

*Маркичев Владимир Александрович,
старший преподаватель кафедры «Экономика дорожного
хозяйства» МАДИ, Москва*

*Шестов Андрей Владимирович,
к.э.н, д.т.н, доцент, доцент кафедры
«Экономика дорожного хозяйства» МАДИ, Москва*

*Фамина Наталия Валентиновна,
к.ф.н, доцент, доцент кафедры
«Иностранные языки» МАДИ, Москва*

ОСОБЕННОСТИ РЫНОЧНЫХ ОТНОШЕНИЙ В СТРОИТЕЛЬСТВЕ (СТРОИТЕЛЬНЫЙ РЫНОК КАК СИСТЕМА)

Аннотация. Строительный рынок представляет собой сложную саморазвивающуюся систему, которая состоит из субъектов и объектов строительного рынка, инфраструктуры, рыночного механизма, а также государственного контроля, регулирования и саморегулирования рынка. Анализ сегментации строительного рынка позволил сделать вывод, что сегментация строительного рынка – это процесс разделения рынка на четкие группы потребителей в соответствии с заранее определенными критериями.

Ключевые слова: рыночные отношения, строительный рынок, строительные товары, услуги, система, инфраструктура.

*Vladimir Markichev A,
senior teacher of the Department of «Economics of road management»*

MADI, Moscow

Shestov Andrey V,

*Ph. D, associate professor, associate professor of the
Department of «Economics of road management» MADI, Moscow*

Famina Natalya V.,

*Ph. D, associate professor, associate professor of the
Department of «Foreign languages» MADI, Moscow*

FEATURES OF MARKET RELATIONS IN CONSTRUCTION (CONSTRUCTION MARKET AS A SYSTEM).

***Abstract.** The construction market is a complex self-developing system which consists of the construction market subjects and objects, infrastructure, market mechanisms as well as the market State control, regulation and self-regulation. The analysis of the segmentation of the construction market made it possible to conclude that the segmentation of the overall construction market is the process of dividing the market into four clear groups of consumers in accordance with predetermined criteria.*

***Keywords:** market relations, construction market, construction goods, services, system, infrastructure.*

Понятие «строительный рынок» и его сегменты являются предметом активных научных исследований многих авторов в современной литературе. Исследователи Д.Н. Быков, Г.В. Хомкалов [3, с. 26] доказывают, что строительный рынок представляет собой большую, сложную, динамичную и вероятностную систему.

А.А. Журтов [5, с. 16] считает, что строительный рынок представляет собой сложную форму организации взаимоотношений между инвесторами, проектировщиками, подрядчиками, поставщиками и институтами рыночной инфраструктуры.

Группа ученых, в состав которой входят Д.П. Ануфриев, С.Н. Коннова, Е.В. Каргаполова, А.И. Алиева [1, с. 33], считает, что строительный рынок – это система связей, реализующая интересы участников строительного процесса.

И.С. Степанов [8, с.172] считает, что строительный рынок представляет собой открытую организационно-экономическую систему. Субъекты рынка (инвесторы, заказчики, подрядчики, проектные организации, предприятия промышленности строительных материалов и т.д.) реализуют свои взаимные экономические интересы в условиях функционирования товарно-денежных отношений.

По мнению И.С. Степанова, строительный рынок как система включает:

- субъекты строительного рынка;
- объекты рыночных отношений;
- инфраструктура рынка строительного комплекса;
- рыночный механизм;
- государственный контроль, регулирование и саморегулирование

рынка [8, с. 247].

Итак, субъектами (элементами) строительного рынка являются инвесторы, заказчики, подрядчики, проектно-изыскательские организации, научно-исследовательские институты, предприятия индустрии строительных материалов, изделий и конструкций, строительные и дорожно-машиностроительные предприятия, предприятия (заводы), являющиеся производителями технологического, энергетического и другого оборудования и население.

Объектами (субъектами) рыночных отношений являются строительная

продукция (здания, сооружения, объекты, их комплексы и т.д.); строительные машины, транспортные средства, энергетическое, технологическое и иное оборудование; материалы, изделия, конструкции; капитал; рабочая сила; информация и т.д.

Инфраструктура строительного рынка включает в себя:

1. Предприятия и фирмы строительной и смежных отраслей, образующие строительный комплекс, в том числе:

– строительные компании, которые реализуют:

а. новое строительство;

б. капитальный ремонт промышленных и непромышленных зданий, жилья и объектов социального, культурного и коммунального назначения;

в. эксплуатация транспортных и нефтегазовых строительных объектов;

г. проектные, проектно-изыскательские организации, инжиниринговые, консалтинговые научно-исследовательские и опытно-конструкторские фирмы строительного профиля;

д. организации и учреждения, осуществляющие технический надзор в строительстве.

– предприятия и отрасли промышленности, поставляющие строительной отрасли предметы труда (строительные материалы, изделия, полуфабрикаты и конструкции) и средства труда (дорожные и строительные машины, оборудование для промышленности строительных материалов);

– организации, которые ремонтируют строительную технику;

– организации, компоненты, оборудование и специальные материалы;

– учреждения, которые готовят персонал для строительной отрасли.

2. Учреждения, осуществляющие обмен товарами: биржи, ярмарки, аукционы, торговые дома, дилерские центры и брокерские конторы.

3. Учреждения банковской системы, обеспечивающие накопление и движение инвестиций в их финансовой форме: банки, брокерские конторы, акционерные общества, инвестиционные и страховые фонды.

4. Учреждения, предоставляющие различные услуги: аудиторские фирмы, страховые компании, юридические фирмы и т.д.

5. Центры, которые сертифицируют производственные организации с целью лицензирования их деятельности.

6. Транспортные организации.

А.П. Свинцов и А.М. Шубин [7, с. 15], рассматривают строительный рынок как открытую технико-экономическую саморазвивающуюся систему со сложной структурой взаимодействия и производственно-экономических отношений при проектировании, строительстве, реконструкции, ремонте или сносе зданий и сооружений различного назначения, а также как производство и продажа строительных материалов, конструкций, специальных машин, механизмов и приспособлений.

И.С. Степанов считает, саморегулирование рынка происходит на основе спроса и предложения, а А.П. Свинцов и Шубин А.М. указывают, что спрос, предложение и саморегулирование рынка происходят также в конкурентной среде. По нашему мнению, конкуренция является неотъемлемой частью рыночного саморегулирования. Чем активнее конкуренция и чем лучше условия для ее проявления, тем совершеннее рынок. Устанавливая критерии эффективности, конкуренция является не только методом экономического контроля, но и способом стимулирования постоянного совершенствования.

Ю.К. Перский и Ю.В. Катаева [6, с. 49] изучили организационную и продуктовую специфику рынка жилищного строительства. Они считают, что рынок жилищного строительства включен в систему трех рынков: рынка недвижимости, строительного рынка и инвестиционного рынка. В то же время определения рынка недвижимости, а также строительного рынка могут быть применены к рынку жилья. Следовательно, рынок недвижимости, строительный рынок и рынок жилья могут иметь схожие определения.

Однако, на наш взгляд, рынок недвижимости и рынок жилья являются структурными элементами строительного рынка, следовательно, они не могут адекватно охарактеризовать сущность строительного рынка.

Н.И. Бакушева [2, с. 207] считает, что строительный рынок является составной частью инфраструктуры рынков инвестиционных товаров и одним из сегментов национального рынка, который существенно отличается от рынков других отраслей. Эти различия включают:

- товары для продажи;
- субъекты рыночных отношений;
- система ценообразования.

Для того чтобы идентифицировать потребителей и их потребности, узнать своих конкурентов и в дальнейшем применять различные стратегии для разработки новых видов продукции, рекламы, стимулирования сбыта и продвижения товара, необходимо сегментировать строительный рынок.

Е.А. Дикамова и Н.А. Хальзова [4, с.314] считают, что сегментация строительного рынка – это процесс выявления групп потребителей, которые одинаково реагируют на один и тот же стимулирующий маркетинг.

В исследовании авторов выделяются следующие классификационные признаки сегментации строительного рынка:

1. Охват (макро- и микро-сегменты рынка).
2. Глубина проникновения (глубокая сегментация, широкая сегментация).
3. Сегментация в соответствии с маркетинговым планом (предварительный предшествует созданию компании, окончательный является частью маркетингового плана).
4. Сегментация рынка по назначению (типам).
5. Сегментация клиентов.

Сегментируя строительный рынок по назначению (типам), Е.А. Дикамова и Н.А. Хальзова выделяют следующие сегменты:

- строительный рынок (жилье, коммерческая недвижимость, промышленные объекты);
- рынок строительных материалов, изделий и конструкций;

– рынок ремонтно-строительных работ.

Е.А. Дикамова и Н.А. Хальзова выделяют следующие классификационные признаки на примере рынка строительных материалов:

1. Промышленное назначение строительных материалов.
2. Тип исходного сырья.
3. Показатели качества (вес, прочность и т.д.).
4. Функциональное назначение.

Принимая во внимание классификационные особенности строительных материалов, авторы выделяют следующие сегменты рынка:

1. Рынок цемента.
2. Рынок стеновых материалов.
3. Рынок неметаллических материалов.
4. Рынок железобетонных конструкций.
5. Рынок листового стекла.

Основными потребителями рынка строительных материалов являются:

- крупные строительные компании, (60% рынка);
- небольшие строительные и ремонтные компании (25% рынка);
- частные потребители (15% рынка).

Таким образом, строительный рынок представляет собой сложную саморазвивающуюся систему, которая состоит из субъектов и объектов строительного рынка, инфраструктуры, рыночного механизма, а также государственного контроля, регулирования и саморегулирования рынка.

Субъекты строительного рынка функционируют во взаимной связи и взаимоотношениях между собой в условиях конкуренции, а также соотношения спроса и предложения.

Рынок имеет внутреннюю инфраструктуру, т.е. совокупность отдельных хозяйствующих субъектов, взаимодействие которых определяет нормальное функционирование рыночного механизма.

Развитие строительного рынка регулируется государственной,

региональной и муниципальной нормативной базой, и определяется реализацией государственной политики в строительной отрасли, а также зависит от территориальной дифференциации, направлений развития региональной политики строительной отрасли, а также различных подходов к организации управления строительной отраслью. строительная отрасль, уровень государственных субсидий и т.д.

Итак, мы можем сказать, что сегментация строительного рынка – это процесс деления рынка на четкие группы потребителей в соответствии с заранее определенными критериями.

Список использованной литературы

1. Ануфриев Д.П., Коннова С.Н., Каргаполова Е.В., Алиева А.И. Оценка развития строительного рынка. Инженерно-строительный вестник Каспийского региона. № 3 (9). 2015. С. 33-39
2. Бакушева Н.И., Гусарская О.В., Пятницкая С.М., Савенкова О.П., Тихонова А.Н. Экономика строительной отрасли: учебное пособие. М.: Академия. 2019. 224 с.
3. Быков Д.Н., Хомкалов Г.В. Рынок строительных материалов в условиях конкуренции // Известия вузов. Инвестиции. Строительство. Недвижимость. 2018. №3 (26). С. 26-31
4. Дикамова Э.А., Хальзова Н.А. Сегментация рынка строительных материалов // Ученые заметки ТОГУ. 2015. Т. 6. № 1. С. 314-317.
5. Журтов А.А. Управление организационной и экономической устойчивостью строительного предприятия. Дис. кандидата экономических наук: 08.00.05 / Кабард.-Балкар. гос. с.-х. акад. Нальчик, 2004. 163 с.
6. Перский Ю.К., Катаева Ю.В. Исследование организационных и продуктовых особенностей рынка жилищного строительства. Вестник Пермского университета. Экономика 3(6). 2020 С. 49-58
7. Свинцов П.А., Шубин М.А. Экономика строительства. М.:

Российский ун-т дружбы народов, 2021. 230 с.

8. Степанов И.С. Экономика строительства – в изд. доп и перераб. – М. Юрайт-Издат, 2017. 620 с.