Pr ₁	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	Pr ₂	—	—	—	—	—	—		
Средства на депозитных счетах	—	—	—	—	SD ₁	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	SD ₁	—	—	—	—	—	—		
Раздел 4. Показатели эластичности объема производства по используемому ресурсу																										
1. Рынок образовательных услуг	a ₁₁₁	a ₁₂₁	a ₁₃₁	a ₁₄₁	a ₁₅₁	a ₁₆₁	a ₁₇₁	a ₁₈₁	a ₁₉₁	a ₁₁₀₁	A ₁₁	—	a ₂₁₁	a ₂₂₁	a ₂₃₁	a ₂₄₁	a ₂₅₁	a ₂₆₁	A ₂₇₁	a ₂₈₁	a ₂₉₁	a ₂₁₀₁	A ₂₁	—	t ₁₂₃₇	
2. Рынок инновационных технологий	a ₁₁₂	a ₁₂₂	a ₁₃₂	a ₁₄₂	a ₁₅₂	a ₁₆₂	a ₁₇₂	a ₁₈₂	a ₁₉₂	a ₁₁₀₂	A ₁₂	—	a ₂₁₂	a ₂₂₂	a ₂₃₂	a ₂₄₂	a ₂₅₂	a ₂₆₂	A ₂₇₂	a ₂₈₂	a ₂₉₂	a ₂₁₀₂	A ₂₂	—	t ₁₂₃₈	
3. Рынок информационных услуг	a ₁₁₃	a ₁₂₃	a ₁₃₃	a ₁₄₃	a ₁₅₃	a ₁₆₃	a ₁₇₃	a ₁₈₃	a ₁₉₃	a ₁₁₀₃	A ₁₃	—	a ₂₁₃	a ₂₂₃	a ₂₃₃	a ₂₄₃	a ₂₅₃	a ₂₆₃	A ₂₇₃	a ₂₈₃	a ₂₉₃	a ₂₁₀₃	A ₂₃	—	t ₁₂₃₉	
...	—	—
10. Рынок конечной продукции	a ₁₁₁₀	a ₁₂₁₀	a ₁₃₁₀	a ₁₄₁₀	a ₁₅₁₀	a ₁₆₁₀	a ₁₇₁₀	a ₁₈₁₀	a ₁₉₁₀	a ₁₁₀₁₀	A ₁₁₀	—	a ₂₁₁₀	a ₂₂₁₀	a ₂₃₁₀	a ₂₄₁₀	a ₂₅₁₀	a ₂₆₁₀	a ₂₇₁₀	a ₂₈₁₀	a ₂₉₁₀	a ₂₁₀₁₀	A ₂₁₀	—	t ₁₂₄₆	
Раздел 5. Рыночная выгода																										
1. Рынок образовательных услуг	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	V ₁₁	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	V ₂₁	—	—	—
2. Рынок инновационных технологий	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	V ₁₂	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	V ₂₂	—	—	—
3. Рынок информационных услуг	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	V ₁₃	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	V ₂₃	—	—	—
...	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	...	—	—	—
10. Рынок конечной продукции	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	V ₁₁₀	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	V ₂₉	—	—	—
Итого	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	V ₁	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	V ₁	—	—	—
Экономическая выгода на единицу продукции	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	v ₁	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	v ₂	—	—	—

Рис. 1. Модель экономического роста региона (окончание)

где PP_{const} — единовременная часть выплат предприятий за право использования патента на новую технологию производства.

Кредитные ресурсы в модели используются исключительно для внедрения новых технологий, т.е. объем кредита соответствует потребности в инвестициях для приобретения патента на новую технологию и организации нового производства.

3. Новые технологии могут изменить пропорции потребления ресурсов в производстве. Эти изменения учитываются в модели благодаря производственной функции аналогичной функции Кобба — Дугласа:

$$Q = AT^{\alpha_1} S^{\alpha_2} QE^{\alpha_3} QR^{\alpha_4}, \quad (12)$$

где A — параметр масштаба производства, α_i — эластичность изменения объема производства при изменении объема i -го используемого ресурса.

Учитывая научно-технический прогресс, который приводит к смещению структуры затрат в сторону увеличения доли капитальных затрат и уменьшения доли затрат труда, использование в производстве новых технологий будет изменять эластичность объема производства по ресурсам (производительность). Исходя из этого в модель включен раздел, характеризующий показатели эластичности для каждого ресурса. По данным столбцов за два фактических периода можно рассчитать показатели эластичности, используя следующую формулу:

$$\alpha_{ij} = \frac{(Q_{t-1ij} - Q_{tj})}{(Q_{tj} + Q_{t-1ij})} \times \frac{(r_{t-1ij} + r_{tj})}{(r_{t-1ij} - r_{tj})}, \quad (13)$$

где Q_{t-1ij} и Q_{tj} — объем продаж товара в натуральном выражении соответственно в 1 и 2 периодах, r_{t-1ij} и r_{tj} — объем ресурса использованного для производства товара соответственно в 1 и 2 периодах.

Представленная функция (12) предполагает различные варианты комбинаций производственных ресурсов, которые зависят только от решений хозяйствующих субъектов.

4. В модели отражены взаимосвязи с рынком посреднических услуг. Их предназначение — увеличение объема продаж. Стоимость услуг характеризуется величиной комиссионного вознаграждения. Показателем их эффективности служит отношение всей продукции, проданной участниками рынка внутри региона и за его пределами, к объему продаж внутри региона. Такой подход объясняется тем, что в пределах региона роль посреднических услуг в распространении продукции незначительна, поскольку продвижение продаж внутри региона может осуществляться маркетинговой службой предприятия.

5. В модель включен рынок образовательных услуг, от которого зависит качество инноваций, внедряемых на предприятиях и рост квалификации персонала. Он влияет на рост производительности труда. Поскольку в модели Кобба — Дугласа производительность определяется показателем эластичности необходимо найти эластичность производительности труда по отношению к объему образовательных услуг:

$$\gamma = \frac{(Q_{11} - Q_{21})}{(Q_{11} + Q_{21})} \times \frac{(\alpha_{11} + \alpha_{21})}{(\alpha_{11} - \alpha_{21})}, \quad (14)$$

где Q_{ij} — объем учебных человеко-часов вузов региона, α_{ij} — эластичность производства по труду.

Поскольку на уровень производительности труда влияют два основных фактора: научно-техническое развитие и уровень квалификации персонала предприятия, то учитывая g , зависимость производительности труда от этих факторов можно представить следующим образом:

$$\alpha_{11j} = F \cdot Q_{ij}^g, \quad (15)$$

где F — параметр, характеризующий уровень производительности труда при достигнутом уровне научно-технического развития.

В связи с тем, что показатели эластичности, используемые в формуле (14), могут быть рассчитаны по данным двух фак-

тических периодов, а также предполагая объем образовательных услуг в отчетном периоде, можно определить в прогнозируемом периоде влияние рынка образовательных услуг на производительность труда при неизменном научно-техническом уровне производства.

6. Влияние рекламной деятельности на сбыт продукции предприятий можно оценить при помощи эластичности спроса по рекламе:

$$\phi = \frac{(Q_{1j} - Q_{2j})}{(Q_{1j} + Q_{2j})} \times \frac{(KC_{1j} + KC_{2j})}{(KC_{1j} - KC_{2j})}. \quad (16)$$

Так как масштаб рекламной деятельности не влияет на эффективность использования производственных ресурсов, но стимулирует рост объема продаж и увеличивает объем используемых ресурсов, то взаимосвязь между рынком рекламных услуг и товаров в модели можно отразить при помощи модели Дорфмана — Штайнера. Она демонстрирует зависимость оптимального объема рекламных расходов от характеристик остаточного спроса на товар фирмы [1]. Исходя из предположения о том, что все предприятия рынка оптимизируют свои рекламные расходы, объем рекламных сообщений за период можно спрогнозировать при помощи следующей формулы:

$$KC_{1i} = -\frac{\phi PQ_{2i} Q_{2j}}{a_{2j} RT_{2i}}, \quad (17)$$

где a_{2j} — ценовая эластичность спроса на товар.

Элементы третьего раздела модели экономического роста, характеризующего выручку от продаж на региональных рынках, определяются производением цен (тарифов) и объемов продаж товаров (услуг) по соответствующему рынку.

Потребительские расходы и сбережения населения в первом периоде рассчитываются по данным государственной статистики. При этом сумма потребительских расходов и сбережений должна быть равна сумме заработной платы населения, которая является их источником.

Зная сумму сбережений и выручку от реализации продукции на потребительском рынке, сумму потребительских расходов за пределами региона можно определить как сумму потребительских расходов за вычетом суммы сбережений и выручки от продаж на региональном рынке. Сумма сбережений населения, прибыли и средств на депозитных счетах предприятий в модели формируют объем предложения кредитных организаций, исходя из которого региональные власти могут прогнозировать изменение параметров рынка финансовых ресурсов.

Пятый раздел модели экономического роста характеризует величину экономической выгоды, которую получают предприятия (организации) после реализации продукции на рынке и компенсации затрат, связанных с производством и реализацией продукции (услуги). Исключением является только выгода, образуемая на рынке труда, так как ее создает наемный персонал.

При определении мер по стимулированию регионального экономического роста необходимо на основе статистических данных по каждому региональному рынку рассчитать объем продаж, а также средневзвешенный уровень рыночных цен. Далее производится анализ, на основе которого определяется экономическая выгода по каждому рынку. Если выгода, входящая в состав выручки рынка — поставщика ресурса, больше выгоды рынка — потребителя, то для рынка поставщика могут быть востребованы дополнительные исследования. Это объясняется тем, что рынок — поставщик промежуточного товара (услуги, разработки) может оказаться монополизированным и способным присвоить экономические выгоды, получаемые рынком-потребителем, поскольку уровень цены на данном рынке ограничивается платежеспособным спросом.

Если меры государственного регулирования будут способствовать снижению

уровня рыночной цены за счет развития конкуренции, в прогнозируемом периоде необходимо пересчитать изменение рыночных цен и объемов продаж (предоставления кредитов) на всех рынках, которые используют продукцию данного рынка как фактор производства.

На завершающем этапе в модели определяется прирост выгоды, полученной на региональных рынках, на единицу продукции. Для этого по каждому рынку необходимо найти отношение экономической выгоды и объема продукции (услуг) реализованной на данном рынке:

$$v_{ii} = V_{ii} / Q_{ii}, \quad (18)$$

где v_{ii} — величина выгоды, полученная от продажи товара (услуги) на региональном рынке.

Темп роста этого показателя в динамике покажет, в какой мере увеличилась экономическая выгода, полученная в регионе, благодаря внедрению инноваций.

Прежде чем перейти к формированию инструментария на муниципальном уровне, необходимо сформулировать цели, которые ставят перед собой главы муниципальных образований при повышении финансовой устойчивости территории. Прежде всего, это сокращение бюджетного дефицита и приведение в соответствие финансовых возможностей территории с задачами территориального развития [4].

Для оценки экономического роста муниципальной территорий требуется максимизировать доходы населения, профицит муниципального бюджета и прибыли хозяйствующих субъектов территории в долгосрочном периоде (19):

$$ЧДД_{мер} = \sum_{t=1}^n \frac{D_n + D_{xc} + D_b}{(1 + E_n)^{t-1}}, \quad (19)$$

где D_n — общий доход населения территории, D_{xc} — общий доход хозяйствующих субъектов, D_b — профицит муниципального бюджета, E_n — норма дисконта.

Исходя из приведенных задач, одной из важнейших целей органов местного самоуправления (ОМС) является прирост прибыльности использования ресурсов

территории. Под ресурсами понимаются материальные запасы средств производства и предметов труда, а также трудовой ресурс с учетом его квалификации. Такой подход позволит ОМС стимулировать хозяйствующих субъектов к организации прибыльных производств, основанных на инновационных и наукоемких технологиях.

Оценить ресурсную базу можно следующим образом. Прежде всего, следует определить ресурсы, которыми располагает муниципальное образование, а также их объемы в натуральном и денежном выражении. Затем следует определить долю каждого ресурса, занимаемого в общей стоимости ресурсов муниципального образования (20):

$$V_i = \frac{Q_i P_i}{D_r}; D_r = \sum_{i=1}^k (Q_i P_i), \quad (20)$$

где Q_i — объем i -го ресурса в натуральном выражении, P_i — цена единицы ресурса, D_r — стоимость ресурсной базы территории, k — количество видов ресурса.

Далее определяется потенциальная рентабельность производства тех или иных товаров, для изготовления которых используются территориальные ресурсы. Если на базе использования i -го вида ресурса формируется не менее 50% себестоимости продукции, обладающей определенной рентабельностью, и без этого ресурса она не может быть произведена, то эта рентабельность представляет собою потенциальную прибыль, получаемую от использования i -го ресурса — Π , которая должна быть отражена в рейтинге приоритетных направлений использования ресурсной базы территории.

Приоритетные направления поддержки тех или иных видов хозяйственной деятельности ОМС могут определяться по наибольшему значению рейтинга (22):

$$Q_i = \sum_{i=1}^n D_r V_i \Pi_i, \quad (22)$$

где Q_i — объем прибыли, которую можно получить при использовании n -ресурсов территории.

Данный рейтинг показывает, какую прибыль может обеспечить использование ресурсов по конкретному виду деятельности.

Использование при данном расчете показателей объема ресурсов в денежном выражении позволяет органам власти муниципального образования оценить структуру ресурсной базы и ее ценность для потенциального развития муниципальной экономики. В состав ресурсов включается также рабочая сила, прибыльность которой зависит от ее квалификации.

Если существующей производственной базы недостаточно для развития наиболее прибыльных видов деятельности, у муниципальных властей появляется необходимость в содействии организации новых производственных предприятий или в развитии существующих посредством совместно финансируемых проектов или субсидирования из муниципальных бюджетов. В случае создания новых предприятий при выборе их размера (малое, среднее или крупное) необходимо также руководствоваться уровнем прибыли, которую можно получить на каждом из них, и отдать предпочтение наиболее прибыльной форме предприятия. При этом во избежание финансирования монопольных структур поддержка существующих предприятий должна осуществляться на основе согласованных действий ОМС с региональными органами власти. Для подтверждения конкурентоспособности поддерживаемого хозяйствующего субъекта он должен представить ОМС сведения, характеризующие конкурентоспособность продукции и предприятия, а также состояние рынка.

Принятие мер, направленных на регулирование конкурентных процессов на каждом уровне власти позволит сделать экономически более оптимальным поведение конгломератов, так как изменение налоговых ставок будет подталкивать их к принятию решений способствующих росту общественного благосостояния.

Поскольку государственные и муниципальные власти будут способствовать приближению рыночных структур к конкурентным, то в результате должно произойти увеличение объема предложения на отраслевых рынках и снижение цен, что обеспечит более рациональное использование национальных ресурсов и экономический рост на всех иерархических уровнях экономики России.

Региональное регулирование конкурентной среды на основе модели экономического роста, а также поддержка местных предприятий муниципалитетами окажет влияние на уровень рыночных цен промежуточной продукции. Это может сделать более выгодным производство товара не в рамках конгломерата, а в рамках отдельных самостоятельных предприятий. В этой связи конгломераты должны будут либо использовать более гибкие управленческие механизмы, обеспечивающие большую эффективность экономической деятельности, либо обанкротить часть своих подразделений в результате конкурентной борьбы.

Список литературы

1. Авдашева С.Б., Розанова Н.М. Теория организации отраслевых рынков. М.: ИЧП «Изд-во магистр», 1998. 320 с.
2. Жуланов Е.Е. Стимулирование инновационной деятельности участников региональных рынков как фактор экономического роста региона // Журнал экономической теории. 2007. №1.
3. Клейнер Г.Б. Теория фирмы и практика российских предприятий. Состояние, проблемы, перспективы. М., 2006. 40 с.
4. Конкурентоспособность региона. Новые тенденции и вызовы. Екатеринбург : Институт экономики УрО РАН, 2003.
5. Перский Ю.К., Жуланов Е.Е. Конкурентная среда регионального отраслевого рынка. Методы и модели. Екатеринбург: Институт экономики УрО РАН, 2005. 307 с.
6. Попов Е.В. Институты миниэкономики / РАН, УрО, Ин-т экономики. М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2005. 638 с.
7. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2007 : стат. сб. / Росстат. М., 2007. 991 с.