

УДК 338

ОСНОВЫ СОВРЕМЕННОЙ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ЖИЛИЩНОЙ ПОЛИТИКИ ПО ОБЕСПЕЧЕНИЮ НАСЕЛЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ДОСТУПНЫМ ЖИЛЬЕМ

FUNDAMENTALS OF MODERN STATE HOUSING POLICY ON PROVIDING POPULATION OF THE RUSSIAN FEDERATION AFFORDABLE HOUSING

Клещенко Юрий Александрович

кандидат экономических наук,
Генеральный директор Группы компаний
общества с ограниченной ответственностью
«Строительно-монтажное управление «Краснодар»
(ООО «СМУ «Краснодар»)

Лукашевич Андрей Юрьевич

первый заместитель Генерального директора
Группы компаний общества с ограниченной
ответственностью «Строительно-монтажное
управление «Краснодар» (ООО «СМУ «Краснодар»)

Аннотация. В статье исследуются основные конституционные принципы государственной жилищной политики по обеспечению населения доступным жильем в условиях современной экономической ситуации. Авторы указывает на то, что исследуемые направления должны строиться на основе комплексной системы управления совместно с инвестиционными процессами и современных методов экономического моделирования.

Ключевые слова: жилищная политика, инвестиции, ипотека.

Kleschenko Yuri Aleksandrovich

Candidate of Economic Sciences,
Director General of the limited liability
company «Construction management
«Krasnodar» LLC «SMU «Krasnodar»)

Lukashevich Andrey Yurievich

First Quivalent of Director General of
the limited liability company
«Construction management
«Krasnodar» LLC «SMU Krasnodar»

Annotation. In article the basic constitutional principles of the state housing policy on providing the population with affordable housing in the conditions of a modern economic situation are investigated. Authors specifies that the studied directions have to be under construction on the basis of a complex control system together with investment processes and modern methods of economic modeling.

Keywords: housing policy, investments, mortgage.

Жилищная политика в современной России является одной из важнейших составляющих внутренней политики действующих органов власти. По своему содержанию и характеру она многомерна и многофункциональна.

На сегодняшний день в современной России жилищный вопрос — один из наиболее актуальных. Несмотря на достаточно большой объем вводимого жилья, сегодня позволить покупку новой квартиры в состоянии чуть больше 9 % граждан, желающих улучшить свои жилищные условия., поскольку большая часть населения ятраны практически оказалась на пороге бедности.

В ежегодном послании Президента Российской Федерации В.В.Путина Федеральному Собранию и ряде Указов Президента РФ обращено особое внимание на вопросы жилищной политики как на важнейший фактор внутренней политики государства, имеющей политическое, социальное и гуманитарное значение.

В целях реализации этой важнейшей задачи, одним из удачных и перспективных направлений на сегодняшний день являются приоритетные национальные проекты (далее ПНП), предусматривающие разработку и реализацию широкого комплекса экономических, организационных, банковско-инвестиционных и других мер по наиболее эффективному решению жилищной проблемы.

Разработка и реализация приоритетных национальных проектов предусматривает необходимость привлечения внушительных финансовых ресурсов, огромного числа организаций, труда миллионов людей, широкого освещения в средствах массо-

вой информации. Благодаря концентрации бюджетных и административных ресурсов в рамках проектов удается повысить эффективность государственного и муниципального управления и обеспечить инновационный путь развития экономики страны, направленный на накопление человеческого капитала..

На сегодняшний день в качестве отраслей реализации национальных проектов выбраны самые важные, непосредственно влияющие на уровень жизни населения, а именно: образование, жилищное строительство, здравоохранение и сельское хозяйство.

Безусловно в центре внимания населения Страны является ПНП «Доступное и комфортное жилье — гражданам России» и этот выбор не случаен. Именно жилищная проблема является в настоящий момент наиболее острой для многих граждан РФ. Почти половина российских семей, в той или иной степени не удовлетворены жилищными условиями. Практически каждая четвертая семья имеет жилье. Находящееся в плохом или очень в плохом состоянии. По официальным данным, общая потребность населения России в жилье составляет 1 569,8 миллиона квадратных метров. Удовлетворение этой потребности требует увеличения жилищного фонда на 46,1 процента. Проблемой является огромное количество ветхого жилья — 93 млн кв. м., из них 11,2 млн. кв. м. — аварийное; из 3,0 млрд. кв. м. жилья более половины нуждается в ремонте.

«Не может страна с такими резервами, накопленных за счет нефтегазовых доходов, мириться с тем, что миллионы ее граждан живут в трущобах» — одна из самых ярких фраз восьмого послания Президента РФ Федеральному Собранию.

Реализация сложнейших задач в области обеспечения достойным жильем населения России невозможна без проведения эффективной государственной социальной политики. В соответствии со ст. 7.1 Конституции РФ, Российская Федерация — социальное государство, которое должно обеспечить выполнение основных жизненных потребностей населения страны. Задачи государственной социальной политики известны и активно обсуждаются. Это повышение качества жизни населения, сведение к « нулю» числа граждан, проживающих за «чертой бедности», уменьшение дифференциации по доходам среди наиболее богатых и наиболее бедных слоев населения и много других задач.

В числе важнейших проблем, которые необходимо решить-это в первую очередь финансирование программ, развитие отрасли стройиндустрии и выбор оптимальных путей их реализации. Положение отрасли производства строительных материалов доказывает необходимость создания упорядоченного рынка сбыта на территории Российской Федерации. В условиях западных санкций возникает острая необходимость реструктуризации предприятий строительного комплекса, нацеленная на прогрессивные технологии, а также выпуск перспективных образцов изделий, превосходящих зарубежные аналоги. И, в первую очередь, это касается формирования методов эффективной работы предприятий промышленного комплекса.

Проведенные исследования показали, что далеко не все отечественные предприятия готовы к ведению конкурентной борьбы. Выпуск конкурентоспособной продукции далеко не всем предприятиям позволяет эффективно реализовывать имеющееся преимущество. Данный фактор связан с отсутствием практики использования средств маркетинга, а именно гибкой ассортиментной и ценовой политики, отлаженной организации каналов распределения продукции, эффективных методов реализации и др.

Конъюнктурная ситуация осложнялась расширением границ рынка и вовлечением в него западных фирм, имеющих значительный опыт работы в условиях жесткой конкуренции. Прямое использование опыта на российских предприятиях было затруднено из-за отсутствия универсальных схем конкурентного поведения на рынке [2].

В настоящее время руководство крупных строительных Холдингов и предприятий реализовывают политику импортозамещения, заручаясь непосредственной поддержкой Правительства Российской Федерации.

В условиях современной экономики каждому предприятию крайне важно правильно оценить создавшуюся рыночную обстановку с тем, чтобы предложить эффективные средства конкуренции, которые, с одной стороны, отвечали бы сложившейся в России рыночной ситуации и тенденциям ее развития, с другой — особенностям конкретного производства. Основными этапами такой работы являются аналитическое

понимание путей достижения конкурентных преимуществ и разработка на этой основе мероприятий по усилению конкурентной позиции.

Основная конкурентная борьба в отрасли проявляется в стремлении соперничающих предприятий улучшить свою рыночную позицию в целях подняться над конкурентами или убрать с рынка отдельного конкурента.

Главными инструментами внутриотраслевой конкуренции являются цена, качество, а также способность к реализации нововведений и мощь собственной или партнерской распределительной сети [1].

Серьезной силой конкуренции в условиях европейских экономических санкций может стать производство товаров-заменителей. Их влияние на положение строительной отрасли проявляется в том, что появляется некоторый уровень цен, при котором покупатели начинают переориентироваться на данный вид товара. Аналогичные процессы происходят и при сравнительном изменении качества взаимозаменяемых компонентов. Предприятия строительного комплекса при создании стратегических планов обязаны учитывать наличие товаров-заменителей в качестве силы конкуренции и проводить мониторинг изменения ситуации на рассматриваемом рынке.

Производители как основная сила конкуренции в строительной отрасли могут оказывать воздействие на рынок за счет повышения цен на свою продукцию. В какой мере им удастся это сделать или насколько сильна угроза повышения цен, зависит от положения того или иного производителя на рынке.

Наиболее опасная конкурентная ситуация в строительной отрасли складывается, когда конкуренция среди строительных Холдингов сильна, входные барьеры низкие, конкуренция со стороны товаров-заменителей сильная, а поставщики и потребители обладают достаточной силой, чтобы влиять на ситуацию в отрасли, добиваясь своих целей.

Успешная стратегия любого строительного Холдинга в отношении конкурентов подразумевает максимальное ограждение своего производства от негативного влияния отраслевых сил конкуренции, а также использование сложившейся в отрасли ситуации в свою пользу.

Несмотря на то, что все строительные предприятия объединяет факт принадлежности к определенной отрасли, они могут значительно отличаться друг от друга по разным параметрам, например, по объему и характеру производства, а также рынкам, на которые они работают, по совокупности предлагаемых услуг.

Отнесение конкурентов к отдельным стратегическим группам и позиций самих групп является крайне важным фактором. Самой сильной конкуренции следует ожидать со стороны предприятий, входящих в одну стратегическую группу. Чем ближе стратегические группы друг к другу, тем больше шансов соперничества между ними. Тенденции изменения отрасли могут быть благоприятными для одних стратегических групп и неблагоприятными для других, а активизация некоторых движущих сил может быть разрушительной для конкретных групп конкурирующих предприятий. Такая ситуация может вызвать попытки предприятий строительного комплекса из неблагоприятных стратегических групп переместиться в другие группы, что изменит характер конкуренции в отрасли [4].

Среди множества возможных оценок перспектив развития строительной отрасли особое внимание должно быть уделено потенциалу роста промышленного производства, а также стабильности спроса на продукцию данной отрасли и факторам, обуславливающих его колебания в краткосрочной и долгосрочной перспективе, учитывая влияние сезонности и наличия товаров-заменителей.

Таким образом, перспективы развития строительной отрасли даже в условиях жесткой конкуренции могут быть более чем привлекательны. У конкретных предприятий строительной отрасли должны существовать свои дополнительные критерии привлекательности [3].

В целом, говоря о путях проведения социальной политики в области реализации жилищных программ и развития стройиндустрии, необходимо отметить, что национальные проекты тесно связаны с реализацией федеральных целевых программ, которые должны быть взаимосвязаны, иметь необходимое финансирование, правовую базу и достойно решать социально-экономические задачи населения страны.

Литература:

1. Абалкин Л.И. Роль государства в становлении и регулировании рыночной экономики // Вопросы экономики. – 2005. – № 6.
2. В.И. Беляев. Маркетинг: Основы теории и практика. – КноРус, 2010.
3. Бобков В.Н. Проблемы оценки уровня жизни населения в современной России. – М., 2003. – 258 с.
4. С.А. Болотин. Организация строительного производства // Серия: Высшее профессиональное образование. – Академия, 2009.
5. М. Гусева. Маркетинг в строительстве // Серия: Высшая школа. – Книжный мир, 2011.
6. О.В. Михненко. Менеджмент в строительстве. Стратегический и оперативно-производственный менеджмент строительной организации // Серия: Высшая школа. – Книжный мир, 2011.

References:

1. Abalkin L.I. Rol of the state in formation and regulation of market economy // Economy Questions. – 2005. – No. 6.
2. V.I. Belyaev. Marketing: Bases of the theory and practician. – Knorus, 2010.
3. Bobkov V.N. Problems of an assessment of a standard of living of the population in modern Russia. – M., 2003. – 258 p.
4. S.A. Bolotin. Organization of construction production // Series: The highest professional education. – Academy, 2009.
5. M. Guseva. Marketing in construction // Series: The higher school. – Book world, 2011.
6. O.V. Mikhnenkov. Management in construction. Strategic and quick and production management of the construction organization // Series: The higher school. – Book world, 2011.