

УДК 332.135

АЛГОРИТМИЧЕСКАЯ СИСТЕМА МОДЕЛЕЙ ВСТРАИВАНИЯ НОВОГО РЕГИОНА В ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ПРОСТРАНСТВО СТРАНЫ

Ванюшкин А. С.

Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского, Симферополь, Российская Федерация

E-mail: vanyushkin2@yandex.ru

Статья посвящена разработке методологии встраивания нового региона в пространство межрегиональных экономических связей страны; в этих рамках разработаны модели условий встраивания нового региона в экономическое пространство страны, поиска товарных групп, подходящих для выстраивания экономических связей нового региона с другими регионами, поиска региона – партнера для развития рекреационной сферы, сельского хозяйства и транспортной инфраструктуры нового региона.

Ключевые слова: регион-партнер, экономическое сотрудничество, межрегиональные связи, товарные группы.

ВВЕДЕНИЕ

Вхождение Крыма как нового региона в состав РФ в 2014 г. обусловило потребность решения ряда насущных проблем, связанных с необходимостью приведения республиканского правового и экономического поля, существовавшего в Крыму при его вхождении в РФ, в соответствие с законодательными нормами и практикой РФ.

Однако повышение уровня социально-экономического развития Крыма до среднего по РФ уровня является гораздо более сложным, чем юридические вопросы, т. к. по этой проблеме отсутствуют сформированные и практически реализуемые механизмы, модели их решения. Об этом свидетельствует более чем двукратное отставание 11 из 82 регионов РФ (включая Крым) по уровню среднедушевого валового регионального продукта [1]. В то же время по абсолютному объему валового регионального продукта уже 43 из 82 (более половины) регионов РФ имеют более чем двукратное отставание от среднего по стране уровня. ВРП Крыма, как в абсолютном, так и в среднедушевом исчислении, составляет чуть менее 30 % от среднего по РФ уровня.

Несмотря на разнообразие разработанных теорий регионального экономического роста, ни одна из них не содержит сформированные механизмы и модели встраивания нового региона в экономическое пространство страны. Это утверждение в равной степени относится к следующим теориям и моделям [2]:

- теории «экономической базы»/секторов экономики (Т. Манн, П. Курт, В. Сомбарт, В. Леонтьев, Г. Ричардсон, А. Фишер, Д. Кларк, Ж. Фурастье);
- теории «полюсов роста»/кумулятивного роста (Г. Мюрдаль, А. Хиршман, Ф. Перру, Дж. Фридман, Т. Хегерstrand, Ж-Р. Будвиль, П. Потье, Х. Р. Ласуэн);
- модели сходимости/конвергенции регионов (Р. Солоу, Т. Сван, М. Ромер-Уэйл, Р. Барро, Х. Сала-Мартин).

Всем вышеперечисленным теориям регионального роста свойственен ряд недостатков. В них недостаточно учитываются пространственные факторы, влияющие на экономический рост, в первую очередь экономические связи между регионами, как сложившиеся, так и потенциальные для развития. В большинстве теорий регионального роста развитие происходит в направлении от центра к периферии. При этом не учитывается возможность самостоятельного развития периферии, за счет выявления своих внутренних скрытых резервов развития, в т. ч. за счет модернизации экономических связей с центрами, полюсами роста.

Упор на агломерацию и локализацию экономического развития в рамках одного региона в теориях регионального роста полностью игнорирует возможность пространственного распределения цепочек добавленной стоимости (т. е. между различными регионами).

Все вышеизложенное указывает на недостаточную исследованность проблематики повышения уровня развития периферийного региона до среднего по стране и, таким образом, *актуализирует* данную тему.

Целью нашего исследования является формирование алгоритмической системы моделей встраивания нового региона в экономическое пространство страны.

Достижение поставленной цели требует решения следующих *задач*:

- разработка модели условий встраивания нового региона в межрегиональный внутренний товарооборот;
- разработка модели поиска товарных групп, подходящих для встраивания экономических связей нового региона с другими регионами страны;
- разработка моделей поиска региона-партнера в целях развития нового региона.

Теоретической базой для формирования модели условий встраивания нового региона в экономическое пространство страны является теория формирования таможенного союза в части исследования эффективности его создания и развития. Это относится к анализу известных эффектов «создания» и «отклонения» торговли [3]. Далее воспользуемся этой теоретической базой для анализа товарных потоков между новым регионом и остальной частью страны.

ОСНОВНОЙ МАТЕРИАЛ

Рассмотрим условия, которые необходимы для создания товарных потоков между новым регионом и экономикой страны. С точки зрения потребителя, выбор производителя товара обусловлен фундаментальным критерием *соотношения цены и качества*. Очевидно, что этот простой постулат работает и на уровне регионов. Если производителям из нового региона удастся обеспечить цену своих товаров, меньшую чем у конкурентов из-за рубежа, из других регионов страны или из того же региона, куда планируется осуществлять поставки товаров, при сопоставимом уровне качества продукции, то потребителями будут выбраны товары из нового региона. При этом стоит учитывать, что в цену продукции обязательно входят транспортные расходы по ее доставке из одного региона в другой. Вопросы маркетинга (приверженность потребителей бренду, расходы на рекламу и т. д.), по

нашему мнению, нецелесообразно включать в данную модель ввиду того, что они имеют меньшую степень формализации, они сильно ограничивают восприятие модели и ее основной сути.

При относительно низком уровне экономического развития нового региона для многих товарных групп условие лучшего соотношения цены и качества продукции может не выполняться. Это может иметь место по причинам как более высоких затрат на производство продукции, обусловленных высокой материало- и энергоемкостью, отсутствием эффекта масштаба вследствие малой загрузки мощностей, так и низкой конкурентной позиции товаров вследствие низкого технологического уровня производства. Очевидно, что для ликвидации всех вышеуказанных причин необходимы инвестиции в модернизацию производства. При этом при планировании таких инвестиций следует сформировать достоверный прогноз сроков ликвидации изложенных выше недостатков, мешающих получению преимуществ по соотношению цены и качества продукции. Такой прогноз необходим для выявления реальных сроков окупаемости инвестиций в модернизацию производства.

Следует также учесть ситуацию, когда цена продукции из нового региона может оказаться выше, чем у конкурентов из других регионов, по причине высоких транспортных издержек. Из такой ситуации вполне возможно выйти без инвестиций за счет повышения объемов транспортировки, в т. ч. в координации с другими регионами, и получения *скидки за объем* от транспортных компаний.

Ниже, на рис.1, приведена формализация модели условий встраивания нового региона в межрегиональный внутренний товарообмен.

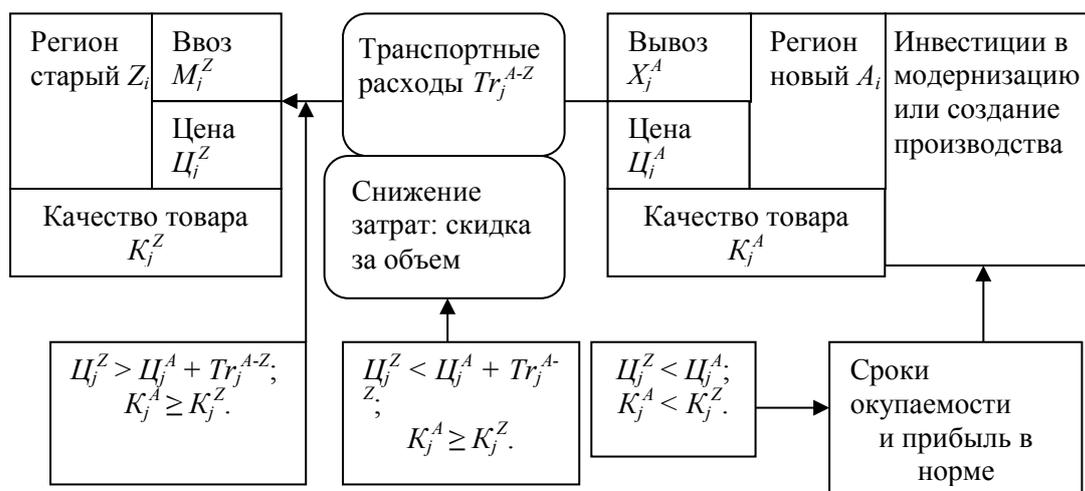


Рис.1. Модель условий встраивания нового региона в межрегиональный внутренний товарообмен

Следует отметить, что модель на рис.1 охватывает движение как товаров, так и услуг.

Далее необходимо выявить товарные группы, которые станут основой для выстраивания экономических связей нового региона. Теоретической базой в данном случае служит концепция «цепочек добавленной стоимости» [4]. Как известно, цепочки добавленной стоимости, в общем случае, делятся на две крупные категории:

- цепочки добавленной стоимости, контролируемые потребителями;
- цепочки добавленной стоимости, контролируемые производителями.

Первый тип цепочек добавленной стоимости характерен для товаров конечного потребления. Примерами таких цепочек добавленной стоимости являются сети супермаркетов (ритейлеров).

Второй тип цепочек добавленной стоимости характерен для промежуточных и сырьевых товаров. Примерами таких цепочек добавленной стоимости являются финансово-промышленные группы (ФПГ) и транснациональные корпорации (ТНК). Исходя из типов цепочек добавленной стоимости, следует целесообразность выделения двух категорий товаров: конечного потребления и промежуточных. Поскольку у этих двух категорий товаров разные типы потребителей, то необходимо рассматривать два случая встраивания нового региона в межрегиональный товарный поток:

- модель встраивания нового региона для товаров конечного потребления;
- модель встраивания нового региона для промежуточных товаров.

Опишем механизм поиска целевых товарных групп для построения экономических связей нового региона с остальными регионами страны. Этот механизм должен базироваться на доступных статистических данных касательно движения товаров между регионами страны. В федеральной службе статистики РФ существует форма №1 «Вывоз» (Сведения о вывозе продукции (товаров)), по которой регулярно (раз в год) собираются данные. По сельскохозяйственной продукции, не подвергшейся переработке, существует форма №П-1 (сх) «Сведения о производстве и отгрузке сельскохозяйственной продукции».

По отношению к продукции конечного потребления для эффективного встраивания нового региона в межрегиональный товарный поток органам регионального управления необходимо выявлять такие товарные группы, по которым спрос, т. е. ввоз в тот или иной регион страны (кроме нового) будет максимальным. Помимо этого, желательно, чтобы найденный вид товара производился в новом регионе. При этом, конечно же, должны выполняться условия встраивания нового региона, изложенные в модели, приведенной на рис. 1. Если эти условия не выполняются и возможен переход к варианту инвестиций в модернизацию производства (см. рис.1), то сопоставляются инвестиционные условия в новом регионе и остальных регионах страны, прежде всего в том регионе, в котором выявлен максимальный спрос (ввоз) анализируемой категории товара. В данном случае инвестиционные условия целесообразно свести к двум критериям:

АЛГОРИТМИЧЕСКАЯ СИСТЕМА МОДЕЛЕЙ ВСТРАИВАНИЯ НОВОГО...

- инвестиции в модернизацию производства в новом регионе Inv_j^A не превышают инвестиций аналогичной направленности в других регионах страны Inv_j^Z ;

- средняя по отрасли рентабельность инвестиций в новом регионе $R(inv)_j^A$ – не ниже рентабельности инвестиций по той же отрасли в других регионах страны $R(inv)_j^Z$.

По отношению к промежуточной продукции для эффективного встраивания нового региона в межрегиональный товарный поток, на наш взгляд, региональному менеджменту необходимо выявлять *связанные ресурсной зависимостью* товарные группы, по которым сумма ввоза ресурса и вывоза произведенной с его участием готовой продукции из того или иного региона страны (кроме нового) будет максимальной. Здесь также должны выполняться условия встраивания нового региона, изложенные в модели, приведенной на рис. 1. Если эти условия не выполняются и возможен переход к варианту инвестиций в модернизацию производства (см. рис. 1), то сопоставляются инвестиционные условия в новом регионе и остальных регионах страны, прежде всего в том регионе, в котором выявлена максимальная сумма ввоза ресурса и вывоза произведенной с его участием готовой продукции. Содержание инвестиционных условий – то же, что и в предыдущем случае (объем инвестиций и их рентабельность).

Ниже, на рис. 2, приведена формализация модели поиска товарных групп, подходящих для встраивания экономических связей нового региона с другими регионами страны.

Как видно из рис. 2, только первый элемент алгоритма модели поиска товарных групп – критерий «ввоз – вывоз» разнится в зависимости от типа товара – конечного или промежуточного потребления. Остальные элементы алгоритма на рис. 2 являются одинаковыми для всех категорий и типов товара.

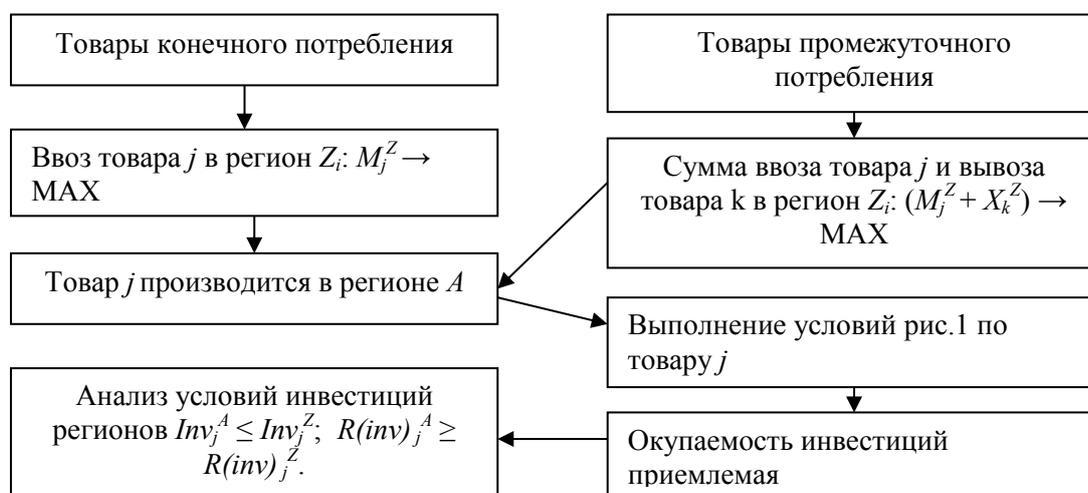


Рис. 2. Модель поиска товарных групп, подходящих для встраивания экономических связей между новыми и другими регионами страны

Сегодня экономика практически любого региона, помимо производства продукции, включает в себя отрасли, оказывающие услуги населению или предприятиям. Ввиду принципиальных отличий от производства, для сектора услуг необходима разработка отдельных моделей выстраивания экономического сотрудничества нового региона с регионами страны. Сектор услуг является довольно разнообразным и многопрофильным по своему содержанию. Поэтому здесь следует априори выделить те сегменты, которые являются базовыми для развития большинства регионов страны (туризм, транспорт).

Одним из основных базовых сегментов сектора услуг для развития экономики региона является туризм. Это крайне специфическая отрасль, которая в странах бывшего СССР пока еще отстает по своему развитию от конкурентов из дальнего зарубежья: Турция, Греция, Болгария, Хорватия и т. д. Такое отставание, к сожалению, свойственно и для рекреационной сферы Крыма. Причем в силу изношенности базовой инфраструктуры в Крыму в сфере рекреации он отстает даже от курортов Краснодарского края РФ (в первую очередь Сочи). Так, в Крыму категорию «5*» имеет только один отель, «4*» – семь отелей, «3*» – 18 гостиниц [5]. Сюда можно добавить не более 20 крымских санаториев, которые могут претендовать на категории от «2*» до «4*». В то же время в Турции имеется 360 отелей категории «5*», 558 отелей категории «4*», 686 гостиниц уровня «3*», 548 гостиниц уровня «2*» [6]. Что касается Краснодарского края РФ, то на побережье от Сочи до Адлера имеется 15 отелей категории «5*», 40 отелей категории «4*», 125 гостиниц уровня «3*» [7]. Поэтому необходима тотальная модернизация объектов рекреационной сферы в Крыму.

В бюджете Крыма средств на модернизацию курортов нет, в федеральном бюджете их также недостаточно. Приход иностранных инвесторов в Крым затруднен из-за санкций Запада. Поэтому для Крыма остается один-единственный возможный путь решения этой насущной проблемы – развитие сотрудничества с другими регионами РФ. Исходя из этого, востребованной является модель поиска региона – партнера для развития рекреационной сферы Крыма.

Специфика развития рекреационно-туристической сферы, по нашему мнению, заключается в распределении функций в этом процессе. С одной стороны, большое значение имеет организация притока туристов – клиентов. Этим, как известно, занимаются туристические операторы, которые расположены максимально приближенно к местам проживания потенциальных клиентов, т. е. в крупных городах страны, как правило, с населением свыше миллиона человек. Таким образом, возможно выделить первую функцию: регион – источник клиентов. Совокупно о количестве и платежеспособности клиентов туристических операторов свидетельствует их выручка. С другой стороны, показателем платежеспособности населения является объем доходов населения. Исходя из этого, критерием выделения региона – источника клиентов целесообразно установить сумму размера выручки туристических операторов региона и объема доходов населения региона, которая должна быть максимальной. Необходимые данные публикуются Федеральной службой статистики.

С другой стороны, модернизация базовой туристической инфраструктуры региона априори невозможна без процесса строительства. Отсюда возможно выделить вторую функцию: регион-застройщик. Основной проблемой организации строительства любого типа недвижимости является привлечение финансирования. Для гостиниц это особенно актуально, т. к. себестоимость 1 м^2 их строительства в разы выше, чем у жилой недвижимости ($1500\text{ у.е.} / 1\text{ м}^2$ для категории «3*», $5000\text{ у.е.} / 1\text{ м}^2$ для категории «5*») [8]. Из этого следует, что строительные подрядчики таких объектов должны обладать высоким запасом финансовой прочности и устойчивым финансовым положением. Основным критерием финансовой прочности и устойчивого финансового положения, как известно, является выручка компании. Исходя из этого, критерием поиска региона-застройщика целесообразно установить объем выручки крупнейших строительных компаний региона, который должен быть максимальным. Требуемые данные по строительным компаниям публикуются в рейтингах.

Кроме того, для сокращения отставания в уровне туристического сервиса необходимы современные управленческие технологии. Такими технологиями, как известно, владеют практически все крупные гостиничные сети. Соответственно, возможно выделить третью функцию: регион-управленец (место базирования штаб-квартир операторов крупных гостиничных сетей). В регионах может быть разное количество гостиничных сетей, при этом каждая из гостиничных сетей может управлять разным числом отелей.

Чем больше штаб-квартир операторов крупных гостиничных сетей в регионе-партнере, тем больше вероятность привлечь хотя бы одного из таких операторов для модернизации гостиничной инфраструктуры в новом регионе. При этом чем большим числом отелей управляет оператор, тем больше у него опыта в постановке управленческого процесса «с нуля». В итоге критерием выделения региона-управленца целесообразно установить сумму числа компаний – гостиничных сетей в регионе и количества отелей, управляемых каждым оператором. Необходимые данные публикуются в Интернете (например, www.tophotels.ru). Формализация модели поиска региона – партнера для развития рекреационной сферы нового региона приведена ниже, на рис. 3.



Рис. 3. Модель поиска региона – партнера для развития рекреационной сферы

Проблема поиска региона – партнера для развития актуальна не только для рекреационной сферы, но и для сельского хозяйства, многие сегменты которого на постсоветском пространстве отстают по своему развитию от аналогичных сегментов в странах Европы и в США. К сожалению, это в полной мере относится к сельскому хозяйству Крыма, большинство секторов которого (за исключением производства зерновых и масличных культур) находятся в упадке. В крайне тяжелом положении находятся виноградарство, плодоводство, овощеводство Крыма, а также животноводство. Так, средняя за последние пять лет урожайность зерновых культур в ЕС–28 составила 52,1 ц/га [9]. В то же время даже в наиболее климатически благоприятном 2014 г. урожайность зерновых культур в Крыму составила 30 ц/га, т. е. в два раза ниже ЕС–28 (в предыдущие два года урожайность в Крыму была в 2,5 раза ниже, т. е. вообще 12 ц/га) [10]. При этом Крым относится к благоприятной климатической зоне в РФ, а 85 % территории страны относятся к зоне рискованного земледелия, т. е. там показатели урожайности не выше.

О катастрофическом положении дел в животноводстве свидетельствует динамика поголовья крупного рогатого скота (КРС). Это поголовье в Крыму за последние 14 лет сократилось в 4,2 раза [11]. На плачевное состояние виноградарства и плодоводства указывает снижение валового сбора фруктов и винограда в Крыму в 4 раза за последние 16 лет, а также снижение урожайности плодов и ягод на 70 %, винограда – на 30 % [12]. При этом площади садов и виноградников в Крыму за это же время сократились вдвое.

По отношению к развитию сельского хозяйства также можно выделить разные функции регионов в этом процессе. С одной стороны, регион, в который ввозится с/х продукция, является потребителем. Критерий выделения такого региона – численность потребителей, т. е. населения, которая должна быть максимальной. С другой стороны, на постсоветском пространстве в сфере сельского хозяйства давно доказали свою успешность агрохолдинги, которые являются вертикально-интегрированными структурами, контролирующими цепочку добавленной стоимости от выращивания с/х сырья до его переработки в конечную продукцию.

Производственный цикл, как в растениеводстве, так и в животноводстве, является достаточно фондоемким, как по основным, так и по оборотным фондам. Поэтому агрохолдинги должны обладать высоким запасом финансовой прочности и устойчивым финансовым положением, о которых, как уже указывалось выше, свидетельствует выручка компании. Отсюда критерием выделения региона-«холдинга» целесообразно установить размер выручки агрохолдингов региона, который должен быть максимальным. Требуемые данные публикуются в рейтингах компаний. Формализация модели поиска региона – партнера для развития сельского хозяйства нового региона приведена ниже, на рис. 4.



Рис. 4. Модель поиска региона – партнера для развития сельского хозяйства

Ни для кого не секрет, что многие сектора обрабатывающей промышленности, производящие продукцию с высокой добавленной стоимостью, на территории постсоветского пространства находятся в тяжелейшем упадке. В первую очередь это относится к машиностроению. На территории Крыма изначально (в бытность СССР) было относительно мало таких предприятий (не более 20). Финансово-экономическое состояние тех из них, что выжили за 23 года разрухи, оставляет желать лучшего. Не менее 1/3 машиностроительных предприятий Крыма за это время обанкротились и прекратили свое существование. Большинство оставшихся предприятий отрасли не имеет стабильного потока заказов [13]. Практически все заказы носят единичный и случайный характер, что делает прогнозирование производственной деятельности и финансовых потоков этих предприятий априори невозможным.

Ввиду изложенных выше обстоятельств: нехватки средств бюджетов всех уровней и отсутствия иностранных инвесторов, для развития соответствующих секторов промышленности также необходимо привлекать к сотрудничеству другие регионы страны.

Специфика крупного промышленного производства такова, что если в регионе изначально отсутствуют предприятия, производящие продукцию на конечной стадии цепочки добавленной стоимости, то вряд ли они появятся и в дальнейшем, т. к. предприятия других регионов вряд ли будут способствовать становлению конкурентов. Поэтому наиболее вероятным сценарием развития предприятий обрабатывающей промышленности региона представляется вертикальная кооперация и интеграция с крупными финансово-промышленными группами (ФПГ). В таком ключе одно и то же предприятие-партнер может выполнять одновременно функцию как заказчика продукции, так и инвестора проектов модернизации производства. Если предприятие является инвестором другой компании, то инвестиции оно может выделить только из прибыли. Поэтому критерием выбора региона-партнера целесообразно установить максимум размера прибыли компаний в разрезе отрасли, который можно найти в корпоративных рейтингах (например, в рейтинге «Эксперт-400»).

Инвестиционный аспект межрегионального сотрудничества также является преобладающим для развития еще одного важного сегмента региональной экономики – транспортной инфраструктуры. Наличие развитой современной транспортной инфраструктуры позволяет практически любому региону значительно повысить объем

проходящих через него транспортных потоков, в т. ч. за счет переключения на себя транспортных потоков, проходящих через другие регионы. Наиболее ярким примером этого тезиса является румынский порт Констанца, который благодаря инвестициям из стран Евросоюза за четыре года превратился из обычного слаборазвитого порта в огромный транспортный хаб, через который идут потоки товаров в страны Евросоюза [14]. На сегодня порт Констанцы составляет серьезную конкуренцию всем портам Северного Причерноморья.

Исходя из специфики транспортной отрасли, развитие ее инфраструктуры должно начинаться с соотнесения существующих и проектируемых (перспективных) проходящих через регион транспортных потоков с существующими мощностями инфраструктуры (морские порты, ж/д узлы и т. п.). При этом должно учитываться качество инфраструктуры, т. к. если незагруженная старая инфраструктура региона не соответствует современным мировым стандартам в отрасли, то эти мощности все равно будут простаивать. К сожалению, именно такая ситуация сложилась во всех портах Крыма задолго до введения санкций Запада против Республики. Так, долгосрочной тенденцией развития транспортной отрасли является рост объемов контейнерных перевозок. Это диктует необходимость оборудования морских портов соответствующей погрузочно-разгрузочной инфраструктурой. В Крыму ее нет.

Следующим этапом создания/модернизации транспортной инфраструктуры региона должен стать выбор ключевых объектов, с опорой на результаты предыдущего этапа. Поскольку создание транспортной инфраструктуры требует значительных инвестиций, то далее следует учесть финансовые ограничения, как на банковском, так и на фондовом рынке. На банковском рынке основным ограничением выступает объем долгосрочного кредитования, на фондовом рынке – размер привлекаемых инвестиций за счет размещения эмиссий ценных бумаг, например, путем проведения IPO (initial public offering).

Соотнесение стоимости выбранных ранее ключевых объектов создаваемой транспортной инфраструктуры и финансовых ограничений на банковском и фондовом рынках должно вылиться в корректировку количества объектов, намечаемых к модернизации/строительству, а также принятие решения по количеству этапов и последовательности сооружения этих объектов.

На следующем этапе необходимо, на наш взгляд, выявить регионы-бенефициары, т. е. те регионы страны, которые могут получить наибольшую выгоду от модернизации современной транспортной инфраструктуры в новом регионе. Например, модернизация морского порта Вентспилс (Латвия) проводилась совместно с предприятиями – зернотрейдерами Казахстана [15]. Выгода последних заключалась в создании альтернативных маршрутов экспорта зерновых.

Последним этапом подготовительной работы к модернизации транспортной инфраструктуры региона, по нашему мнению, должно стать определение круга потенциальных инвесторов в выявленных на предыдущем этапе регионах-бенефициарах. Это касается в т. ч. и определения круга потенциальных подписчиков на эмиссии ценных бумаг в рамках проектов модернизации транспортной инфраструктуры нового региона. Все вышеизложенные соображения по планированию модернизации транспортной инфраструктуры нового региона формализованы в виде модели на рис. 5.

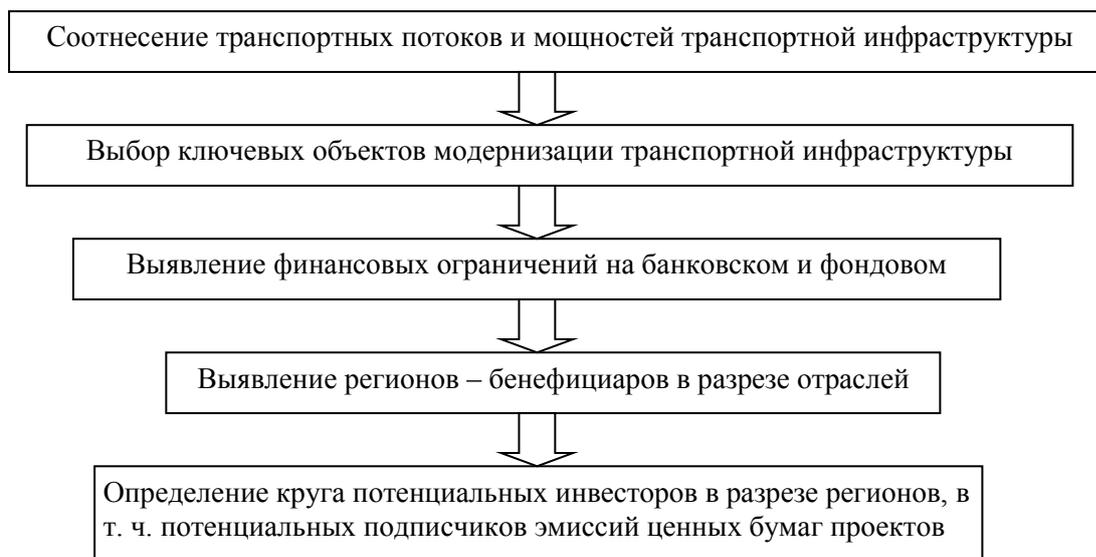


Рис. 5. Модель планирования развития транспортной инфраструктуры нового региона за счет инвестиций из других регионов страны

В заключение следует добавить, что для моделей выбора региона-партнера, представленных на рис. 3–5, важно установление экономического сотрудничества именно на уровне регионов. Это обусловлено тем, что модернизация рекреационной сферы, сельского хозяйства и транспортной инфраструктуры требует привлечения больших объемов инвестиционных ресурсов из разных источников. Так, кредитование строительного цикла традиционно является достаточно сложной проблемой для любой строительной компании. Агрохолдингам также требуется привлечение кредитных ресурсов для выполнения своей деятельности, тем более в условиях масштабных инвестиций в расширение производства. Модернизация транспортной инфраструктуры в масштабах региона требует огромных инвестиций из разных источников.

В то же время заключение рамочных соглашений на уровне глав регионов об экономическом сотрудничестве в указанных секторах может существенно облегчить задачу привлечения кредитно-финансовых ресурсов для экономических агентов, которые начинают свою деятельность в новом регионе. Такое облегчение может наступить в случае, если администрация региона-партнера предоставит предприятиям, осуществляющим производственно-инвестиционную деятельность в новом регионе, ряд льготных условий, как в области финансирования, так и в сфере налогообложения. Такой формат сотрудничества государства и бизнеса, по сути, есть не что иное, как частно-государственное партнерство (ЧГП). Анализ эффективности и оптимальности формата ЧГП является отдельной темой для исследования.

ВЫВОДЫ

В результате проведенного теоретического исследования условий и механизмов включения нового региона в пространство межрегиональных экономических связей разработана *алгоритмическая система моделей*, имеющих теоретическое и прикладное значение:

- условий встраивания нового региона в межрегиональный внутренний товарооборот страны;
- поиска товарных групп, подходящих для встраивания экономических связей нового региона с другими регионами страны;
- поиска региона – партнера для развития рекреационной сферы нового региона;
- поиска региона – партнера для развития сельского хозяйства нового региона;
- поиска регионов – партнеров для модернизации транспортной инфраструктуры нового региона.

Модели поиска товарных групп, подходящих для встраивания экономических связей нового региона с другими регионами страны, а также условий встраивания нового региона в экономическое пространство страны (см. рис. 1 и 2), являются стартовыми и взаимосвязанными друг с другом. В совокупности они позволяют наметить направления наиболее целесообразного использования экономического потенциала нового региона. Остальные три модели поиска региона – партнера для развития рекреационной сферы, сельского хозяйства и транспортной инфраструктуры нового региона позволяют уточнить, какие регионы страны могут быть максимально заинтересованы в развитии указанных отраслей нового региона, и принять в этом процессе непосредственное участие. При этом такое сотрудничество между регионами должно быть оформлено в формате частно-государственного партнерства (ЧГП).

Список литературы

1. Росстат. Валовой региональный продукт. URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/accounts/#
2. Никитина М.Г., Ванюшкин А.С. К вопросу о методологии формирования стратегии выравнивания экономического развития регионов // Ученые записки ТНУ им. В. И. Вернадского. Том 27 (66). №4. Серия: Экономика и управление. Симферополь, 2014. С.54 – 60.
3. Viner J. The Customs Union Issue. – New York: Carnegie Endowment for International Peace, 1970.
4. Kaplinsky R., Morris M. Handbook for Value Chain Research. London, Institute of Development Studies (IDS), 2003.
5. Рейтинг отелей и гостиниц в Крыму. URL: http://www.tripadvisor.ru/Hotels-g313972-zfc4-Crimean_Peninsula-Hotels.html
6. Рейтинг отелей Турции. URL: http://www.tophotels.ru/main/popular_hotel/83
7. Рейтинг отелей Сочи. URL: <http://www.tophotels.ru/main/stat/hotels/?CO=1&Re=600>
8. Стоимость строительства гостиницы. URL: <http://www.hotelconsulting.ru/investments.shtml>
9. Урожайность зерновых культур в ЕС – 28. URL: <http://www.zol.ru/z-news/showlinks.php?id=136890>
10. Урожайность зерновых в Крыму. URL: <http://tass.ru/ekonomika/1307859>
11. Динамика развития отраслей животноводства в Крыму. URL: <http://agrocart.com/2160/dinamika-razvitiya-otraslej-zhivotnovodstva-v-avtonomnoj-respublike-krym>
12. Чудинович Л.М. Прогнозирование развития отрасли виноградарства в АР Крым. URL: http://ecrimea.crimea.edu/arhiv/2005/econ_15_2005/019_chudinovich.pdf

АЛГОРИТМИЧЕСКАЯ СИСТЕМА МОДЕЛЕЙ ВСТРАИВАНИЯ НОВОГО...

13. Региональное развитие Крыма. Промышленность. Машиностроение. URL: <http://www.krimspec.org/economica/promishlennost/26-mashinostroeniye.html>
14. Порт Констанца: куда движется конкурент украинских гаваней. URL: <http://odessa-daily.com.ua/news/port-konstanca-kuda-dvizhetsya-konkurent-ukrainskih-gavanej-id53877.html?%C2%D9%AA%06>
15. Вентспилский зерновой терминал. История создания. URL: <http://www.vgt.lv/rus/istorija.htm>

Статья поступила в редакцию 09.11.2015