



ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ МОДЕЛИ И УСПЕШНЫЕ ПРАКТИКИ УПРАВЛЕНИЯ

УДК 332.851

МОДЕЛЬ ОЦЕНКИ РЫНОЧНОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ НА ТЕРРИТОРИАЛЬНО-ЛОКАЛЬНОМ РЫНКЕ ДОХОДНЫХ ДОМОВ

THE MODEL OF THE ESTIMATING MARKET SUPPLY IN A LOCAL MARKET OF THE APARTMENT HOUSES

В.А. Калугин, Д.И. Королькова
V.A. Kalugin, D.I. Korolkova

*Белгородский государственный национальный исследовательский университет,
Россия, 308015, г. Белгород, ул. Победы, д.85*

Belgorod State National Research University, 85, Victory St., Belgorod, 308015, Russia

Kalugin@bsu.edu.ru

Аннотация. В настоящее время научным сообществом и политической элитой нашей страны осознается тот факт, что формирование рынка арендного жилья (доходных домов) позволяет не только решать жилищные потребности населения, но и повышать территориальную мобильность населения, обеспечивать его занятость, а также помогать развитию новых производств. В статье предлагается решение вопросов, связанных с определением структуры рыночного предложения и модели его оценки на рынке доходных домов, что обеспечит потребителю поддержку всесторонне обоснованного решения.

Resume. Currently, the scientific community and the political elite of our country realized the fact that the formation of the rental market (apartment houses) allows not only to solve the housing needs of the population, but also to improve territorial mobility of the population, to provide employment and to help the development of new industries. The paper proposes a solution to the issues related to determining the structure of the market offer model and its evaluation on the market of tenement houses to provide consumer support fully informed decision.

Ключевые слова: территориально-локальный рынок, доходные дома, доступность жилья, рыночное предложение, оценка рыночного предложения

Key words: the geographically local market, apartment buildings, affordable housing, market supply, assessment of the market offer

Введение

В настоящее время для решения проблемы жилья в РФ действует государственная программа «Обеспечение доступным и комфортным жильем и коммунальными услугами граждан Российской Федерации» на 2013–2020 годы, в качестве главного механизма которой выступает федеральная целевая программа (ФЦП) «Жилище», разработанная на 2015–2020 годы.

В рамках ФЦП «Жилище» основным инструментом решения жилищной проблемы является механизм развития ипотечного жилищного кредитования (ипотека). Однако как показывают многочисленные исследования, этот инструмент остается недоступным для большинства граждан Российской Федерации в связи со значительной величиной первоначального взноса по отношению к среднему уровню доходов, а также ввиду высокого уровня процентных ставок (даже субсидированных государством) по таким кредитам [В.А.Калугин, Д.И.Королькова, 2015], [М.А. Печенская, 2015].

В связи с чем актуализируется проблема поиска альтернативных инструментов, в качестве которых предлагаются следующие: жилищно-накопительные кооперативы,



жилищные сертификаты, жилищный лизинг, арендное жилье (доходные дома) [Овсянникова Т.Ю., Салагор И.Р. 2011].

В последнее время как научным сообществом, так и политической элитой нашей страны осознается тот факт, что актуальным направлением решения проблемы доступности жилья может стать формирование рынка арендного жилья, которое уже началось в ряде регионов (Москве, Санкт-Петербурге, Калужской, Нижегородской и Новосибирской областях, в Татарстане, Чувашской республике и других регионах).

Международный опыт показывает, что формирование рынка арендного жилья позволяет не только решать жилищные потребности населения, но и повышать территориальную мобильность населения, обеспечивает его занятость, а также помогает развитию новых производств.

Однако успешное решение жилищной проблемы с использованием механизма доходных домов связано с преодолением ряда трудностей, прежде всего, концептуального порядка: требуется осмысление того, что модель поведения потребителя на рынке арендного жилья в корне отличается от модели поведения покупателя, приобретающего жилье в собственность. Эти отличия заключаются, прежде всего, в том, что даже если имеет место однотипность структуры рыночного предложения на этих рынках, определяемого совокупностью критериев, которыми руководствуется потребитель, значимость самих критериев весьма различна.

Это объясняется тем, что арендное жилье – это текущее временное решение проблемы с жильем, оно является неким аналогом гостиницы, только длительного пользования. Для молодых семей без детей это стартовое жилье. Здесь на второй план отходят вопросы с выбором типа дома и квартиры, архитектурно-планировочных решений жилища, его комфортности, а также живописности района и придомовой территории двора и т.п.

На первый план выдвигаются: арендная плата, функциональность самого жилья и его окружения, транспортная доступность, безопасность, инфраструктура дома, величина оплаты коммунальных услуг и др.

Таким образом, для формирования рынка доходных домов требуется, прежде всего, решение вопросов, связанных с определением структуры рыночного предложения и модели его оценки, что обеспечит потребителю поддержку всесторонне обоснованного решения.

Результаты исследования

В нашей стране в настоящее время сложился устойчивый стереотип, что возможны два основных способа обеспечения доступности жилья – его покупка с использованием различных схем финансирования, в том числе с использованием ипотеки, и бесплатное получение жилья как «социального» через муниципалитеты.

Однако как показывают многочисленные исследования, покупка жилья является недоступной для большинства граждан Российской. Застройщики после кризиса 2008-2009 годов отреагировали на это обстоятельство уменьшением площадей квартир. При этом застройщики весьма радикальны в стремлении сделать квартиру компактнее, в результате чего на рынке появились квартиры-студии площадью 20–25 кв. м и меньше (микрোকвартиры). Эти студии зачастую позиционируются как жилье для студентов, однако, как выяснили специалисты, их цена скорее соответствует возможностям вполне крепкого среднего класса.

Малогабаритное жилье с более чем скромными размерами жилой площади – это довольно популярный и распространенный формат персонального жилья во многих самых развитых странах мира, в них законодательно установлен минимальный лимит на жилплощадь.

Привычными для таких мегаполисов, как Токио, Нью-Йорк, Лондон, Париж, Сингапур, Берлин и т.п., являются квартиры с жилой площадью всего 10–15 м², но самые экзотичные решения, в Японии – 5–6 «квадратов».

Совсем иная ситуация в развитых странах Европы, Азии и в США: здесь малоформат – обычное явление для центральных и фешенебельных районов с высокой стоимостью земли и интенсивным ритмом жизни. Обычно развитая инфраструктура вокруг таких построек призвана удовлетворить большинство потребностей человека, связанных с дополнительными площадями жилья: очень занятые или ведущие активную общественную жизнь люди питаются и обслуживаются вне дома, им вполне достаточно малых квадратур для того, чтобы, по сути, просто переночевать.

Квартиры небольших и очень маленьких площадей традиционно востребованы среди покупателей с ограниченным бюджетом покупки. Это могут быть студенты, которым такое жилье выбирают родители, молодые семьи, приобретающие бюджетные и компактные квартиры в качестве первого жилья, или люди, которые живут одни. Приобретение

микроквартиры с целью проживания любым покупателем рассматривается как временное жилье со стремлением к смене на более комфортное при более благоприятных (в первую очередь финансовых) обстоятельствах. Еще одна категория покупателей, заинтересованных в микроквартирах, – это инвесторы, они нередко приобретают квартиры-студии площадью 20–25 кв.м для сдачи в аренду.

Рассмотрим недостатки, которые сопровождаются приобретением в собственность микроквартир. Помимо очевидной тесноты у микроквартир есть и другие недостатки. Грамотно обставить такое жилье не только сложно, но и достаточно дорого. Покупатели, экономя на покупке такой маленькой квартиры, зачастую не берут во внимание, что затраты на ее ремонт и обустройство не меньше, а даже больше, чем для квартиры стандартной площади, поскольку им требуется приобретение трансформируемой или уникальной по конфигурации и размеру мебели, что доступно далеко не всем. Кроме того меньшая обрабатываемая площадь при ремонтных работах все равно обходится ее владельцам в такую же сумму, как и в обычной квартире, поскольку концентрация работ в санузлах и на кухне соизмерима.

Кроме того, с осторожностью стоит подходить к выбору микроквартиры в малоэтажном доме, поскольку именно в этом сегменте чаще всего встречаются сомнительные предложения с непонятным статусом земель. Например, трехэтажные многоквартирные дома порой возводятся недобросовестными застройщиками на землях, предназначенных под индивидуальное жилищное строительство.

Еще одна проблема, с которой могут столкнуться покупатели микроквартир, связана с увеличением срока владения недвижимостью до пяти лет для получения налоговой льготы при продаже. Действительно, квартиры с минимальными площадями зачастую покупают молодые семьи без детей в качестве стартового жилья. Уже через год-два у семьи может вырасти доход, люди планируют ребенка и вместе с тем улучшение жилищных условий. Если раньше они могли продать первую квартиру без уплаты налога уже через три года, теперь им придется ждать пять лет. В стандартной однушке или даже студии площадью около 30 кв. м можно относительно комфортно жить, пока ребенок совсем маленький. А вот в квартире площадью менее 20 кв. м разместиться даже с грудным ребенком очень сложно. В результате семьям придется либо откладывать рождение ребенка, либо придумывать более сложные схемы по улучшению жилищных условий.

Поэтому, по мнению многих специалистов, именно этот закон во многом будет способствовать снижению популярности микроквартир в качестве стартового жилья: молодые люди, которые раньше покупали микроквартиры, сейчас скорее предпочтут их аренду.

Помимо молодых семей, которые еще не определились с выбором квартиры, существуют и другие категории граждан с низкими и средними доходами, для которых будет привлекательна аренда: военные, врачи, преподаватели, студенты, аспиранты, сотрудники банков, молодые семьи, которые еще не определились с выбором квартиры, трудовые мигранты, люди, у которых нет возможности приобрести квартиру с помощью ипотеки, жильцы расселяемых домов, люди, которые приехали в город на время, приезжие специалисты и т.п.

Кроме решения жилищных проблем, арендное жилье будет способствовать повышению территориальной мобильности населения (дома позволяют не привязываться к месту жительства, при этом становится проще менять место работы и переезжать в другой город), обеспечению его занятости, а также развитию новых производств.

Таким образом, научным сообществом и политической элитой нашей страны признается необходимость формирования рынка арендного жилья (доходных домов). [Д.И. Королькова, В.А. Калугин, 2014].

Доходные дома – это многоквартирные дома, строящиеся специально для последующей сдачи квартир в аренду. Жилье предоставляется во временное пользование на основании договоров аренды или коммерческого найма, оно является неким аналогом гостиницы, только длительного пользования. Квартиры в таких домах отличаются от обычных предоставлением различных дополнительных услуг: консьержа, уборки помещений, обеспечения безопасности, парковки.

За рубежом строительство государственных и муниципальных доходных домов – давно сложившийся бизнес. Например, в Германии самым выгодным видом недвижимости считаются доходные дома. Согласно официальной статистике, 58% населения страны живет в арендованном жилье, а в крупных городах этот показатель достигает 75–80%.

Как отмечают многие исследователи, наличие большого сегмента доходных домов (рынка доходных домов) позволит не только решить жилищную проблему, но и снизит спрос, а, соответственно, и цены на жилье, приобретаемое в собственность; оживит инвестиционную



активность в реальном секторе экономики, что позволит пополнять бюджет города за счет легализации рынка аренды.

В общем случае экономисты описывают рынок как совокупность покупателей и продавцов, заключающих сделки в отношении того или иного продукта или товарной категории (например, рынок недвижимости или рынок фуража).

Формирования рынка начинается с его сегментирования. Сегмент рынка – это крупная, идентифицируемая по каким-либо признакам (сходные потребности, покупательская способность, регион проживания, потребительские приоритеты и привычки) группа покупателей [Ф. Котлер, 2006].

В настоящей статье подробное сегментирование рынка доходных домов не проводится, предполагается, что предпочтения отмеченных выше категорий граждан примерно одинаковы, т.е. имеет место однородная (гомогенная) структура предпочтений (один целевой сегмент).

Предметом статьи является разработка модели рыночного предложения (РП) для этого целевого сегмента, которая должна позиционироваться в сознании целевых потребителей посредством формирования у них мнения об основных выгодах и издержках, связанных с арендой конкретного вида жилья.

В общем случае в качестве выгод выделяют такие группы, как функциональные выгоды и эмоциональные выгоды, в качестве издержек – денежные издержки, энергетические издержки, материальные расходы, временные затраты [Ф.Котлер, 2006]. Естественно, каждая группа детализируется более операционными показателями (критериями). Для рынка доходных домов такими критериями могут быть: местоположение, тип дома, тип квартиры, этажность, площадь квартиры, придомовая территория двора, безопасность, инфраструктура дома, внешнее окружение, размер арендной платы, ожидаемые платежи за коммунальные услуги и др. С каждым критерием связывается определенная *критериальная шкала измерений*, так что при оценке РП с позиции некоторого критерия оно получает в этой шкале определенное значение. Эти значения могут быть количественными, качественными, лингвистическими. Причем получаемые значения зависят оттого на каком рынке жилье оценивается РП. Например, с позиции критерия «местоположение» РП получают на рынке покупки жилья такие лингвистические значения: спальный район, престижные пригороды, малоэтажные районы города и т.п., на рынке доходных домов другие: близость к работе (остановке наземного транспорта, метро, такси и т.п.), наличие социальной инфраструктуры в районе и т.п.

Потребитель, основываясь на своем восприятии, выберет из конкурирующих РП то, которое с его точки зрения обладает наибольшей ценностью. Однако определить ценность каждого рыночного предложения, когда оно описывается набором критериев, как количественных, так и качественных и лингвистических, непростая задача.

Дадим формальное определение задачи выбора РП на рынке доходных домов. Пусть на рынке доходных домов имеется множество допустимых альтернативных РП:

$$MPП = \{PP_1, PP_2, \dots, PP_m\}.$$

При этом предполагается, что каждое РП оценивается с позиции n критериев (K_1, K_2, \dots, K_n), для которых определено множество шкал измерений $S = \{S_i\}$. Каждый критерий относится к категории «выгоды» (положительно ориентированные критерии) или к категории «издержки» (отрицательно ориентированные критерии), шкалы измерений могут быть объективными или субъективными.

Обозначим φ_i функцию оценки РП по критерию K_i , с помощью которой множество МРП отображается на соответствующую шкалу S_i : $\varphi_i: MPП \rightarrow S_i$.

Множество отображений $\varphi_1: MPП \rightarrow S_1, \varphi_2: MPП \rightarrow S_2, \dots, \varphi_n: MPП \rightarrow S_n$ индуцирует отображение $F = \varphi_1 \times \varphi_2 \times \dots \times \varphi_n: MPП \times MPП \dots \times MPП \rightarrow S_1 \times S_2 \times \dots \times S_n$, которое определяется «покоординатно»: если $a \in A$, то $\varphi_1 \times \varphi_2 \times \dots \times \varphi_n(PP, PP, \dots, PP) = (\varphi_1(PP), \varphi_2(PP), \dots, \varphi_n(PP))$

Таким образом, каждое конкретное предложение представляет собой множество оценок $PP_i = (\varphi_1(PP_i), \varphi_2(PP_i), \dots, \varphi_n(PP_i)) = (s_1, s_2, \dots, s_n)$, где $s_i \in S_i$.

Пусть v – функция ценности, отражающая предпочтения потребителя, тогда задача выбора РП может быть сформулирована в форме стандартной задачи оптимизации: найти $PP^o \in MPП$, которое максимизирует $v[F(PP)]$.

Для решения этой задачи предлагается воспользоваться методологией анализа иерархий (МАИ) [Саати Т., 1984], [Калугин В.А., 2004].

Для каждой категории критериев необходимо построить иерархическую модель оценки ценности РП. Например, для категории «выгод» она имеет вид (рис.1).

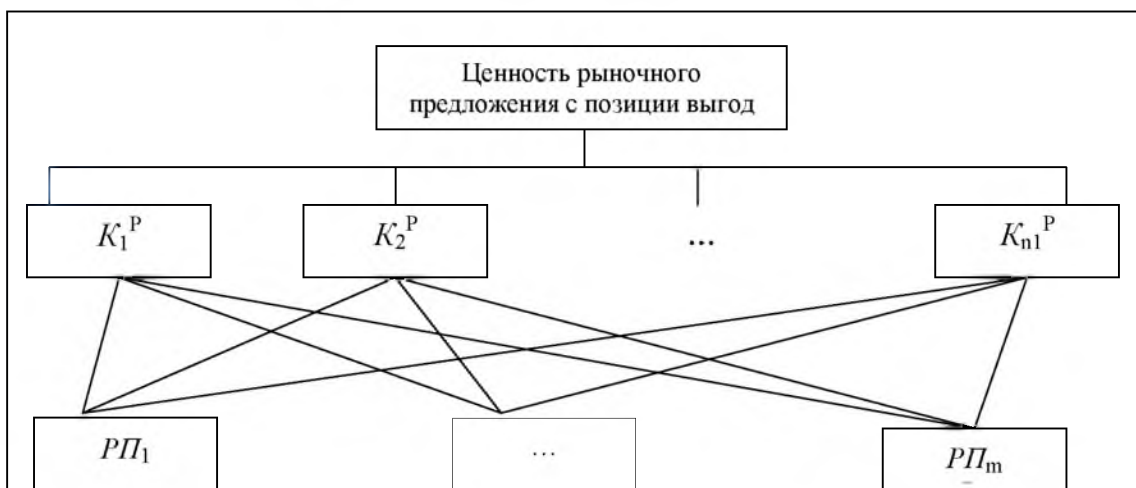


Рис. 1. Иерархическая модель оценки ценности РП с позиции выгод
 Fig. 1. The hierarchical model in estimating the value of RP from the perspective of benefits

Заклучение

Таким образом, достижение установленной Концепцией долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года стратегической цели обеспечения доступности жилья для всех категорий граждан и соответствия объема комфортного жилищного фонда потребностям населения невозможно без формирования рынка доходных домов, который позволит не только решить жилищную проблему, но будет способствовать повышению территориальной мобильности населения, обеспечению его занятости, а также развитию новых производств. В статье построена структура рыночного предложения на рынке доходных домов и представлен ее анализ, дано формальное определение задачи выбора РП. Для критериев, относящихся к категории «выгоды», построена иерархическая модель оценки ценности рыночного предложения, определена окончательная интегральная оценка ценности каждого РП на рынке доходных домов, детализирована процедура оценивания РП с позиции критериев, шкалы измерений которых имеют дискретный характер с лингвистическими значениями.

**Список литературы
 References**

Постановление Правительства РФ от 17.12.2010 № 1050 (ред. от 30.04.2013) «О федеральной целевой программе «Жилище» на 2010–2015 годы». [Электронный ресурс].-Режим доступа URL:<http://base.garant.ru/12182235/>.

The resolution of the Government of the Russian Federation from 12.17.2010 No. 1050 (an edition from 4/30/2013) «About the federal target program «Dwelling for 2011–2015». [Electronic resource].-Rezhim URL:<http://base.garant.ru/12182235/access>.

Королькова Д.И., Калугин В.А. 2014. Обоснование привлекательности инвестиций в строительство доходных домов на территории Белгородской области. Сетевой научный журнал. «Научный результат». 2: 67–72.-URL: <http://rr.bsu.edu.ru/images/issue2/>

Korol'kova D.I. Kalugin V.A. 2014. Justification appeal investment in the construction of apartment buildings in the Belgorod region. Network scientific journal . «Research results» . 2 : 67–72.-URL: <http://rr.bsu.edu.ru/images/issue2/>

Королькова Д.И., Ткаченко Г.И., Герасимова Н.А. 2014. Доступность жилья, как индикатор уровня жизни населения в регионе него «Фундаментальные исследования». 9 (часть 3):635–638.

Korol'kova D.I., Tkachenko G.I., Gerasimov N.A. 2014. Dostupnost housing, as an indicator of the standard of living in the region had «fundamental research». 9 (Part 3): 635–638 .

Калугин В.А., Королькова Д.И. Жилищный лизинг как инструмент обеспечения доступности жилья в Белгородской области 2015. Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Экономика. Информатика. т. 35. № 13-1 (210):36–42.

Kalugin V. A., Korolkova D. I. Housing leasing as the instrument of ensuring availability of housing in the Belgorod region 2015. Scientific sheets of the Belgorod state university. Series: Economy. Informatics. t. 35. No. 13-1 (210):36–42.

Овсянникова Т.Ю., Салагор И.Р. 2011. Жилищный лизинг как финансовый механизм инвестирования на рынке жилой недвижимости. Вестник Томского государственного университета. Экономика.3(15):67–72.

Ovsyannikov T.Y, Salagor I.R. 2011. Housing leasing as a financial mechanism of the residential investment real estate market . Bulletin of Tomsk State University. Ekonomika.3 (15): 67–72 .

Печенская М.А. 2015. Льготные ипотечные кредиты в регионе: условия предоставления и возможности участия. Проблемы развития территории. № 2 (76):135–145.

Pechenskaya M. A. 2015. Soft mortgage loans in the region: conditions of provision and possibility of participation. Problems of development of the territory. No. 2 (76):135–145.



- Saati T. 1989. Принятие решений. Метод анализа иерархий: Пер. с англ. М., Радио и связь, 316.
Saati T. 1989. Decision making. Method of the analysis of hierarchies: The lane with English M., Radio and communication, 316.
- Калугин В.А. 2004. Многокритериальные методы принятия инвестиционных решений. СПб., Химиздат, 211 .
Kalugin V. A. 2004. Multicriteria methods of adoption of investment decisions. SPb., Himizdat, 211.
- Котлер Ф. 2006. Маркетинг менеджмент. Экс пресс-курс. 2-е изд. / Пер. с англ. под ред. С. Г. Божук. СПб., Питер, 464.
Kotler F. 2006. Marketing management. Ex-press rate. 2nd prod. / The lane with English under the editorship of S. G. Bozhuk. SPb., St. Petersburg, 464.
- Единая классификация многоквартирных жилых новостроек [Электронный ресурс]. –Режим доступа. URL: [fondrgs.ru/files/docs/EK_NZHD_ITOG\(1\).pdf](http://fondrgs.ru/files/docs/EK_NZHD_ITOG(1).pdf)
- The single classification of residential buildings [Electronic resource]. –Access mode. URL: [fondrgs.ru/files/docs/EK_NZHD_ITOG\(1\).pdf](http://fondrgs.ru/files/docs/EK_NZHD_ITOG(1).pdf)