

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

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

Раздел: «ИНФОРМАЦИОННЫЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ»

ЯЗЫДЖАН А.З., ВЕЛИЧКО П.Ю.

**МАРКЕТИНГОВЫЕ ПРОГРАММЫ НА РЫНКЕ ЖИЛЬЯ В
РЕКРЕАЦИОННЫХ ЗОНАХ РОССИЙСКОГО ПРИЧЕРНОМОРЬЯ.**

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 19.09.2011; материал получен и в автоматическом режиме размещен в 10:32 по мс 19.09:2011 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 № 55/09- ИП от 16.09.2011)



Первый проректор ОЧУ ВО «МИУ»

Л.С. Довгаль

НА ПРАВАХ РУКОПИСИ

ЯЗЫДЖАН А.З., ВЕЛИЧКО П.Ю.

**МАРКЕТИНГОВЫЕ ПРОГРАММЫ НА РЫНКЕ ЖИЛЬЯ В
РЕКРЕАЦИОННЫХ ЗОНАХ РОССИЙСКОГО ПРИЧЕРНОМОРЬЯ.**

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 19.09.2011; материал получен и в автоматическом режиме размещен в 10:32 по мс 19.09:2011 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 № 53/09- ИП от 16.09.2011)



Первый проректор ОЧУ ВО «МИУ»

Л.С. Довгаль

Системные научные принципы авторского конструирования частных методик маркетинга предусматривали (в условиях волатильности отечественного рынка жилья) использование разнообразных форм устного, печатного и символа- образного маркетингового инструментария для контаминации (соединения) двух разноплановых финансовых инструментов – ипотечных кредитов и накопительных потребительских схем (включая накопительную часть пенсии) - высокоэффективно в рамках оптимизации сроков повышения платежеспособности россиян в условиях волатильности (стремительной изменчивости условий маркетинговой среды) рынка первичного и вторичного жилья. 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.

© Языджан Амаяк Захарович, Величко Павел Анатольевич, 2011.

Введение.

В основу деятельности маркетолога строительных фирм был положен принцип разъяснения в средствах массовой информации широким слоям населения триединой сути контаминант-маркетинга на изучаемом сегменте рынка: а) высокий уровень цен на жилую недвижимость вторичного рынка увеличивает число лиц, купивших (практически, по идентичным ценам) жилье в новостройках; б) темпы роста строительства первичного жилья резко падают, если нет уровня цен, обеспечивающих прибыль в объеме менее 20%; в) прибыль от продажи первичного жилья достигает 50 процентов и выше, объем их продаж падает в 10 и более раз. Вышеизложенное также позволяло рассматривать маркетинговый контаминат как научный принцип формирования целевых программ эксплуатационных услуг в жилищно-коммунальном секторе российских муниципальных образований. Это базировалось на особом принципе реализации маркетинговой программы удовлетворения потребительских стандартов в жилищной сфере как экономической производной процесса объединения (контаминации) двух и более видов бытовых услуг, имеющих единую ремонтно-хозяйственную цель, и качественно выполняемых одним и тем же пришедшим по вызову жильца мастером высокой квалификации, нанятым управляющей домом ЖКХ-компанией. В свою очередь, данное научное положение позволяло выделить еще один принцип прикладного маркетингового контаминирования, базирующийся на том, что использование диалогового принципа (посредством многократного личностного общения маркетолога и потенциального покупателя жилья при телефонных переговорах, SMS-сообщениях и в Интернет-дискуссиях, а также при встречах на объекте продаж недвижимости) оказывалось рыночно высоко состоятельным в рамках прогностного маркетингового экспресс-аудита контаминантных (объединяющих) цен на ЖКХ-услуги в случае покупки либо первичного, либо вторичного жилья, в т.ч. на территориях мегаполисов.

Раздел 1. Эффективность аукционов маркетинговых программ.

Особым принципом формирования целевых программ эксплуатационных услуг в жилищно-коммунальном секторе российских муниципальных образований являлась идентифицированная нами высокая эффективность *аукционов маркетинговых программ*, объединяющих финансирование ЖКХ-услуг, производимых управляющей компанией: а) по степени их профессиональной однородности; б) по территориальности; в) по видам эксплуатационных работ (канализация и водоснабжение, энергоснабжение и энергобезопасность, газификация и эксплуатация газового оборудования); г) по плановым и экстренным ремонтам; и т.д. В прикладном плане это способствовало минимизации 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 мегаполисах). К тому же, контаминирующая (объединяющая) суть маркетинга в реализации финансовых схем на рынке жилья регулировалась впервые выделенным нами принципом привлечения *маркетингового ресурса* рыночной репутации управляющей ЖКХ-компании для повышения уровня финансовой привлекательности объектов вторичного жилья, которые (находясь в управлении у солидной эксплуатационной этой В связи надлежит указать, что предложенные нами программы контаминантного маркетинга услуг по водоснабжению были актуальны не только для рынка вторичного жилья в мегаполисах, но и оказались интенсивно востребованными в условиях функционирования крупных(выделенных Правительством РФ в особые экономические туристско - рекреационные зоны) административно-территориальных муниципальных образований по всей протяженности российского Причерноморья.

Раздел 2. Целевые программы контаминантного маркетинга на рынке жилья в рекреационных зонах российского Причерноморья.

Актуальность поднятой проблемы объясняется необходимостью объединять (от *contaminare* = объединяю) сбытовые и производственные потребности всех субъектов рынка жилья в российских рекреационных зонах, поскольку основные статьи Градостроительного Кодекса РФ в практическом применении вынуждены сочетано исполняться рядом положений Федерального Закона №116 от 22.07.2005 «Об особых экономических зонах в Российской Федерации», под юрисдикцию которого попадают рынки жилья в таких известных туристско-рекреационных зонах России, как побережье Сочи или Кавказские Минеральные Воды. Названный Федеральный закон был подписан Президентом России 22 июля 2005 года. В соответствии с законом, выбор территорий для создания особых экономических зон (ОЭЗ) осуществляется на основе конкурса поданных регионами заявок. При этом определение порядка проведения конкурса, как и, что более важно, критериев отбора регионов для создания ОЭЗ, возложено законом на Правительство России (вообще для реализации закона «Об особых экономических зонах в Российской Федерации» уже принято порядка 40 нормативно-правовых актов, что само по себе является довольно непростой задачей). Постановления Правительства РФ, связанные с вопросами проведения конкурса заявок регионов на право создания ОЭЗ появились 13 сентября 2005 года – №563 «Об утверждении Положения о проведении конкурса по отбору заявок на создание особых экономических зон» и № 564 «Об утверждении Правил оформления и подачи заявки на создание особой экономической зоны». Правительственное постановление о порядке проведения конкурса прояснило ситуацию по двум вопросам: во-первых, в каких регионах – благополучных или, наоборот, проблемных, федеральные власти создают особые экономические зоны, во-вторых, готовы ли федеральные власти предложить «жесткую» методику отбора регионов. Как отмечают известные московские маркетологи О.А. Кузнецова и А.И. Осетрова (2005) «при ответе на первый вопрос – создавать ОЭЗ в благополучных или проблемных регионах – Правительство выбрало скорее благополучные регионы (или, по крайней мере, имеющие неплохие условия для привлечения инвесторов), хотя в явном виде в Постанов-

лении Правительства это и не звучит. Тем самым федеральные власти окончательно определились с тем, что особые экономические зоны – это, прежде всего способ привлечь дополнительные инвестиции в страну, а не инструмент федеральной региональной политики. Решение, на наш взгляд, вполне оправданное – у России уже есть негативный опыт 90-х годов по созданию разного рода свободных экономических зон, зон свободного предпринимательства для подъема проблемных субъектов Федерации, да и зарубежный опыт свидетельствует о целесообразности в условиях, аналогичных российским, создания ОЭЗ в благополучных, а не проблемных регионах. Что же касается методики отбора регионов для создания ОЭЗ, Правительство ограничилось лишь формулировкой критериев, которые должны учитываться при оценке целесообразности и эффективности создания ОЭЗ каждого типа (приводятся в конце этого текста), тогда как собственно методика (с конкретными частными показателями, формулами, расчетам интегральных показателей) была представлена в конкурсной документации Минэкономразвития России. Тем самым федеральные власти предпочли довольно «гибкую» схему проведения конкурсов. С одной стороны, определили критерии отбора территорий для создания ОЭЗ, с другой стороны, оставили возможность пересмотра методики при проведении последующих конкурсов. При этом методика, предложенная в конкурсной документации Минэкономразвития, основывается как на количественных показателях, так и на качественных оценках, что создает определенные условия для субъективности оценок, впрочем, в подобных случаях неизбежных. По словам руководителя Федерального агентства по управлению Особыми экономическими зонами Ю.Н. Жданова, к настоящему времени на участие в конкурсе по созданию ОЭЗ претендуют, по меньшей мере, 47 проектов, в то время как МЭРТ планирует в 2007 году запустить создание не более 10 зон (промышленно-производственных, туристско-рекреационных и технико-внедренческих). Причина ограничения числа ОЭЗ очевидна: ограниченные возможности федерального финансирования. В проекте федерального бюджета-2006 на создание инфраструктуры зон заложено 8 миллиардов рублей, еще около 2 миллиардов рублей готовы предоставить

некоторые «продвинутые» регионы в порядке софинансирования. Итого 10 млрд. руб. Этого лимита может хватить как раз на реализацию 10 «пилотных» проектов внедрения ОЭЗ на территориях регионов России. Вместе с тем неизбежность ограничения числа ОЭЗ может породить дополнительные конфликты между федеральными и региональными властями: при конкурсе в почти 5 заявок на 1 «место», в результате оглашения результатов конкурса неизбежно появятся «проигравшие» регионы, и наверняка среди них будут недовольные. На самом деле анализ возможных мест размещения особых экономических зон в Минэкономразвитии и недавно созданном агентстве по управлению ОЭЗ начался еще до официального объявления конкурса регионов. Федеральные чиновники довольно регулярно называют «имена» регионов, имеющих наилучшие шансы для создания ОЭЗ. Однако подобная гласность процесса может иметь не только позитивные последствия (например, стимула для регионов готовить более качественные заявки), но и негативные. Называя субъекты Федерации, в наилучшей степени готовые к созданию ОЭЗ, представители федеральной власти говорят и том, что решение о создании ОЭЗ будет принято по результатам конкурса, а не по результатам предварительного изучения ситуации. В СМИ же эти оговорки нередко опускаются, и приводятся тексты подобного содержания: «Свободная промышленная зона появится в Липецке».

Необходимо отметить еще один интересный момент, связанный с ситуацией вокруг особых экономических зон, когда соответствующие законопроекты были внесены в Государственную Думу группой депутатов, представителей регионов развивающейся курортно-туристической отрасли во главе с председателем комитета Государственной Думы по экономической политике, предпринимательству и туризму: В. Катренко (Ставропольский край), В. Драгановым (председатель комитета), Ю. Медведевым (Пермская область) и Ю. Барзыкиным (Краснодарский край). Внедрение дополнительного типа ОЭЗ направлено на развитие и оказание услуг в сфере туризма и отдыха с целью формирования благоприятного инвестиционного и предпринимательского климата в традиционно рекреационных регионах России. В туристско-рекреационных ОЭЗ, в

сравнении с двумя другими типами, разрешается размещение зоны на территории нескольких муниципальных образований и допускается размещение объектов жилого фонда. Несмотря на то, что в «первую волну» создания ОЭЗ такие зоны не попадали, в авангарде строительства туристско-рекреационных зон оказался Краснодарский край, точнее его наиболее популярные города-курорты Сочи, Геленджик, Анапа. Кроме этого, в Краснодарском крае можно успешно развивать не только морской, но и горнолыжный туризм. Для этого прекрасно подходят горные склоны, расположенные в Апшеронском и Мостовском районах, не говоря уже о Красной поляне, где уже строится современный горнолыжный курорт. Вполне вероятно, что льготные условия налогообложения, особая таможенная политика и дополнительные федеральные трансферты в самое ближайшее после признания Краснодарского края ОЭЗ время привлекут сюда немалые инвестиции, причем как отечественные, так и западные. По мнению А.Н. Ткачева (2006), создание на Кубани ОЭЗ рекреационно-туристического типа может привлечь в регион порядка 40 млрд. долл. Действительно, Краснодарский край представляется наиболее перспективным регионом для реализации внедрения туристско-рекреационных зон. О своем желании участвовать в создании на своей территории такого типа ОЭЗ заявили Республика Бурятия, Республика Карелия, Ленинградская область, Республика Алтай. Их шансы на успех можно оценить как значительно более скромные. Но, учитывая внутренний и внешний рост спроса на экстремальный и сельский туризм, перспективы, возможно, есть. Чиновники МЭРТ прогнозируют, что одна свободная экономическая зона сможет дать до 14 тысяч новых рабочих мест и до 1 миллиарда рублей дополнительных налоговых поступлений. Развитие производств в рамках ОЭЗ позволит обеспечить поддержание и, возможно, развитие принявших их муниципальных образований. Однако даже достижение такого локального регионального эффекта является, на наш взгляд, достойным усилий со стороны федерального центра».

Рассматривая возможность функционирования туристско-рекреационных зон, следует привести выдержки из текста Постановления Правительства РФ от

13.09.2005 №563 «Об утверждении Положения о проведении конкурса по отбору заявок на создание особых экономических зон», что даст объективное понимание, какие критерии должны учитываться для оценки целесообразности и эффективности создания особой экономической зоны:

а) уровень финансово-экономического состояния субъекта Российской Федерации и муниципального образования;

б) степень обеспеченности территории особой экономической зоны объектами инженерной, транспортной и социальной инфраструктуры;

в) предполагаемые показатели развития инженерной, транспортной и социальной инфраструктуры особой экономической зоны и оценка стоимости затрат на их развитие;

г) предполагаемая обеспеченность резидентов особой экономической зоны ресурсами;

д) оценка количества вновь создаваемых рабочих мест;

е) опыт реализации на территории муниципального образования крупных инвестиционных проектов с участием отечественных и зарубежных инвесторов;

ж) планируемые объемы инвестиций на территории особой экономической зоны;

з) технико-экономические показатели инвестиционных проектов, планируемых к реализации на территории особых экономических зон;

и) объемы и доли расходов федерального бюджета, бюджета субъекта Российской Федерации, местного бюджета и иных источников, связанных с созданием и функционированием особой экономической зоны;

к) предполагаемый размер дополнительных доходов в федеральный бюджет, бюджет субъекта Российской Федерации и местный бюджет, связанных с созданием и функционированием особой экономической зоны;

л) прочие критерии, устанавливаемые в конкурсной документации.

Вышеуказанные критерии (в своей массе) легли в основу созданных нами новых маркетинговых программ, используемых для развития туристско-

рекреационных зон российского Причерноморья.

Органичное слияние потребительской востребованности туристско-рекреационного продукта и потенциальных возможностей градостроительства (для удовлетворения этих рыночных притязаний) произошло при утверждении (распоряжением Правительства РФ от 23.01.2006 №58-р) федеральной целевой программы «Развитие г. Сочи как горноклиматического курорта». В данной Программе, подготовленной с учетом общенациональной значимости г. Сочи как курорта федерального значения, предусматривается комплексный подход к решению проблем дальнейшего развития курорта с учетом необходимости соблюдения оптимального равновесия между использованием территории в курортно-оздоровительных и спортивных целях. При этом отмечается, что «особую значимость приобретает развитие г. Сочи как региона, который обладает уникальными природно-климатическими и рекреационными ресурсами и роль которого для Российской Федерации особенно усилилась после распада СССР и утраты значительной части туристско-рекреационных территорий. Развитие в г. Сочи горноклиматического курорта мирового уровня позволит успешно конкурировать с альпийскими и иными горными курортами мира. Потеря при распаде СССР спортивных баз в Бакуриани, Цахкадзоре, Сигулде, Раубичах, Чембулаке, Конче-Заспе не могла не сказаться на успехах российских спортсменов в зимних видах спорта. Отсутствуют условия для тренировок российских спортсменов, чемпионаты Российской Федерации по ряду видов спорта проводятся за рубежом (прыжки с трамплина - в Германии, бобслей - в Норвегии, санный спорт - в Дании). Использование программно-целевого метода для решения проблем развития г. Сочи направлено на создание условий для эффективного управления ресурсами, в том числе финансовыми, включая ресурсы федерального бюджета. Достижение цели в предусмотренные сроки возможно только при условии создания центра, координирующего деятельность различных федеральных ведомств, администраций Краснодарского края, г. Сочи и частных инвесторов, отслеживающего выполнение Программы в целом и корректирующего при необходимости работу различных заказчиков. В результате

реализации мероприятий первого этапа Программы к середине 2007 года было осуществлено: проведение проектных работ по всем объектам; начало строительства всех объектов двойного назначения (целесообразность строительства которых не зависит от решения о проведении в г. Сочи Олимпийских игр); завершение строительства объектов, связанных с приемом оценочной комиссии Международного олимпийского комитета (аэропорт, взлетно-посадочная полоса, горнолыжная база "Роза Хутор" и др.); проведение предусмотренных заявочным комитетом "Сочи - 2014" мероприятий по популяризации г. Сочи в качестве столицы Олимпийских игр среди членов Международного олимпийского комитета, а также по популяризации идеи проведения Олимпийских игр в г. Сочи среди населения. На втором этапе (2008 - 2012 годы) завершается строительство объектов, сооружение которых начато на первом этапе (в том числе за счет частных инвестиций). В рамках второго этапа:

- завершены работы по строительству олимпийских объектов, необходимых для проведения обязательных предолимпийских соревнований;
- завершены в основном работы по строительству транспортной и инженерной инфраструктуры, сооружение которой необходимо для проведения Олимпийских игр;
- завершены работы по обеспечению олимпийских объектов современными средствами связи;
- завершены в основном работы на объектах, строящихся за счет частных инвестиций (в первую очередь объекты Олимпийской деревни, часть спортивных сооружений, объекты туристической инфраструктуры и др.);
- начаты работы по подготовке персонала.

На третьем этапе (2013 - 2014 годы) запланированы следующие мероприятия:

- подготовка к проведению Олимпийских игр (в том числе подготовка обслуживающего персонала в соответствии с требованиями Международного олимпийского комитета, обучение английскому языку и др.);
- обязательные пробные международные предолимпийские соревнования;

- завершение строительства недостроенных объектов;
- Олимпийские игры.

Финансирование мероприятий Программы предусматривается осуществлять за счет средств федерального бюджета, бюджетов Краснодарского края и г. Сочи с привлечением внебюджетных источников. Общие затраты на реализацию всех мероприятий Программы (в том числе на проведение предолимпийских соревнований, Олимпийских игр) составят 327,2 млрд. рублей с учетом прогноза цен на соответствующие годы. Из них за счет средств федерального бюджета будет выделено 192,4 млрд. рублей, бюджетов Краснодарского края и г. Сочи - 7,1 млрд. рублей, внебюджетных источников - 127,7 млрд. рублей. Средства бюджетов Краснодарского края и г. Сочи в первую очередь направляются на приведение в соответствие с международными требованиями инженерных сетей, улично-дорожной сети (в части дорог краевого и муниципального значения), частично на строительство олимпийских объектов, а также на строительство очистных сооружений в рамках осуществления природоохранных мероприятий. Из внебюджетных источников финансируется в полном объеме строительство объектов туристической инфраструктуры (69,1 млрд. рублей), частично олимпийских объектов (около 13 млрд. рублей), части объектов транспортной инфраструктуры (около 7 млрд. рублей), части объектов энергоснабжения (около 2 млрд. рублей). Около 1 млрд. долларов США (29,1 млрд. рублей) будет получено от Международного олимпийского комитета, международных и национальных спонсоров, поставщиков услуг и товаров, от продажи билетов и лицензий, выпуска монет и из других источников в рамках проведения Олимпийских игр. По видам расходов средства федерального бюджета делятся следующим образом: государственные капитальные вложения - 182,6 млрд. рублей; научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы - 0,5 млрд. рублей; прочие нужды - 9,3 млрд. рублей.

По направлениям расходования средства федерального бюджета делятся следующим образом:

1. Объекты транспортной инфраструктуры - 118,3 млрд. рублей. Из них

расходы на финансирование строительства новых и реконструкцию существующих федеральных автомобильных дорог осуществляются в рамках федеральной целевой программы "Модернизация транспортной системы России (2002 - 2013 годы)". Отдельно следует подчеркнуть, что указанная целевая программа по срокам переносилась и продлевалась неоднократно, например, вследствие принятия Правительством РФ решения о переносе сроков действия Федеральной целевой программы «Развитие транспортной системы России (2010-2020) годы, ранее утверждённой Правительством РФ Постановлением №848 от 05.12.2001. Последнее обязывало Минэкономразвития РФ 5 раз переносить сроки целевой программы «Модернизация транспортной системы России», особенно после принятия Указа Президента РФ «О подготовке к проведению XXII зимних Олимпийских игр и XI зимних Параолимпийских игр 2014 г. В Сочи» (с изменениями на 26 сентября 2007 года);

2. Объекты энергоснабжения - 33,7 млрд. рублей;
3. Олимпийские объекты - 11,7 млрд. рублей;
4. Объекты инженерной инфраструктуры - 11,4 млрд. рублей;
5. Объекты связи - 6,3 млрд. рублей;
6. Природоохранные мероприятия - 0,9 млрд. рублей;
7. Градостроительство (разработка генеральных планов) - 0,3 млрд. рублей.

По предварительной оценке (с использованием аналогии проведенных зимних Олимпийских игр), общий экономический эффект от реализации Программы (поскольку город Сочи стал победителем олимпийского тендера) составит 162,6 млрд. рублей (прямой экономический эффект - 123,3 млрд. рублей, косвенный эффект - 28,2 млрд. рублей, стимулированный эффект - 11,1 млрд. рублей). Общий экономический эффект от реализации Программы превзойдет совокупные расходы на ее реализацию (при расчетах расходы принимались в размере около 12 млрд. долларов США) в 2016 - 2017 годах. Одновременно предполагается рост туристического потока к 2015 году до 6 млн. человек в год.

Предполагается рост туристического потока к 2015 году до 4,5 млн. чело-

век в год, причем средние траты туристов будут на 10-15 процентов ниже. Доля внешних ресурсов в удовлетворении инвестиционного спроса составит 65 процентов, спроса туристов - 25 процентов.

Раздел 3. Развитие рынка услуг по водоснабжению и канализованию жилья на территориях оздоровительных зон Краснодарского края.

Обновленное российское законодательство и, прежде всего, Конституция РФ, Гражданский кодекс РФ, Налоговый кодекс РФ и т.д. создали реальные предпосылки для использования преимуществ социальной стратификации населения для развития рынка услуг по водоснабжению и канализованию жилых массивов, в т.ч. на территориях лечебных и оздоровительных зон Краснодарского края. При этом следует подчеркнуть (Л.Н. Чернышов, 2008), что «расходы на эксплуатацию и техническое обслуживание подразделяются на следующие разделы: содержание источника водоснабжения; очистка воды; поставка воды потребителям; организация эксплуатации магистральных и распределительных сетей и устройств, содержание абонентских служб и накладные расходы. Затраты по каждому разделу, в свою очередь, распределяются по соответствующим функциям (табл. 1):

- затраты при среднем потреблении ресурса (С);
- затраты при пиковом (максимальном) потреблении ресурсов (М);
- затраты на обслуживание потребителей (О);
- затраты на пожаротушение (П).

Устанавливаются следующие факторы (Ф) распределения по функциям: А, Б, В, Г, Д, Е, Ж. Каждый фактор имеет свое значение для отнесения 38,5% от 357503 усл. ед., приведенных в табл.1. Значения этих величин устанавливаются регулирующим органом. Расчетное количество ресурсов для величины расходов по функциям. Так, величина А соответствует отнесению 100% расходов на функцию среднего потребления; величина Б – отнесению 56% на функцию среднего потребления, а 44% - на функцию пиковых нагрузок; величина В –

25% на функцию среднего потребления, а 75% - на функцию пиковых нагрузок; величина Г – 100% на функцию затрат по обслуживанию потребителей; величина Д – 100% на функцию пожаротушения; величина Е – распределяет затраты по всем функциям в пропорции – 35; 32; 25 и 8%; величина Ж также распределяется по всем функциям в пропорции 50,55; 25,25; 21,1 и 3,9%.

Таблица 1. Распределение расходов коммунального предприятия по функциям (по версии Л.Н. Чернышова, 2008).

№ п/п	Статьи расходов	Планируемые на год	Фактор распределения	Функции распределения			
		Р _{1-п}	Ф	Среднее потребление	Максимальное потребление	На обслуживание потребителей	Пожаротушение
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Расходы на содержание источников водоснабжения						
1.1.	Эксплуатационные расходы	30000	А	30000			
1.2.	Топливо, электричество	25000	А	25000			
1.3.	Обслуживание и модернизация	20000	А	20000			
1.4.	Закупки воды						
1.5.	Итого	75000					
2	Расходы по очистке воды						
2.1.	Эксплуатация и техобслуживание	90000	Б	50400	39600		
2.2.	Сырье и материалы	113000	А	113000			
2.3.	Топливо, электроэнергия	37000	Б	20720	16280		
2.4.	Лабораторные расходы	40000	А	40000			
2.5.	Итого	280000					
3	Расходы на поставку воды потребителям						
3.1.	Эксплуатация, техобслуживание	91000	Б	50960	40040		
3.2.	Топливо, электричество	170000	Б	95200	74800		
3.3.	Поставки, прочие	54000	Б	30240	23760		
3.4.	Итого	315000					
4	Расходы по магистральным и распределительным сетям						
4.1.	Эксплуатация	60000	Б	33600	26400		
4.2.	Организация учета водопотребления	80000	Б	44800	35200		
4.3.	Технологические потребители	32000	Б	17920	14080		
4.4.	Оборудование	28000	В	7000	21000		
4.5.	Счетчики	45000	Г			45000	

4.6	Монтаж и техобслуживание	30000	Г			30000	
4.7	Ремонт гидрантов и техобслуживание	20000	Д				20000
4.8	Прочие	65000	Е	22760	21300	16530	4410
4.9	Итого	360000					
5	Расходы на абонентную службу						
5.1	Снятие показаний	80000	Г			80000	
5.2	Выставление счетов и сбор платежей	67000	Г			67000	
5.3.	Дебиторская задолженность по абонентам	13000	Г	13000			
5.4	Итого	160000					
6	Накладные расходы						
6.1	Зарплата	61000	Ж	30840	16020	12890	1250
<i>Продолжение таблицы 1.</i>							
6.2	Содержание офиса	45000	Ж	22750	11870	9510	920
6.3	Субподрядчик	50000	Ж	25280	13130	10570	1020
6.4	Аренда	20000	Ж	10110	5250	4230	410
6.5	Прочие	24000	Ж	12130	6300	5070	490
6.6	Итого	200000					
7	Всего расходы на эксплуатацию и техобслуживание	1390000		702720	364980	293800	28500
8	В том числе, в %	100		50,56	26,26	21,14	2,05

Величина фактора устанавливается экспертами регулирующего органа как среднее значение на основе данных статистического анализа указанных величин за предыдущие годы по нескольким профильным предприятиям. Эти величины могут изменяться.

Определение затрат, приходящихся на каждую функцию, осуществляется по формулам:

$$C_{1-n} = P_{1-n} \times \Phi;$$

$$M_{1-n} = P_{1-n} \times \Phi;$$

$$O_{1-n} = P_{1-n} \times \Phi;$$

$$П_{1-n} = P_{1-n} \times \Phi;$$

Где Φ – величина факторов, соответствующих определенному значению P_{1-n} (см. строки 1.1-6.6 табл. 1).

Как видно из табл. 1, общие расходы на эксплуатацию и техническое обслуживание 1390000 усл. ед. в итоге распределились по функциям в соответствующей пропорции: на среднее потребление приходится 50,56% затрат; на

максимальное потребление – 26,26%; на обслуживание потребителей – 21,14% и на пожаротушение – 2,05%.

Аналогичная процедура распределения капитальных затрат на расширенное воспроизводство основных фондов по функциям проводится и в отношении утвержденных инвестиционных проектов.

В этом случае расчет распределения затрат производится на основе учета и соответствующего отнесения на каждую из функций стоимости основных фондов согласно установленной ранее величине факторов А, Б, В, Г, Д, Е. Вместо фактора Ж здесь используется фактор З в пропорции 44,8; 36,0; 15,9; 3,3%, значение которого устанавливается эмпирическим путем и утверждается регулирующими органами.

По результатам проведенного расчета суммарная величина капитальных вложений, принятая нами в размере 400000 ед. распределяется по функциям: на среднее потребление приходится 44,79% затрат; на максимальное потребление – 36,05%; на обслуживание потребителей – 15,93% и на пожаротушение – 3,23%. Таким образом, исходя из данных табл. 19 и 20 все затраты (эксплуатационные, на техническое обслуживание и воспроизводство основных фондов) распределяются по функциям.

На основании полученных данных осуществляется распределение функциональных затрат по группам потребителей: население; коммерческие; промышленные; социальная сфера; пожаротушение. Функция «Обслуживание потребителей» условно делится на два направления – работа с платежными документами (графа 5) и работа с приборами учета и регулирования (графа 6). Размер требуемого дохода для осуществления каждого вида деятельности устанавливается эмпирическим путем на основании сложившихся за последние годы данных аналитического учета и составляет в данном случае соотношения 61,5 и каждой группы потребителей, по каждой отдельно взятой функции, определяется на основании анализа и учета сложившихся данных, отражающих реальную ситуацию в конкретном регионе.

Таблица 2. Распределение капитальных затрат на воспроизводство основных фондов коммунального предприятия по функциям (методика Е.В. Басина, 2008).

№ п/п	Статьи расходов	Стои- мость основ- ных фондов Р _{1-п}	Фак- тор рас- пре- деле- ния Ф	Функции распределения			
				Сред- нее по- треб- ление С	Макси- маль- ное по- треб- ление М	На об- служи- вание потре- бителей О	Пожа- роту- шение П
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Источник системы снабжения						
1.1	Плата за недра						
1.2	Колодцы и источники	90000	Б	50400	39600		
1.3	Водоем снабжения	260000	А	260000			
1.4	Сооружения и модер- низация	40000	Б	22400	17600		
1.5	Итого	700000					
2	Водоочистные предприятия						
2.1	Очистные сооружения и модернизация	1150000	Б	644000	506000		
2.2	Очистное оборудова- ние	350000	Б	196000	154000		
2.3	Итого	1500000					
3	Насосные станции и оборудование						
3.1	Сооружения и модер- низация	220000	Б	123200	96800		
3.2	Насосы и оборудова- ние	180000	Б	100800	79200		
3.3	Итого	400000					
4	Магистральные и распределительные сети						
4.1	Магистральные водо- проводы	1800000	Б	100800 0	792000		
4.2	Уличные распредели- тельные водопроводы	4600000	Б	257600 0	202400 0		
4.3	Хранилища	1000000	В	250000	750000		
4.4	Счетчики и монтаж	800000	Г			800000	
4.5	Обслуживание	1170000	Г			117000 0	
4.6	Гидранты	400000	Д				400000

4.7	Итого	9770000					
5	Общие основные фонды						
5.1	Сооружения и модернизация	50000	3	22396	18024	7963	1817
5.2	Офисная мебель и оборудование	40000	3	17917	14419	6370	1293
5.3	Транспортное оборудование	90000	3	40313	324444	14333	2910
5.4	Инструменты, мастерские, оборудование гаража	35000	3	15677	12617	5574	1132
5.5	Прочее оборудование	15000	3	6719	5407	2389	485
5.6	Итого	230000					
6	Всего основные фонды в эксплуатации	12600000		5643822	4542112	2006629	407437
7	Распределение капитальных затрат	400000		179169	144194	63703	12935
8	В том числе, в %			44,79	36,05	15,93	3,23

Таблица 3. Примерное распределение затрат муниципальных предприятий, функционирующих в сфере производства услуг по водоснабжению и канализованию.

Статьи затрат (усл.ед.)	Итого расходов	Среднее потребление	Максимальное потребление	Обслуживание потребителей	Пожаротушение
Эксплуатация и техобслуживание	1 390 000	702 720	364 980	293 800	28 500
Капитальные затраты	400 000	179 169	144 194	63 703	12 935
Итого	1 790 000	881 889	509 174	357 503	41 444
В том числе, в %	100	49,26	28,45	19,99	2,31

Таблица 4. Распределение затрат коммунальных предприятий по группам потребителей (версия Л.Н. Чернышова, 2008).

№ п/ п	Показатель	Сред- нее по- треб- ление	Макси- маль- ное по- треб- ление	Функции распре- деления «Обслу- живание потреби- телей»		Пря- мые затраты на по- жа- роту- ше-ние	Общие затраты	Затра- ты по групп- пам, %
				Работа с платеж- ными доку- мен- тами	Работа с при- бо- рами учета и распре- деле- ния			
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Размер требуе- мо-го дохода (усл. ед.)	881885	508171	219791	137710	41443	1790000	
2	Общее количест- во ресурса (ед.)	3475 м ³	4700,5 м ³	7540 кол. абонен- тов	5233 кол. прибо- ров			
	Группа потреби- телей:							
3	Население							
	Единицы	1200	2100	6960	7121			
	Проценты	34,53 %	44,46 %	92,31 %	86,49 %			
	Распределение	304536	226418	202884	119105		852943	47,65
4	Коммерческие							
	Единицы	600	600	440	828			
	Проценты	17,27 %	12,71 %	5,84 %	10,06 %			
	Распределение	152268	64691	12826	13854		243639	13,61
5	Промышлен- ные							
	Единицы	1000	500	30	169			
	Проценты	28,78 %	10,59 %	0,40 %	2,05 %			
	Распределение	253780	53909	875	2823		311387	17,40
6	Социальная сфера							
	Единицы	675	682,5	110	115			
	Проценты	19,42 %	14,45 %	1,46 %	1,4 %			
	Распределение	171301	73586	3206	1928		250021	13,97
7	Пожаротуше- ние							
	Единицы		840					
	Проценты		17,79 %					
	Распределение		90567			41443	132010	7,37

Отношение количества потребляемых ресурсов в каждой группе потребителей (строки 3,4,5,6,7) к общему количеству ресурса (строка 2) дает нам процентную величину ресурса, потребляемого каждой группой потребителей по функциям (графы 3,4,5,6). Производная от размера требуемого дохода (строка 1) и процентной величины ресурса, полученной ранее, по каждой функции и группе потребителей определит нам распределение дохода по каждой функции в каждой группе потребителей. Суммируя полученные результаты распределения доходов по функциям (графы 3,4, 5,6) в каждой группе потребителей, мы получаем разбивку общих доходов, которые необходимо получить от каждой группы потребителей за использованные ими ресурсы. Из приведенных расчетов видно, что в данном случае большую часть расходов за потребление коммунальных услуг должно покрыть население, затем промышленные, социальные, коммерческие группы потребителей, и более 7% должно быть возмещено за счет местного бюджета на обслуживание системы пожаротушения» (Л.Н. Чернышов, 2008).

Литература:

1. Басин Е.В. Распределение капитальных затрат на воспроизводство основных фондов коммунального предприятия по функциям. // Жилищное хозяйство России.-2008.-№8.-С.40-44.
2. Величко П.Ю. Развитие рынка услуг по водоснабжению и канализованию жилых массивов на территориях лечебных и оздоровительных зон Краснодарского края.// Маркетолог Юга России.-2011.-№5.-С.26-29.
3. Кузнецова О.А., Осетрова А.И. Системные маркетинговые решения при организации особых экономических зон.// Московская экономическая газета.-2005.-№134.-С.15.
4. Ткачев А.Н. Инвестиционный горизонт туристско-рекреационных особых экономических зон в Краснодарском крае.// Кубанские новости.-2006.-№15.-С.4-5.
5. Чернышев Л. Н. Ценовая и тарифная политика в жилищно-коммунальном хозяйстве. - М.: Книжный мир, 2008. - 248 с.
6. Чернышов Л. Н. Экономика городского хозяйства. - М.: ВИНТИ, 2009. - 328 с.

ЯЗЫДЖАН А.З., ВЕЛИЧКО П.Ю.

**МАРКЕТИНГОВЫЕ ПРОГРАММЫ НА РЫНКЕ ЖИЛЬЯ В
РЕКРЕАЦИОННЫХ ЗОНАХ РОССИЙСКОГО ПРИЧЕРНОМОРЬЯ**

(РЕКЛАМНО- ИНФОРМАЦИОННОЕ ИЗДАНИЕ)

Подписано в печать 20.09.2011 г. Формат 60 x 84 1/16
Бум.офсетная. Усл.печ. л. 1,5. Полиграфическое предприятие «ОПТИМА».
Тираж 100 экз. Заказ 374/-ИП.

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