

### **Литература**

1. О Концепции модернизации российского образования на период до 2010 года [текст] / Федеральный портал «Российское образование» [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http://www.edu.ru/db/mo/Data/d\\_02/393.html](http://www.edu.ru/db/mo/Data/d_02/393.html) – Дата доступа: 12.01.2013). – Загл. с экрана.
2. Пастухов, А.Л. Модернизация российского образования // Научно-образовательный центр «Технологии товароведческих, таможенных и криминалистических экспертиз: совместный сборник научных трудов / Санкт-Петербургский научно-исследовательский центр «Кристалл». – СПб.: изд-во СПбГУСЭ, 2013. – № 4. – С. 59-61.
3. Пастухов, А.Л. Управление знаниями: монография / А.Л.Пастухов – СПб.: Изд-во СПбГУСЭ, 2011. – 163 с.
4. Пастухов, А.Л. Управление образованием в условиях модернизации экономики: монография / А.Л.Пастухов – СПб.: Изд-во СПбГУСЭ, 2012. – 167 с.

## **ОЦЕНКА МАРКЕТИНГОВОЙ СРЕДЫ ВНЕШНИХ РЫНКОВ ДЛЯ СТРОИТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

### **ASSESSMENT OF THE MARKETING ENVIRONMENT EXTERNAL MARKETS FOR CONSTRUCTION ORGANIZATIONS OF THE REPUBLIC OF BELARUS**

**Леванюк С.В., Черненко С.В.**  
*Брестский государственный технический университет  
г. Брест, Республика Беларусь*

**Levanuk S.V., Chernenko S.V.**  
*Brest State Technical University  
Brest, Belarus*

#### **Аннотация**

*Данная статья посвящена анализу маркетинговой среды внешних рынков и в первую очередь рынка Российской Федерации для строительных организаций Республики Беларусь в связи с проблемами, с которыми столкнулся строительный комплекс республики с 2011 года.*

#### **Summary**

*This article is devoted to the marketing environment analysis of the external markets and first of all to the Russian Federation market for the construction organizations of the Republic of Belarus in connection with the problems of the construction complex of the Republic has been facing since 2011.*

Валютно-финансовый кризис 2011 года серьезно отразился на всех отраслях экономики Республики Беларусь. Сложнее всех пришлось предприятиям строительного комплекса республики. Многократное увеличение стоимости привозных строительных материалов, сокращение финансирования государственных программ, искусственное сдерживание роста индекса цен на строительно-

монтажные работы привели к значительному падению рентабельности продаж, оттоку квалифицированных кадров и увеличению количества убыточных организаций в отрасли.

В сложившейся ситуации одним из важнейших показателей эффективной деятельности, а, возможно, и ключевым параметром выживания предприятия, является возможность предприятия реализовать его продукцию и услуги на экспорт.

Перед предприятиями строительной отрасли поставлена задача выхода на внешние рынки. Первостепенным этапом решения данной задачи является оценка внешней маркетинговой среды возможных рынков сбыта продукции и услуг. Необходимость их детального изучения обусловлена тем, что анализ маркетинговой среды не только дает возможность определиться с потенциальными рынками сбыта, но и позволяет выявить и предотвратить возможные угрозы и риски, связанные с внешнеэкономической деятельностью.

Целью статьи является выработка рекомендаций по совершенствованию внешнеэкономической деятельности предприятия на основе изучения его производственных возможностей и исследования маркетинговой среды потенциальных рынков сбыта продукции и услуг предприятия.

Выбирая тот иной внешний рынок, компания сопоставляет свои цели и возможности с характеристиками потенциального зарубежного рынка. Условия рынка, перспективы его развития, степень конкуренции и ее особенности в сопоставлении с потенциалом международного развития компании – обязательные объекты маркетинговых исследований при выборе зарубежного рынка.

Важные характеристики рынка:

- емкость (динамика и прогноз);
- наличие спроса на данный или аналогичный товар, услуги;
- характер и прогноз;
- доступность рынка и его восприимчивость;
- конкуренция.

Доступность рынка настолько важный показатель, что его негативная оценка может сыграть ключевую роль при выборе целевого рынка при всех других благоприятных условиях. Доступность внешнего рынка прежде всего анализируют с точки зрения существующих препятствий, которые придется преодолеть: таможенные барьеры, юридические преграды, протекционные и дискриминационные меры (нетарифные барьеры).

Маркетинг строительства специфичен настолько, насколько специфично строительное производство по сравнению с другими отраслями человеческой деятельности.

В частности, специфика маркетинга в сфере капитального строительства объясняется следующим:

- жизненный цикл инвестиционного продукта обычно более продолжителен, чем других продуктов производственного назначения;
- строительство характеризуется высокой капиталоемкостью, что резко ограничивает круг потенциальных покупателей объектов недвижимости;

– капитальное строительство чаще удовлетворяет потребности производственного характера, что обуславливает больший профессионализм потребителей его продуктов, чем покупателей товаров конечного потребления;

– объекты капитального строительства в меньшей степени поддаются стандартизации, ей в большей степени подвержены строительные материалы и технические условия выполнения строительно-монтажных работ;

– в зависимости от сложившейся деловой практики и в силу ряда причин, например таких, как различные климатические условия или сложившаяся деловая практика, в разных странах стандарты выполнения строительно-монтажных работ значительно отличаются, что необходимо учитывать при выходе на зарубежные рынки;

– выполнение строительно-монтажных работ в большей степени, чем другие виды хозяйственной деятельности, подвержено различным рискам. Так, после сдачи объекта в эксплуатацию подрядчик в течение продолжительного времени продолжает нести ответственность за качество выполненных работ, поэтому для осуществления данного вида деятельности подрядчикам необходимо получение значительного количества различных лицензий и сертификатов. В некоторых странах участие в строительно-монтажных работах возможно только для участников специализированных союзов, несущих финансовую ответственность за своих членов, таких как, например, саморегулируемых организаций в Российской Федерации;

– обычно объекты капитального строительства характеризуются довольно жесткой локализацией, т.е. привязкой к определенному местонахождению;

– существует значительная зависимость процесса капитального строительства от природно-климатических условий. Помимо конструктивных, технических, экологических и экономических последствий этого фактора, при выходе на зарубежные рынки необходимо принимать в расчет и сезонные колебания спроса на продукцию капитального строительства.

Пожалуй, самое радикальное воздействие на маркетинг строительства оказывает экономическая среда. Она включает в себя: общее состояние экономической конъюнктуры; уровень деловой активности в целом и в инвестиционной сфере в частности; степень экономической либерализации и государственного вмешательства в деятельность хозяйствующих субъектов, в том числе и строительных организаций; открытость экономики для иностранных инвесторов и возможности международного обмена; занятость населения и уровень сбережений домохозяйств; экономическую политику государства и многое другое.

На сегодняшний день в строительной отрасли Республики Беларусь существует огромное количество проблем различного рода. Финансовый кризис 2011 года, две последовавшие друг за другом девальвации белорусского рубля, некоторые противоречивые решения управления нанесли серьезный урон развивающемуся строительному комплексу республики. Повышение кредитной нагрузки при покрытии дефицита оборотных средств, неоднократный рост ставки рефинансирования и, как следствие, моментально взлетевшие выплаты по кредитам – это только часть проблем, с которыми столкнулись строительные организации.

Запас прочности отрасли придала проведенная в 2006-2010 гг. модернизация строительного комплекса республики, когда наращивались мощности строительных организаций, значительному обновлению подвергся парк строительных машин и механизмов, значительно укрепился кадровый состав строителей. Проведенная модернизация строительного комплекса республики была нацелена в первую очередь на решение крупных государственных программ строительства жилья, объектов соцкультбыта, развития инфраструктуры.

Однако после 2011 года структура финансирования объектов, подрядчиками по которым выступали крупнейшие строительные организации республики, кардинально изменилась. С 65-70 % в общей доле финансирования строительно-монтажных работ бюджетное финансирование сократилось до 30 %. Значительно снизились объемы господдержки в жилищном строительстве. Так, на 2014 год запланирован ввод 5 миллионов квадратных метров жилья. Учитывая то, что суммарная мощность строительного комплекса республики составляет порядка 10 миллионов квадратных метров жилья в год, организациям необходимо искать возможность загрузки имеющихся мощностей [1].

Сегодня перед предприятием стоит непростая задача – поиск новых рынков сбыта продукции и оказываемых услуг. При этом стоит отметить, что, учитывая упавшую покупательскую способность населения и свертывание государственных программ строительства жилья, спрос в республике, за исключением города Минска, на строительные услуги будет падать, а конкуренция между строительными организациями расти.

В создавшихся условиях строительным организациям жизненно необходимо диверсифицировать портфель заказов. Причем диверсификация должна быть двухуровневая. Первый уровень диверсификации – по видам финансирования – бюджетные и коммерческие объекты. Второй уровень – по месту выполнения услуг – на территории Республики Беларусь и за ее пределами.

В настоящее время экономическая ситуация в республике требует от строительных организаций и предприятий направленности на экспорт услуг – им необходимо активно искать новые рынки сбыта, заниматься строительством зарубежных объектов

Важнейшим экспортно-ориентированным направлением развития предприятия является строительный рынок Российской Федерации, что неудивительно – Россия является основным торгово-экономическим и политическим партнером Республики Беларусь. Она занимает первое место среди торговых партнеров Беларуси, в свою очередь по аналогичному показателю для России Беларусь занимает 6 место [2].

Далее рассмотрены некоторые особенности, которые следует учитывать нашим организациям при анализе строительного рынка Российской Федерации.

Говоря о политическом факторе, можно отметить стабильность политического курса высшей власти России. Несмотря на политическую стабильность, для деятельности белорусских компаний существует риск введения различного рода санкций при ущемлении экономических интересов российских компаний.

Экономика России сохраняет значительную зависимость от цен на энергоресурсы. Такое положение в экономической сфере таит в себе потенциальную

опасность стабильности экономики при изменении спроса и цен на мировом рынке природных ресурсов. Правительство России осознает вероятные риски и нивелирует их возможные последствия за счет создания стабилизационного фонда, размер которого измеряется 3,7% валового внутреннего продукта.

Помимо зависимости от цен на природные ресурсы, у российской экономики есть и другие слабые стороны. Одна из главных проблем – раздутый государственный аппарат и связанная с ним коррупция. Фактор коррупции очень отрицательно сказывается на строительном комплексе России. Так, процедура получения разрешения на строительство в России по сравнению с другими странами самая длинная и тяжелая. Если за рубежом она занимает от 12 до 18 месяцев, то в России на это уходит до 44 месяцев.

Данный процесс является не только очень длительным, но и очень дорогим. Средний показатель для аналогичных проектов в Восточной Европе равен около 260 дней (это почти в 2,5 раза быстрее, чем в России), а для стран, входящих в Организацию экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), составляет 157 дней. Относительная стоимость разрешительных процедур в России превосходит средние показатели Восточной Европы в 4 раза, а ОЭСР в 40 раз [3].

Говоря о технологических факторах, стоит отметить, что технологические подходы, нормативные документы, регулирующие сферу строительства очень схожи. Обусловлено это, во-первых, одинаковой нормативно-правовой базой России и Беларуси, основанной на стандартах Советского Союза, а во-вторых, тесным сотрудничеством в рамках Союзного государства и единого экономического пространства.

Так, на сегодняшний день между Россией, Беларуссией и Казахстаном утверждена и действует программа гармонизации нормативных документов в области строительства с принципами, принятыми в Евросоюзе – т.е. это реально действующее формирование единого технологического пространства и рынка строительных услуг.

Важной особенностью строительного рынка России является наличие пришедшего на смену лицензированию института саморегулируемых организаций (СРО). СРО для строителей является некоммерческим вариантом партнерства и выполняет функции регулятора отношений между компаниями, работающими в области строительства. Вступление в СРО является необходимым условием ведения строительной деятельности.

В последние годы правительством России делаются попытки переломить сложившуюся ситуацию «проедания экономики», принимаются федеральные программы развития всех отраслей экономики, включая строительство жилья развитие транспортной инфраструктуры, села, социальной инфраструктуры, регионов и т.п. В условиях повышения спроса на строительные услуги белорусским организациям вполне по силам укрепить свои позиции в Российской Федерации [4].

По результатам анализа маркетинговой среды строительного рынка России можно выделить следующие преимущества белорусских организаций:

- как правило, это крупная строительная компания;

- большой опыт реализации проектов различной степени сложности;
- наличие высококвалифицированного инженерно-технического персонала и рабочих;

- наличие собственных проектных групп, отделов геодезии;
- мощный парк машин и механизмов.

Из недостатков можно выделить:

- низкий уровень оплаты труда;
- слабое знание законодательства;
- отсутствие опыта работы на рынке России;
- отсутствие устоявшихся деловых связей;
- отсутствие разрешительных документов (допусков) на ведение отдельных видов работ;

- высокая себестоимость производства строительных материалов;
- удаленность от различных регионов России.

Возможности строительного рынка Российской Федерации характеризуются:

- высоким спросом на строительные услуги и материалы;
- большим количеством федеральных программ по строительству объектов различного назначения;

- возможностью быстрого роста;
- притоком частного и иностранного капитала в строительную отрасль.

Возможные угрозы строительного рынка Российской Федерации:

- высокий уровень коррупции и взяточничества;
- высокий уровень конкуренции;
- нечестная конкуренция;
- переманивание квалифицированных кадров;
- необходимость наличия источника финансового обеспечения контрактов;
- необходимость выплаты процента дохода за членство в саморегулируемой организации.

Подводя итог исследования внешней маркетинговой среды строительного рынка России, можно сделать следующий вывод. На сегодняшний день, он является самым привлекательным рынком из всех существующих. При всех его недостатках он обладает одним неоспоримым преимуществом – высоким уровнем платежеспособного спроса.

### ***Литература***

1. Специфические проблемы строительной отрасли Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cnb.by/content/view/1734/31/lang,ru/>.

2. Сайт Белорусского телеграфного агентства «Белта». Беларусь-Россия: экономическое сотрудничество [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.belta.by/ru/-infographica/i\\_1160.html](http://www.belta.by/ru/-infographica/i_1160.html)

3. Федеральные целевые программы России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://fcp.economy.gov.ru/cgi-bin/cis/fcp.cgi/Fcp/Title/1/2012>.