

## **Международная научно-практическая Интернет-конференция «Перспективные инновации в науке, образовании, производстве и транспорте – 2008»**

Инициатор проведения: "Научно-исследовательский проектно-конструкторский институт морского флота Украины, Одесский национальный морской университет, Морской учебно-консультационный центр «MarinECC», сайт [www.sworld.ilhome.net](http://www.sworld.ilhome.net), 15.12.2007 -25.12.2007

доклад на тему:

### **Формирование государственного строительного заказа на основе маркетинго-ориентированного подхода**

Государственное регулирование инвестиционно-строительной сферы строительной отрасли является одной из управленческих функций, реализуемых на макроуровне. Следуя принципам структуризации макроэкономических систем, строительство характеризуется как подсистема региональной экономики. В тоже время инвестиционно-строительная сфера есть кооперативное сообщество, которое объединяет всех участников создания строительной продукции строительной продукции, определяющих совокупное предложение.

За счет использования средств инвестиционно-строительной сферы реализуются общие для различных субъектов цели и интересы, и, в первую очередь, интересы всех видов бизнеса, нуждающегося в использовании законченной строительной продукции, а также общественные и государственные интересы. При этом, в рамках инвестиционно-строительной деятельности реализуются и интересы участников этой деятельности: потребителей, органов власти, строительных организаций, девелоперов, заказчиков-застройщиков, проектных институтов, риелторов, производителей и поставщиков строительных материалов, подрядчиков, банков инвесторов, страхователей, СМИ, регистров прав на объект недвижимости, учебные организации, отраслевые ассоциации (союзы объединения) и т.д. Это свидетельствует о сложном характере целей и интересов и необходимости установления баланса между макро- и микроэкономическим подходом к управлению строительной деятельностью, а значит и необходимости поиска методов его достижения. Инструменты обеспечения макро- и микроаспектной строительной деятельности следует искать на уровне макроэкономического регулирования, которое отражает территориально-отраслевые и корпоративные признаки строительства.

Применительно к строительной отрасли как макроэкономической подсистеме функция регулирования осуществляется государством и обществом при очевидной лидирующей роли государства в лице соответствующих институтов, являющихся гарантом общественных интересов.

В новых хозяйственных условиях, когда ставятся и последовательно решаются задачи в области придания строительству активности и стратегической гибкости, реализующей инновационные инициативы, строительную деятельность правомерно идентифицировать как предпринимательскую, а макрорегулирование строительной отрасли – как государственное регулирование предпринимательской деятельности, которое использует весь арсенал управленческих методов и приемов, начиная с установления норм и правил

ведения эффективного строительного бизнеса, и заканчивая использованием стимулирующих "мягких" факторов управления.

Государственное регулирование рассматривается как более широкое понятие, чем управленческая деятельность органов исполнительной власти. Госрегулирование есть практическая реализация всех ветвей власти: законодательной, исполнительной и судебной. В качестве базовых предпосылок к изучению госрегулирования инвестиционно-строительной деятельности выделено следующее:

а) государственное регулирование опирается на макроэкономические законы и закономерности. Применительно к отдельным видам экономической деятельности отраслям и хозяйственным сферам (строительство) оно опирается на поиск макроэкономических, косвенных рычагов воздействия.

б) государственное регулирование должно использовать широкий спектр структурных оценок.

в) общая структура государственного регулирования включает в себя регулирование в государственном секторе экономики и регулирование в других секторах. Последнее предполагает создание условий для реализации хозяйственной деятельности на основе использования мер "прямого" воздействия, имеющих регламентирующий характер, а также на основе использования косвенных (экономических методов).

г) во всех секторах макроэкономической системы вне зависимости от того, какой из способов ее структуризации мы используем (территориальный, корпоративный, по видам экономической деятельности) на современном этапе реформирования существует единая тенденция – развитие предпринимательства. Предпринимательство рассматривается как идеология хозяйственной деятельности всех субъектов, функционирующих в экономической среде рыночного типа, а государственное регулирование в различных секторах экономики – как государственное регулирование предпринимательства.

д) парадигма предпринимательского поведения с его стремлением к реализации конструктивных инициатив и внедрению эффективных инноваций проникла и в государственный сектор, что позволяет утверждать, что деятельность в этом секторе является, по сути, деятельностью предпринимательского типа, которая осуществляется в рамках государственного предпринимательства. С этой точки зрения систему государственного регулирования экономики можно рассматривать как синтез двух составляющих:

- государственное предпринимательство,

- государственное регулирование предпринимательства.

г) в контексте исследуемой тематики актуализируется государственное предпринимательство в инвестиционно-строительной сфере как самостоятельная подсистема.

Развитие государственного предпринимательства инициировано становлением "новой экономики", к отличительным признакам которой относится следующее:

- она (новая экономика) основана на новых знаниях и передовых технологиях;

- обмен информацией становится мощным и эффективным средством ведения производственно-хозяйственной деятельности, что подчеркивает ведущую роль информационных систем;
- фокус предпринимательского внимания постепенно смещается с производства продукции на оказание услуг, в том числе так называемых "производственных" услуг;
- особое значение приобретает не физическая составляющая капитала, а человеческий капитал и, что особенно важно, социальный капитал, а значит и активизируется концепция социально-ответственного бизнеса;
- инновации рассматриваются как основной инструмент в реализации конкурентных стратегий;
- новая экономика – это экономика взаимосвязей и взаимозависимостей, которые приводят к "сетизации" хозяйственных сфер;
- новая экономика опирается на расширение государственного предпринимательства, модификации его форм и методического инструментария.

В определении госпредпринимательства пока не достигнуто методологического единства. Мы базируемся на расширенной концепции, которая подразумевает наличие в системе государственного предпринимательства не только деятельность по управлению государственными предприятиями и организациями, но и:

- деятельность госкорпораций на мировых рынках;
- управление государственными пакетами акций;
- государственное инвестирование;
- государственные закупки, формируемые на основе госзаказа;
- иная деятельность государственных агентов, выступающих от имени государства в качестве участников рыночных отношений.

В развитие расширенной концепции госпредпринимательства формируется его маркетинговая концепция. Анализ методологических принципов маркетинга в госсекторе позволил высказать утверждение о правомерности рассмотрения маркетинга как концептуальной основы и идеологической платформы государственного предпринимательства (в отличие от многих других способов восприятия маркетинга), что связано с высокой, нарастающей неопределенностью внешних факторов (по отношению к любому виду деятельности), свойственной новой экономике.

Использование маркетингового подхода в государственном предпринимательстве означает, что:

- во-первых, государственные предприятия должны использовать этот подход в своей хозяйственной практике, трансформируя ее в предпринимательскую;

- во-вторых, государство должно искать новые формы участия в бизнес-деятельности и модифицировать применяемые формы в соответствии с изменениями, наблюдаемыми в бизнес-среде.

Государственное предпринимательство включает в себя ряд видов деятельности (связанных с распределением государственных ресурсов), в числе которых представлено финансирование, организация и управление государственным заказом на товары и услуги для нужд государственного потребления. При этом госзаказ всегда размещается в определенных региональных структурах и содержательно "привязан" к специфике конкретных видах экономической деятельности.

Инвестиционно-строительная сфера образует один из основных секторов экономики, формирующей базу для всех остальных хозяйственных сфер, в течение длительного периода времени является одним из основных исполнителей государственного заказа. Поставляя на рынок готовую строительную продукцию, выполняя различные строительные работы оно активно участвует в создании условий для реализации программ, соответствующих ориентирам национальной экономики и общественным интересам. В этом заключается ведущая роль инвестиционно-строительной сферы – создавать объекты недвижимости, являющиеся инфраструктурой всех без исключения общественных процессов. С этой точки зрения правомерно говорить о государственном предпринимательстве в инвестиционно-строительной сфере, реализуемом на основе государственного строительного заказа (ГСЗ).

Рассматривая в качестве исходных предпосылок включение принципов макромаркетинга и государственного маркетинга в процесс госуправления, который распространяется на все элементы этого процесса и, в частности, на те, что реализуются на основе госзаказа, следует подчеркнуть, что данный подход приближает к практике идеологию "равносуществования" плановых и рыночных начал. Государственный заказ синтезирует эти начала и приобретает статус реализатора государственных интересов за счет агрегирования усилий государственного и частнопредпринимательского сектора. Анализ новейших тенденций в использовании макромаркетинга и государственного маркетинга, как его инструмента, позволил сформировать ряд ключевых положений:

а) современный маркетинг тяготеет к использованию концепции маркетинга взаимодействия, с помощью которого можно осуществлять управление контактами на основе согласования интересов взаимодействующих сторон, в том числе длительными, стратегически значимыми контактами.

б) актуализирована новая форма – бюджетный маркетинг, который предполагает применение маркетинговой методологии к процессу распределения госбюджетных средств.

в) акцентируется внимание на проблемах информационного обеспечения маркетинговой и всей управленческой деятельности, что обусловлено новой реальностью – становлением информационно-знаниевой экономики.

Концепцию управления государственным строительным заказом целесообразно выстроить на стыке трех направлений, отражающих данные тенденции. Модель формирования концептуальных основ ГСЗ иллюстрирует *рис. 1*.



Рис. 1. Модель формирования концептуальных основ государственного строительного заказа

Формируемая концепция не просто вбирает в себя ряд положений, но синтезирует и преобразует их в некую целостность, имеющую маркетинго-ориентированный характер. Поэтому правомерно характеризовать концепцию формирования ГСЗ как *маркетинго-ориентированную*. В качестве методологической основы формирования и реализации ГСЗ предлагается принять следующее определение – *маркетинго-ориентированная концепция государственного строительного заказа представляет собой совокупность концептуальных посылок и основополагающих принципов, сформированную на основе интеграции базовых положений маркетинга взаимодействия, бюджетного маркетинга в составе государственного управления, а также управления информационными процессами на всех уровнях национальной социально-экономической системы*. Маркетинго-ориентированная концепция ГСЗ предусматривает соблюдение ряда принципов, которые можно подразделить на общие и специфические. К числу общих относятся следующие принципы:

- комплексности,
- приоритета государственных нужд,
- согласованности,
- стратегичности,
- целевой ориентации,
- полной информационной обеспеченности.

Специфические принципы отражают особенности инвестиционно-строительной деятельности в масштабе отдельных организаций и региона в целом. В их числе выделяются:

- принцип интеграции инвестиционной и строительной деятельности в рамках инвестиционно-строительного комплекса региона (ИСК);

- принцип отсутствия материальных доказательств возможности исполнения ГСЗ на стадии его формирования;
- принцип учета тенденций в инвестиционно-строительной сфере.

Изложенные концептуальные основы позволяют вычленить ключевые методологические послылки:

а) использование маркетинго-ориентированного подхода в формировании и реализации ГСЗ позволяет обеспечить адаптивность ИСК региона и входящих в его состав участников к реально действующей системе госуправления.

б) аспекты, объединенные в маркетинго-ориентированной концепции ГСЗ, находятся в системном единстве, что обусловлено признаками "новой экономики", среди которых: развитие информационно-знаниевого обмена; возрастание неопределенности рыночной среды; усиление роли государства в развитии экономики; необходимость развития свойств субъектов, начавшаяся "сетизация" экономики; трансформация используемых моделей управления и усиление предпринимательской составляющей в арсенале управленческих средств.

С учетом данных посылок можно сформулировать следующую интерпретацию ГСЗ - *государственный строительный заказ это организационный процесс по приобретению прав собственности на строительно-монтажные работы и услуги в инвестиционно-строительной сфере в соответствии с потребностями региона, представляющий собой форму взаимодействия государственного заказчика с субъектами ИСК на основе договорных отношений.*

Литература:

1. Асаул, А. Н. Развитие институтов гражданского общества //Вестник гражданских инженеров .- 2007. №3 (12). С-68- 72
2. Кныш, В. А. Маркетинговая концепция управления государственными заказами.- СПб: Изд-во СПбГПУ.- 2003
3. Кошель, В. В. Особенности инновационного механизма системы государственного заказа и привлечения инвестиции в региональном строительном комплексе //Вестник гражданских инженеров .- 2005. №2 (3). С-67- 71
4. Кощеев, В. А. Оценка конкурентоспособности строительной организации через участие в подрядных торгах / В. А Кощеев, Д.. А. Гордеев//Вестник гражданских инженеров .- 2006. №1 (6). С-67- 71
5. Скуматов, Е. Г. Предпринимательские сети в хозяйственном комплексе Российской Федерации//Экономическое возрождение России.- 2005 . №2 (4). С. 41-48 ; № 3 (5) С. 53-58
6. Теория и практика организации и проведения подрядных торгов в регионе: монография / А. Н. Асаул [и др].– СПб.: Гуманистика, 2005. -240 с.