**Рухадзе А.М.**

(кафедра экономики Образовательного частного учреждения высшего образования «Международный инновационный университет»).

**Маркетинговые принципы обновления основных фондов**

**строительных предприятий Краснодарского края.**

*Справка IT- системного администратора сайта*: (дайджест по тексту рекламного издания «Маркетолог Юга России».-2011.-№1.-С.22-26., зарегистрированного в *информационно- рекламном публикаторе* дайджестов, экономических подборок и кратких рекламных обзоров статей, имеющих высокий рекламный рейтинг по анализу популярности количества прочтений специалистами в сфере маркетинга). Текст публикатора доступен с 12.09.2011; материал получен и в автоматическом режиме размещен в 10:45 по мс 12.09:2011 по ссылке <http://optima-sochi.ru/our-services/predlozhenie-po-reklame/>

Как отмечает известный кубанский маркетолог Т.И. Давыдова (2011) «в строительную индустрию входит около семисот субъектов, хозяйствующих как малые строительные фирмы. В них трудится по данным на начало 2011 года около 32 тысяч человек. Кубань занимает ведущие места среди регионов страны по производству кирпича, цемента, материалов на основе гипса, сборного железобетона, инертных заполнителей. За пределы края вывозится 1/3 произведенных в крае строительных материалов, в том числе цемент, изделия из гипса, железобетон и кирпич. Однако, чтобы продукция местной стройиндустрии была конкурентоспособной, необходимо внедрение в производство новых технологий, применение на практике схем комплексного использования природного сырья, вторичных ресурсов и отходов промышленного производства. Промышленность строительных материалов и местная минерально-сырьевая база развиваются на Кубани на основе лучшей международной практики. Этому способствует обновление основных фондов предприятий с переходом на более высокий уровень их технического оснащения, привлечение необходимых инвестиций для модернизации действующих производств, ввод новых мощностей и их эффективная эксплуатация. Идет реконструкция действующих малых заводов с целью увеличения мощностей и переводу технологии на энергосберегающий "сухой" способ выпуска цемента, строятся новые предприятия, оснащенные современной технологией и оборудованием. Например, только с вводом в эксплуатацию в 2006 году ООО "Атакайцемент" (г. Новороссийск) завода по производству цемента мощностью 0,6 млн. тонн суммарные мощности по выпуску цемента в крае составили около 5 млн. тонн. Разработчики стратегии подсчитали, что за счет реконструкции существующих производств цемента в городе Новороссийске и строительства новых в Туапсинском, Крымском и других районах к 2020 году мощности по выпуску цемента возрастут в 3–3,5 раза. И роль малого бизнеса (как инициатора выпуска продукции для местной стройиндустрии) здесь бесспорна. Например, строительство завода по производству материалов на основе пенополистирола мощностью 456 тыс. куб. м изделий в год в станице Павловской, а также предприятия по производству теплоизоляционных изделий из базальтового волокна мощностью 45 тыс. куб. м в год в Мостовском районе и завода по производству керамзита мощностью 100 тыс. куб. м в год в Северском районе (что осуществляется на паях представителями малого бизнеса) способствуют развитию в крае производства теплоизоляционных материалов. Для повышения эффективности планирования и проведения геологоразведочных работ, обеспечения устойчивости их объемов в 2007 году разработана краевая программа "Геологоразведочные работы по развитию минерально-сырьевой базы строительного комплекса Краснодарского края" до 2020 года. Стратегия развития строительного комплекса является одним из механизмов реализации Стратегии социально-экономического развития края до 2020 года и позволяет создать потенциал перспективного развития строительного комплекса на основе повышения эффективности государственного управления, внедрения информационных технологий и практического взаимодействия со смежными отраслями». В этом контексте возрастает роль государственного регулирования условий маркетинговой среды в сфере регионального строительства, что крайне значимо, в т.ч. для малых строительных фирм, особенно при получении госзаказов. Алгоритм принятия управленческих решений в сфере строительства (с учетом интересов малого бизнеса) в Краснодарском крае постоянно совершенствуется и по данным А.Н. Ткачева (2011) сегодня представлен рыночным взаимодействием ряда предпринимательских и административных структур. Названный автор отмечает, что «объем отгруженной продукции, выполненных работ малыми строительными фирмами в строительном комплексе Кубани за январь-сентябрь 2011 года составил 115,6 млрд. руб. или 147,6% к аналогичному периоду 2010 года. Сальдированный финансовый результат крупных и средних предприятий и малых организаций строительного комплекса за январь-август 2011 года составил прибыль в сумме около 10,8 млрд. руб. или 155,6 % к соответствующему периоду 2010 года. За третий квартал индекс физического объема выпуска строительных материалов этими же предприятиями (с учетом показателей малых фирм) составил 106,2%. В январе-сентябре 2011 года по отношению к аналогичному периоду 2010 года в Краснодарском крае выпущено:

-цемента - 3,4 млн. тонн или 112,7%;

-гипса - 0,33 млн. тонн или 103,8%;

-кирпича -  464 млн. шт. или 103,2%.

-сборных железобетонных конструкций и изделий из бетона – свыше 0,8 млн. куб. м. или 109,5%.

-нерудных строительных материалов – 11,8 млрд. куб. м. или 111,8%.

Объём работ по виду деятельности "Строительство" за январь-сентябрь 2011 года составил 121 млрд. руб. или 125,5% к аналогичному периоду 2010 года в сопоставимых ценах, в том числе без учёта неформальной экономики – 93,6 млрд. руб. Достижение положительной динамики роста объема выпущенной продукции связано с ростом эффективности работы действующих организаций, в т.ч. малых строительных предприятий, и вводом в эксплуатацию новых мощностей. Так, за 9 месяцев 2011 года ввод новых мощностей по добыче (только с помощью МП) нерудных строительных материалов составил на Кубани 2,3 млн.куб.м.». Всё вышеизложенное явилось залогом успешного выполнения на территории Краснодарского края в 2008-2011 годах нескольких целевых программ в сфере строительства.

 **Литература.**

1. Давыдова Т.И. Маркетинг в строительной индустрии малых предприятий Кубани.// электронный ресурс: : [www.optima-sochi.ru](http://www.optima-sochi.ru).Маркетинг и предпринимательство.- 2011.- №2.- С. 44-49.
2. Ткачев А.Н. Алгоритм принятия управленческих решений в сфере строительства на Кубани. // электронный ресурс: [www.optima-sochi.ru](http://www.optima-sochi.ru). Строительство в Российской Федерации.-2011.-№7.-С.29-33.