

УДК 332.8

**ИССЛЕДОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРОДУКТОВОЙ
СПЕЦИФИКИ РЫНКА ЖИЛИЩНОГО СТРОИТЕЛЬСТВА*****Ю.К. Перский, д.э.н., профессор кафедры экономической теории и отраслевых рынков****Ю.В. Катаева, ст. преподаватель кафедры экономической теории и отраслевых рынков**

ГОУ ВПО «Пермский государственный университет», 614990, г. Пермь, ул. Букирева, 15

Электронный адрес: persky@psu.ru, yvkataeva@rambler.ru

В статье исследуется продуктовая и организационная специфика рынка с использованием трех методологических параметров: границы рынка; характер продукции; уровень рыночных барьеров. На основе выявления продуктовых и географических границ рынка обоснован локальный (региональный) характер рынка жилищного строительства. Обоснован дифференцированный характер продукции, предлагаемой на рынке, определены особенности жилья как экономического блага. Предложена классификация ресурсов рынка жилищного строительства

Ключевые слова: рынок жилищного строительства; продуктовые и географические границы рынка; организационные особенности рынка; продуктовая специфика рынка; рыночные барьеры; дифференцированная продукция.

Исследование организационно-продуктовой специфики рынка жилищного строительства, а также процессов его функционирования имеет отчетливо выраженный региональный характер. Это обусловлено тем, что развитие данного рынка обеспечивает повышение качества жизни населения территории и создание условий для его воспроизводства, способствуя достижению сбалансированности и целостности развития регионов и национальной экономики за счет сокращения существующих межтерриториальных и межрегиональных различий в уровне жилищной обеспеченности.

В экономической науке используется подход, согласно которому рынок жилищного строительства оказывается включенным в систему трех рынков: рынка недвижимости, строительного рынка и инвестиционного рынка, поэтому может быть представлен как одна из их структурных составляющих. Следовательно, определения, даваемые рынку недвижимости, равно как и строительному рынку, могут быть применены к рынку жилищного строительства. Адаптируя определение рынка недвижимости, предложенное В.А. Горемыкиным, можно определить рынок жилищного строительства как средство распределения вновь вводимых жилых площадей и элементов инженерно-коммунальной инфраструктуры между собственниками экономическими методами на основе конкурентного спроса и предложения. В данной трактовке рынок с помощью механизма

«невидимой руки» и государственного регулирования обеспечивает передачу прав на жилье от одного лица к другому, установление равновесных цен на жилые объекты в регионах и местностях, связь между строительными компаниями и покупателями на основе экономической мотивации и интересов, а также распределение пространства между субъектами рынка [4, с. 147]. В рамках данного исследования рынок жилищного строительства рассматривается как социально-экономическая подсистема региона, представленная совокупностью локальных рынков жилищного строительства отдельных территориальных образований.

Организационные особенности данного рынка определяются характером взаимоотношений его основных участников, целями их деятельности. Рынок жилищного строительства можно представить как структуру взаимосвязей субъектов различных уровней иерархии (субъекты предложения), возникающих в процессе создания новых жилых объектов [9]. Структурная схема (рис. 1) отражает комплекс основных финансовых, обязательственных, имущественных правоотношений в сфере жилищного строительства между следующими субъектами рынка:

* Статья подготовлена за счет средств гранта РГНФ 09-02-82203 а/у «Формирование и регулирование конкурентной среды на региональном рынке жилищного строительства»

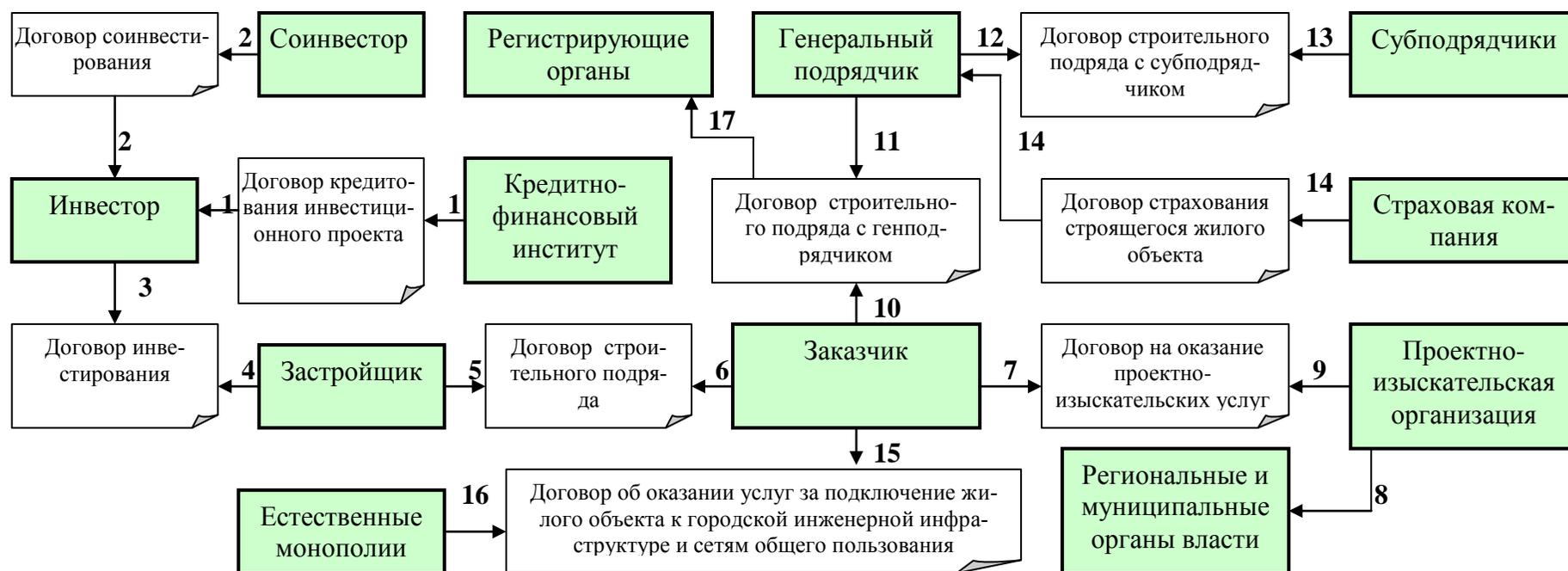


Рис. 1. Структурная схема взаимодействия основных участников рынка жилищного строительства:

- 1 – финансовое правоотношение по заимствованию средств инвестором для финансирования инвестиционного проекта;
- 2 – финансовое правоотношение по привлечению средств инвестором от соинвесторов для дополнительного финансирования инвестиционного проекта;
- 3 – инвестирование строительства жилого объекта;
- 4 – обязательство застройщика передать готовый жилой объект инвестору;
- 5 – финансирование застройщиком строительства жилого объекта;
- 6 – обязательство заказчика перед компанией-застройщиком выполнить строительство жилого объекта и (материальное правоотношение), передать ему готовый жилой объект;
- 7 – финансовое правоотношение по оплате заказчиком проектно-изыскательских работ, выполненных проектно-изыскательской организацией;
- 8 – обязанность проектно-изыскательской организации пройти обязательную процедуру государственной вневедомственной экспертизы проектной документации и ее согласования с государственными контролирующими органами;
- 9 – обязательство проектно-изыскательской организации перед заказчиком выполнить оговоренные в договоре проектно-изыскательские услуги (работы);
- 10 – обязательство по оплате заказчиком выполненных генподрядчиком строительных работ;
- 11 – обязательство генерального подрядчика перед заказчиком выполнить оговоренные в договоре подряда строительные работы;
- 12 – финансовое правоотношение по оплате компаний (генеральным подрядчиком) выполненных компанией-субподрядчиком строительных работ;
- 13 – обязательственное правоотношение (обязательство) компании - субподрядчика перед генподрядчиком выполнить оговоренные в договоре подряда строительные работы;
- 14 – обязательство по страхованию строящегося жилого объекта;
- 15 – финансовое правоотношение по оплате заказчиком стоимости подключения жилых объектов к городской инженерной инфраструктуре и сетям общего пользования;
- 16 – обязательственное правоотношение (обязательство) компании - естественного монополиста по подключению вновь созданного жилого объекта к городской инженерной инфраструктуре и сетям общего пользования;
- 17 – обязательство заказчика зарегистрировать вновь созданный жилой объект

1) компаниями, выполняющими функции застройщиков и заказчиков строительства; генподрядными и субподрядными строительными организациями. Характер взаимоотношений данных субъектов определяется спецификой вида строительной деятельности. По мнению И.С. Степанова, «...строительно-монтажные организации, занятые в жилищно-гражданском строительстве, функционируют в основном на региональных (местных) рынках, в то время как занятые в производственном строительстве работают как на территории региона, так и на территории субъектов РФ» [13, с. 172]. То есть в сфере жилищного строительства отношения между данными субъектами носят региональный характер;

2) инвесторами, соинвесторами и долевыми участниками строительства;

3) проектно-изыскательскими организациями;

4) субъектами, выполняющими функции регулирования перечисленных выше субъектов: органами, регулирующими градостроительное развитие, землеустройство, землепользование; федеральными и территориальными органами, занимающимися инвентаризацией земли, созданием земельного кадастра, зонированием территорий; федеральными и территориальными органами архитектуры и градостроительства, утверждающими и согласовывающими градостроительные планы застройки территорий и поселений, создающими градостроительный кадастр, выдающими разрешения на строительство; органами экспертизы градостроительной и проектной документации, занимающимися утверждением и согласованием архитектурных и строительных проектов; органами, ведающими инвентаризацией и учетом строений; органами технической и пожарной инспекции, ведущими надзор за строительством и эксплуатацией зданий и сооружений;

5) кредитно-финансовыми институтами; страховыми компаниями; участниками фондового рынка, занимающимися созданием и оборотом ценных бумаг, обеспеченных недвижимостью (жилищные облигации, сертификаты, залоговые при ипотечном кредитовании); маркетинговыми, аудиторскими, консалтинговыми, аналитическими компаниями, агентствами недвижимости и др.

Для определения организационно-продуктовой специфики рынка можно воспользоваться следующими методологическими параметрами: границы рынка; характер продукции; уровень рыночных барьеров.

На начальном этапе проведем идентификацию рынка путем определения его географических (локальных) и продуктовых (характеризующих способность товаров заменять друг друга в потреблении) границ и обоснуем его локаль-

ный характер. Согласно методу Дж. Робинсона, рынок включает однородный товар и его заменители до того момента, когда не будет найден резкий разрыв в цепи товарных субститутов [7, с.52]. Хотя степень субституции характеризуется показателем перекрестной эластичности спроса, возникают сложности с получением данных по объемам ввода жилья отдельных строительных фирм и отдельных видов жилья и, следовательно, возникают сложности с расчетом требуемых показателей. Это означает, что данный критерий определения продуктовых границ предъявляет крайне высокие требования к информации. Кроме того, если размах в колебаниях цен составляет свыше 5%, коэффициент перекрестной эластичности не может адекватно отражать степень взаимозаменяемости товаров [7, с.69]. Поэтому данный метод может быть применен для идентификации продуктовых границ рынка и без расчета коэффициентов перекрестной эластичности.

В качестве товаров, не заменяющих друг друга в потреблении, когда перекрестная эластичность становится меньше определенной заданной величины и происходит разрыв в цепи товарных субститутов, выступает жилье, расположенное в границах различных локальных территорий (городов, поселков и т.д.). Причем категории жилья в границах территориального образования (кирпичное, панельное, монолитно-каркасное) будут рассматриваться как близкие субституты при условии их сопоставимой ценовой доступности. Этот вывод можно подтвердить аргументом И.А. Рахмана о том, что «...неотъемлемым атрибутом рынка жилья является размещение последнего в границах замкнутого территориального образования безотносительно к уровню территориальной иерархии» [10]. Это связано с наличием такой особой характеристики, как территориальные предпочтения покупателей, накладывающие на владельцев «психологические» и «экономические» издержки переезда, связанные со сменой места жительства и привычного окружения [12, с.53]. В числе «экономических» издержек можно указать затраты времени и средств на поиск нового рабочего места, переезд и перевозку имущества, переоформление документов и перерегистрацию. К «психологическим» издержкам относят потерю привычного социального, транспортного, коммунального окружения, необходимость психологической адаптации к новому месту жительства, новому рабочему месту, ментальным особенностям населения новой территории, связанным с этническими и культурными различиями населения РФ, многонациональностью населения. То есть переезд нарушает структуры социальных и потребительских отношений, поэтому семья меняет место жительства тогда, когда неудовлетворен-

ность существующим жильем достаточно велика, чтобы оправдать издержки переезда [5, с.141-143].

Кроме того, административная единица, на территории которой расположено жилье, играет важную роль в определении качества других услуг, правом на которые законно обладают ее жители: право пользования муниципальными и региональными программами, право посещения школ и детских садов и т.д. (например, в Пермском крае реализуется программа получения матерями пособия на детей, не посещающих детские сады; ежемесячная материальная помощь докторам наук; планируется программа выплаты дополнительных стипендий студентам, выбирающим пермские вузы). Такая привязка доступности общественных услуг к месту жительства связывает потребление жилья с потреблением множества других благ [5, с.35]. Таким образом, можно сказать, что спрос проявляется в виде локализованных на территории муниципальных образований и региона потребностей населения в жилье, а также потребностей внерегиональных инвесторов, рассматривающих жилье как объект инвестирования. Кроме того, спрос характеризуется неравномерным пространственным распределением по территории региона, связанным с различием территориальных условий для проживания (наличие рабочих мест, объектов инфраструктуры, климатические условия и т.д.).

Для определения географических границ рынка используется принцип признания потребителями равной доступности товаров. С этой точки зрения географическими границами исследуемого рынка будут границы отдельных территориальных образований, в пределах которых жилье обладает сопоставимой транспортной и ценовой доступностью. Помимо этого, в качестве критерия принадлежности разных территорий к одному рынку выделяют одинаковые условия конкуренции. Следует отметить, что в границах каждой отдельной территории складываются собственные условия конкуренции, определяемые составом участников строительного рынка, соотношением их рыночных долей, особенностями стратегического взаимодействия между строительными компаниями. В случае выхода на рынок другого территориального образования условия конкуренции для строительных компаний могут существенно измениться, что связано в первую очередь с возникновением барьеров на вход (например, отсутствие каналов взаимодействия с местными органами власти и естественными монополиями, неизвестный бренд и отсутствие положительной репутации строительной компании). Кроме того, для выделения географических границ рынка могут применяться правовые ограничения сферы действия участников рынка, в первую очередь содержа-

щиеся в лицензиях. К правовым ограничениям можно отнести разрешения на строительство жилья в пределах локального образования (района города). Можно сказать, что границы каждой отдельной территории задают границы рынка жилищного строительства, т. е. административно-территориальная единица притягивает людей.

Совокупность субрынков отдельных территориальных образований образует региональный рынок жилищного строительства и формирует его структуру, которая может быть весьма неоднородна: локальные рынки могут отличаться уровнем барьеров, степенью обеспеченности ресурсами, уровнем развития институтов, продуктовым разнообразием и т.д. В целом можно говорить о рынках жилищного строительства отдельных регионов, различающихся между собой обеспеченностью природными ресурсами, строительными материалами, рабочей силой, доступностью инвестиционных ресурсов на финансирование жилищного строительства. Данные рынки функционируют в рамках единого регионального правового поля, охвачены единым региональным законодательством и региональной жилищной политикой, программами по развитию региональных строительных комплексов, поддержкой местных властей и т.д.

Кроме границ рынок характеризуется наличием барьеров входа/выхода, в качестве которых выступают любые факторы и обстоятельства правового, организационного, технологического, экономического, финансового характера, препятствующие новым хозяйствующим субъектам вступить на данный рынок и конкурировать на равных условиях с действующими на нем хозяйствующими субъектами или препятствующие развитию деятельности уже функционирующих субъектов [15]. Использование классификации У. Шеферда применительно к рынку жилищного строительства, позволило выделить следующие группы барьеров [14]:

1. Экзогенные барьеры:

1) ограничение емкости рынка жилищного строительства, связанное с низкой платежеспособностью покупателей вследствие достаточно высокой стоимости жилья и ограниченной доступности ипотечных ресурсов;

2) высокий первоначальный уровень капитала, необходимый для проектирования и строительства нового жилого объекта. Значительные капитальные затраты в сфере жилищного строительства, имеющие более длительный период окупаемости вследствие продолжительности строительного цикла, ограничивают возможности входа;

3) превосходство в уровне затрат. Данные барьеры возникают, поскольку себестоимость строительства 1 кв. м жилья действующих на рынке строительных компаний может быть ни-

же, чем у вновь входящих на рынок субъектов, что связано:

- с неравенством стартовых условий на рынке – наличием у действующих субъектов отлаженного механизма получения под застройку земельных участков, оформления и согласования разрешительной документации на строительство, что позволяет экономить на транзакционных издержках;

- доступностью заемного капитала при более низких процентных ставках и льготных условиях кредитования – наличие у действующих субъектов хорошей кредитной истории, налаженных контактов с кредитными организациями;

- осуществленными ранее затратами на рекламу – сформировавшаяся положительная репутация действующих строительных компаний, что является своеобразным гарантом качества создаваемого жилья. Трудность определения качества жилья вследствие его длительной эксплуатации и наличие объектов «замороженного» строительства делают «репутационный» капитал компании одним из барьеров входа на рынок для новых субъектов [8, с. 179-186];

4) вертикальная и горизонтальная интеграция действующих на рынке субъектов. Строительные компании, интегрированные в вертикальные структуры с производителями строительных материалов, имеют преимущества внутрикорпоративных связей в виде доступа к ресурсам и наличия сбытовой сети; это позволяет снижать себестоимость строительства за счет внутренних цен на стройматериалы и услуги. Подобные преимущества возникают также при горизонтальной интеграции девелоперских компаний с проектными, подрядными и субподрядными организациями. В рамках подобных структур могут появиться возможности для заключения антиконкурентных соглашений и согласованных действий участников групп, а также соглашений с региональными органами управления;

5) административные ограничения – ограничения деятельности со стороны органов власти и управления, связанные с получением разрешений на строительство и вводом жилых объектов в эксплуатацию.

II. Эндогенные барьеры, обусловленные деятельностью действующих на рынке субъектов, препятствующей появлению на нем новых конкурентов:

1) меры, предпринимаемые действующими субъектами в отношении новых конкурентов, например изменения в ценовой политике;

2) наличие резервных производственных мощностей у действующих на рынке субъектов (например, наличие свободных земельных участков под застройку);

3) затраты на продвижение продукции на рынок, в том числе затраты на рекламу, способствующие закреплению определенного контингента потребителей за товарным знаком, в качестве которого выступает имя строительной компании;

4) контроль над стратегическими ресурсами, предполагающий наличие в штате строительных компаний уникальных специалистов, обладающих специфическими знаниями, навыками, связями в строительном бизнесе.

Под барьерами выхода с рынка могут пониматься факторы, затрудняющие или делающие невозможным прекращение хозяйствующими субъектами деятельности на рынке без серьезных экономических потерь. Данные барьеры связаны с особенностями различных видов производства и проявляются на рынке жилищного строительства в виде неликвидности объектов незавершенного строительства, необратимых затрат, понесенных строительными компаниями при получении под застройку земельных участков и оформлении разрешительной документации на строительство, при освоении строительных технологий.

Определим продуктовую специфику рынка жилищного строительства. Созданное в процессе строительства жилье (индивидуальные жилые дома и квартиры в многоквартирных домах) как экономическое благо выполняет ряд функций [4, с.40], имеющих выраженный региональный характер:

- жилье как предмет потребления (ресурс для личного использования и удовлетворения личных потребностей в жилище) и конечная продукция жилищно-строительного комплекса эксплуатируется, обслуживается по месту его создания, т. е. удовлетворяет жилищные потребности населения региона;

- жилье как инвестиционный актив обеспечивает получение прибыли от его дальнейшей перепродажи на локальном рынке региона, конъюнктура которого формирует определенный уровень доходности на вложенный капитал;

- жилье как личный капитал в вещной форме приносит доход при сдаче его в аренду, обеспечивая тем самым удовлетворение внутререгиональных жилищных потребностей населения, проживающего и осуществляющего экономическую деятельность на территории региона;

- жилье как средство обеспечения финансовых инструментов (ценных бумаг, включая закладные, кредитов).

Особенности жилья как экономического блага определяются системой удовлетворяемых им потребностей (рис. 2). Данные уровни потребностей в сознании людей объединяются в определенную иерархию и подчиняются принципу относительного доминирования [4, с.44].

Можно выделить ряд особенностей жилых объектов, предлагаемых на рынке жилищного строительства [4, с. 46]:

1. Абсолютная иммобильность (неподвижность) жилого объекта [12, с.53], что обуславливает два важных обстоятельства, определяющих региональный характер исследования данного рынка. Во-первых, жилье потребляется по месту его создания, т. е. географические границы потребления жилья совпадают с границами региона. Во-вторых, возможности реализации

сделок с жильем ограничиваются параметрами регионального рынка, а поступление налогов, сборов, пошлин от реализации данных сделок обеспечивает наполнение местных и территориальных бюджетов. Неподвижность продукции наряду с нестационарностью и временным характером рабочих мест и средств производства принципиально отличает ее от продукции промышленности, имеющей подвижный характер и пространственное закрепление рабочих мест [13, с.20]).



Рис. 2. Система потребностей, определяющая особенности жилья как экономического блага (классификация уровней потребностей составлена по: Шафеев Р.Ш. Методика экономической оценки земельных ресурсов сельскохозяйственного назначения с учетом региональных особенностей их воспроизводства // Экономика региона. 2009. № 1. С. 51–61)

2. Дифференцированный характер продукции, означающий различие продуктов по физическим качествам, уровню обслуживания, географическому размещению, наличию информации о продукции, субъективному восприятию продукта одной фирмы как более предпочтительного по данной

цене [1, с.151-152]. Жилье в новых объектах жилищного строительства может дифференцироваться по трем типам характеристик:

1) характеристики собственно жилища (размеры, планировочные решения, качество и производительность инженерного оборудования и систем

коммунального обслуживания, качество строительных материалов и внутренняя отделка, конструктивные особенности жилища, тип строительной технологии);

2) характеристики местоположения (близость транспортных развязок, объектов социальной и торговой инфраструктуры, удаленность от кварталов, заполненных ветхими и аварийными строениями, экологическая обстановка, шумовой фон, микроклиматические и сейсмические факторы, социальная однородность дома, «статус» жилого объекта). Внешние характеристики окружения оказывают влияние на стоимость жилья через эффект соседства, когда положительные изменения во внешнем виде одного дома оказываются полезными для окружающих домов, увеличивая их рыночную стоимость. Тем не менее, такая выгода сильно локализована, т. е. распространяется лишь на близлежащие жилища [5, с. 116-117];

3) характеристики строительной компании (время сдачи объекта в эксплуатацию, информационная доступность свойств объекта, репутация и показатели деятельности строительной компании для потребителей, дополнительные услуги, предоставляемые во время и после продажи – возможность получения рассрочки при участии в строительстве, возможности привлечения ипотечных ресурсов).

На данном рынке дифференциация жилья принимает крайнюю форму – уникальность продукции, вследствие неповторимой комбинации широкого спектра параметров жилья. Строительство жилого объекта всегда формирует на рынке предложение абсолютно нового, ранее не существовавшего товара, вследствие невозможности возведения двух идентичных объектов.

Дифференциация продукции может быть горизонтальной, связанной с различием потребительских характеристик жилых объектов, когда выбор потребителя определяется приверженностью той или иной марке (строительному проекту, строительной компании). Второй вид дифференциации – вертикальная, когда выбором потребителя управляют факторы дохода и платежеспособного спроса (жилье экономкласса, элитное жилье). Дифференциация жилья ведет к двум важным последствиям для фирм, действующих на данном рынке. Во-первых, продуктивное разнообразие создает рыночную власть фирмы, поскольку всегда находятся покупатели, которые заинтересованы в приобретении квартиры или участии в долевом строительстве именно данного объекта или оказываются приверженными продукту именно данной фирмы. Во-вторых, фирма, реализующая на рынке новый строительный проект, обеспечивает большее продуктивное разнообразие. Новый жилой объект может быть способен впервые удовлетворить какую-либо потребность (первый жилой дом с панорамным видом на город; первый жилой дом с панорамным остеклением, первый небоскреб в городе и т.д.), т.е. в лучшей степени соответствовать предпочтениям

потребителей. Таким образом, продуктовая дифференциация расширяет возможности потребительского выбора [1, с.151-152].

3. Низкая степень взаимозаменяемости жилых объектов (вследствие их неоднородности) или отсутствие альтернативы замещения; отсутствие импортных товаров-заменителей и меньшая подверженность влиянию внешнеэкономических связей; относительная дефицитность (вследствие ограниченности жилых площадей);

4. Длительность создания и эксплуатации жилого объекта, особенность жизненного цикла жилья [4]. Долговечность жилья имеет три последствия для рынков жилья: возможность контролировать темпы физического износа через реконструкцию и техническое обслуживание; поступление на рынок ежегодно большого количества вторичного жилья; неэластичность предложения нового жилья с доминированием вторичного жилья (в свою очередь, эластичность предложения жилья определяется эластичностью инвестиций в жилищное строительство в ответ на изменение цен) [5, с. 117, 30].

К особенностям жилого объекта как товара можно отнести высокий уровень трансакционных издержек при совершении сделок, специфику оборота (через оборот прав). Особенности жилого объекта как инвестиционного товара проявляются в низкой ликвидности; повышенной рискованности вследствие возможности «замораживания» строительства или затягивания его сроков; гибкости условий финансирования (использование различных альтернативных источников финансирования); в росте стоимости объекта в течение строительного цикла. Особенности организационно-правового характера включают: особенности налогообложения, неравномерность денежных потоков, необходимость управления объектом жилищного строительства, возможность обременения объектов недвижимости правами третьих лиц в различных комбинациях [4, с.46].

Основываясь на результатах анализа исследований, можно выделить следующие особенности рынка жилищного строительства:

- низкая эластичность предложения из-за длительности строительного цикла (2,5-3 года). Предложение на рынке проявляется в виде локализованной и неперемещаемой совокупности вновь созданных жилых объектов. Пространственное расщепление по территории предложения нового жилья характеризуется неравномерностью и определяется наличием свободных земельных участков под застройку, эколого-климатическими факторами, наличием подведенных к земельным участкам инженерных коммуникаций и т.д. Инертность рынка со стороны предложения приводит к тому, что реакция строительных фирм на увеличение спроса начинает проявляться спустя длительное время, поэтому рост спроса увеличивает равновесную цену в рамках короткого периода;

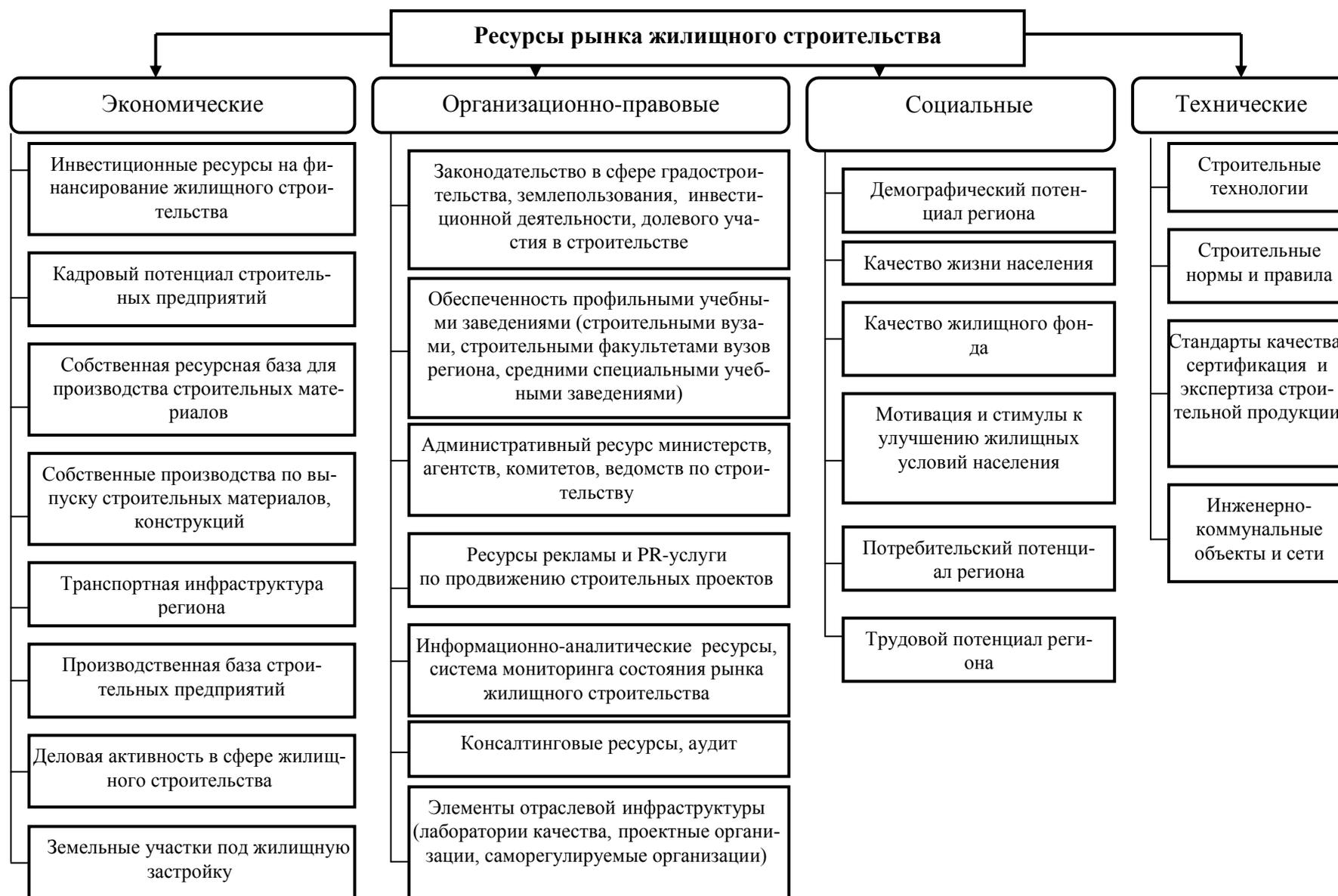


Рис. 3. Региональные ресурсы рынка жилищного строительства

- индивидуализированный и невзаимозаменяемый потребительский спрос;

- низкая степень открытости рынка: конфиденциальный и исключительный характер сделок, определяемый уникальностью жилых объектов, неполнота и неточность публичной информации;

- циклический характер развития рынка (чередование подъемов и спадов в движении инвестиций и объемов ввода жилья) [2, с.22];

- сравнительно высокая степень государственного регулирования рынка нормами земельного, градостроительного, гражданского, водного, лесного законодательства и зонированием территорий;

- инерционность рынка, обусловленная длительным периодом эксплуатации жилых объектов. Медленное обновление строительных материалов и технологий вследствие продолжительных сроков их апробации, их существенного влияния на жизнь и здоровье населения;

- рынок несовершенной конкуренции: большое количество компаний, реализующих неоднородный продукт; использование неценовых методов конкуренции; большое число покупателей; отсутствие совершенной информационной мобильности, означающее отсутствие полной доступности и бесплатности информации о параметрах жилья, характеристиках субъектов; наличие барьеров входа на рынок и выхода с него, препятствующее абсолютной мобильности ресурсов;

- локальный (региональный) характер рынка. Один из аргументов в пользу данного характера состоит в том, что рынок жилищного строительства и его составляющие (сегменты) выступают как объекты регионального регулирования. Региональные и муниципальные органы власти и управления осуществляют регулирование данного рынка в интересах градостроительного развития и застройки территорий региона, рационального использования земель и обеспечения качества создаваемого жилья в интересах жителей региона. В подтверждение данного тезиса приведем аргументацию А.Н. Асаула, согласно которой «...в мировой практике организация процессов регулирования и развития инвестиционно-строительной деятельности решается на уровне регионов с учетом общегосударственных интересов (рост уровня жилищной обеспеченности населения страны, снижение уровня дифференциации жилищной обеспеченности между регионами. – Ю.П., Ю.К.), а также особенностей и потребностей регионов».

По мнению А.Н. Асаула, «понятие «строительный комплекс» как объект государственного управления в настоящее время не только не отражает сущность реальных экономических отношений, но даже становится в известной мере экономической абстракцией, если речь идет о

федеральном уровне (равно как и «федеральный рынок строительства», и поэтому появляется термин «строительная сфера»). «Именно с точки зрения конечной продукции (регионального характера ее потребления – прим. автора) необходимо рассматривать комплексное управление в строительстве (региональный характер управления. – Ю.П., Ю.К.)» [3].

Сказанное означает, что субъекты Российской Федерации и муниципальные образования, непосредственно располагающие ресурсами жилищного строительства, выступают основными уровнями управления реализацией задачи повышения жилищной обеспеченности населения региона и создания рынка доступного жилья. Это связано с тем, что институционально-факторный потенциал рынка [6, с. 109-114] сосредоточен в территориальных образованиях (трудовые ресурсы, основные фонды, материально-технические ресурсы, потребительский потенциал, информационные ресурсы, инфраструктура и институты, регулирующие отношения его участников), что обуславливает возможность управления им на уровне региона (рис. 3). Представляется, что именно данные ресурсы становятся источником формирования конкурентного иммунитета рынка жилищного строительства, условием устойчивости рынка к экзогенным и эндогенным шокам.

Список литературы

1. Авдашева С.Б., Розанова Н.М. Теория организации отраслевых рынков. М.: ИЧП «Издательство Магистр», 1998. 320 с.

2. Анаев Г.А. Экономика строительства: курс лекций. Йошкар-Ола, 1993. 75 с.

3. Асаул А.Н. Формирование системы управления строительным комплексом в современных условиях: Доклад на Междунар. конф. «Региональные и отраслевые проблемы инвестиционной политики» 19-22 февраля 2002 г. [Электронный ресурс]. URL: www.aup.ru/articles/management/9.htm (дата обращения: 20.05.2010).

4. Горемыкин В. А. Экономика недвижимости: учебник. 3-е изд., перераб. и доп. М.: Дашков и К°, 2003. 836 с.

5. Жилищная экономика: пер. с англ. М.: Дело, 1996. 224 с.

6. Катаева Ю.В. Институционально-факторный потенциал жилищного строительства региона // сб. материалов VIII Всерос. науч.-практ. конф. с международным участием «Актуальные вопросы экономических наук»: в 2 ч. / под общ. ред. Ж.А. Мингалева, С.С. Чернова. Новосибирск: ЦРНС, 2009. Ч. 1. С. 109–114.

7. Конкуренция и антимонопольное регулирование: учеб. пособие для вузов / под ред. А.Г. Цыганова. М.: Логос, 1999. 368 с.

8. Перский Ю.К., Катаева Ю.В. Методические аспекты оценки репутации предприятий - застройщиков как стратегических конкурентов на рынке жилищного строительства // Панорама конкуренции: информ.-аналит. вестник / Ин-т экономики УрО РАН. Екатеринбург, 2008. №3. С. 179–186.

9. Перский Ю.К., Шульц Д.Н. Взаимодействие микро- и макроэкономики: иерархический подход / Ин-т экономики УрО РАН. Екатеринбург, 2005. 192 с.

10. Рахман И. А. Развитие рынка недвижимости в России: теория, проблемы, практика. М.: Экономика, 2000. 293 с.

11. Шафеев Р.Ш. Методика экономической оценки земельных ресурсов сельскохозяйственного назначения с учетом региональных особенностей их воспроизводства // Экономика региона. 2009. №1. С. 51–61.

12. Экономика недвижимости / под ред. В.И. Ресина. М.: Дело, 1999. 327 с.

13. Экономика строительства: учебник / под общ. ред. И.С. Степанова. 3-е изд., доп. и перераб. М.: Юрайт-Издат, 2007. 620 с.

14. Shepherd W. Public Policies Toward Business. Boston, 1991. 452 p.

15. Yip G. Barriers to Entry. Lexington, 1982.