
ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ ОТРАСЛЕВЫМИ РЫНКАМИ

УДК 332.871

УСЛОВИЯ ФОРМИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ НА РЫНКЕ ЖКХ

Д.В. Очеретяная,

кандидат экономических наук, доцент кафедры мировой экономики и экономической теории Волгоградского государственного технического университета; 230112@vstu.ru

В данной статье автор рассматривает условия и факторы развития конкурентной среды на рынке ЖКХ. Рыночные преобразования всей системы ЖКХ России определяются многими факторами и причинами: крайней изношенностью инфраструктуры; неэффективностью государственного и муниципального управления предприятиями ЖКХ; отсутствием средств в бюджете всех уровней; низким уровнем доходов основной массы населения и др. Есть два принципиальных момента, по которым эти преобразования необходимы: во-первых, ЖКХ – это очень usługоемая отрасль экономики регионов России, которая в рыночных условиях способна увеличить занятость за счет развития малых и средних форм предпринимательства; а, во-вторых, именно она в значительной степени улучшает качество жизни населения.

Ключевые слова: жилищно-коммунальное хозяйство, конкурентная среда, маркетинг, управление маркетингом.

Конкурентная среда формируется под воздействием рыночной конъюнктуры и представляет собой своеобразный «климат» в различных рыночных сегментах. Изменение «климата» ведет к значительным издержкам для действующих в данном сегменте компаний. «Погодные» условия конкурентной среды могут быть как способствующими, так и не способствующими деятельности большей части участников рынка. Если растет доля не способствующих условий, то происходит монополизация сегмента рынка¹.

¹См.: Букин С. Основные элементы конкурентных рынков // Босс. – №11. – 2000.

Основные причины, тормозящие процесс формирования конкурентной среды на рынке услуг ЖКХ, представлены в табл. 1.

Понятно, что при таком количестве причин, тормозящих развитие конкурентной среды на рынке ЖКУ, естественным путем этот рынок возникнуть не может – требуется его организация. Другими словами, рынок ЖКУ, возникающий в процессе реструктуризации отрасли, будет иметь признаки организованной конкуренции, что возможно с точки зрения определения сроков проведения реформ в ЖКХ РФ.

Таблица 1

Основные причины, тормозящие процесс формирования конкурентной среды на рынке услуг ЖКХ

Классификационный признак	Причина
Экономические	Высокий уровень изношенности жилищного фонда и коммунальной инфраструктуры Отсутствие монетизации льгот на ЖКУ Наличие значительной части населения, уровень официальных доходов которых ниже или незначительно превышает прожиточный минимум, сложившийся в том или ином регионе
Административные	Малое число негосударственных предприятий в этой сфере, практическое отсутствие конкуренции Зарегулированность государственными нормативно-правовыми актами Неравные условия по вхождению на рынок для действующих государственных и муниципальных предприятий (ДЭЗов, МУПов и т.д.) и новых участников рынка (частных управляющих компаний)
Управленческие	Устаревшие подходы решения проблемы капитального ремонта жилищного фонда Низкий уровень подготовки кадров и повышения квалификации работников ЖКХ Малое число негосударственных предприятий в этой сфере, практическое отсутствие конкуренции Строительство относительно дешевого жилья ведет к повышению стоимости его эксплуатации
Институциональные	Неэффективная структура собственности на жилье (низкая однородность жилья по форме собственности на него в рамках жилого здания) Несоответствующая рыночным требованиям система расселения населения (низкая однородность жилых зданий по классу качества в жилых зонах) Не действуют рыночные механизмы ценообразования, на основе свободного взаимодействия спроса и предложения

Классификационный признак	Причина
Информационные	Неинформированность жителей о том, что частные управляющие компании могут предоставлять услуги по ценам не выше, чем государственные и муниципальные предприятия ЖКХ Не выполняется условие равной доступности информации, необходимой для входа на рынок конкурентных структур Отсутствие информационной поддержки передового опыта рыночной реструктуризации ЖКХ
Психологические	Психологическая неготовность населения к рыночным отношениям в сфере ЖКХ Отсутствие доверия частным управляющим компаниям («бизнес – значит, будут воровать»)
Политико-административные	Нежелание приводить в соответствие реально складывающихся тарифов, норм расходов ввиду приближающихся выборных кампаний и реакции на это населения

Источник: авторская

По мере развития рыночной конкуренции меняются задачи государственной политики от непосредственного восполнения «провалов рынка» до настоящего понимания формирования конкурентной среды и оформления институциональной базы современного предпринимательства.

Одним из достижений экономического прогресса является проведение политики защиты конкуренции², которая может рассматриваться как составная часть структурной политики государства, и создание правовой базы функционирования рыночных структур. По мнению автора, политика защиты конкуренции – отработанный механизм, функционирующий на основе антимонопольного законодательства. Он отражает уровень понимания современного рыночного хозяйства и долгосрочную политику развитых стран, направленную на создание равных условий для предпринимательских структур. Законодательство о защите конкуренции преследует необоснованный рост концентрации на рынке, установление искусственно завышенных цен, создание барьеров для доступа на рынок новых предприятий, недобросовестную конкуренцию. Законодательство призвано следить за соблюдением трех условий: независимости решений потребителей на рынке, свободой выбора стратегии конкурентного поведения товаропроизводителей и отсутствием искусственно создаваемых барьеров для доступа на рынок.

²См. подробнее: Белаш Т.В. Зарубежный опыт государственного регулирования конкурентоспособности национальной экономики. Автореф. дисс. ... к.э.н. М, 2000.

Можно выделить три группы условий формирования конкурентной среды. Первая группа – условия конкурентной среды, формируемые государством в лице чиновников министерств и ведомств (механизмы «послушания» и контроля). Вторая группа – условия конкурентной среды, формируемые конкурентами рынка (механизмы установления общих для рынка правил игры). Третья группа – условия конкурентной среды, формируемые каждым участником рынка в процессе его деловой активности (механизм конкурентной борьбы конкретного субъекта рынка).

Нарушение баланса условий при формировании конкурентной среды ведет к негативному развитию ситуации на том или ином рынке.

Особенно часто встречаются манипуляции первой группой условий (негативное воздействие установления единых для всех правил игры встречается гораздо реже). Спекулятивное госрегулирование условиями первой группы при формировании конкурентной среды позволяет изменить расстановку сил в сегменте рынка и даже может привести к неожиданному банкротству участника рынка.

В российской экономике все еще доминируют десятилетиями отлаженные инструменты аппаратного воздействия с применением большого числа приемов:

- лицензирование;
- предоставление исключительных возможностей (касающихся транспорта, связи, газо- и электроснабжения);
- предоставление находящихся в государственной собственности патентов и разного рода прав на передачу в собственность монопольного ресурса;
- регулирование налоговых и иных сборов;
- установление и контроль нормативов.

Злоупотребление государственным регулированием приводит к:

- доминированию на рынке факторов неценовой конкуренции;
- дополнительному изъятию денежных средств из доходов населения через монопольные цены;
- сокращению численного состава участников сегмента рынка и банкротству некоторых из них, что не содействует занятости населения;
- резкому произвольному обособлению разных сегментов рынка, затрудняющему переход игроков из одного сегмента в другой и перелив денежного капитала;
- экономическому спаду: предложение через высокую монопольную цену не покрывается возможностями спроса;
- функционированию теневой экономики, демонстрации участникам рынка бесперспективности выхода из нее, чем оказывается содействие пополнению ее численного состава.

При изменении конкурентной среды происходит переход участников рынка из одной группы в другую по таким направлениям: из лидеров – в середину, из середины – в аутсайдеры, из аутсайдеров – в другой сегмент

рынка или в состояние банкротства и прекращение деятельности (по нисходящей линии); из середины – в другой сегмент рынка, из середины – в лидеры рынка.

В табл. 2 определены условия формирования конкурентной среды на рынке ЖКХ.

Таблица 2

Условия формирования конкурентной среды на рынке ЖКХ

	Условия, формируемые государством	Условия, формируемые конкурентами	Условия, формируемые каждым участником рынка
Объект, оказывающий влияние на формирование конкурентной среды на рынке ЖКХ	Государство, регионы, муниципалитеты: законодательно-нормативная база	Управляющие компании, предприятия ЖКХ: предложение цены, услуги	Собственники жилья, ТСЖ, УК, предприятия ЖКХ: спрос, предложение, равновесная цена
Ограничения влияния на формирование конкурентной среды на рынке ЖКХ	Регулирование: цен, правил расчета за услуги, определение механизма льгот	Свободное ценообразование; свобода выбора партнеров и услуг, условий их предоставления	Производители услуг: формируют условия внутренней среды; потребители: условия внешней среды
Существующие нарушения баланса условий при формировании конкурентной среды на рынке ЖКХ	Дисбаланс интересов государства (регионов, местных органов власти) и субъектов хозяйствования в сфере ЖКХ	Дисбаланс интересов между субъектами хозяйствования в ЖКХ сфере	Дисбаланс интересов государства, предприятий ЖКХ и потребителей (населения, общественного сектора)

Источник: авторская

Распознавание, определение характера, признаков, выявление причин отклонений в состоянии конкурентной среды осуществляется с помощью диагностики, которая является средством, методом и инструментарием всестороннего исследования конкурентных отношений. Как отрасль знаний диагностика, включает в себя теорию и методы организации процессов диагноза, а также принципы построения средств диагноза, классификацию возможных отклонений характеристик конкурентной среды. Выделяют три

³См. подробнее: Фролов Д. Диагностика конкурентной среды в системе маркетинга. (URL: <http://frolovd.narod.ru>)

формы организации процесса установления диагноза – аналитическую, экспертную и диагностику на модели, т.е. имитационную³. Результатом диагностики должен быть диагноз, т.е. определение и описание текущего и перспективного состояния конкурентной среды.

В современной России само понятие рынка услуг ЖКХ сильно заужено, поскольку сами услуги в нашем понимании сводятся к отоплению, освещению, техническому обслуживанию и ремонту жилищного фонда. Между тем, это далеко не так: рынок услуг ЖКХ очень сегментирован, поскольку имеет очень богатую внутреннюю структуру, которая постоянно расширяется. В него входят все услуги по поддержанию среды обитания населения (внутриквартальные дороги, тротуары, детские площадки, парковки, освещение дворов, содержание нежилых помещений и т.п.). Кроме того, сюда же могут быть включены услуги дополнительного характера, связанные с модернизацией и улучшением собственного жилья, которые сегодня выполняются сторонними организациями, никак не связанными с инфраструктурой ЖКХ.

Между тем, оказание подобных и многих других услуг вполне посильно предприятиям ЖКХ и, с точки зрения общественной безопасности, предпочтительнее, поскольку, во-первых, они всегда имеют разрешение на проведение такого рода работ; во-вторых, в отличие от фирм – однодневок, имеют квалифицированных специалистов и могут осуществлять контроль качества; в-третьих, располагают связями с управляющими компаниями (бывшими ДЭЗами, от которых «отпочковались» в период рыночной реструктуризации, следовательно, располагают сведениями о первостепенных, с точки зрения сохранения жилья, объектах модернизации и обновления жилого фонда и его инфраструктуры.

Стоит также отметить, что разные природно-климатические условия такой огромной страны как Россия, способствуют формированию разной рыночной, управленческой, институциональной и информационной инфраструктуры ЖКХ в различных регионах РФ. Следовательно, и уровень конкуренции на рынках ЖКУ будет в этих регионах разным, что зависит также от уровня экономического развития региона (дотационный или донор), уровня занятости, образовательного ценза населения, степени интенсивности миграционных процессов и т.п.

Создание конкурентной среды для развития услуг ЖКХ является эффективным, если учитывает особенности и уровень развития тех или иных территорий с точки зрения их финансовых, трудовых ресурсов, региональных традиций, уровня развития инфраструктуры. Сегодня состояние развития регионов, отдельных районов настолько различно, что «выписывать одно лекарство от всех болезней» представляется крайне опасным.

Развитие конкуренции в сфере ЖКХ является одним из важнейших факторов эффективности и повышения качества жилищно-коммунального обслуживания населения.

Кризисное состояние отрасли обусловлено неэффективностью системы

управления, дотационностью и неудовлетворительным финансовым положением, высокими затратами, отсутствием экономических стимулов снижения издержек, связанных с оказанием жилищных и коммунальных услуг, неразвитостью конкурентной среды и, как следствие, высокой степенью износа основных фондов, неэффективной работой предприятий, большими потерями энергии, воды и других ресурсов.

Техническое состояние коммунальной инфраструктуры характеризуется высоким (более 60%) уровнем износа, высокой аварийностью и низким коэффициентом полезного действия мощностей.

Стратегическим направлением реализуемой в настоящее время реформы ЖКХ должно являться привлечение в данную сферу коммерческих организаций, малых предприятий, предпринимателей без образования юридического лица.

Новая система экономических отношений в ЖКХ предполагает принципиальное изменение как функций ее участников, так и механизмов их взаимодействия и организации финансовых потоков. Развитие конкуренции в сфере управления жилищным фондом окажет существенное влияние на внедрение альтернативных новых технологий в сфере тепло- и электроснабжения, позволяющих осуществлять обслуживание относительно небольших групп потребителей. Это должно способствовать развитию конкуренции в сфере энергоснабжения. Управляющая компания будет иметь возможность рассматривать альтернативные варианты – создать собственный локальный источник энергосбережения или воспользоваться услугами системы централизованного энергоснабжения.

Анализ рынка услуг ЖКХ показывает, что его в РФ практически нет – он еще только находится в стадии формирования, его еще надо создать. Уровень конкурентности этого, вновь организуемого рынка, различен в различных регионах России. Следовательно, и степень влияния на него в различных регионах различна.

Другими словами, уровень государственного регулирования рынка услуг ЖКХ в различных регионах РФ будет разным, что определяется спецификой развития самих регионов.

Стоит также отметить, что нет сомнений в необходимости государственного регулирования исследуемого рынка, что подтверждается, по крайней мере, двумя обстоятельствами:

1. Этот рынок относится к социально-значимому типу рынков, поскольку жильё – это товар первой жизненной необходимости для всех без исключения граждан страны.

2. Он изначально создается государством, следовательно, – это организуемый конкурентный рынок, а не спонтанно возникший, уровень и тип его конкурентной среды определяется государством.

Можно предположить, что по мере развития этого рынка степень его регулирования со стороны государства уменьшится, а уровень конкуренции

его возрастет, но решение этой задачи связано не с регулированием предложения на нем, а с воздействием на потребительский спрос: рост уровня доходов населения в регионах России способен значительно увеличить спрос на качественные услуги предприятий ЖКХ, стать стимулом для их развития и повышения рентабельности.

CONDITIONS OF FORMING COMPETITIVE ENVIRONMENT IN THE MARKET OF HOUSING SECTOR

D.V. Ocheretyanaya,

Ph.D. of Economy, Associate Professor of the Chair of Global Economy and Economic Theory of Volgograd State Technical University; 230112@vstu.ru

Author considers the conditions and factors of development of competitive environment in the market housing sector. Market transformation of the entire system utilities Russia are determined by many factors and reasons, infrastructure is extremely worn out, inefficiency of state and municipal managing of Municipal enterprises, the lack of a budget at all levels, low incomes of the general population, which makes the price formation complicated in the given branch, etc. There are two principal moments where these changes are needed: first, housing sector – is the branch of economy, that supplies high amount of services of regions of Russia, which in market conditions can increase employment by development of small and medium-sized forms of entrepreneurship and, secondly, it greatly improves quality of life.

Keywords: housing and communal services, the competitive environment, marketing, marketing management.