

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Обращение к категории «государственное предпринимательство» и раскрытие сущности этого феномена через государственный строительный заказ позволил раскрыть особенности госпредпринимательских отношений в отечественной экономике, что соответствует общеэкономическим тенденциям к развитию предпринимательских инициатив в региональных образованиях и при осуществлении различных видов деятельности.

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

- 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 "сетезации" хозяйственных сфер;
- новая экономика опирается на расширение государственного предпринимательства, модификации его форм и методического инструментария.

В книге разработаны научно-теоретические предпосылки управления государственными закупками, в рамках которых осуществляется госзаказ, с позиций макромаркетинга и государственного маркетинга. Определены базовые характеристики государственного маркетинга как комплексной программной деятельности, направленной на регулирование предпринимательства и процесса удовлетворения общественных потребностей в секторах, где рыночный механизм не является полностью дееспособным. Обосновано использование государственного маркетинга как инструмента реализации макроэкономической маркетинговой деятельности. Разработана маркетинго-ориентированная концепция управления государственным строительным заказом, которая агрегирует основополагающие принципы маркетинга взаимодействия, бюджетного маркетинга в составе государственного регулирования, а также управления информационными процессами на всех уровнях национальной социально-экономической системы.

Уточнено содержание понятия "государственный строительный заказ". На основе анализа его структуры и определения основных функций; сформированы принципы, обуславливающие эффективность реализации функций, а также общие и специфические принципы маркетинго-ориентированной концепции государственного строительного заказа, отражающие свойства единой системы

госзакупок в составе государственного регулирования экономики и особенности строительной деятельности, в масштабе отдельных строительных организаций и ИСК в целом. Сформулированы методологические принципы управления региональным государственным строительным заказом, учитывающие специфику маркетинго-ориентированной парадигмы и идеологию функционирования бюджетной сферой, в состав которой входит система госзакупок.

Обоснованы методологические подходы к формированию регионального рынка государственного строительного заказа; раскрыта экономическая природа взаимоотношений государства и строительных организаций, функционирующих на данном рынке; разработана схема взаимодействия участников процесса формирования и реализации государственного строительного заказа. Обоснована целесообразность использования сетевого подхода при формировании и реализации государственного строительного заказа, предложена совокупность методов, обеспечивающих реализацию данного подхода.

Определены ключевые признаки рынка государственного строительного заказа, позволяющие идентифицировать методологию управления государственным строительным заказом как методологию внешней адаптивности и внутренней управленческой активности.

В качестве одной из составляющих методологического базиса настоящей работы, исследована система прокьюреента, обеспечивающая организацию процесса государственных закупок продукции, работ и услуг на принципах экономного использования средств бюджета. Строительный прокьюремент представляет собой систему государственных закупок строительной продукции, которая выстраивается на принципах маркетинго-ориентированной концепции государственного строительного заказа и в соответствии с градостроительными ориентирами и охватывает не только этап формирования заказов, но и этап их реализации в условиях ресурсной обеспеченности.

Строительный прокьюремент позволяет не только эффективно расходовать бюджетные средства, но и дополнить их внешними инвестициями, что необходимо для возведения строительных объектов с их высокой капиталоемкостью. Строительный прокьюремент как явление выходит за рамки задач по проведению подрядных торгов, хотя функции последних не утрачивают своей значимости. Он включает в себя систему градостроительных и творческих обоснований, а также экономических обоснований в отношении целесообразности и рациональности использования ресурсного потенциала регионального социально-экономического комплекса. Строительный прокьюремент охватывает как стратегические, так и тактические аспекты.

Разработаны методические рекомендации по рационализации процесса организации и проведения подрядных конкурсов как механизма реализации государственного строительного заказа в системе экономических отношений, складывающихся на рынке госзаказа; предложены к использованию информационная модель подрядных торгов, а также методы информационного обеспечения торгов, обеспечивающие получение полной, достоверной и актуальной информации. Разработаны экономико-организационные механизмы проведения подрядных конкурсов, включающие последовательность конкурсных процедур,

технологии обоснования цены конкурсных предложений, а также средства информационного обслуживания, в составе инфраструктурных составляющих процесса реализации маркетинго-ориентированной концепции государственного строительного заказа.