

**СОДЕРЖАНИЕ****Н. Мартышенко**

Состояние рынка потребительских товаров Приморского края в новых экономических условиях ..... 3

**О. Мартыненко, А. Сенюк, Е. Веклова**

Концепция промышленного маркетинга, ориентированная на конкурентоспособность ..... 10

**О. Вандрикова, Т. Ходырева**

Исследование особенностей внутриорганизационной маркетинговой деятельности современных вузов (на примере организаций высшего образования Краснодарского края) ..... 22

**Ж. Ермакова, Г. Вязикова**

Методика оценки маркетинговой деятельности физкультурно-оздоровительных организаций ..... 31

**Н. Погорелова**

Социальная эффективность маркетинга территории на примере Ростовской области ..... 40

**РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ**

**Баширов Ислам Халидович**, к. э. н., профессор, декан факультета маркетинга, торговли и таможенного дела Донецкого национального университета экономики и торговли им. М. Туган-Барановского, академик Академии Экономических наук Украины, г. Донецк, Украина;

**Галицкий Ефим Борисович**, к. э. н., начальник Лаборатории анализа данных Института Фонда «Общественное Мнение» (инФОМ), доцент кафедры Маркетинга фирмы факультета Менеджмента НИУ Высшая школа экономики, г. Москва, Россия;

**Гвозденко Александра Николаевна**, к. э. н., Президент НПФ «Социальное развитие», г. Липецк, Россия;

**Калужский Михаил Леонидович**, к. ф. н., директор РОФ «Фонд региональной стратегии развития», г. Омск, Россия;

**Макаров Александр Михайлович**, д. э. н., профессор, заслуженный экономист Удмуртской Республики, профессор кафедры управления социально-экономическими системами Удмуртского государственного университета, зам.директора Института экономики и управления УдГУ по международным связям, г. Ижевск, Россия;

**Никишкин Валерий Викторович**, д. э. н., профессор, директор Учебно-научного центра по переподготовке и повышению квалификации работников высшей школы (РЭУ им. Г.В. Плеханова), г. Москва, Россия;

**Нявро Джуру**, д. н., декан и основатель Загребской школы экономики и менеджмента (ЗШЭМ); г. Загреб, Хорватия;

**Парамонова Татьяна Николаевна**, д. э. н., профессор, зав. кафедрой «Технологии и управление продажами» РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Москва, Россия;

**Платонова Наталья Алексеевна**, д. э. н., профессор, проректор по научно-исследовательской работе РГУТиС, г. Москва, Россия;

**Хершген Ханс**, д. н., профессор, ФОРАМ – Институт прикладного маркетинга, Университет Хоенхайм, г. Штуттгарт, Германия;

**Шевченко Дмитрий Анатольевич**, д. э. н., профессор, зав. кафедрой маркетинга и рекламы, начальник Управления маркетинга и рекламы РГГУ, г. Москва, Россия.

УЧРЕДИТЕЛЬ И ИЗДАТЕЛЬ:  
ООО «Агентство BCI Marketing»

РЕДАКЦИЯ:  
Сурен Григорян (гл. редактор)  
Татьяна Чудина (зам. гл. ред.)  
Валерия Михалюк  
Михаил Краевский

КОРРЕКТОР:  
Эдит Соломахина

АДРЕС РЕДАКЦИИ:  
105275, Москва,  
просп. Буденного, д. 39, корп. 3  
Тел./факс редакции:  
(495) 365 0255  
E-mail: [suren@bci-marketing.ru](mailto:suren@bci-marketing.ru)  
<http://www.bci-marketing.ru>

Издание зарегистрировано  
в Гос. Комитете РФ по печати.  
Свидетельство о регистрации  
№ 016349 от 11.07.1997 г.  
Перерегистрировано  
в Министерстве РФ по делам печати,  
телерадиовещания и средств массовой  
коммуникации.  
Свидетельство о регистрации  
ПИ № 77-11651 от 21.01.2002 г.

Издается с января 1997 г.  
Выходит ежемесячно.

Тираж 900 экз.

Отпечатано в типографии  
«АМА-Пресс» (г. Москва)

Распространяется по подписке.  
Подписные индексы:  
48668 — каталог «Роспечать»

Подписка через подписные агентства  
«Урал-Пресс» — [www.ural-press.ru](http://www.ural-press.ru)  
«АП Деловая пресса» — [www.delpress.ru](http://www.delpress.ru)  
«Агентство «ГАЛ»

Подписка в странах СНГ  
по каталогу «Роспечать»

Подписка через редакцию: выслать  
заявку произвольной формы  
с указанием номеров требуемого  
издания и с контактной информацией.

Материалы для публикации  
принимаются  
только в электронном виде.  
Перепечатка материалов  
только с разрешения редакции.

## PRACTICAL MARKETING (Prakticheskiy marketing) no. 12 (214) 2014

### CONTENTS

#### **N. Martyshenko**

Situation on the Market of Consumer Goods of Primorski Krai in the New Economic Environment ..... 9

#### **O. Martinenko, A. Senuk, E. Veklova**

Conception of Industrial Marketing and its Target – Competition Ability ..... 21

#### **O. Vandrikova, T. Hodireva**

Research of Features of Internal Marketing in Dealing of Modern Higher Educational Schools of Kuban ..... 30

#### **J. Ermakova, G. Vyazikova**

Methodology of Evaluation of the Marketing Activities of Sports and Recreation Organizations ..... 39

#### **N. Pogorelova**

Social Efficiency of Territorial Marketing on example of Rostov Region ..... 48

FOUNDER AND PUBLISHER:  
"Agency BCI Marketing" Ltd.

Suren Grigoryan (chief editor)  
Tatyana Chudina (dep. chief ed.)  
Valeria Mikhailuk  
Michael Kraevskiy

Budennogo prospekt,  
building 39, housing 3  
Moscow, Russia  
105275

Tel./fax: +7 (495) 365 0255  
E-mail: [suren@bci-marketing.ru](mailto:suren@bci-marketing.ru)  
<http://www.bci-marketing.ru>

---

---

### EDITORIAL BOARD

**Bashirov Islam Halidovich**, Candidate of Economics, professor, dean of faculty of marketing, trade and customs affairs of Donetsk national university of economics and trade named after Mykhayilo Tugan-Baranovsky, Academician of Academy of Economic sciences of Ukraine; Donetsk, Ukraine;

**Galitsky Efim Borisovich**, Candidate of Economics, chief of Laboratory of the analysis of data of Public Opinion Fund, associate professor in Marketing Department Faculty of Management of Higher School of Economics, National Research University; Moscow, Russia;

**Gvozdenko Alexandra Nikolaevna**, Candidate of Economics, President of Non-State Retirement Fund «Social Development»; Lipetsk, Russia;

**Kaluzhskiy Mikhail Leonidovich**, Candidate of Philosophy, Director of Russian Regional Fund «Fund of Regional Strategy of Development»; Omsk, Russia;

**Makarov Alexander Mikhaylovich**, Doctor of Economics, Professor, Distinguished Economist of Udmurt Republic, Professor of the Department of Management of Social and Economic Systems, Udmurt State University, Deputy Director for the International Relations, Institute of Economics and Management, Izhevsk, Russia;

**Nikishkin Valery Viktorovich**, Doctor of Economics, Director of Educational and scientific center on retraining and professional development of high school professors (Plekhanov Russian University of Economics); Moscow, Russia;

**Nyavro Juro**, PhD, Dean and Founder of Zagreb School of Economy and Management (ZShEM); Zagreb, Croatia;

**Paramonova Tatyana Nikolaevna**, Doctor of Economics, Professor, Department Chair «Technologies and Management of Sales» of Higher School of Economics; Moscow, Russia;

**Platonova Natalya Alexeevna**, Doctor of Economics, Professor, Vice-Rector for Researches of Russian State University of Tourism and Services; Moscow, Russia;

**Hörschgen Hans**, Doctor of Science, FORAM – Applied Marketing Institute, University of Hohenheim, Stuttgart, Germany

**Shevchenko Dmitriy Anatolyevich**, Doctor of Economics, Professor, Department Chair of Marketing and Advertising, Head of Marketing and Advertising Department of Russian State University for the Humanities; Moscow, Russia.

## СОСТОЯНИЕ РЫНКА ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ ПРИМОРСКОГО КРАЯ В НОВЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ



**Мартышенко Наталья Степановна,**

к. э. н., профессор кафедры Международного маркетинга и торговли, Владивостокский государственный университет экономики и сервиса (690014, г. Владивосток, ул. Гоголя 41)  
Natalya.martysenko@vvsu.ru

В 2014 году Россия подверглась санкциям со стороны США и их союзников. В ответ и Россия предприняла ряд мер. Это отразилось на потребительском рынке России. В работе приводятся результаты исследования рынка потребительских товаров Приморского края в новых экономических условиях. Исследование проводилось с помощью анкетного опроса населения по следующим направлениям: оценка изменения структуры потребления товаров и услуг; оценка изменения рынка продуктов питания с введением ограничений на ввоз сельхозпродукции из США и ЕС; оценка реакции потребителей на резкие изменения курса иностранной валюты.

**Ключевые слова:** рынок потребительских товаров; анкетный опрос; продовольственные и непродовольственные товары; спрос; расходы населения.

### НОВЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ

Санкции, введенные в 2014 году, коснулись как ряда физических лиц, занимающих видные позиции на политической и экономической арене России, так и отдельных компаний. В список санкций попали российские компании нефтегазовой отрасли, российские компании оборонной промышленности и ряд крупных российских банков [1]. Также был наложен запрет на всякое военное сотрудничество. Наиболее заметное влияние санкции оказали на рынок иностранного капитала. За первый квартал этого года иностранные инвесторы вывели из России \$70 млрд, за второй квартал – до \$90 млрд [2]. В ноябре Банк России представил новый прогноз чистого оттока капитала из РФ в 2014 году до \$128 млрд.

Параллельно происходило понижение цен на нефть и газ, на которые приходится подавляющая часть российского экспорта. Мировые цены на нефть начали падение с июня 2014 года. За этот период цены на нефть марки *Brent* упали с \$114,13 за баррель до

\$79,6 (данные на 15 ноября 2014), то есть на 30,3%. Наиболее резкое падение цены наблюдается с середины октября 2014 года и, вероятней всего, в ближайшие месяцы цена будет продолжать снижаться. Такая ситуация отрицательно сказывается на экономике не только России, но и многих других стран, поставляющих нефть на мировой рынок. Но в долгосрочной перспективе цены не останутся на низком уровне, так как развивающиеся экономики требуют все больше и больше энергоресурсов, цены на которые привязаны к ценам на нефть.

От колебания стоимости нефти в большой степени зависит колебание курса доллара по отношению к российскому рублю. Падение курса рубля по отношению к доллару началось также в июне 2014 года. За последние месяцы курс доллара поднялся с 33,91 до 47,39 руб. за \$1 (данные на 15 ноября 2014), то есть на 35,7%. Падение рубля в большой степени объясняется сырьевой зависимостью экспорта России. Одним из наиболее действенных инструментов борьбы с ростом доллара

США является отказ от доллара во взаиморасчетах между странами – партнерами России. Сейчас Россия активно проводит политику в этом направлении.

6 августа 2014 года Президентом РФ В. Путиным был подписан указ № 560 «О применении отдельных специальных экономических мер в целях обеспечения безопасности Российской Федерации». За ним последовало постановление Правительства РФ от 7 августа 2014 г. № 778, по которому запрещено ввозить в РФ практически все товары сельскохозяйственной продукции, сырье и продовольствие из Соединенных Штатов Америки, стран Европейского Союза, Канады, Австралии и Королевства Норвегия. Основные виды продукции, подпадающие под запрет к ввозу в РФ, представлены в *таблице 1* [3].

Минэкономразвития заранее начало разрабатывать меры по поддержке отечественных производителей. Принятые меры должны дать результат, но на это потребуется время. На данный момент отечественный рынок продовольственных товаров ощутил