

Казанцев М.Г.

(ООО «Диалог», г. Екатеринбург).

**О дифференциации средств маркетинга в этапной деятельности
современных маркетинговых фирм.**

Справка IT- системного администратора сайта: (дайджест по тексту рекламного издания «Строительный мир». -2011.-№5.-С.9-12., 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 18.05.2011; материал получен и в автоматическом режиме размещен в 10: 14 по мс 18.05:2011 по ссылке <http://optima-sochi.ru/our-services/predlozhenie-po-reklame/> .

В мировой экономике, как пишет А.В. Коротков (2008) « принято выделять четыре последовательных этапа маркетинговой деятельности фирм по отношению к средствам маркетинга: 1) разработка уровней параметров комплекса маркетинга, 2) разработка управленческих приемов, 3) применение управленческих приемов, 4) формирование уровней параметров комплекса маркетинга. С позиции средств маркетинга первый и четвертый этапы характеризуют отношение перечисленных видов деятельности к параметрам комплекса маркетинга, а второй и третий - к управленческим приемам. Очевидно, что первый и второй этапы относятся к маркетинговым исследованиям и могут быть названы функциональными этапами маркетинговых исследований. Третий и четвертый этапы относятся к прикладному маркетингу. Уточняя различие между маркетинговым исследованием и прикладным маркетингом, следует подчеркнуть, что в прикладном маркетинге осуществляется практическая деятельность по формированию уровней параметров комплекса маркетинга (сменить поставщика, расширить ассортимент, увеличить производство и т.д.), а также по реализации управленческих приемов, например, стратегий». Пользуясь подобными маркетинговыми программами, ряд ведущих игроков на федеральном рынке первичного жилья осуществили за последние 2 года коренные изменения своей сбытовой политики, построенной

не на краткосрочных, а на среднесрочных (т.е. рассчитанных на 2-3 года) маркетинговых мероприятиях. Это позволило изменить персональный список лидеров на рынке первичного жилья в российских мегаполисах. Как и прогнозировали год назад эксперты RWAY, новыми лидерами по итогам 2010 года стали представители сильных игроков федерального уровня. В частности, об этом свидетельствуют результаты опубликованного издательским домом «Коммерсантъ» рейтинга крупных строительных компаний Москвы. Критерием оценки послужило количество сданных метров жилья в 2010 году. В списке лидеров присутствуют компании, предоставившие информацию по итогам 2010 года. Порогом попадания в рейтинг был установлен показатель в 100 тыс. кв. метров. Следует подчеркнуть, что в 2010 году лидером рейтинга стал «Главмосстрой», который стал единственной в столице организацией, сдавшей более 1 млн. кв. метров жилья, он с прошлогодней третьей позиции переместился сразу на высшую ступень. Напомним, что в 2010 году «Главмосстрой» наряду с компанией «Моспромстройматериалы» перешел под контроль УК «Главстрой», которая управляет строительными активами холдинга «Базовый элемент».

Системный анализ коммерческой деятельности на рынке первичного и вторичного жилья позволяет констатировать сохраняющийся высокий спрос на эту категорию товара по всей России, но особенно интенсивно в крупных мегаполисах (в Москве, Санкт-Петербурге, Новосибирске, Челябинске, Перми, Екатеринбурге). В частности, по информации «Московского бюллетеня недвижимости» (А.И. Быстров, 2011), «стоимость 1 кв. м на первичном рынке за последний месяц 2010 года выросла на 41%. Застройщики и риэлтеры не спешат выставлять квартиры в новых домах на продажу, так как чем дольше они их придерживают, тем больший доход получают. На наиболее ликвидные объекты - однокомнатные квартиры или квартиры-студии - цена достигла 2,5 тыс. долл. или даже 3 тыс. долл. за кв. м. По прогнозам специалистов, аномальный рост цен на жилье прекратится уже осенью. Но если на вторичном рынке в начале 2012 г. ожидается откат цен на 5-10%, то на первичном стро-

ители будут стараться держать ценник на том уровне, до которого он вырастет». Так, например, известный столичный маркетолог С.Г. Парфентьев (2011) прогнозирует, что к началу 2012 году объем предложения на рынке строящегося жилья повысится. К этому времени ожидается сдача новых крупных объектов. Сегодня на разных стадиях строительства (проектирование, изыскательские работы, возведение) находится около 12 млн кв. м жилья. По прогнозам маркетолога из Санкт-Петербурга Александра Вахмистрова, в 2012 году строители сдадут 2,3-2,4 млн кв. м. В частности, в ближайшее время на рынок выйдут такие крупные проекты, как "Балтийская жемчужина", 55-й квартал северо-приморской части Приморского района (СПЧ) и "Славянка". Возведение многофункционального комплекса "Балтийская жемчужина" рассчитано на 8 лет. На площади в 208 га будет построен 1 млн кв. м жилья. Ожидается, что население комплекса составит 35 тыс. человек. По свидетельству Л.Л. Серова (2011) «на протяжении последних 10 лет в Петербурге не существует единой классификации жилой недвижимости. Классификации, принятые на московском и, тем более, зарубежном рынках, к петербургскому применимы с трудом, так как он имеет свои особенности. Однако в зависимости от диапазона цен за кв. м площади выделяют 3 основных класса жилой недвижимости: элитная, жилье повышенной комфортности (бизнес-класс, комфорт-класс) и эконом-класс (типовое жилье). Элитные новостройки – это высший класс. Стоимость квартир здесь достигает 8 тыс. долл. за кв. м. "Специфика петербургского рынка недвижимости такова, что редкий проект на первичном рынке может изначально считаться элитным, особенно на стадии строительства».

Таким образом, исследование показателей рынка строительства и недвижимости в России свидетельствует о том, что в таких крупных городах, как Санкт-Петербург, Екатеринбург, Новосибирск, Нижний Новгород, Самара, Пермь он имеет достаточный потенциал для развития в данное время. Для характеристики рынка недвижимости и строительства исследуемых городов целесообразно использовать такие показатели, как индекс

цен на жилье, объем строящегося жилья и динамика цен за кв.м. на первичное и вторичное жилье в 2011 году.

Литература:

1. Быстров А.И. Ликвидные объекты на рынке первичного и вторичного жилья.// Московский бюллетень недвижимости.-2011.-№2.-С.8.
2. Коротков А.В. Прикладные и исследовательские виды деятельности в маркетинге. // Маркетинг и предпринимательство. -2008.-№5.-С.47-50.
3. Парфентьев С.Г. Столичный прогноз на динамику объемов товарных предложений на рынке строящегося жилья.// Московский бюллетень недвижимости.-2011.-№10.-С.12.
4. Серов Л.Л. О единой классификации жилой недвижимости.// Балтийский вестник недвижимости.-2011.-№11.-С.5.