

УДК 365

## СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНЫХ УСЛУГ

Тетуева З.М.

*Институт информатики и проблем регионального управления**КБНЦ РАН, Нальчик*

Подробная информация об авторах размещена на сайте

«Учёные России» - <http://www.famous-scientists.ru>

**Формирование тарифов на ЖКУ для различных групп населения предполагает, что тарифы на ЖКУ, а также плата за наем должны формироваться, исходя из возможностей свободного выбора населением в соответствии доходами населения. Дифференциация тарифов должна обеспечить также выбор того или иного ассортимента и объема ЖКУ, исходя из градации жилища по признаку социально-имущественной стратификации.**

**Ключевые слова:** дифференциация, универсальная жилищно-коммунальная услуга, набор услуг.

Специфика ЖКХ определяется технологией, независимо от связанных с ней функцией или групп потребителей. Сегментация рынка ЖКУ является традиционной. В то же время она наименее удовлетворительна, так как ориентировано на предложение, а не на спрос. В совершенствовании функционирования жилищно-коммунальной сферы, важное значение, приобретает оптимизация механизма предоставления жилищно-коммунальных услуг с позиции социальной и экономической эффективности. Соответствие экономической динамики развития общества (вектор социально-экономического развития) изменяющимся потребностям общества предполагает дифференцированный подход к качеству, ассортименту и объему предоставляемых ЖКУ. Современной спецификой рынка жилищно-коммунальных услуг является то, что с развитием техники и технологии население имеет возможность контролировать объем и качество широкого спектра предоставляемых жилищно-коммунальных услуг, совершать выбор по цене и отказываться от их потребления, что было невозможно в предшествующее время.

Кроме того, особенности ЖКХ, а также высокая социальная значимость ЖКУ делают невозможным переход на полностью свободное ценообразование. Цены, а также определенные на их основе

тарифы должны оставаться средством осуществления той или иной социально-экономической политики в жилищной сфере. И являться тем инструментом, который обеспечивает эффективность конкурсного отбора и заключения договоров. Это, прежде всего, означает, что государство берет на себя обязанность заботиться о социальной справедливости, благополучии своих граждан, их социальной защищенности. В современной ситуации именно положение в ЖКХ в значительной степени обуславливает как социальную защищенность граждан, так социальную и политическую стабильность в обществе.

Поэтому первостепенное значение приобретают социальные принципы и нормы реформирования, которые в силу приоритетности экономических проблем реформы целесообразно выражать экономическими категориями. Данные принципы должны быть заложены в основу построения новой системы ЖКХ.

Развитие рыночных отношений предполагает, коммунальные услуги должны продаваться, при этом оплата их должна производиться в зависимости от количества и качества. Совершенствование системы ценообразования и достижение поставленных целей возможно на основе дифференцированных тарифных схем и тарифов.

**Таблица 1.** Сегментация рынка жилищно-коммунальных услуг

	<b>Требуемые данные</b>	<b>Методы</b>
<b>Анализ рынка</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- техническое состояние жилищного фонда;</li> <li>- количественный и качественный состав коммерческих компаний- потенциальных конкурентов;</li> <li>- структура собственников (частное, муниципальное жилье);</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- анализ статистики комитета ЖКХ;</li> <li>- специализированные сайты Правительства области, отраслевого министерства, .;</li> <li>- опросы жильцов;</li> <li>- проведение «фокус-группы» с лидерами домов;</li> </ul>
<b>Определение стоимости услуг по ремонту и содержанию жилья</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- техническое состояние жилищного фонда;</li> <li>- покупательская способность собственников помещений;</li> <li>- уровень притязаний собственников помещений;</li> <li>- стоимость предыдущих услуг;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- наблюдения на месте;</li> <li>- анкетирование жильцов;</li> <li>- привлечение технических специалистов;</li> <li>- анализ данных органов власти разных уровней;</li> </ul>
<b>Разработка кампании по продвижению на рынок</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- количественный и качественный состав «легкодоступных» сегментов;</li> <li>- состав рекламного сообщения, ориентированного на удовлетворение потребностей сегмента (-ов);</li> <li>- сколько будет стоить рекламная кампания;</li> <li>- наиболее эффективные средства распределения информации;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- опросы;</li> <li>- анкетирования;</li> <li>- наблюдения на месте;</li> <li>- привлечение лидеров - собственников помещений к проведению кампании;</li> <li>- привлечение некоммерческих организаций, неформальных объединений граждан для проведения кампании;</li> </ul>

Первостепенное значение в таких условиях приобретают социальные принципы и нормы реформирования, которые в силу приоритетности экономических проблем реформы целесообразно выражать экономическими категориями. Данные принципы должны быть заложены в основу построения новой системы ЖКХ.

Примером качественно новой социальной нормы предоставления услуг населению может служить "универсальная жилищно-коммунальная услуга". Под универсальной жилищно-коммунальной услугой понимаются "ЖКУ", оказание которых любому пользователю услугами на всей территории Российской Федерации в заданный срок, с установленным качеством и по доступной цене является обязательным для жилищно-коммунальных пред-

приятий универсального обслуживания". В соответствии с Государственным стандартом РФ ГОСТ Р 51929-2002 под жилищно-коммунальными услугами понимаются "услуги исполнителя по поддержанию и восстановлению надлежащего технического и санитарно-гигиенического состояния зданий, сооружений, оборудования, коммуникаций и объектов жилищно-коммунального назначения, вывозу бытовых отходов и подаче потребителям электрической энергии, питьевой воды, газа, тепловой энергии и горячей воды". Под объектами жилищно-коммунального назначения понимают "объекты внешнего благоустройства территории городов и населенных пунктов (зеленые насаждения, городские дороги и элементы их благоустройства, пешеходные и велосипедные до-

рожки, объекты инженерной защиты территории, уличное освещение, объекты санитарной уборки и др.), а также обустроенные площадки, стоянки, участки, устройства и конструкции из различных материалов, размещенные на придомовой территории".

Выбор услуг может быть также произведен на основании перечня услуг, включенных в "Общероссийский классификатор услуг населению" по разделу "жилищно-коммунальные услуги".

В качестве основных критериев отбора услуг, включаемых в "универсальную жилищно-коммунальную услугу", целесообразно рассматривать:

- обязательность её предоставления организациями ЖКХ в населенных пунктах на всей территории Российской Федерации;

- обязательность её предоставления всем гражданам Российской Федерации в местах их постоянного или временного проживания;

- номенклатура услуг должна гарантировать их потребителю минимально необходимое жизнеобеспечение;

- услуги должны поставляться потребителям в заданные сроки, в установленном качестве, по доступной цене, на основании договора с поставщиком.

Потребителем "универсальной жилищно-коммунальной услуги" является население – физические лица.

Предоставление "универсальной жилищно-коммунальной услуги" является необходимым условием функционирования ЖКХ. Организация, имеющая лицензию на предоставление населению ЖКУ, входящих в номенклатуру "универсальной жилищно-коммунальной услуги", обязана предоставлять их всем потребителям.

Потребитель, имеющий законное право на "универсальную жилищно-коммунальную услугу", вправе отказаться от получения, как всей номенклатуры услуг, так и любой её части.

С учетом вышеизложенного, в номенклатуру услуг "универсальной жилищно-коммунальной услуги" целесообразно внести:

- предоставление электроэнергии;
- предоставление питьевой воды;

- предоставление тепловой энергии или энергоносителей.

Социальный принцип реформирования ЖКХ в контексте рассмотренной выше проблемы может быть сформулирован следующим образом:

Потребителю ЖКУ должна быть обеспечена возможность управления объемом услуг индивидуального потребления и контроля объемов и качества услуг коллективного потребления. Ответственность за обеспечение данных прав потребителя возлагается на органы ЖКХ, ответственные за предоставление ЖКУ. В конечном счете, нормой должна стать оплата услуг по факту их реального потребления.

Социальная защита граждан, с одной стороны, и поддержка ЖКХ с другой должны предусматривать дифференцированность оплаты жилищно-коммунальных услуг в период, когда ЖКХ получает государственные дотации и сохраняется государственное регулирование тарифов. В качестве критериев определения базовых условий оплаты услуг предлагается использовать:

- наличие у получателя услуг гражданства Российской Федерации;

- оплату услуг на базовых условиях только по месту постоянного проживания (регистрации);

- оплату на базовых условиях только "социального стандарта жилья" в части услуг индивидуального и коллективного потребления;

- оплату на базовых условиях "социального стандарта жилья" только для физических лиц.

Это возможно на основе совершенствования системы ценообразования и применения дифференцированных тарифных схем и тарифов. Современная концепция ценообразования в жилищной сфере должна учитывать процессы активизации конечного потребителя – населения. Это объективное, необратимое явление, связанное с увеличением доли платежей населения в затратах на содержание жилищно-коммунального фонда.

Тарифы, а также плата за наем жилья должны формироваться, исходя из возможностей свободного выбора населением жилья – по уровню комфортности, соответ-

ствующего дохода домохозяйства. Дифференциация тарифов должна обеспечить выбор того или иного ассортимента и объема ЖКУ. Изучение процессов формирования рынка жилья показало, что различия в уровне материальной и жилищной обеспеченности семей определяют не только особенности их запросов к различным типам жилья, но и к услугам по его обслуживанию. Исходя из градации жилища по признаку социально-имущественной стратификации, набор ЖКУ и экономические критерии их оценки можно представить, на наш взгляд, в трех «коммерческих уровнях»:

- стандартный набор платных услуг, предусмотренных нормативами, соответствует преимущественно муниципальному жилью; экономическим критерием оценки является относительное снижение материальных, финансовых и трудовых затрат, что, в свою очередь, влияет на повышение коммерческой эффективности жилья. «Стандартные потребности» – это потребности групп, общей чертой которых является недостаточный уровень материальной обеспеченности, хотя жилищные условия могут быть различными (72%); к ним относят для ЖЭО работы, не выполненные в плановые сроки; замена изношенной сантехники, капитальный ремонт дома и квартир, кровельные работы по смене прогнивших труб, замене розетки и др.

- услуги по жилищному комфорту – стандартный набор услуг с учетом особенностей жилья, формирующих потребности в услугах, отличных от стандартных в сторону повышения их номенклатуры, объема и качества; соответствует, в основном, среднему уровню по спросу тех, кто проживает в доступном (социально-частном) жилье; экономическим критерием также может быть относительное снижение ресурсов, однако не обязательно, поскольку относительное увеличение затрат может предопределить соответствующее увеличение рыночной стоимости жилья. «Потребности в жилищном комфорте» – это потребности достаточно обеспеченной группы, имеющей средние и даже низкие жилищные условия (24%); они включают потребность в дополнительном ремонте и отделке квартиры, установке нового сан-

технического оборудования, двойных дверей, наличие встроенных шкафов и т.д.;

- элитарные услуги – принципиально отличающийся набор и статус услуг, соответствующий элитному типу жилья как по набору (нестандартному в градостроительном понимании), так и по оплате; повышение затрат, предопределяющее высокий (без верхних границ) уровень комфорта, предполагает соответствующее увеличение (относительно других уровней) стоимости строительных, эксплуатационных затрат, затрат на сервис. «Элитарные потребности» – это потребности самой обеспеченной группы населения с наилучшими жилищными условиями в поддержании жилищного стандарта (4%), к которым, как правило, относят потребность в перепланировке квартиры, установление решеток на окнах, устройстве сигнализации, охране квартиры, приходящей домработницы и др.

Виды необходимых услуг, в которых нуждаются жильцы, рекомендуется устанавливать путем социологических исследований. Результаты социологических исследований позволили выявить три сегмента услуг в жилищном обслуживании:

Произошедшие перемены обусловили значительные изменения потребностей населения в сторону увеличения образа комфортного жилья и т.п. В связи с этим существенно изменился сегмент рынка услуг по обеспечению жилищного комфорта. В новых структурах жилищного сектора при развитии рыночных отношений появилась возможность привлечения в сферу обслуживания жилищного фонда частных компаний и спектр оказываемых ЖКУ населению продолжает расширяться.

Но базой для тарификации должны быть стандартные услуги. Услуги по жилищному комфорту также могут частично входить в состав так называемых платных услуг, предлагаемых населению муниципалитетом по фиксированным, очень часто заниженным, невыгодным для жилищно-коммунального предприятия ценам. На сегодняшний день они тоже должны являться объектом стандартизации и тарификации и предлагаться населению на добровольной основе. В дальнейшем по мере развития конкурентных отношений,

эти тарифы будут представлять собой верхнюю границу цены для проведения конкурсных торгов и установления договорных цен.

Реализация стандартных услуг и услуг по обеспечению повышенного жилищного комфорта одной организацией, позволит сделать обслуживание население комплексным, обеспечит контролируемость внутриквартирных ремонтов, перепланировок, а значит, и эксплуатационных характеристик зданий снизит:

- расходование времени на получение услуги (ожидание мастера, отсутствие при оказании работ);

- физические усилия (доставка необходимых материалов, если работы выполняются из материала заказчика);

- нервно-психические затраты (услуга чаще всего предполагает личное взаимодействие клиента с обслуживающим персоналом);

- сенсорные затраты (их порождают побочные эффекты оказания услуг – шум, пыль).

Внимание к этим затратам обусловлено тем, что клиенты готовы заплатить повышенную цену, чтобы исключить эти затраты, особенно при оказании владельцам элитного жилья. И если фирма способна предотвратить подобные затраты клиентов, она может это отразить в своей рекламе обоснования повышенной оплаты. Например, во многих странах клиентам предлагается два варианта проведения ремонта квартир: в присутствии заказчика и на полную ответственность фирмы, которая при этом гарантирует сдачу помещения после ремонта в состоянии – «пришел и живи». Такой ремонт стоит дороже, но при этом клиент избавлен от физических, нервно-психических и сенсорных затрат, сопровождающих ремонт «в присутствии заказчика».

При определении тарифа на услуги по жилищному комфорту должны также использоваться такие элементы рыночного

ценообразования, как принцип продажи набора услуг. В соответствии с ним комплекс благ должен стоить покупателю меньше, чем при покупке каждого блага в отдельности. В жилищном секторе более целесообразно предоставлять клиентам возможность выбора: приобретать весь набор услуг либо некоторые или даже одну. При реализации таких наборов подход к ценообразованию меняется: здесь важно найти тот размер скидки за комплексность закупки, который сможет заинтересовать клиента в покупке всего пакета услуг, а не по отдельности.

Размеры надбавок за экономию затрат клиентов, за комплексность обслуживания по сравнению с традиционными схемами оказания услуг определить достаточно трудно, но задача поддается решению. Оно находится либо путем маркетинговых исследований, либо является результатом экспериментального варьирования уровней тарифов.

Таким образом, для формирования механизма эффективной эксплуатации жилищного фонда, упорядочения расчетов между заказчиком и подрядчиком необходимо четко сформулировать требования и стандарты эксплуатации жилищного фонда, в соответствии с уровнем комфортности и формой собственности на жилье. Эти требования и стандарты должны быть четко увязаны с понятием жизненного цикла объекта жилой недвижимости и обеспечить эффективное функционирование на протяжении этого периода.

Предложенный дифференцированный подход при оплате позволит определить стоимость каждой жилищно-коммунальной услуги, производить оплату в соответствии с количеством и качеством услуг. Социально-экономический эффект может быть получен в виде повышения удовлетворенности потребителей, улучшения качества предоставляемых услуг, сокращение сроков их выполнения.

**SEGMENTATION OF THE MARKET OF HOUSING-AND-MUNICIPAL SERVICES**

Tetueva Z.M.

*Institute of information science and regional management problems, Nalchik*

Formation of tariffs for housing-and-municipal services for various groups of the population assumes, that tariffs for housing-and-municipal services, and also a payment for employment should be formed, proceeding from opportunities of a free choice the population in conformity incomes of the population. The differentiation of tariffs should provide also a choice of this or that assortment and volume of housing-and-municipal services, proceeding from gradation of dwelling on the basis of socially-property stratification.

Keywords: differentiation, universal housing service, set of services.