

Мировой опыт реализации проектов государственно-частного партнерства предлагает следующие основные формы взаимодействия государственного и частного секторов: контракты, аренда в ее традиционной форме (договора аренды) и в форме лизинга, концессии (концессионное соглашение), совместных предприятий.

Беларусь находится в самом начале пути формирования эффективной системы государственно-частного партнерства. При этом важную роль играют стимулы к активному участию всех заинтересованных сторон в этом процессе для того, чтобы внедряемые механизмы государственно-частного партнерства служили во благо государства, бизнеса и населения [3].

Литература

1. Темницкая, О. Государственно-частное партнерство: белорусский взгляд // «Юридический мир» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.profmmedia.by/pub/bnp/art/44928>. – Дата доступа : 5.09.2011.
2. Гламбоцкая, А. Государственно-частное партнерство и перспективы его развития в Республике Беларусь // Дискуссионный материал PDP/10/04 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://research.by/pdf/pdp2010r04.pdf>. – Дата доступа : 4.10.2011.
3. Синяк, Н. Г. Перспективы развития государственно-частного партнерства в Беларуси / Н. Г. Синяк, В. В. Валетко // Земля Беларуси. – 2008. – № 3–С. 35–42.

Определение эффекта масштаба производства на основе моделирования функции общих издержек

*Милошевская Е. В., асп. БГЭУ,
науч. рук. Филиппов А. М., канд. эк. наук, доц.*

Эффект масштаба производства (далее – эффект масштаба) можно рассматривать как результат влияния, которое оказывает на долгосрочные общие издержки производства (далее – общие издержки) фирмы изменение объема выпуска отрасли ее базирования. При этом в рамках отраслевого объема выпуска следует различать внутренний по отношению к фирме, ее собственный, объем выхода продукции и внешний по отношению к ней – суммарный объем производства ее конкурентов, всех остальных фирм той же отрасли. Из данной дефиниции вытекает несколько важных моментов. Во-первых, эффект масштаба состоит из двух эффектов – внутрифирменного и отраслевого, а в рамках каждого из них действует положительный и отрицательный. Во-вторых, действие положительного (отрицательного) эффекта от увеличения объема выпуска сопряжено с действием отрицательного (положительного) эффекта, от его уменьшения.

Положительный (отрицательный) внутрифирменный эффект масштаба характеризует ситуацию, когда общие издержки фирмы растут более медленными (быстрыми), а снижаются более быстрыми (медленными) темпами, чем объем выпускаемой продукции. Положительный (отрицательный) отраслевой эффект масштаба описывает ситуацию падения (роста) общих издержек фирмы по мере вариации внешнего объема выхода продукции. Поскольку последний представляет собой сумму объемов производства всех остальных фирм отрасли, то в структуре отраслевого эффекта масштаба можно выделить эффект количества конкурентов фирмы и эффект их среднего объема выпуска. Первый (второй) характеризует направленность изменения общих издержек фирмы в результате вариации числа ее конкурентов (объема производства хотя бы одного из них). Для оценки эффекта масштаба предлагается моделировать следующую функцию общих издержек (формула 1):

$$\ln TC_i = \ln \alpha_0 + \alpha_1 \ln q_i + \sum_{j=1}^J \gamma_j \ln P_j + \alpha_2 \ln n + \alpha_3 \ln q_c + \frac{1}{2} \beta_1 (\ln q_i)^2 + \frac{1}{2} \beta_2 (\ln n)^2 + \frac{1}{2} \beta_3 (\ln q_c)^2 + \sum_{k=1}^K \mu_k Z_k + \varepsilon_i, i = 1, \dots, N; j = 1, \dots, J; k = 1, \dots, K; \sum_{j=1}^J \gamma_j = 1 \quad (1)$$

где TC_i – долгосрочные общие издержки производства i -ой фирмы; q_i – объем выпуска i -ой фирмы; P_j – цена j -ого ресурса, используемого i -ой фирмой; n – количество конкурентов i -ой фирмы; q_c – усредненный для конкурентов i -ой фирмы объем выпуска; Z_k – k -тая фиктивная переменная; ε_i – случайная ошибка; i – номер фирмы; j – номер фактора производства; k – номер фиктивной переменной; N – число фирм в выборке; J – общее число факторов производства; K – число фиктивных переменных; $\alpha_0, \alpha_1, \alpha_2, \alpha_3, \beta_1, \beta_2, \beta_3, \gamma_j, \mu_k$ – искомые параметры модели, при этом свободный член и параметры $\beta_1, \beta_2, \beta_3$ – положительные.

Транслоговая функциональная форма наиболее предпочтительна для моделирования исследуемой зависимости, поскольку она, во-первых, иллюстрирует классическую конфигурацию кривой общих издержек фирмы; во-вторых, учитывает существование как положительного, так и отрицательного эффекта масштаба (за счет наличия квадратичных членов). Вместе с тем, моделирование такой функции требует доступа к широкой статистической базе данных, что на практике может затруднить ее использование. Тогда для оценки эффекта масштаба допускается эксплуатация иных, более простых функциональных форм.

Круг показателей измерения включенных в модель переменных весьма широк. Конкретный выбор определяется имеющейся информацией, особенностями отрасли, предпочтениями исследователя. Отметим только, что количество конкурентов фирмы в случае исследования высокотехнологичной

отрасли целесообразно рассчитывать в территориальных рамках страны, тогда как в случае с низкотехнологичной – в рамках определенной географической зоны (области, района и т. п.). В качестве фиктивных переменных могут использоваться показатели, характеризующие географическое местоположение фирмы, ее форму собственности, степень специализации на производстве рассматриваемого вида продукции и т. д.

Характер и величина эффекта от роста масштаба производства и его структурных составляющих определяются знаком и величиной коэффициентов эластичности вышеописанной функции. Рассчитываются эти коэффициенты по формулам, приведенным в таблице.

Таблица — Формулы для расчета эффекта от роста масштаба производства в случае моделирования транслоговой функции общих издержек вида (1).

Эффекты	Формулы
Внутрифирменный эффект от роста масштаба производства	$E_1 = \alpha_1 + \beta_1 \ln q_i$
Эффект от роста количества конкурентов	$E_2 = \alpha_2 + \beta_2 \ln n$
Эффект от роста среднего объема выпуска конкурентов	$E_3 = \alpha_3 + \beta_3 \ln q_c$
Отраслевой эффект от роста масштаба производства	$E_4 = E_2 + E_3$
Эффект от роста масштаба производства	$E_5 = (E_1 - 1) + E_4$

Примечание. Источник: собственная разработка.

О доминировании положительного (отрицательного) внутрифирменного эффекта от роста масштаба производства свидетельствует значение коэффициента E_1 меньше (больше) единицы. Значения остальных коэффициентов эластичности сравниваются с нулем: если они больше (меньше) нуля, то в отрасли преобладает отрицательный (положительный) эффект от роста соответствующего фактора. Чем дальше значения коэффициентов эластичности отдалаются от своих критических отметок, тем сильнее характер оцениваемых ими эффектов.

Метод фокус-групп в маркетинговых исследованиях

*Навицкая О. М., студ. III к. БГЭУ,
науч. рук. Романова С. П., канд. соц. наук, доц.*

Маркетинговые исследования относятся к социальным исследованиям. Получить маркетинговую информацию можно, используя разные инструменты, такие как:

- 1) рыночная статистика;