

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА В РЕГИОНАХ РОССИИ

Введение. События, происходящие в сфере государственно-частного партнерства (далее — ГЧП) тесно связаны с развитием российской экономики в целом, а также макроэкономическими тенденциями. Для того чтобы разобраться в проблемах развития ГЧП, в первую очередь необходимо знать определение понятия. Так, ГЧП — юридически оформленное на определенный срок и основанное на объединении ресурсов, распределении рисков сотрудничество публичного партнера с одной стороны и частного партнера с другой стороны, которое осуществляется на основании соглашения о ГЧП, заключенного в соответствии с федеральным законом в целях привлечения в экономику частных инвестиций, обеспечения органами государственной власти и органами местного самоуправления доступности товаров, работ, услуг и повышения их качества [1]. В связи со снижением государственных вложений в инфраструктуру, а также из-за сокращения доступа к инвестициям за счет введения санкций в отношении ведущих российских финансовых институтов ГЧП становится одним из важнейших инструментов, благодаря которому станет возможно найти баланс между частным и публичным партнерством для инвестирования общественной инфраструктуры за счет внутренних резервов, что приведет к росту российской экономики в сложившейся ситуации.

Основная часть. Главной проблемой развития ГЧП в регионах России можно считать то, что данное направление достаточно новое для нашей страны и неотработанное. Не хватает законодательной и нормативной баз, проработанных механизмов гарантий по инвестициям, что затрудняет привлечение финансовых партнеров. Вступивший в силу закон о ГЧП, принятый в июле 2015 года, пока не снял всех проблем, так как под него еще предстоит наработать нормативную базу.

Для того чтобы преодолеть сложившиеся проблемы, необходимо найти точки роста российского рынка проектов ГЧП, которые дадут возможность увеличить количество проектов в данной сфере, а также повысить интерес к российской инфраструктуре. Данная модернизация в будущем позволит обеспечить рост производительности труда и развитие конкуренции на сложившемся инфраструктурном рынке, а также рост инвестиций к национальному и региональному ВВП, что в совокупности приведет к поступательному развитию территорий и уровня жизни населения нашей страны. Далее более детально разберем точки роста сферы ГЧП. Во-первых, необходимо расширить инструменты финансирования подобных проектов. В мировой практике практически половина инфраструктурных проектов финансируется из пенсионных фондов и за счет страховых компаний. В России на данном этапе средства страховых компаний не задействованы вовсе, а пенсионный фонд спонсирует не более двух десятков проектов. Во-вторых, расширить гарантии инвесторов в проектах ГЧП. Инвесторов инфраструктурных проектов в первую очередь интересуют гарантии возврата вложенных денежных средств, а для решения данной проблемы необходимо создать специализированный страховой фонд бюджетных обязательств, что приведет к уменьшению вероятности риска инвестирования. В-третьих, разработка специальных механизмов субсидирования субъектов РФ и муниципальных образований для реализации проектов ГЧП. В России расходование средств бюджета на строительство объектов инфраструктуры традиционно осуществляется в рамках целевых программ или адресных инвестиционных программ. Однако если субсидирование региональных проектов будет осуществляться за счет средств федерального бюджета, это благоприятно отразится на развитии ГЧП. В-четвертых, разработка отраслевых рекомендаций по запуску и управлению проектами ГЧП и формирование полноценной базы знаний по реализации проектов ГЧП. В современных условиях данное преобразование несет большой смысл, так как преимущество качества над количеством становится очевидным. В-пятых, совершенствование федерального закона о ГЧП и подзаконных актов. В настоящее время законодательная база не адаптирована к сложившимся условиям в регионах нашей страны; необходимо детально проанализировать международную практику по данному вопросу и выявить те черты, которые будут благоприятно отражаться в нашей экономической ситуации.

В настоящее время в Российской Федерации существует 1 300 проектов ГЧП, преобладающее большинство которых является проектами муниципального уровня. По причине отсутствия системы контроля практически невозможно отследить, какое количество из данных проектов находится на стадии реализации.

Исходя из данных за 2013—2015 годы, можно сделать вывод о высоком среднегодовом темпе роста проектов ГЧП, прошедших стадию коммерческого развития в 2015 году по сравнению с двумя предыдущими (рис. 1). Данный скачок можно связать с развитием законодательства о концессионных соглашениях в 2015 году, что привело к появлению дополнительных гарантий для инвесторов в виде института частной концессионной инициативы. По прогнозам аналитиков, данный рост продолжится в ближайшие годы, при этом увеличение произойдет не только с количественной стороны, также это коснется качественной характеристики проектов.

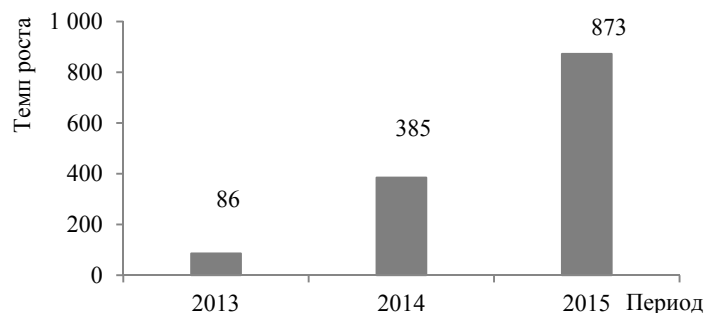


Рисунок 1 — Среднегодовой темп роста числа проектов ГЧП в России, прошедших стадию коммерческого закрытия

В нашей стране широкое распространение ГЧП отразилось в строительстве городов, железных дорог, автомагистралей, в создании зон технико-экономического развития, а также в других объектах социальной и производственной инфраструктуры. Кроме того, государство за последние годы не раз обращалось к частному сектору для финансирования в транспортную сферу, одним из ярких примеров данного сотрудничества является участок скоростной дороги М-11 Москва—Санкт-Петербург. Благодаря зарубежному опыту, одним из основных направлений развития ГЧП в настоящее время является развитие отраслей телекоммуникации и связи. Также стоит отметить роль ГЧП в топливно-энергетическом комплексе, наглядным примером могут служить проекты «Сахалин-1» и «Сахалин-2». Реализация данных нефтегазовых проектов дает уникальную возможность использования новейших технологий, а также развитие вспомогательной инфраструктуры: строительство дорог, моста, аэропорта, модернизация морских портов и железной дороги. Конечно, не стоит забывать о насущной теме граждан России, т. е. о сфере ЖКХ: за последние несколько лет приток частных инвестиций в данную сферу значительно возрос. Сегодня созданы условия, обеспечивающие надежность вложений для инвесторов. Так, ЖКХ — одна из первых отраслей, которая идет по пути реализации проектов практически полностью за счет частных инвестиций. Но с учетом дороговизны кредитных ресурсов важно, чтобы государство в какой-то степени поддерживало инвесторов, которые идут в эти проекты.

При анализе регионального развития в сфере ГЧП необходимо отметить, что в 2015—2016 годах количество реализованных и запущенных проектов не достигло плановых показателей. В первую очередь это связано с нежеланием инвесторов вкладывать деньги по причине нестабильной экономической и политической ситуации в стране. Необходимо понимать, что проблема отсутствия интереса инвестирования в данную сферу связана как с внутренними факторами, так и с внешними. Для того чтобы инвесторы вкладывали свои средства в проекты ГЧП, государство должно обеспечить стабильность функционирования всех фундаментальных сфер жизни общества [2].

Согласно рейтингу регионов в Центральном федеральном округе по уровню развития ГЧП за последние годы, на 1-м месте находится Москва, затем следует Санкт-Петербург, а замыкает тройку лидеров Самарская область (рисунок 2). Что касается Липецкой области, она находится на 40-м месте по уровню развития ГЧП среди регионов России. В настоящее время в нашей области существует 12 проектов ГЧП. Данные проекты направлены на работу в ЖКХ, здравоохранении и социальной сфере. На данном этапе благодаря ГЧП в Липецкой области уже открылись диализные центры, центры магнитно-резонансной томографии, в районах реконструируются муниципальные бани, сети водоснабжения, системы теплоснабжения. Сегодня рассматривается множество проектов ГЧП, готовых к реализации. Одним из основных является создание платных парковок в центральной части Липецка. Кроме того, многие из проектов направлены на развитие туристического направления региона: строительство и реконструкция баз отдыха на территории Липецкой области, создание автотуристского кластера «Задонщина», туристско-рекреационного кластера «Елец». Общий объем инвестиций, привлеченных в проекты ГЧП, составляет 1,12 млрд р., в том числе частных — 837 млн р. Основной задачей, которую ставит перед собой руководство Липецкой области, является создание условий для ускоренного развития и модернизации общественной инфраструктуры, повышения качества жизни, качества оказываемых населению социальных услуг в сферах здравоохранения, ЖКХ, образования, спорта и досуга. В целях формирования условий для реализации проектов ГЧП в Липецкой области реализуется проект создания институциональной и нормативно-правовой среды в сфере ГЧП [3].

Заключение. При анализе реализации проектов ГЧП можно заметить неоднородное развитие регионов России. В некоторых субъектах программы ГЧП широко используются, а в других данное направление находится лишь на начальной стадии разработки. По нашему мнению, для решения возникших проблем во всех регионах России следует создать специальные органы, в компетенцию которых будет входить контроль за подготовкой и реализацией проектов в сфере ГЧП. Данный орган должен, во-первых, тщательно следить за отбором проектов ГЧП; во-вторых, объективно оценивать потребность реализации проектов для регионального развития; в-третьих, создавать необходимые условия для финансирования проектов; в-четвертых, непосредственно контролировать процесс реализации проектов; в-пятых, регулировать содержание контрактов.

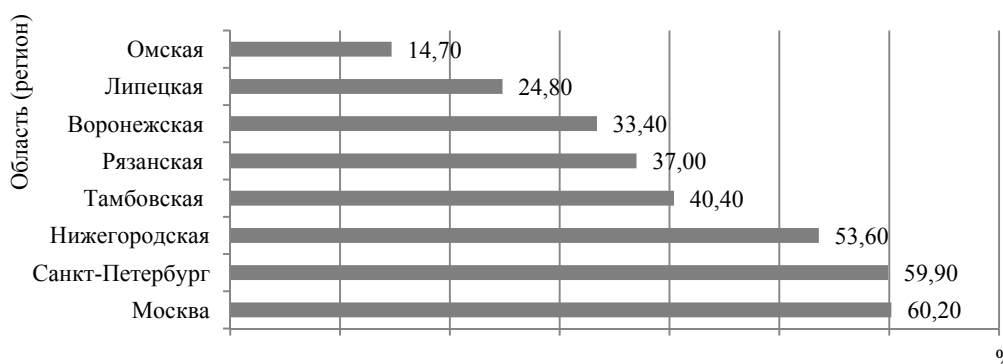


Рисунок 2 — Рейтинг регионов Центрального федерального округа по уровню развития ГЧП за 2015—2016 годы

Отметим, что ГЧП является перспективной сферой деятельности во всех регионах нашей страны. При условии грамотного функционирования данной системы, а также своевременной поддержки со стороны государства ГЧП станет движущей силой роста уровня жизни населения нашей страны. Кроме того, ГЧП может обеспечить поддержку экономики нашей страны, что приведет к росту показателей как внутриэкономической, так и внешнеэкономической деятельности России.

Список цитируемых источников

1. О государственно-частном партнерстве, муниципально-частном партнерстве в Российской Федерации и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации : Федер. закон Рос. Федерации : принят Гос. Думой 1 июля 2015 г. — М. : Рос. газ. — 2015. — 17 июля.
2. Единая информационная система государственно-частного партнерства в РФ [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.pppi.ru/>. — Дата доступа: 12.12.2016.
3. Инвестиционный портал Липецкой области [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://invest-lipetsk.com/>. — Дата доступа: 12.12.2016.

УДК 658.8.011.1

Д. Г. Мохова, А. В. Шах

Учреждение образования «Барановичский государственный университет», Барановичи

КОНЦЕПЦИЯ МАРКЕТИНГА ВЗАИМООТНОШЕНИЙ

Введение. Слово «маркетинг» (англ. market рынок, ing движение) означает рыночную деятельность, рыночное движение. Известный ученый Ф. Котлер дает его общее определение: «Маркетинг — вид человеческой деятельности, направленной на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена».

Маркетинг как управленческая деятельность, в частности, предполагает: полное выявление нужд и потребностей покупателей и потребителей; разработку и изготовление такого продукта, который необходим потребителю с соответствующей упаковкой и обслуживанием; установление цен, приемлемых для потребителя и обеспечивающих достаточную прибыль производителю; доставку произведенных товаров в необходимом количестве в приемлемое для покупателя время и место; продвижение товара, осуществляемое благодаря реализации рекламы, осуществлению личной продажи, стимулированию продаж, а также созданию благоприятного впечатления о товаре, организации; организацию на должном уровне сервисного обслуживания; управление маркетингом [1].

Основной идеей концепции маркетинга взаимоотношений является концентрация маркетинговых усилий компании на развитии долгосрочных и взаимовыгодных отношений с покупателями и другими субъектами рынка. Управление отношениями с покупателями является первостепенной задачей (функцией) маркетинга. Это объясняется тем, что взаимоотношения с покупателями рассматриваются как один из основных активов компании наряду с материальными, финансовыми, человеческими и другими видами ресурсов.

Основная часть. Изменение приоритетов в рамках концепции маркетинга взаимоотношений по отношению к традиционному маркетингу оказало сильное влияние на центральные задачи маркетинга, такие как организация, планирование, организационное развитие и определение результатов деятельности на рынке. Маркетинг