

социально-экономического развития (экономические трансформации, экономика и экология). Сборник научных работ. – Одесса: Институт проблем рынка и экономико-экологических исследований НАН Украины, 2001. – С.15-22.

3. Един О., Цветов Ю, Соколов Л. Транспортная политика в Украине // Экономика Украины. – 2000. – №1. – С.24-34.
4. Пашенко Ю. Транспортная политика Украины // Экономика Украины. – 2001. – № 12. – С. 38-43.
5. Антонюк К. Суднобудування України: як залишитися на плаву // Інтернет джерело: www.censor.net.ua
6. Исаков С. Fata morgana українського суднобудування // Інтернет джерело: www.censor.net.ua

Погребняк М.Н.

КЛАССИФИКАЦИЯ РИСКОВ, ВОЗНИКАЮЩИХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ КОНЦЕССИОННЫХ ПРОЕКТОВ

В условиях рыночной экономики Украины, государство имеет ограниченный объем ресурсов для осуществления инвестиционных проектов, при этом потребности общества в развитии инфраструктуры, находящейся в государственной собственности, постоянно растут в связи с ее катастрофическим износом. Возникает необходимость в привлечении средств частных инвесторов для реализации инфраструктурных проектов. Одним из ключевых механизмов такого инвестирования выступает концессия.

Важнейшей частью любого концессионного соглашения является разделение рисков между государством (концессиодателем) и инвесторами (концессионером и кредиторами проекта). Концептуально условия по распределению рисков между концессионером и концессиодателем формируются на этапе подготовки концессионного конкурса. Далее разделение рисков включается в общие условия концессионного контракта и составляет его экономическую основу. Именно на разделении рисков строится сбалансированное государственно-частное партнерство в промышленно развитых странах.

Проблема рисков при осуществлении концессионных проектов достаточно хорошо изучена и отражена в публикациях Всемирного Банка [1, 2], Национального совета по государственно-частному партнерству США [3], а так же украинских и российских специалистов в области государственно-частного партнерства [4, 5, 6]. Однако имеющаяся информация требует обобщения и объединения в систему.

Целью данного исследования является систематизация рисков, возникающих в процессе реализации концессионных проектов, что позволит создать основу для эффективного распределения рисков между сторонами при организации концессионных конкурсов и составлении концессионных договоров.

Согласно классификации, разработанной экспертами Всемирного банка, в зависимости от объема передаваемых концессионеру прав собственности, инвестиционных обязательств сторон, распределения рисков между субъектами договорных отношений, ответственности за различные виды работ (строительство, управление, эксплуатация), выделяются следующие организационные типы концессий:

1. BOT: Build, Operate and Transfer. Концессионная компания осуществляет строительство и эксплуатацию объекта инфраструктуры на правах пользователя в течение концессионного срока, по истечении которого объект возвращается государству.

2. BTO: Build, Transfer and Operate. Концессионная компания строит объект инфраструктуры и передает его в государственную собственность сразу после завершения стадии строительства. После приема государством объекта он в соответствии с концессионным договором передается в пользование концессионной компании, которая не имеет права владения данным объектом.

3. Brownfield contract. Его предметом выступает деятельность по расширению, восстановлению или реконструкции существующего инфраструктурного объекта, не включающая новое строительство.

4. BOO: Build, Own and Operate, или проект гринфилд (Greenfield project). Концессионная компания строит объект инфраструктуры и управляет им на правах владения и пользования. Концессионный срок не фиксируется.

5. BOOT: Build, Own, Operate and Transfer – разновидность проекта «гринфилд». Отличается от предыдущего тем, что концессионная компания владеет и использует объект инфраструктуры в течение оговоренного в контракте периода времени, по истечении которого объект возвращается государству.

6. Лизинговый контракт (lease contract). Объект инфраструктуры построен государством без участия арендатора, который, если позволяет национальное законодательство, может инвестировать объект. Арендатор несет ответственность за его обслуживание, получает от пользователей плату и перечисляет часть ее государству (арендную плату) для того, чтобы компенсировать произведенные им инвестиции.

7. Контракт на обслуживание (service contract). Его главная особенность состоит в том, что концессионер получает от государства в управление и обслуживание уже готовый объект и не осуществляет инвестиций. В отдельных случаях он близок к лизингу.

Вышеперечисленные стандартные подходы, как правило, требуют адаптации к условиям каждого концессионного проекта отдельно путем осуществления анализа рисков с последующим их распределением между сторонами соглашения. Анализ рисков проходит в 4 этапа:

- выявление рисков;
- оценка потенциальной значимости реализации этих рисков;
- ограничение каждого риска;
- разделение оставшихся рисков.

Риски концессионных проектов можно разделить на 4 большие группы:

1. Риски, связанные со строительством:

- риски, связанные с проектированием или строительно-монтажными работами;
- риски получения разрешений и отвода земель под строительство;
- риски превышения стоимости;
- риски недостижения заданных технико-экономических показателей;
- риски несоблюдения сроков.

Данные риски имеют место в том случае, когда проект включает в себя строительство одного или нескольких объектов. Риски возлагаются на государственного партнера в случае аренды и на частного - во всех остальных случаях за исключением двух ситуаций:

- если частного партнера привлекают не для проведения работ, а для участия в их финансировании;
- как правило, государство берет на себя риски получения разрешений и отвода земель под строительство;
- при наступлении форс-мажорных обстоятельств гарантия государственного партнера (концессионера) выражается чаще всего в возможности пересмотра тарифов.

Вышеперечисленные риски взаимосвязаны и относятся к основным рискам, сопровождающим проекты подобного типа. Для государственного партнера помимо таких негативных последствий, как задержка ввода в действие сооружения или отсрочка предоставления услуг, эти риски могут повлечь прямые и косвенные финансовые последствия (штрафные санкции за задержку сроков, убытки при эксплуатации и т.д.). Данные риски способны вызвать нарушение экономической сбалансированности проекта для частного партнера и, в худшем случае, привести к его отказу от проекта. Именно поэтому подбору и окончательному выбору партнеров уделяется особое внимание. Это объясняет также стремление частного партнера к снижению собственных рисков путем их разделения или переложения на других участников проекта:

- на банки, что редко бывает возможно, т.к. они не решаются вступать в проект на этапе строительства и требуют, чтобы частный партнер предоставил гарантии завершения работ;
- на строительные фирмы - путем заключения договоров по твердым, заранее установленным расценкам и получения, таким образом, «гарантий завершения строительства»;
- на страховые компании.

2. Риски, связанные с эксплуатацией:

• рыночный риск включает возможные расхождения между предварительными расчетами, ставшими основой для прогноза экономической жизнеспособности и характеристик проекта (финансовая модель), и реальным спросом на товары или услуги, производимые объектом (пассажиропоток, энерго-, водопотребление и т.д.). Этот риск обычно целиком принимается концессионером и косвенно - банками, т.к. оказывает решающее влияние на денежные поступления от проекта. Однако часть риска может приниматься государственным партнером в случае, если он одновременно является потребителем произведенного продукта (например, в случае с электростанциями или водоочистными сооружениями) либо предоставляет гарантии по минимальному уровню рентабельности проекта (например, компенсация недостатка интенсивности дорожного движения на платной автомобильной дороге). Не обеспеченная такими гарантиями часть амортизации и фиксированных эксплуатационных затрат составляет в этом случае остаточный риск концессионера;

- риски превышения стоимости эксплуатации, могут быть вызваны несколькими причинами:

1) непредвиденные изменения стоимости ценообразующих факторов: инфляционный риск. С целью снижения данного вида риска используется схема тарифной индексации. В этих условиях государственный участник проекта - через конечного потребителя - покрывает большую часть риска;

2) неверная предварительная оценка - исключительно частный риск, который относится к рыночному риску и полностью возлагается на концессионера.

- риск недостижения технико-экономических показателей относится к виду рисков, связанных со строительством. Появляется в случае, когда построенные объекты или сооружения не способны производить предусмотренные товары либо услуги. Этот риск отличается от риска строительства тем, что появляется в процессе эксплуатации и, как правило, на ограниченный срок.

Необходимо отметить, что рискам, связанным с эксплуатацией, в большей степени подвергаются банки и финансовые структуры. Они не только проводят собственный анализ проекта, но и уделяют особое внимание опыту и профессиональным качествам оператора (вне зависимости от того, кто им является - само предприятие-концессионер или фирма-оператор), а также тому, насколько ему можно доверять. Доверие в данном случае - ключевое слово, придающее смысл термину «государственно-частное партнерство», и именно доверие в конечном итоге и определяет жизнеспособность проекта.

Концессионные проекты всегда продолжительны по времени, поэтому непредвиденные ситуации могут существенно изменять исходные данные (используемые для определения первоначальных тарифов) и ухудшать экономические прогнозы. Именно поэтому контракты или заменяющие их документы всегда содержат статьи о возможном пересмотре условий контракта. В данных условиях очень важны доверие, добросовестность и осознание общности интересов, которые и придают смысл партнерству.

3. Риски, связанные с финансированием.

Как правило, концессионер (в расширительном толковании, т.е. совместно с банками) самостоятельно принимает риск получения достаточного уровня финансирования и именно он мобилизует необходимые средства из собственных фондов, а также за счет кредитов, договаривается об условиях кредитования, предоставляет соответствующие гарантии и т.д. Концессионер может участвовать в софинансировании проекта, а так же предоставлять государственные гарантии, если данная возможность предусмотрена законодательством страны и условиями концессионного конкурса.

Одним из значительных рисков является валютный риск, который существует при реализации проектов

КЛАССИФИКАЦИЯ РИСКОВ, ВОЗНИКАЮЩИХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ КОНЦЕССИОННЫХ ПРОЕКТОВ

за рубежом и возлагается на концессионера. Снижение данного вида риска зависит от того, какие ресурсы можно мобилизовать на местном рынке капиталов. Он представляет большую трудность и является одним из основных факторов, препятствующих реализации подобных проектов в странах с нестабильной валютой, не имеющих рынков долгосрочных ссудных капиталов. Валютный риск возникает при поступлении выручки от эксплуатации объекта в местной валюте, что часто происходит в случаях с концессионными проектами в инфраструктуре и коммунальном хозяйстве. В данной ситуации частный концессионер не может быть застрахован от валютного риска, а найти механизмы его снижения за счет концессионера-государства крайне затруднительно.

4. Прочие риски – значительные виды рисков, не вошедшие в первые три группы:

- политический риск (национализация, невозможность перечисления средств) и изменение законодательства, которому подвергается частный партнер. Данный вид риска снижается при подписании концессионного контракта в соответствии с нормами международного права;
- риски юридические и риски, связанные с контрактом – возникают при составлении и оформлении концессионного договора – разделяются в равной степени между государством и частным инвестором;
- риски неплатежеспособности потребителей – относятся к рискам эксплуатации, относятся к деятельности концессионера;
- риски, связанные с охраной окружающей среды и прочее – нивелируются на этапе проектирования, берутся концессионером при получении соответствующих разрешений в контролирующих органах. Риски, возникающие при форс-мажорных обстоятельствах, принимаются концессионером.

Таким образом, рассмотренные четыре основных группы рисков оказывают определяющее влияние на эффективность реализации концессии и требуют детальной индивидуальной проработки по каждому из проектов. Первоначальный вариант распределения рисков разрабатывается при подготовке концессионного конкурса в ходе предварительных консультаций с потенциальными инвесторами и органами власти (отраслевыми и местными), затем условия уточняются по итогам конкурса при составлении концессионного соглашения с победителем.

Базовое распределение рисков между государством и инвестором можно представить в виде таблицы 1.

Таблица 1. Базовое распределение рисков концессионных проектов

ВИДЫ РИСКОВ		Распределение рисков		
		Инвестор	Инвестор и государство	Государство
РИСКИ СТРОИТЕЛЬСТВА	Проектирование и строительные-монтажные работы	●		
	Получение разрешений и отвод земель			●
	Превышение стоимости	●		
	Недостижение заданных технико-экономических показателей	●		
	Несоблюдение сроков	●		
	Форс-мажорные обстоятельства		●	
ФИНАНСОВЫЕ РИСКИ	Риск получения финансирования	●		
	Валютный риск	●		
РИСКИ ЭКСПЛУАТАЦИИ	Рыночный риск		●	
	Превышение стоимости эксплуатации		●	
	Недостижение заданных технико-экономических показателей	●		
ПРОЧИЕ РИСКИ	Политический			●
	Юридический		●	
	Риск неплатежеспособности	●		
	Экология		●	

Источники и литература

1. Варнавский В. Г. Партнерство государства и частного сектора: формы, проекты, риски. – М., 2005. – С. 51.
2. <http://rru.worldbank.org/Toolkits/PartnershipsHighways/>

3. The National Council for Public-Private Partnerships <http://www.ncppp.org/>
4. Public-Private Partnerships (PPP) in Highways (The Center for Strategic Research) http://csr.ru/document/material_79.stm
5. Е.В.Попова, Механизмы реализации закона "О концессионных соглашениях" // "Недвижимость и инвестиции. Правовое регулирование. – № 1-2 (26-27). – Июнь 2006.
6. Михаэль Шварц. Иностранные инвестиции будут, если... // ЛОГИНФО. – №9. – 2007.

Половникова Е.Н.

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ОТЕЧЕСТВЕННОГО И МИРОВОГО РЫНКА РЕКЛАМЫ

Введение. В современных условиях развития рыночной экономики роль сбыта несоизмеримо высока из-за огромного количества ассортимента аналоговой продукции, предоставляемой различными производителями. По этой причине для привлечения покупателей используются всевозможные методы, наиболее эффективным из которых является рекламная деятельность.

Реклама выступает одним из важнейших аспектов сбыта, который, в свою очередь, помогает выделить и подчеркнуть достоинства продукции, ведь именно от позиционирования товара и зависит первое впечатление покупателя, в то время как качество оценивается лишь в процессе потребления. На современном этапе, этапе новых технологий и быстрорастущего рынка, для каждого предприятия необходимо не только суметь выжить и удержаться, но и получать прибыль в данных условиях.

Постановка задачи. Наиболее актуальным в настоящее время является вопрос использования информационно-коммуникационных технологий в рекламе. Именно с помощью данного вида коммуникаций, можно не только обратить внимание на рекламируемую продукцию, но и грамотно подать все ее сильные стороны, тем самым, убеждая потенциального потребителя в необходимости товара.

В процессе исследования поставленной задачи был изучен ряд публикаций отечественных и зарубежных авторов. Вопросы рекламы, типологизация, её роль в современных условиях активно рассматривались в работах А. Короткова, Р. Кузнецова, И. Епифановой, Н.В. Головкиной. Аспекты, касающиеся рекламно-коммуникационного рынка и его современных тенденций развития, а также программы интегрированных маркетинговых коммуникаций раскрыты в трудах П.В. Лимарева, В.К. Галицина и В.В. Демьянченко, С.Д. Потапенко, М.И. Лихолета, С. Черневского, Т. Примак.

Рекламный рынок, как в пределах Украины, так и на мировом уровне, характеризуется достаточно динамичным развитием, в этой связи, нуждается в постоянном изучении.

Целью исследования является анализ информационно-коммуникационных технологий на мировом и отечественном рынках рекламы, а также определение возможных перспектив развития данного сектора экономики.

Результаты исследования. Формулируя понятие рекламы, различные ученые-маркетологи выдвигают схожие определения.

Например, известный маркетолог Ф. Котлер дает следующее определение рекламы: «Реклама представляет собой неличные формы коммуникации, осуществляемые посредством платных средств распространения информации с четко указанным источником финансирования» [3].

В свою очередь, французский ученый А. Дейян определяет рекламу как «платное, одностороннее и неличное обращение, осуществляемое через средства массовой информации и другие виды связи, агитирующее в пользу какого-либо товара, марки, фирмы (какого-то дела, кандидата, правительства)» [2].

Такие отечественные авторы, как Ю. Миронов и Р. Крамар, придерживаются следующего определения: «Реклама - это любая платная форма неличного предложения товаров и услуг от лица определенного спонсора с целью повлиять определенным образом на аудиторию. С помощью рекламы формируется определенное представление покупателя об особенностях товара или услуги» [5].

Таким образом, можно сделать вывод, что рекламой является целенаправленное информационное воздействие неличного характера на потребителя с целью продвижения товара за определенное вознаграждение.

Из мирового опыта хорошо известна сила и роль рекламы. В условиях жесткой конкуренции успешный сбыт произведенной продукции приобретает особое значение для предприятия, которое выступает не общественной или благотворительной, а коммерческой организацией. Основная сфера рекламной деятельности характеризуется расширением сбыта, она тесно связана с понятием «маркетинговый-микс», или координацией всех взаимозависимых факторов, влияющих на продажу. Данная деятельность базируется на глубоком изучении рынка, которая помогает определить гибкость и скорость реакции предприятия на изменения конъюнктуры рынка. Поэтому реклама тесно связана с изучением и анализом психологии потребителя, она создает возможность выгодно отличать конкурирующий товар.

В свою очередь, рыночная экономика внесла существенные коррективы в формы и содержание рекламной деятельности, став связующим звеном между производителем и потребителем. Все необходимые усилия должны осуществляться как в сфере производства, так и в сфере торговли, так как от неумения пользоваться средствами продвижения продукции резко снижается возможность активно воздействовать на рынок и успешно конкурировать за рынки сбыта. Отправной точкой при разработке результативной рекламы неизменно является точное знание целевой аудитории, на которую направлена данная продукция.