ГОСУДАРСТВЕННОЕ И МУНИЦИПАЛЬНОЕ УПРАВЛЕНИЕ

PUBLIC AND MUNICIPAL GOVERNANCE

СТРАТЕГИЯ ПРОДВИЖЕНИЯ МАЛОЭТАЖНЫХ ЖИЛЫХ ЗДАНИЙ В РЕГИОНАХ РФ

УДК 338.45:69
ББК 65.315.441
ГСНТИ 06.61.53
Код ВАК 08.00.05

И. В. Акифьев
Пензенский государственный университет архитектуры и строительства,
Пенза, Россия
AuthorID: 639099

И. К. Пономарева
Пензенский государственный технологический университет,
Пенза, Россия
AuthorID: 575482

АННОТАЦИЯ:
Удовлетворение потребности граждан РФ доступным и качественным жильем – ключевое направление деятельности регионального строительного комплекса. Решить поставленную задачу можно разнообразными способами, а именно через реализацию проекта – малоэтажное жилое строительство. На протяжении многих лет в нашей стране проблема обеспеченности населения доступным жильём отходила на второй и третий план в виду экономической и политической стагнации. В итоге проблема квадратных метров для общества остается актуальной и уровень обеспеченности жильем все еще находится на крайне низком уровне. В последние годы социально-экономическая жизнь страны значительно наладилась, в результате чего наблюдается поэтапное решение жилищной проблемы. Малоэтажный сектор становятся одним из самых популярных типов жилищ в регионах, а для жилого строительства пригородов в последние десятки лет актуальная хаотичная застройка и в процессе реконструкции, и в процессе модернизации, а также в строительстве новостроек. Все вышесказанное условие приводит к беспорядочной застройке с существенными недочетами: сложность с планировкой территории; загруженность инфраструктуры; экологический дисбаланс; отсутствие комплексного подхода к вопросам застройки; плачевное состояние архитектуры городской среды и т.п. В этих условиях проблема формирования и развития городских малоэтажных жилых домов и поиск ее перспективных решений становится актуальной задачей.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:
население, демография, строительство, регион, энергосбережение, окружающая среда, малоэтажное жилое строительство, доступное жилье, обеспеченность жильем.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ:
Илья Владимирович Акифьев, кандидат экономических наук, Пензенский государственный университет архитектуры и строительства
440028, г. Пенза, ул. Германа Титова, 28, 79273725195@ya.ru
Инна Константиновна Пономарева, кандидат экономических наук, Пензенский государственный технологический университет
440039, г. Пенза, пр. Байдукова/ул. Гагарина, д. 1а/11, inna.ok007@rambler.ru

© И. В. Акифьев, И. К. Пономарева, 2019

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ: Акифьев И. В., Пономарева И. К. Стратегия продвижения малоэтажных жилых зданий в регионах РФ // Муниципалитет: экономика и управление. 2019. № 1 (26). С. 5—15.

Ключевой момент, определяющий необходимость изучения процессов формирования маркетинговой стратегии продвижения малоэтажных жилых зданий, – это уровень проблемы обеспеченности жильем и стадия планирования развития жилищного строительства. Для удовлетворения своих потребностей население вынуждено заниматься вопросом строительства и обновления своего жилья самостоятельно. В результате малоэтажные здания становятся одним из самых популярных типов жилищ в регионах, а жилому строительству пригородов в последние десятилетия свойственна хаотичность в процессах реконструкции и модернизации, а также в строительстве новостроек. А беспорядочная застройка приводит к существенным недочетам: сложность с планировкой территории; загруженность инфраструктуры; экологический дисбаланс; отсутствие комплексного подхода к вопросам застройки; плачевное состояние архитектуры городской среды и т.п. В этих условиях проблема формирования и развития городских малоэтажных жилых домов и поиск ее перспективных решений становится актуальной задачей.

Следующий фактор заключается в преимуществе малоэтажных домов перед многоэтажными. Такой вид жилья соответствует не только провинциальному характеру жизни, укладу, но и дает возможность адаптации к урбанизации. Во-первых, значительная часть населения городов традиционно живет и желает жить в частных малоэтажных домах и коттеджах. Во-вторых, при недостаточной развитости инфраструктуры малоэтажное жилище городского типа поможет избежать перегрузки транспорта и понизить зависимость от муниципальных инженерных систем. Горожане решат проблему недостатка инфраструктуры. На сегодняшний день, вопреки тому, что в мегаполисах и агломерациях Российской Федерации многоэтажные дома за последние 10 лет отстраивались с ударной скоростью с учётом возрастающих запросов населения и его желанием всё более уплотнённой застройки, малоэтажные жилые дома в городе развивают свои сильные стороны и дополняют жилищную политику государства в решении проблемы обеспеченности комфортным жильем. Кроме этого, инновационные технологии и применение прорывных инициатив и мировых тенденций в жилищном строительстве позволяют достичь того уровня качества современного жилья и инфраструктуры, который соответствует всем требованиям потребителей.

Затронем другой не менее важный вопрос – охраны окружающей среды и проблемы энергоэффективности и энергосбережения в современном обществе. Зачастую общественное внимание и забота экспертного сообщества о решении данных вопросов оказывает сильнейшее влияние на развитие строительной отрасли и формирование общественного запроса на новые технологии. С этих позиций малоэтажное строительство, осуществлённое с использованием высокотехнологичных и экологичных материалов, обладает массой возможностей и предпосылок стать основой для формирования инновационной политики государства.

Различные загрязнения окружающей среды – результат предкризисного состояния региональных городов, где динамичные шаги урбанизации все более и более отрицательно влияют на окружающую среду. Также львиная доля промышленных отходов – результат удовлетворения спроса на продукты промышленной отрасли. Городское малоэтажное строительство нового поколения с экологически полезными показателями способствует минимизации этих проблем и дает гарантию экологически безопасного будущего. Городская

малоэтажная застройка с применением технологий, динамично отражающих современную жизнь, – важная часть строительной индустрии.

Однако в регионах можно наблюдать активную многоэтажную застройку ввиду её более быстрой окупаемости для строительных организаций. Чтобы переломить существующую ситуацию, необходимо применить широкий комплекс маркетинговых средств продвижения, который будет способствовать продвижению экологически чистого и комфортного малоэтажного жилья. Существует объективная необходимость разработки качественной маркетинговой стратегии продвижения малоэтажных жилых зданий на длительный период времени. Поэтапно будет осуществлена проработка маркетингового пространства, которое определяет емкость рынка, настроения потребителей на нем, вероятные пути его развития.

Целью анализа является разработка маркетинговой стратегии продвижения малоэтажных жилых зданий для строительных предприятий города Пензы.

Для достижения поставленной цели необходимо решить ряд задач.

Изучить теоретические подходы к формированию маркетинговой стратегии продвижения продукта.

Изучить основные инструменты стратегического маркетинга, их особенности, достоинства и недостатки.

Разработать методику исследования разработки маркетинговой стратегии на предприятии.

Проанализировать маркетинговую среду предприятия.

Оценить эффективности малоэтажных жилых зданий.

Разработать рекомендации по совершенствованию или внедрению маркетинговой стратегии на предприятии.

Разработать бюджет и оценить эффективность предлагаемых мероприятий по совершенствованию и внедрению маркетинговой стратегии продвижения.

Объектом исследования являются предприятия строительной отрасли, осуществляющие жилищное строительство, предметом исследования – процесс формирования маркетинговой стратегии продвижения продуктов строительной отрасли.

Методами исследования являются: аналитический, статистический, математический, социологический, графический методы, методы анализа и синтеза, методы дедукции и индукции.

Теоретической базой исследования являются: федеральные законы и нормативно-правовые акты Российской Федерации, методические пособия, монографии, публикации специализированной периодической печати, интернет-ресурсы, а также собственные исследования авторов.

Анализ внешней среды подразделяется на: «исследование макросреды», заключающееся в определении базовых макроэкономических показателей, и «исследование потребителей» и «анализ конкурентного рынка», однако мы исследуем внешнюю среду более подробно. Так, отнесём к внешней микросреде: поставщики, конкуренты, СМИ и контактные аудитории, посредники, клиенты, а к внешней макросреде – факторы демографического пространства, факторы политического пространства, факторы научно-технического прогресса, факторы экономического развития, а также политические и культурные рамки общества.

Исследование внешнего окружения является основой стратегического планирования на предприятии. В частности, может быть определен список угроз и возможностей, которые исходят из внешней среды. При создании полноценного стратегического комплекса установок и правил на предприятии топменеджмент должен иметь максимально полную картину об окружающем его бизнес-пространстве, что позволит ему выявить главных конкурентов на рынке и определить возможности потенци-

альной клиентуры. Внешняя среда динамично развивается, в частности реагируя на действия и инициативы самого предприятия. Важнейшими элементами внешней среды являются политическая стабильность и вектор законодательного развития в государстве, которые влияют напрямую на стратегию развития предприятия. Другие факторы можно признать менее значимыми. Строительным предприятиям, специализирующимся на малоэтажном жилье, всегда приходится действовать с учетом особенностей окружения. Руководство этих предприятий получает лучшие результаты экономической деятельности, если правильно оценивает и реагирует на изменения во внешней среде. При этом важно экономить ресурсы предприятия при реакции на внешнюю среду.

На протяжении всей истории строительства малоэтажных жилых зданий одним из главных направлений работы строительных предприятий являлась прямая продажа недвижимости физическим лицам. Сегодня частные клиенты могут не только купить недвижимость за наличные деньги, но и воспользоваться кредитными продуктами банков, использовать средства материнского капитала, военные сертификаты и многое другое, что предопределяет появление нового игрока на рынке недвижимости – агентств недвижимости.

Новые возможности приобрести малоэтажную недвижимость привели к расширению клиентской базы, жильё стало более доступно. Одновременно, в последние годы малоэтажные застройщики зарекомендовали себя как надежные партнеры для своих клиентов, ситуации с обманом «дольщиков» исчезли. С каждым клиентом строительные предприятия теперь стремится к установлению долгосрочных партнерских отношений. С этой целью они прогнозируют развитие потребностей клиентов, разрабатывают новые направления малоэтажного строительства, проводят маркетинговые исследования.

Строительные предприятия, специализирующиеся на малоэтажной жилой застройке, широко применяют в своей деятельности Интернет-продвижение. В этой части конкурентами малоэтажных застройщиков могут быть лишь строительные организации, использующие аналогичные технологии. Учитывая то, что малоэтажный застройщик использует Интернет-технологии при предоставлении традиционных услуг, конкурентов относительно немного.

Самыми близкими конкурентами малоэтажных застройщиков являются строительное объединение «SKM-групп» с проектом «Арбековская застава» и холдинг «Термодом» с проектом «Город Спутник». Именно эти предприятия предлагают потребителям «недорогое жильё на природе», как и малоэтажные застройщики, и активно используют Интернет-продвижение.

У ОАО ПКФ «Термодом» много преимуществ – репутация, время работы на рынке, огромная сеть субподрядчиков, а также помощь государства. За счёт этих преимуществ «Термодом» может побороть новых конкурентов, кроме того экономический кризис практически не навредил компании.

ОАО «SKM-групп» – группа многочисленных компаний, объединённых относительно недавно, является одной из крупнейших строительных организаций Пензенской области. Основной вектор деятельности – работа с корпоративными клиентами и финансовыми организациями, представляющими город Москву, включая и государственные структуры, и предприятия.

Основные факторы внешней среды и их проявления сведены в таблицу 1.

Как видно из таблицы, на застройщика влияет большое количество факторов внешней среды. Основными являются правовые и экономические. Проанализировав факторы внешней среды, можно выявить факторы и установить угрозы и возможности. Анализ угроз и возможностей представлен в таблице 2.

Таблица 1

Факторы внешней среды и их проявления

Группа факторов	Фактор	Проявление	Возможная ответная реакция предприятий
Экономические	Колебание рыночной конъюнктуры, цен, валютных курсов	Длительный срок окупаемости строительства	Страхование рисков
	Повышение инвестиционной привлекательности строительства	Увеличение инвестиций в строительство	Привлечение инвестиций в развитие малоэтажного жилого строительства
	Увеличение инфляции	Увеличение конечной стоимости недвижимости	Повышение цен на объекты недвижимости
Политические	Нормативы, установленные государством	Жестко регламентированные стандарты и нормативы	Разработка и выполнение программ, направленных на повышение нормы прибыли
	Появление в органах государственной власти лобби от различных строительных групп	Влияние лобби на выработку экономического курса и законотворчество	Стимулирование лиц в политике, представляющих интересы строительных предприятий
Правовые	Изменение законодательства РФ, налоговой политики, условий гос. регулирования	Необходимость изыскания финансовых ресурсов для покрытия возможных убытков	Добиться льгот по налоговым ставкам для малоэтажных застройщиков
	Усиление борьбы с монополистами	Увеличение отчисления средств предприятий-монополистов в областной бюджет	Псевдодробление предприятий, лоббирование
	Возникновение гражданской ответственности	Риск возникновения ответственности за нарушение действующего законодательства	Перезаключение трудовых договоров с персоналом, чтобы была возможность переложить ответственность
		Риск возникновения ответственности за качество услуг	Использование услуг адвокатов
Научно-технический прогресс	НТП в строительной сфере	Появление новых технологий, оборудования	Дополнительные вложения в обновления строительных мощностей
Социальные	Возрастающие потребности населения	Ужесточение требований к малоэтажным жилым домам	Повышение квалификации персонала с целью повышения качества предоставляемых услуг

Таблица 2

Анализ угроз и возможностей

Угрозы	Возможности
1.Колебание рыночной конъюнктуры, цен, валютных курсов 2.Инфляция 3.Нормативы, установленные государством 4.Возможный отток клиентов в многоэтажные жилые дома, построенные в пригородах	1. Привлечение инвестиций в развитие малоэтажного жилого строительства 2. Появление новых технологий и оборудования 3. Стимулирование лиц в политике, представляющих интересы строительных предприятий 4.. Возрастающие потребности населения

Основными факторами среды непосредственного окружения предприятия, ведущего малоэтажную застройку, являются клиенты, конкуренты и посредники. Влияние этих факторов представлено в таблице 3. Проанализировав сре-

ду непосредственного окружения, можно сделать выводы, что угрозами являются незаинтересованность международных партнеров в сотрудничестве, валютные и иные соответствующие риски, изменения в законодательных актах РФ. Возможностями – слабая конкуренция, высокий спрос на коттеджи, повышение качества строительства. Завершим анализ внешней и внутренней среды матрицей SWOT (таблица 4).

Таблица 3

Факторы непосредственного окружения, влияющие на формирование маркетинговой стратегии предприятий, ведущих малоэтажную застройку

Группа факторов	Фактор	Проявление	Влияние на предприятие	Возможная реакция со стороны предприятия
Клиенты	Рынок недвижимости, значительное влияние	Стабильный рост спроса на традиционную малоэтажную недвижимость	Удовлетворение спроса клиентов	Повышение качества строительства
Посредники	Рынок услуг по продаже недвижимости, сильное влияние	Стабильный рост спроса на недвижимость	Строительство коттеджей с новой планировкой, соответствующей спросу	Выход на новый уровень строительства
Конкуренты	Конкуренция на рынке бюджетного строительства не велика	Корректировка деятельности, учёт действий конкурентов	Высокая норма прибыли	Сохранение и укрепление сложившегося положения
Международные партнеры	Не заинтересованы в сотрудничестве	Увеличение инвестиций, дешёвые кредиты	Получение строительным предприятием дополнительных финансовых ресурсов	Направление средств на внедрение новых технологий

Таблица 4

Матрица SWOT-анализа

Внешняя среда / **Внутренняя среда**	**Возможности**	**Угрозы**
	1. Привлечение инвестиций в развитие малоэтажного жилого строительства 2. Слабая конкуренция 3. Стабильный рост спроса на малоэтажное жильё 4. Возрастающие потребности населения	1. Низкая платежеспособность отдельных клиентов 2. Высокие темпы инфляции 3. Зависимость от нормативов, установленных государством. 4. Возможный отток клиентов в многоэтажные жилые дома, построенные в пригородах
Сильные стороны		
1. Положение малоэтажного строительства в отрасли 2. Инвестиционная привлекательность 3. Повышение качественного состава кадров	Перспективные направления развития: 1. Увеличение объемов малоэтажного жилого строительства; 2. Введение новых технологий в производство.	Область формирования стратегических проблем: 1. Повышения качества предоставляемых услуг; 2. Особое внимание стоит уделять новым строительным материалам
Слабые стороны		
1. Высокие специфические риски, присущие только данному виду деятельности.	Область формирования стратегических проблем: 1. Разработка и внедрение мероприятий направленных на снижение рисков.	Направления развития бизнеса бесперспективные для организации, от которых в будущем стоит отказаться*:* 1. Строительство объектов инфраструктуры http://www.mmbank.ru/corporate/safe/; 2. Отказ от использования труда мигрантов

SWOT-анализ позволяет сделать вывод о сильном влиянии внешней и внутренней среды на деятельность предприятия, осуществляющего малоэтажную застройку. Сильной стороной является перспектива расширения деятельности за счет повышения качества строительства. Матрица SWOT-анализа позволяет рассмотреть более подробно возможности и угрозы для предприятия. В таблице 5 представлена матрица возможностей предприятия, осуществляющего малоэтажную застройку.

Как видно из таблицы, сильное влияние на предприятие, осуществляющего малоэтажную застройку оказывает увеличение спроса на малоэтажный жилой фонд и возрастающая конкуренция. Перспективным влиянием является усовершенствование технологий и новые виды продвижения недвижимости (например, через Интернет). Угрозы, которым подвергается предприятие, осуществляющее малоэтажную застройку, представлены в таблице 6.

Проанализируем влияние внешней среды на деятельность предприятия, осуществляющего малоэтажную застройку, при помощи PEST (STEP) анализа.

Современное развитие Интернет-технологий дает возможность покупателям связаться и воспользоваться услугами малоэтажного застройщика повсеместно. Малоэтажный жилой дом имеет то очевидное преимущество, что помимо самого дома в собственность приходит и земля под ним, что избавляет владельца от возможных неудобств. Население с большим желанием покупает малоэтажные жилые дома в пригородах. После финансового кризиса многие строительные организации и предприятия обанкротились, а малоэтажные застройщики не потеряли своих позиций, что увеличило их долю на рынке недвижимости и тем самым вызвало больше доверия у населения и иностранных инвесторов. Это может способствовать росту этой подотрасли в будущем.

Таблица 5

Матрица возможностей

Уровень вероятности	**Уровень влияния**		
	Сильное влияние	**Умеренное влияние**	**Слабое влияние**
Высокая	Стабильный рост спроса на малоэтажное жильё	Стабильный рост спроса со стороны риэлтерских агентств	Развитие возможностей по Интернет-продвижению
Средняя	Слабая конкуренция	Усовершенствование процесса строительства малоэтажных жилых домов	Новые технологии строительства
Низкая	Снижение спроса на малоэтажную недвижимость, возможный отток клиентов в многоэтажные жилые дома, построенные в пригородах	Увеличение числа и качества конкурентов	

Таблица 6

Матрица угроз

Уровень вероятности	**Последствия**			
	Разрушение	**Критическое состояние**	**Тяжёлые последствия**	**«Легкие ушибы»**
Высокая			Валютные и иные соответствующие риски	Темпы инфляции
Средняя		Нормативы, которые может поменять государство		
Низкая			Снижение спроса со стороны клиентов	

Очевидно, что единственно правильным вариантом стратегии развития строительного предприятия для достижения эффективного долгосрочного функционирования и успешного развития является та стратегия, в которой уделяется повышенное внимание осуществлению анализа внешнего и внутреннего окружения.

PEST-анализ позволил нам оценить влияние внешней среды с точки зрения правовой, политической, социально-демографической, экономической, научно-технической, экологической, культурной и других факторов.

При проведении анализа этих факторов важно, во-первых, следить за всеми существенными изменениями и новыми тенденциями в макросреде, а во-вторых, выяснить, какие из происходящих процессов являются наиболее важными для деятельности коммерческого учреждения.

Для малоэтажных застройщиков можно создать некоммерческое объединение, которое бы обладало банком данных, и в нём можно было бы собирать, хранить и систематизировать имеющуюся информацию по внешней среде.

Таблица 7

Факторы, влияющие на формирование стратегии предприятия, реализующего малоэтажный жилой фонд

Политические факторы		
Фактор	Проявление	Возможная ответная реакция предприятия
Нормативы, установленные государством	Жестко регламентированные стандарты и нормативы	Разработка и выполнение программ, направленных на повышение нормы прибыли
Появление в органах государственной власти лобби от различных строительных групп	Влияние лобби на выработку политического курса и законотворчество	Косвенное стимулирование в политике лиц, представляющих интересы строительного предприятия Активная политическая позиция руководства
Экономические факторы		
Фактор	Проявление	Возможная ответная реакция предприятия
Колебание рыночной конъюнктуры, цен, валютных курсов	Длительный срок окупаемости инвестиций	Управление инвестиционными рисками
Повышение инвестиционной привлекательности строительства	Увеличение инвестиций	Привлечение инвестиций в развитие строительного предприятия
Увеличение инфляции	Увеличение стоимости оказываемых услуг	Повышение цен на оказываемые услуги
Процентные ставки и кредитно-денежная политика	Ужесточение кредитно-денежной политики со стороны государства	Кредитование вне Российской Федерации
Налоговая политика	Повышение налогообложения застройщиков	Лоббирование налоговых льгот для малоэтажных жилых застройщиков
Социальные факторы		
Фактор	Проявление	Возможная ответная реакция застройщика
Возрастающие потребности населения	Ужесточение требований к малоэтажным жилым домам	Повышение квалификации персонала с целью повышения качества предоставляемых услуг
Демографические показатели	Увеличение числа людей пенсионного возраста, сокращение численности населения	Участие в программах переселения из других регионов РФ и заграницы

Анализ внешней среды позволяет сделать следующие выводы.

Основными факторами внешней среды, влияющими на деятельность предприятий малоэтажной застройки, являются возрастающие потребности населения, демографическая убыль населения, возрастающая налоговая нагрузка, снижение процентных ставок и кредитно-денежная политика государства, увеличение темпа инфляции, повышение инвестиционной привлекательности строительства, колебание рыночной конъюнктуры, цен, валютных курсов, совершенствование нормативов, установленных государством, появление в органах государственной власти лобби от различных строительных групп. Ужесточение строительных требований со стороны государства неизбежно приведёт к повышению стоимости малоэтажного жилья. Новые законодательные акты, касающиеся строительной сферы, приводят к изменению ценовой политики строительных предприятий.

Основными факторами внешней среды непосредственного окружения предприятия, ведущего малоэтажную застройку, являются клиенты и конкуренты. Особое влияние оказывает увеличение доходов населения в Российской Федерации, что способствует изменению вкусов и предпочтений клиентов малоэтажных застройщиков.

Проанализировав внешнюю среду непосредственного окружения, можно сделать выводы, что угрозами являются: инфляция, валютные и иные соответствующие риски, изменение нормативной базы, снижение спроса со стороны клиентов. Возможностями – стабильный рост спроса на малоэтажное жильё, рост спроса со стороны риэлтерских агентств, развитие возможностей по Интернет-продвижению, повышение квалификации персонала..

Таким образом, выявлена недостаточно эффективная маркетинговая стратегия малоэтажных застройщиков и риэлтерских агентств на рынке малоэтажной недвижимости. Явно прослеживается необходимость переориентации руководства этих предприятий и компаний на принципы стратегического управления деятельностью. Результаты анализа свидетельствуют о том, что в целом, на данном этапе, маркетинговая стратегия строительных предприятий на среднем уровне и имеет ряд недостатков, таких как: малая вовлеченность персонала, слабое стратегическое управление предприятиями, не все возможности для повышения эффективности предприятия использованы, в частности, средства продвижения через Интернет.

ЛИТЕРАТУРА

1. Акифьев И. В., Пономарева И. К. Мотивация как один из основных факторов управления персоналом // Образование и наука в современном мире. Инновации. 2017. № 1. С. 103-112.

2. Баронин С. А., Сюзев К. С. Основные проблемные ситуации высшего образования // Высшее образование в России. 2013. №1. С.110-115.

3. Кулакова И. С. Методологические разработанные подходы к оценке коэффициента финансового состояния управления предприятия в период кризиса // Вестник Удмуртского университета. Серия «Экономика и право». 2013. № 1.

4. Молькин А. Н., Акифьев И. В. Применение делового общения в сельскохозяйственных организациях // Экономические и гуманитарные науки. 2014. № 8 (271). С. 6-11.

5. Парушина Н. В. Основные направления анализа прогнозирования финансового состояния по данным бухгалтерской отчетности организаций // Международный переход бухгалтерский учет. 2014. № 2. С. 55–63.

6. Пономарева И. К. Механизмы развития стратегической системы управления мотивацией трудовой деятельности руководителей организаций: диссертация … кандидата экономических наук. Пенза, 2010.

7. Пономарева И. К., Акифьев И. В., Быстрова В.Д. Бизнес-планирование на предприятии // Научное обозрение. 2014. № 9-2. С. 663-665.

8. Пономарева И. К., Левина С. Ш. Приоритеты управления трудовой мотивацией // Экономист. 2010. № 2. С. 81-90.

9. Резник Г. А., Акифьев И. В. Влияние культуры на формирование национального благосостояния // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2012. № 5 (91). С. 84-89.

10. Уланова Н. К., Черенков А. Ю. Оценка управления финансового контроля баллов // Молодой ученый. [Электронный ресурс]. URL: https://moluch.ru/archive/90/ 18832/ (дата обращения 18.03.2019)

11. Эскиев М. А., Аслаханова С. А., Бексултанова А. И. Эффективность системы управления персоналом организацией. Основные факторы, службы, влияющие на эффективность // Молодой учёный. 2015. №23. С. 689-692.

12. Акифьев И. В. Формирование стратегии развития предприятий строительного комплекса в эффективных зонах деятельности: автореферат диссертации … кандидата экономических наук. Пенза: ПГУАС, 2010. 24 с.

13. Акифьев И. В., Власова М. В. Потребительские предпочтения на рынке малоэтажной недвижимости Пензенской области // Научное обозрение. 2014. № 6. С. 165-167.

14. Баронин С. А., Учинина Т. В. Девелопмент недвижимости при реализации проектов строительства экологичного и эффективного малоэтажного жилья в Пензенской области // Известия Юго-Западного государственного университета. 2011. № 5-2 (38). С. 325-331.

15. Баронин С. А., Грабовый П. Г. Главные тенденции и современные особенности развития малоэтажного жилищного строительства в России // Известия Юго-Западного государственного университета. 2011. № 5-2 (38). С. 48-58.

THE PROMOTION STRATEGY FOR LOW-RISE RESIDENTIAL BUILDING IN THE RF REGIONS

I. V. Akifev
Penza State University of Architecture and Construction, Penza, Russia
I. K. Ponomareva
Penza State Technological University, Penza, Russia

ABSTRACT:
Meeting the needs of citizens of the Russian Federation with affordable and high-quality housing is a key activity of the regional construction complex. The task can be solved in a variety of ways, one of which is low-rise residential construction. For many years, the problem of providing the population with affordable housing in our country has been downgraded on the list of priorities due to economic and political stagnation. As a result, the problem of square meters for the population has not been resolved and housing provision is at an extremely low level. In recent years, the socio-economic life of the country has improved significantly, with the result that there has been a phased solution to the housing problem. Low-rise residential sector is becoming one of the most popular types of housing in the regions. As for the suburbs development, residential construction in the past decades is chaotic, both in the reconstruction and modernization processes, as well as in the new development. The above conditions lead to sporadic development with significant shortcomings: area planning difficulties; overloaded infrastructure; environmental imbalance; lack of an integrated approach to development issues; poor state of the urban environment architecture, etc. In these conditions, the problem of the urban low-rise residential buildings development and the search for the forward-thinking solutions is a crucial task.

KEYWORDS:
population, demography, construction, region, energy saving, environment, low-rise residential building, affordable housing, housing per capita.

AUTHOR'S INFORMATION:
Ilya V. Akifev, Cand. Sci. (Economics), Penza State University of Architecture and Construction
28, German Titov str., Penza, 440028, 79273725195@ya.ru
Inna K. Ponomareva, Cand. Sci. (Economics), Penza State Technological University
11, Gagarina 1a str./ Baidukova ave., Penza, 440039, inna.ok007@rambler.ru

FOR CITATION: Akifev I.V., Ponomareva I.K. The Promotion Strategy for Low-Rise Residential Building in the RF Regions // Municipality: Economics and Management. 2019. № 1 (26). P. 5—15.

REFERENCES:

1. Akifev I. V., Ponomareva I. K. Motivation as one of the main factors of personnel management // Education and science in the modern world. Innovation. 2017. № 1. P. 103-112.
2. Baronin S. A. Suzev K. S. The main problem situations of higher education // Higher education in Russia. 2013. №1. P.110-115.
3. Kulakova I. S. Methodological approaches developed for assessing the ratio of the financial state of an enterprise's management during the crisis period // Bulletin of Udmurt University. Series «Economics and Law». 2013. № 1.
4. Molkin A. N., Akifev I. V. The use of business communication in agricultural organizations // Economic and Humanities. 2014. № 8 (271). P. 6-11.
5. Parushina N. V. The main directions of the analysis of forecasting the financial status according to the financial statements of organizations // International accounting transition. 2014. № 2. P. 55 – 63.
6. Ponomareva I. K. Mechanisms for the development of a strategic management system for the motivation of labor activity of heads of organizations: dissertation for the degree of Candidate of Economics. Penza, 2010.
7. Ponomareva I. K., Akifev I. V., Bystrov V.D. Business planning at the enterprise. Scientific Review. 2014. № 9-2. P. 663-665.
8. Ponomareva I. K., Levina S. Sh. Labor motivation management priorities // The Economist. 2010. № 2. P. 81-90.
9. Reznik G. A., Akifev I. V. The influence of culture on the formation of national wealth // Bulletin of the Samara State University of Economics. 2012. № 5 (91). P. 84-89.
10. Ulanova N. K., Cherenkov A. Yu. Evaluation of the management of financial control points // Young scientist. [Electronic resource]. URL: https://moluch.ru/archive/90/18832/ (date of reference 18.03.2019)
11. Eskiev M. A., Aslakhanova S. A., Beksultanova A. I. Effectiveness of the personnel management system of an organization. The main factors affecting the effectiveness of the service // Young Scientist. 2015. №23. P. 689-692.
12. Akifev I. V. Formation of the development strategy of the enterprises of the construction time of the complex in effective areas of activity: dissertation dissertation for the degree of Candidate of Economic Sciences. Penza: PGUAS, 2010. 24 p.
13. Akifev I. V. Vlasov M. V. Consumer-time preferences in the low-rise real estate market of the Penza region // Scientific Review. 2014. № 6. P. 165-167
14. Baronin S. A. Uchinina T. V. Real estate development in the implementation of projects for the construction of environmentally friendly and effective low-rise housing in the Penza region // News of South-West State University. 2011. № 5-2 (38). P. 325-331.
15. Baronin S. A. Grabovyy P. G. The main trends and modern features of the development of low-rise housing in Russia // News of South-West State University. 2011. № 5-2 (38). P. 48-58.