

Слабо выстроенные связи с общественностью не позволяют полноценно учитывать мнения и интересы населения, своевременно реагировать на внутренние проблемы. В том случае, если у жителей городского округа появится возможность через определенные промежутки времени встречаться с представителями органов МСУ, обсуждать текущие проблемы и возможности, улучшатся отношения населения к муниципальному управлению, а управленческие решения будут приниматься с учетом текущего положения на территории.

Время и место таких встреч необходимо заранее указывать в СМИ: местных газетах, на сайте городского округа, в социальных сетях. Мероприятие возможно проводить в формате пресс-конференции, комбинированных отчетов представителей с последующим обсуждением.

Вышеперечисленные мероприятия позволяют обеспечить условия для применения маркетинга на территории муниципальных образований, выстроить план последующих мероприятий, отследить слабые места в деятельности иных подразделений органов местного самоуправления. При этом любое мероприятие необходимо планировать с учетом необходимости внесения коррективов, связанных с финансовыми аспектами, изменениями в законодательстве, кризисными и чрезвычайными ситуациями и т.д.

Внедрение основ маркетинга в муниципальное управление желательно и необходимо. Но это требует готовности к использованию непривычных для системы муниципального управления технологий и методов. Поэтому особенно актуально создание в муниципалитетах служб маркетинга, находящихся под контролем и ответственностью администраций и глав муниципальных образований. Причем их структура для максимально эффективного использования маркетинговых технологий должна напоминать маркетинговые службы в сфере бизнеса, поскольку современное муниципальное управление так же направлено на удовлетворение потребностей населения и организаций.

Список литературы

1. Федеральный закон от 06.10.2003 N 131-ФЗ (ред. От 30.10.2017) «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации»
2. *Василькова В.В.* Краудсорсинг как новая социокоммуникативная технология [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.journal-discussion.ru/publication.php?id=1397>.

Э.В. Сергеева, научный руководитель *В.А. Сироткин*
Российский государственный профессионально-педагогический университет, Екатеринбург, Россия

Особенности ценообразования при осуществлении закупок

Аннотация. Система ценообразования в закупках регулируется в особом, строго регламентированном порядке. Формирование цен при осуществлении закупок во многом зависит не только от экономических реалий, но и от выполнения

требований к формированию цены контракта. Прежде чем выявить окончательную цену заказчик вынужден ссылаться на государственное регулирование, изучать динамику и уровень спроса, анализировать конкурентные статусы оппонентов и непосредственно потребности заказчика. Процессы и процедуры ценообразования при осуществлении закупок являются проблемными звеньями системы государственных, муниципальных и регулируемых закупок.

Ключевые слова: закупки, ценообразование, заказчик, НЦК.

Одной из самых важных характеристик рынка и экономической системы в целом относятся способы определения цены, который воздействует на движение материальных и денежных потоков, участвует в распределении количества товара, определяет уровень благосостояния населения. Следует отметить, что в настоящее время категория «цена при осуществлении закупочной деятельности» в рамках ФЗ от 05.04.2013 N 44-ФЗ (ред. от 31.12.2017) "О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд" (далее 44-ФЗ) и ФЗ от 18.07.2011 N 223-ФЗ "О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц" (далее 223-ФЗ) полноценно не изучена, о чем свидетельствуют как теоретические, так и практические аспекты ценообразования. Данная проблема является, безусловно, актуальной, поскольку выявление стоимости определенного вида продукции – основа работы любого хозяйственного комплекса, а эффективный механизм ценообразования в организациях позволяет проводить адекватную ценовую политику. Система ценообразования в закупках регулируется в особом, строго регламентированном порядке. Формирование цен при осуществлении закупок во многом зависит не только от экономических реалий, но и от выполнения требований к формированию цены контракта.

Прежде чем выявить окончательную цену заказчик вынужден ссылаться на государственное регулирование, изучать динамику и уровень спроса, анализировать конкурентные статусы оппонентов и непосредственно потребности заказчика. Процессы и процедуры ценообразования при осуществлении закупок являются проблемными звеньями системы государственных, муниципальных и регулируемых закупок. Институт цены выражен в законодательстве Российской Федерации о контрактной системе такой конструкцией, как начальная (максимальная) цена контракта, цена контракта с единственным поставщиком (далее - НМЦК) [1]. Практика осуществления закупок свидетельствует, что наиболее сложной и противоречивой сферой общественных отношений, связанной с формированием заказа в рамках 44-ФЗ и 223-ФЗ, являются проблемы ценообразования накупаемую продукцию, работы, услуги. Процесс ценообразования при осуществлении закупок состоит из нескольких этапов, которые в обобщенной форме выражаются в следующем.

Заказчик первоначально определяет цель закупки, учитывая свои финансовые возможности и установленные ограничения нормирования. Определившись с целью закупки заказчику необходимо установить объект закупки.

Несмотря на регламентированность процедуры ценообразования при осуществлении закупок на законодательном уровне, зачастую НЦК является неэффективным фактором, определяющим гарантированность исполнения контракта. Объясняется это самой спецификой НМЦК, которая предполагает, что ответственность за обоснование (определение) цены закупки возложена на заказчика. Кроме того, от заказчика

требуется определить и обосновать не структуру цены или диапазон цен, а именно ее точное денежное выражение. Но осуществить данное требование затруднительно в условиях существования рыночного обмена и контрактных отношений. Всей полнотой информации и знаниями, необходимыми для определения возможной стоимости предмета закупки обладает не заказчик, поставщик. Проблема в данном случае обоюдная: заказчик в одиночку не может успешно справиться с задачей определения и обоснования НМЦК, а поставщик не может не включать в цену контракта собственные риски и финансовую нагрузку по выполнению всех требований законодательства Российской Федерации о закупках. Эти риски, скорее всего, будут исполняться за счет снижения качества работ.

Думается, что основным фундаментальным фактором, предопределяющим неэффективность НМЦК, является то обстоятельство, что цена в закупках оторвана от основных особенностей ценообразования в закупках. Кроме того, установления такого отбора поставщика по ценовому критерию как наименьшая предложенная цена предполагает риск неисполнения контрактного обязательства. НМЦК определяется независимо от процедур закупки и существует в единственно возможной формуле – твердая фиксированная цена контракта (цена за единицу). Кроме того, установление твердой фиксированной цены перекладывает финансовые риски на поставщика, а потому определяет характер отношений поставщика и заказчика. Наиболее проблемным в этой системе является обоснование НЦК.

Как только заказчик уточнит свои бюджетные лимиты, начинается формирование плана-графика. Это нужно сделать до подготовки документации о закупке. При необходимости вносится изменение в план-график. На момент публикации закупки начальная (максимальная) цена контракта уточняется. Обоснование закупки – это отдельный документ, являющийся приложением к плану закупок, плану-графику закупок. Форма обоснования утверждена ПП РФ от 05.06.2015 г. № 555[2]. При обосновании закупки следует исходить из удовлетворения цели закупки, а именно обеспечения нужд заказчика. Исполнителем осуществляется подготовка обоснования начальной цены контракта с применением методов, установленных законодательством о контрактной системе.

Обоснование НЦК при осуществлении закупки осуществляется с помощью определенных источников информации. Это может быть реестр контрактов, заключенных заказчиками по исполненным в течение последних 3 лет контрактам на территории субъекта Российской Федерации, в котором расположен заказчик, и на территории сопредельных с местом расположения заказчика субъектов РФ; каталог товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд, формирование и ведение которого осуществляется в единой информационной системе в сфере закупок; предложения поставщиков, содержащие информацию о ценах, полученные по результатам размещения заказчиком запросов цен посредством использования единой информационной системы в сфере закупок [3]. К общедоступной информации относятся прайс-листы поставщиков с их официального сайта.

Между тем нельзя отрицать, что на сайтах организаций не всегда размещают актуальную информацию. Кроме того, как правило, прайс-листы составляют с учетом одного (привычного для составителя) варианта условий поставки. Так, цены могут быть представлены с учетом самовывоза и при, например, внесении 30-процентного

аванса. У одного и того же поставщика при доставке заказчику и в условиях оплаты после полной поставки цены на эти товары могут быть иными. Вместе с тем не запрещается использовать заказчиком при расчете НМЦК предложений, содержащих минимальную цену товара (работы, услуги). Также необходимо обратить внимание, что в соответствии с частью 2 статьи 72 Бюджетного кодекса Российской Федерации государственные (муниципальные) контракты заключаются и оплачиваются в пределах лимитов бюджетных обязательств, за определенным исключением. При этом в соответствии с положениями бюджетного законодательства цена заключаемого контракта ограничивается пределами лимитов бюджетных обязательств. Следовательно, заказчик вправе указать цену меньшую, чем в представленном обосновании НМЦК (в том числе полученной по результатам трех коммерческих предложений), и соответствующую выделенным лимитам бюджетных обязательств.

Важно обосновать НМЦК корректно. Ведь если НМЦК занижена, процедура закупки может не состояться, поскольку никто из потенциальных поставщиков не захочет участвовать в аукционе себе в убыток. Есть вероятность заключить контракт с недобросовестным поставщиком, который либо не выполнит условия контракта, либо выполнит их некачественно, с технологическими нарушениями. Занижение НМЦК может произойти, если заказчик использовал неактуальные прайс-листы или при отсутствии учета инфляции. Если НМЦК завышена, контрольные органы могут обвинить заказчика в неэффективном расходовании бюджетных средств. В этом случае может возникнуть ситуация, что будет подана одна заявка на аукцион и контракт будет заключен по НМЦК без ожидаемой экономии бюджетных средств. На практике лучше не использовать ценовую информацию, которую предоставили лица, сведения о которых включены в реестр недобросовестных поставщиков. Кроме того, для расчета НМЦК не стоит применять сведения, полученные из анонимных источников, не соответствующие требованиям, которые установил заказчик, а также не содержащие расчета цен на товары, работы или услуги.

Очень важно при формировании НМЦК на стадии определения характеристик объекта закупки выработать такой подход, который бы сводил риск утраты контроля над качеством описания НМЦК до минимального. Для оптимизации цен было бы логично перейти от НМЦК к более широкому спектру формул ценовых предложений. При таком переходе не идет речь о том, чтобы цены отпустить или создать финансовую неопределенность с объемом принимаемых бюджетных обязательств. Формулы цен - это не просто стоимостные пропорции или структуры расходов. Главное в них то, что конкретная формула цены - это тип контракта. Особенности ценообразования в закупках связаны прежде всего с тем, что цена фиксирует пропорции обмена стоимостями и полезностями между заказчиком и подрядчиком. Типы контрактов - это типы формул такого обмена, или формулы цен, которыми распределяются риски между сторонами контракта и устанавливается надлежащее ценовое партнерство.

Цена фундаментально встроена в контрактные отношения. Деятельность по снижению цен предполагает оптимизацию заключаемых контрактов. Справедливо и обратное: оптимизация контрактных отношений предполагает развитие и расширение формул цены, или обновление принципов ценообразования в закупках. Переход от НМЦК к широкому спектру формул цены - необходимый этап и необходимое условие повышения эффективности закупок. Без такого перехода, если НМЦК останется един-

ственно возможной ценовой категорией в закупках, то в силу присущих ей черт НМЦК и дальше будет подталкивать цены обеспечения публичных нужд и нужд субъектов по 44-ФЗ и 223-ФЗ вверх. При определении НЦК могут возникнуть следующие риски, влекущие неэффективное расходование средств: риск несвоевременной поставки продукции; неэффективное расходование средств как следствие; ошибки в ценообразовании; реализация указанных рисков является следствием ошибок в ценообразовании, выражающихся в недостоверном определении НМЦ.

Предлагается следующее решение проблем ценообразования в закупках:

Осуществление подготовка квалифицированных специалистов именно в области ценообразования;

Выявление проблем ценообразования;

Необходимо создание единых каталогов закупаемой продукции, справочников цен на закупаемую продукцию;

Создание автоматизированной системы определения НЦК;

Установить единые критерии проверки достоверности НЦК.

К основным проблемам ценообразования закупок можно отнести то, что обмен бюджетных средств на блага, производимые вне государственного сектора зачастую идет с системными нарушениями стоимостных балансов. Именно поэтому и не удается преодолеть ценовые дисбалансы и выровнять цены закупок только за счет поэтапного регулирования процедур обоснования заказчиками НЦК. До тех пор, пока институт цены не занял присущего ему места в контрактных отношениях, рост требований к заказчику, введение новых критериев обоснования кардинально ситуацию не меняют.

Список литературы

1. *Анчишкина О.В.* Особенности ценообразования в закупках / Госзаказ. № 42. 2015. Режим доступа: <https://www.pro-goszakaz.ru/article/102802-obosnovat-nmtsk-v-zakupke-44-fz>

2. Распоряжение Правительства РФ от 18 сентября 2017 г. N 1995-р.

О.А.Симонова, научный руководитель *А.М.Чернопятов*
Российский государственный профессионально-педагогический университет, Екатеринбург, Россия

Проблема инвестирования в ЖКХ

Аннотация. *Автором в статье рассматриваются проблемы в жилищно – коммунальном хозяйстве России на современном этапе, причины, негативно влияющие на модернизацию систем коммунальной инфраструктуры. Изложена одна из причин низкого уровня инвестиций в жилищно – коммунальной сфере, автором выдвинут ряд предложений для решения сложившейся ситуации.*

Ключевые слова: *жилищно – коммунальное хозяйство, инвестиции, тарифное регулирование, долгосрочные параметры регулирования, концессионер.*

Важнейшей задачей государства является обеспечение устойчивого развития экономики, создание условий для безопасной жизни граждан, повышение уровня и