

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МЕЖДУНАРОДНЫЙ ИННОВАЦИОННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**Серия рекламно- информационных брошюр:
«БИБЛИОТЕКА ПРАКТИЧЕСКОГО МАРКЕТОЛОГА»**

Раздел: «ИНФОРМАЦИОННЫЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ»

ЯЗЫДЖАН А.З., КРАВЧУК Е.Г.

Технологии маркетингового контроля за социально- ориентированной составляющей деятельности предприятий на рынке первичного и вторичного жилья.

Рекламно- информационное издание

(зарегистрировано в *информационно- рекламном публикаторе* дайджестов, экономических подборок и информационных обзоров статей, имеющих высокий рекламный рейтинг по анализу популярности количества прочтений специалистами в сфере маркетинга). Текст публикатора доступен с 09.09.2011; материал получен и в автоматическом режиме размещен в 15:38 по мс 09.09:2011 по ссылке <http://optima-sochi.ru/our-services/predlozhenie-po-reklame/>).

Авторская версия на бумажном носителе информации.

СОЧИ -2011

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МЕЖДУНАРОДНЫЙ ИННОВАЦИОННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

УТВЕРЖДЕНО РЕШЕНИЕМ НАУЧНО- МЕТОДИЧЕСКОЙ КОМИССИИ
ОЧУ ВО «Международный инновационный университет» и (г. Сочи)
(протокол № 43/09- ИП от 08.09.2011)



Первый проректор ОЧУ ВО «МИУ»

Л.С. Довгаль

НА ПРАВАХ РУКОПИСИ

ЯЗЫДЖАН А.З., КРАВЧУК Е.Г.

Технологии маркетингового контроля за социально- ориентированной составляющей деятельности предприятий на рынке первичного и вторичного жилья.

Рекламно- информационное издание

(зарегистрировано в *информационно- рекламном публикаторе* дайджестов, экономических подборок и информационных обзоров статей, имеющих высокий рекламный рейтинг по анализу популярности количества прочтений специалистами в сфере маркетинга). Текст публикатора доступен с 05.09.2011; материал получен и в автоматическом режиме размещен в 11:26 по мс 05.09:2011 по ссылке <http://optima-sochi.ru/our-services/predlozhenie-po-reklame/>).

Авторская версия на бумажном носителе информации.

Сочи- 2011

Настоящее рекламно- информационное издание выполнено на кафедре экономики образовательного частного учреждения высшего образования «Международный инновационный университет».

УТВЕРЖДЕНО РЕШЕНИЕМ НАУЧНО- МЕТОДИЧЕСКОЙ КОМИССИИ

ОЧУ ВО «Международный инновационный университет» и (г. Сочи)

(протокол № 43/09- ИП от 08.09.2011)



Первый проректор ОЧУ ВО «МИУ»

Л.С. Довгаль

Предложенные инновации в экономической экспертизе и последующем контроле уровня маркетинговой деятельности строительных фирм на рынке первичного и вторичного жилья базировались на ингредиентах термина «маркетинговая монодиальность», что рассматривалось как совокупность терминологических характеристик, индивидуализирующих способность строительной фирмы количественно оказаться в существенном сбытовом опережении конкурентов за счет неординарных маркетинговых решений своих высококвалифицированных менеджеров. При этом, ведущим научным принципом формирования целевых программ эксплуатационных услуг в жилищно-коммунальном секторе российских муниципальных образований являлось минимизация рисков инвестиций, вложенных конкретным потребителем в покупку строящегося или существующего жилья, на основе интенсивного внедрения контаминант - маркетинговых программ, объединяющих сбытовую стратегию застройщика при продаже первичного жилья и стратегию его послепродажной эксплуатации управляющей ЖКХ-компанией (в рамках единой схемы личностных коммуникаций маркетологов этих организаций, действующих в российских мегаполисах и иных муниципальных образованиях РФ).

Введение.

Рассматривая возможности осуществления этапной экономической экспертизы уровня маркетинговой взаимосвязанности или разобщённости форм организации продвижения продукта строительных фирм на рынке первичного и вторичного жилья, следует указать, что до настоящего времени в отечественной и зарубежной литературе нет единого мнения о технологии маркетингового контроля за социально-ориентированной составляющей производственных программ на различных сегментах рынка, в т.ч. и на рынке первичного и вторичного жилья. Например, известный сочинский исследователь – экономист В. Л. Головкин (2006) отмечает, что маркетинговый инструментарий оценки качества менеджера по маркетингу на любом сегменте рынка может соотноситься с конкретными мероприятиями, представленными в таблице 1.

Таблица 1. Система маркетингового контроля как инструментарий оценки качества работы менеджера на различных сегментах рынка (по версии В. Л. Головкин, 2006).

Вид контроля	Цель контроля	Содержание
1. Контроль результатов (тактический): контроль за выполнением квартальных и годовых планов контроль показателей прибыльности	Проверить, были ли достигнуты запланированные результаты деятельности предприятий-баз исследования. Проверить, где изучаемое предприятие получает и теряет деньги.	Анализ объемов продаж. Анализ рыночной доли. Анализ отношения объемов продаж и затрат на маркетинг. Финансовый анализ. Анализ мнений потребителей. Определение прибыльности в разрезе отдельных рынков сбыта и т.д.
контроль эффективности маркетинговых мероприятий 2. Стратегический маркетинговый контроль	Оценить и повысить эффективность маркетинговой деятельности баз исследования. Проверить, наилучшим ли образом изучаемая фирма использует свои маркетинговые возможности.	Анализ эффективности рекламы, стимулирования сбыта, каналов сбыта продуктовой и ценовой стратегий и т.д. Ревизия системы маркетинга предприятий-баз исследования.

Как следует из данных таблицы 1, маркетинговый контроль, в т.ч. на рынке первичного и вторичного жилья в мегаполисах, это комплекс организа-

ционно-экономических мероприятий, направленных на проверку эффективности запланированных результатов рыночной деятельности менеджеров по повышению прибыльности строительного предприятия.

Раздел 1. Качество маркетинговых решений на рынке жилья.

Обсуждая вопросы форм и методов маркетинговых решений, позволяющих интенсифицировать скорость продвижения строительного продукта в мегаполисах, необходимо подчеркнуть, что наш контент-анализ литературных и официальных источников по указанной проблеме позволяет констатировать экономическую разноголосицу в методологии экспертизы эффективности прямого и опосредованного маркетинга строительных организаций. В этой связи, надлежит обратиться к следующим официальным данным: проведенный Счетной палатой сопоставительный анализ прогноза развития экономики страны на период до 2013 года и Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года (далее Концепция) подтвердил наличие имеющихся проблем при прогнозировании, так как предлагаемый прогноз не обеспечивает достижения целевых экономических индикаторов, предусмотренных в Концепции (С.В. Степашин, 2010). На первом этапе реализации Концепции (2012 год к 2007 году) темпы роста ВВП должны были составить 137-138 %, на втором этапе (2020 год к 2012 году) – 164 -166 %, что позволило бы к 2020 году по сравнению с 2007 годом увеличить ВВП в 2,25 - 2,3 раза. Однако, существенное снижение макроэкономических показателей в 2009 году вследствие финансово-экономического кризиса и последующее прогнозируемое относительно медленное восстановление экономики не позволят достичь намеченного на первом этапе реализации Концепции целевого индикатора роста ВВП. Так, по данным прогноза, темп роста ВВП составит в 2012 году по сравнению с 2007 годом лишь 109,1 %. Таким образом, для достижения целевого значения Концепции объем ВВП должен в 2020 году относительно 2012 года увеличиться примерно в 2,1 раза, а среднегодовые темпы роста ВВП в 2013 - 2020 годах должны быть не ниже 109,5 - 109,8 %. Аналогичные риски содержатся в до-

стижении и некоторых других целевых макроэкономических индикаторов, представленных в таблице 2. Имеющиеся риски, связанные с достижением намеченных в Концепции целевых макроэкономических индикаторов, могут потребовать их корректировки, обусловленной изменившимися условиями со-

Таб. 2. Темпы роста макроэкономических показателей (С.Е. Нарышкин, 2010).

Материалы Бюджетного Послания (в тр.руб.)	2012 год к 2007 году		2020 год к 2012 году	2020 год к 2007 году	2020 год к 2012 году	2013- 2020 гг. средне- годовые темпы роста (расчет-
	Концеп- ция (I этап)	Прогноз на 2011- 2013 гг.	Концепция (II этап)	Концепция	Расчетно (проект)	
Валовой внут- ренний продукт	137-138	109,1	164-166	225-229	206,7-211,3	109-109,8
Производитель- ность труда	140-141	110,1	171-178	239-251	219,1-228,8	110-110,9
Инвестиции в ос- новной капитал	180-185	107,5	215-223	387-412	360,9-381	117-118,2
Реальные распола- гаемые доходы населения	153-154	117,3	164-172	251-265	214,4-225,5	110-110,7

иально -экономического развития страны и высокой степенью неустойчивости развития мировой и российской экономики.

Раздел 2. Маркетинговый инструментарий в составлении прогнозов развития РФ в контексте аналогичных показателей зарубежных стран.

Темпы прироста мировой экономики (оценка на 2010 год и прогноз на 2011 -2013 годы Минэкономразвития России) представлены в таблице 3.

Анализ динамики показателей, характеризующих социально-экономическое развитие Российской Федерации, свидетельствует о том, что, по прогнозу, в 2010-2013 годах предполагается некоторая стабилизация экономического роста на относительно невысоком уровне **по сравнению с зарубежными странами**, особенно на фоне более глубокого спада в 2009 году российского ВВП по сравнению с большинством стран мира. Если в течение 2003 - 2008 годов среднегодовой темп прироста ВВП России составлял 7 % и находился на уровне, близком к соответствующим показателям Китая (10,7 %), Индии (8,4 %), Ка-

захстана (8,5 %), существенно превосходя среднегодовые темпы прироста экономик развитых

Таб. 3. Темпы прироста (в % к предыдущему году) мировой экономики (А.Жуков, 2010).

	вариант	2009 год	2010 год	2011 год	2012 год	2013 год
Мир	базовый	-0,6	4,3	3,8	4	4,2
	консервативный			3,2	3	2,8
	оптимистичный			4,3	4,6	4,8
США	базовый	-2,4	3	2,4	2,4	2,5
	консервативный			1,5	1,4	1,8
	оптимистичный			2,9	3	3,2
Еврозона	базовый	-4,7	1,2	1,4	1,6	1,6
	консервативный			1	1	0,8
	оптимистичный			1,8	1,9	2
Япония	базовый	-5,3	3	1,2	1,2	1
	консервативный			1	0,8	0,5
	оптимистичный			1,8	2,2	2
Китай	базовый	8,7	10	8,5	8,6	8,5
	консервативный			8	6	7,2
	оптимистичный			9,5	9,8	9,7
СНГ	базовый	-6,6	4,7	4,7	5,3	4,9
	консервативный			4,5	4,5	4,2
	оптимистичный			5,2	6,7	5,8
Россия	базовый (2б)	-7,9	4	4,2	3,9	4,5
	консервативный (1б)			3,2	3	3,3
	консервативный (1а)			3,6	2,9	2,2
	оптимистичный (2с)			4	4,5	4,9

стран - США (2,4 %), Японии (1,6 %), Еврозоны (1,8 %), то в 2009 году сокращение российского ВВП (-7,9 %) было более существенным, чем в США (-2,4 %), Японии (-5,3 %), Евроzone (-4,1 %). При этом в крупнейших развивающихся странах в 2009 году имело место увеличение ВВП - на 8,7 % в Китае, на 5,7 % в Индии; в Казахстане также был зафиксирован прирост ВВП на 1,2 %. Базовый вариант прогноза предполагает, что в 2010 - 2013 годах темпы роста российской экономики будут превышать невысокие показатели роста экономик развитых стран при существенном отставании от экономической динамики развивающихся стран, в частности, крупнейшей - Китая. В 2010-2013 годах (по ба-

зовому варианту прогноза) среднегодовой темп прироста российской экономики составит 4,1%, США - 2,6%, Еврозоны - 1,4 %, Японии -1,6 %, Китая - 8,9 %, СНГ (без России) - 4,9 %. В результате в 2013 году ВВП превысит уровень 2008 года в России - на 8,4 %, в США - на 8 %, в Китае -на 52,9 %, в СНГ (без России) - на 13,1 %. При рассмотрении тенденций мировой экономики необходимо отметить неустойчивый характер общего экономического развития в 2010 году, по оценкам международных экспертов. Об этом свидетельствуют, например, прогнозы Международного валютного фонда, который в своем регулярном докладе «Перспективы развития мировой экономики», опубликованном в июле 2010 года, снизил прогнозные показатели темпов роста ВВП по некоторым регионам и странам мира по сравнению с прогнозом, представленным в апреле текущего года. В частности, прогноз по темпам роста ВВП в 2011 году снижен (в июльском прогнозе по сравнению с апрельским) в целом по Еврозоне - на 0,2 процентного пункта, по Японии - на 0,2 процентного пункта, по Китаю - на 0,3 процентного пункта, по Великобритании и Канаде - на 0,4 процентного пункта. Таким образом, существуют риски снижения темпов роста мировой экономики. По показателю ВВП на душу населения по паритету покупательной способности валют в 2010-2013 годах (по зарубежным странам расчеты базируются на обновленных данных Международного валютного фонда, публикуемых в регулярном докладе «Перспективы развития мировой экономики» («World Economic Outlook») по состоянию на 30 сентября 2010 года) сохранится существенное отставание России не только от экономически развитых, но и от ряда других стран. При этом наилучший к настоящему времени показатель ВВП на душу населения от уровня США, достигнутый Россией в 2008 году - 33,6 % (по оценке МВФ), может быть восстановлен к 2011 году, в 2013 году он может составить 35,5 % уровня США. В то же время указанный показатель в Китае увеличится почти в полтора раза - с 12,7 % в 2008 году до 18,9 % в 2013 году, в Казахстане - с 24,1 % до 28 %, постепенно приближаясь к российскому уровню. В Польше ВВП на душу населения к 2013 году достигнет 41,8 % уровня США, в Чехии - 54,7 %, то есть отставание Рос-

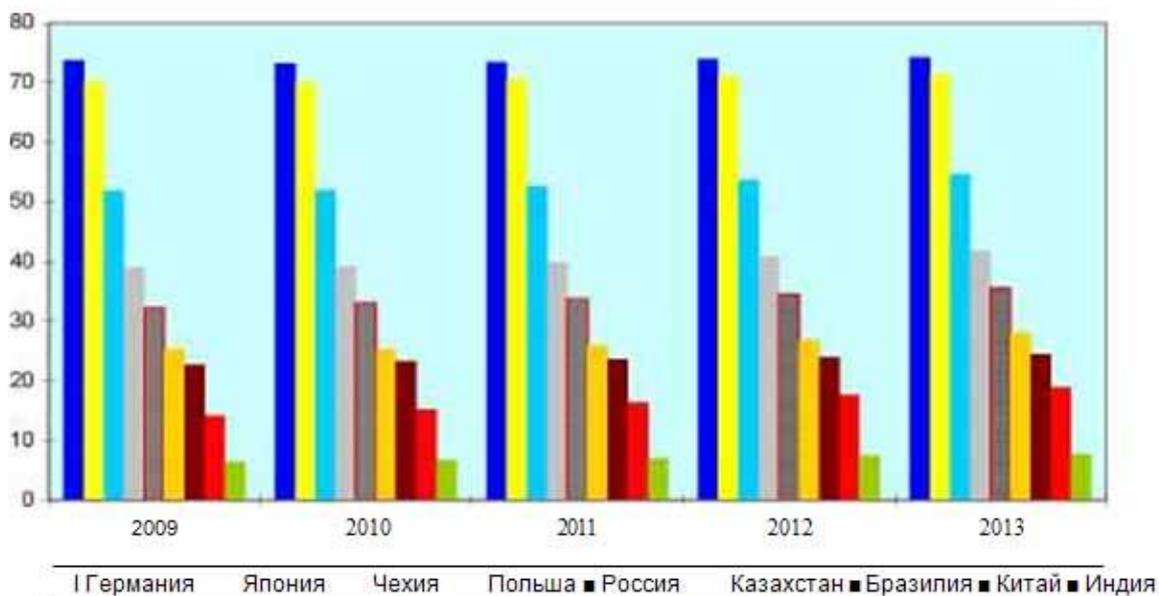
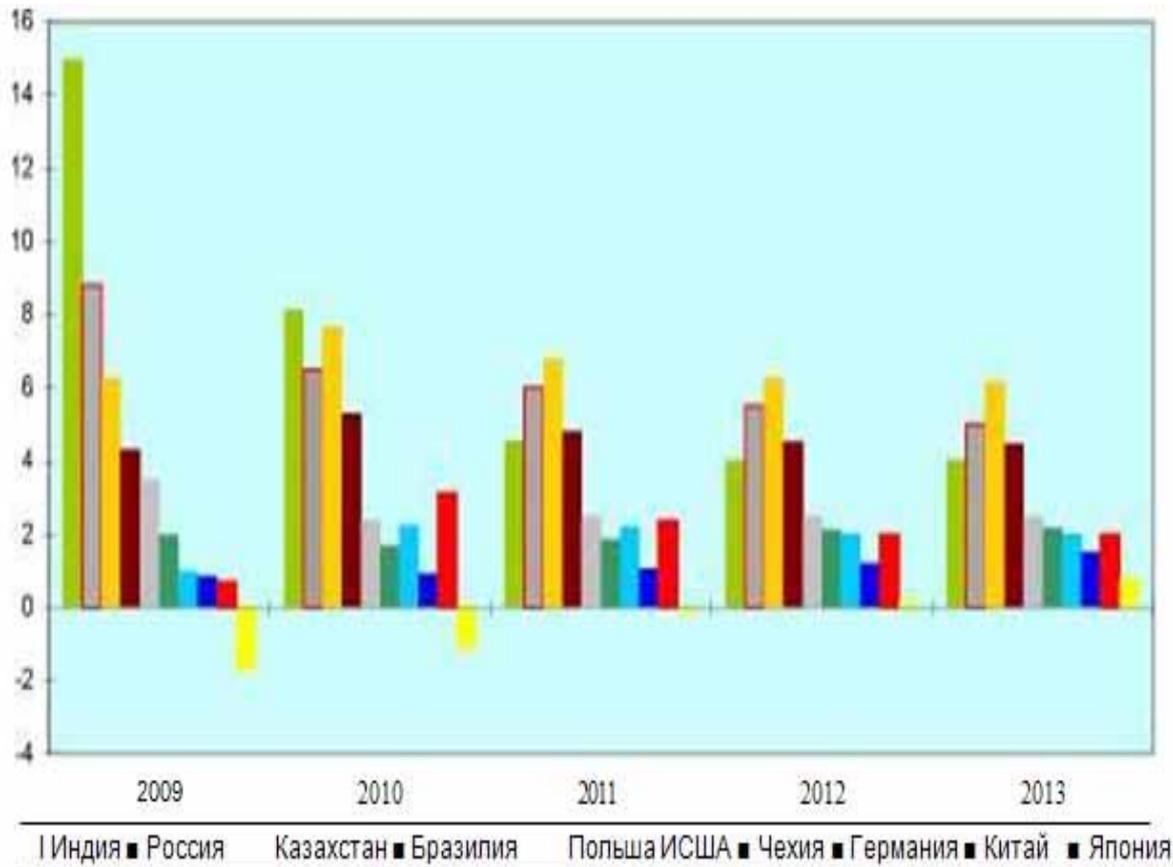
сии от этих стран преодолено не будет. Динамика соотношений среднедушевого ВВП в России и странах с различным уровнем развития со среднедушевым уровнем в США представлена на диаграммах 1 и 2.

Раздел 3. Материалы Бюджетного послания Президента РФ на 2011 год.

Уровень инфляции в России, по прогнозу Минэкономразвития России, хотя и снижается с 8,8% в 2009 году (декабрь к декабрю 2008 года) до 4,5-5,5% в 2013 году (декабрь к декабрю 2012 года), но в 2013 году будет оставаться заметно выше уровня инфляции не только в экономически развитых странах, но и во многих развивающихся странах, в частности, в Индии и Китае - 4 % и 2 % соответственно. Динамика уровня инфляции в России и ряде зарубежных стран представлена на диаграммах 1 и 2.

В целом прогнозы Минэкономразвития России и ведущих международных экономических организаций свидетельствуют о том, что позиции России относительно экономически развитых стран по важнейшим макроэкономическим параметрам в ближайшей перспективе качественно не улучшатся. Кроме того, Россия заметно уступает по динамике макроэкономических показателей ряду развивающихся стран, в том числе и некоторым странам СНГ. В январе - сентябре 2010 года, по имеющейся в Счетной палате сопоставление информации, выполнение предусмотренных на этот период мероприятий плана подготовки актов по реализации в 2009 - 2010 годах Основных направлений деятельности Правительства Российской Федерации на период до 2012 года (далее - Основные направления), утвержденного распоряжением Правительства Российской Федерации от 25 декабря 2008 г. № 1996-р, составило 60 % (по экспертной оценке), что может оказывать сдерживающее влияние на социально-экономическое развитие страны в 2011 - 2013 годах и на долгосрочную перспективу. Правительством Российской Федерации не внесены в Государственную Думу проект указа Президента Российской Федерации «О приоритетных направлениях развития науки, технологий и техники в Российской

Федерации и перечне критических технологий Российской Федерации» и проект федерального закона «Технический регламент «Общие требования к продукции, обеспечивающие защиту населения и территорий от чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера».



Диаграммы 1 и 2. Материалы Бюджетного послания Президента РФ на 2011г.

Счетная палата обращает внимание на необходимость своевременного выполнения мероприятий по реализации Основных направлений, определяющих приоритетные социально-экономические задачи.

Раздел 4. Маркетинг на рынке услуг последипломного обучения специалистов жилищно-коммунального хозяйства и строительства.

Обсуждая вопросы маркетинга на рынке услуг последипломного обучения специалистов жилищно-коммунального хозяйства и строительства, известный уральский маркетолог С.С. Набойченко (2011) подчеркивает, что «согласно современным представлениям о характере общественного производства, оно включает в себя как материальное, так и нематериальное производство, а каждое из них, в свою очередь, производство соответствующих благ и услуг. В процессе дальнейшей идентификации для практических нужд народно-хозяйственной статистики в качестве сфер деятельности обычно фигурируют, во-первых, производство материальных благ и, во-вторых, "объединенная" сфера услуг (материальных и нематериальных). При этом производство нематериальных благ каким-то непостижимым образом вообще исчезает из числа самостоятельных объектов статистического изучения, растворяясь в той же сфере услуг, например, в последнюю попадают такие отрасли - создатели нематериальных благ, как наука и высшее образование. Представляется, что производство нематериальных благ (без нематериальных услуг, которые все же целесообразно оставить в "объединенной" сфере услуг) необходимо выделить в качестве третьей сферы общественного производства в сферу интеллектуальной деятельности (как в области научного и научно-технического творчества, так и в области художественного творчества). Роль и значение сферы интеллектуальной деятельности по мере продвижения общества по инновационному пути развития стремительно возрастает. Несомненно, что для абсолютного большинства промышленно развитых и новых индустриальных стран именно третья сфера все в большей степени становится определяющей в национальной экономике. Видовая структура, внешние связи и кругооборот создаваемых нематери-

альных благ (прежде всего, в области научного и научно-технического творчества) представлены ниже. Интеллектуальная же деятельность в области художественного творчества, включающая в себя создание произведений литературы, архитектуры, живописи, графики, декоративно-прикладного искусства, музыки, танца, театра, кино и т. д., достаточно специфична. Что касается интеллектуальной деятельности в области научного творчества, то она заключается в создании новых нематериальных благ, распространении знаний о них (путем обучения специалистов, информирования о патентах и свидетельствах и т. д.), осуществлении трансформации нематериальных благ в инновации и трансфера результатов в сферу материальных благ, сферу услуг и в сферу интеллектуальной деятельности. При этом профессиональное обучение в рыночных условиях приобретает форму процесса капитализации знаний. Носители этих знаний (индивидуумы, обладающие человеческим капиталом, так же как инновационные результаты) перемещаются в одну из трех сфер общественного производства, где их личностный фактор производства трансформируется в функционирующий человеческий актив соответствующих предприятий и организаций. Таким образом, оборот производства нематериальных благ, начавшись в третьей сфере, в ней же получает и логическое завершение. Итак, каковы же причины целесообразности выделения в классификации сфер общественного производства сферы интеллектуальной деятельности? Дело в том, что в существующей классификации производство нематериальных благ искусственно отнесено к сфере услуг. Именно в сферу услуг входят (согласно действующему ОКДП) отрасли "Наука и научное обслуживание" и "Образование". Между тем само наименование отрасли "Наука и научное обслуживание" для условий формирующейся инновационной экономики является нонсенсом: современная наука должна не "обслуживать" производство, а создавать новые нематериальные блага и обеспечивать их трансфер в общественное производство. В отрасли "Образование" особое место занимают вузы, которые идентифицируются как научно-образовательные учреждения. Данный факт, а также выполненный анализ кругооборота нематериальных благ показывают, что высшая школа призвана со-

здавать новые знания, трансформировать их в инновации и в формирующийся человеческий капитал, осуществлять трансфер и того, и другого во все сферы общественного производства. Очевидно, это решительным образом отличает высшую школу от всех других образовательных учреждений, в которых доминирует более простой процесс распространения знаний, выработанных в сфере производства нематериальных благ (т.е. процесс оказания образовательных услуг). Следовательно, отрасли "Наука" и "Высшее образование" необходимо отнести к сфере интеллектуальной деятельности, где производятся нематериальные блага. Именно данная сфера будет в решающей степени способствовать созданию инновационной экономики, являющейся, в первую очередь, экономикой производства нематериальных благ, а не экономикой разнородных услуг, из которых только небольшая часть может быть отнесена к услугам интеллектуального характера».

Вышеизложенный научный тезис потребовал сформировать собственное видение рыночных перспектив предложенной в рамках исследования эксклюзивной экономической экспертизы рыночной успешности ряда форм организации продвижения продукта строительных фирм на рынке первичного и вторичного жилья. Однозначным представляется то, что все этапы процесса маркетингового контроля должны быть направлены на своевременное выявление всех проблем и отклонений от нормального продвижения к поставленным целям, а также на соответствующую корректировку деятельности предприятия, чтобы имеющиеся проблемы не переросли в кризис. В этом сущность системы маркетингового контроля. маркетингового контроля, как отмечает А.П. Дурович (2003), «состоит из четырех стадий, куда входит установление плановых величин и стандартов (цели и нормы). Конкретными его задачами могут быть:

- установление степени достижения цели (анализ отклонений);
- выяснение возможностей улучшения (обратная связь);
- проверка того, насколько приспособляемость предприятия к изменениям условий окружающей среды соответствует требуемой».

Литература.

1. Головки В.Л. Оценка качества работы менеджера по маркетингу на рынке жилья. // Потребительский интерес. -2006.-№9.-С.49-53.
2. Дурович А.П. Маркетинг в предпринимательской деятельности. – Мн.: НПЖ «Финансы, учет, аудит», 2003. – 216 с.
3. Набойченко С.С. Институционализация интеллектуальной деятельности в инновационной экономике: теоретический аспект.// Уральский экономический вестник.-2011.-№2.-С.20-26.
4. Нарышкин С.Е. Темпы роста макроэкономических показателей в России. // Власть.-2010.-№9.-С.4-9.
5. Нарышкин С.Е. Маркетинговые прогнозы ведущих российских и западных экономических школ по ценам на нефть и другие товары традиционного российского экспорта.// Экспортер.- 2010.- №2.- С.6-8.
6. Степашин С.В. Параметры маркетингового прогноза исходных макроэкономических показателей для поступательного развития России.// Правительственный час.- 2010.- №11.- С.20-27.
7. Степашин С.В. Тезисы к выступлению на Пленарном заседании Государственной Думы о работе Счетной Палаты в 2010 году.- М.: Росстат, 2011.- 12с.

Языджан Амаяк Захарович, Кравчук Евгений Геннадьевич

Технологии маркетингового контроля за социально-ориентированной составляющей деятельности предприятий на рынке первичного и вторичного жилья.

(РЕКЛАМНО- ИНФОРМАЦИОННОЕ ИЗДАНИЕ)

Подписано в печать 09.09.2011 г. Формат 60 x 84 1/16
Бум.офсетная. Усл.печ. л. 0,85. Полиграфическое предприятие «ОПТИМА».
Тираж 100 экз. Заказ 367/-ИП.

354000, Россия, Краснодарский край, г. Сочи, ул. Советская, 40.

