

## НЕОКЛАССИЧЕСКИЙ И НЕОИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА ЖИЛОЙ НЕДВИЖИМОСТИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**МАЛКИНА МАРИНА ЮРЬЕВНА,**

*доктор экономических наук, профессор,  
заведующая кафедрой теории экономики,  
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского,  
e-mail: mmuri@yandex.ru*

**ЩУЛЕПНИКОВА ЕВГЕНИЯ АЛЕКСАНДРОВНА,**

*заместитель руководителя Сормовского отделения  
факультета управления и предпринимательства,  
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского,  
e-mail: zhiznda@yandex.ru*

*В статье рассматриваются особенности функционирования различных сегментов рынка жилой недвижимости, проводится идентификация его типов рыночных структур, исследуются организация рынка и виды трансакций на нем, анализируются формы предконтрактного и постконтрактного оппортунизма на рынке жилья.*

**Ключевые слова:** рынок недвижимости; сегментация рынка жилья; конкурентные структуры; оппортунизм на рынке жилья.

*In the paper the functioning peculiarities of the real estate market various segments are considered, its market structures types are identified, organization of the market and the types of transactions on it are investigated, and the forms of pre-contractual and post-contractual opportunism on the housing market are analyzed.*

**Keywords:** real estate market; housing market segmentation; competitive structures; the opportunism on the housing market.

**Коды классификатора JEL:** A10, D43.

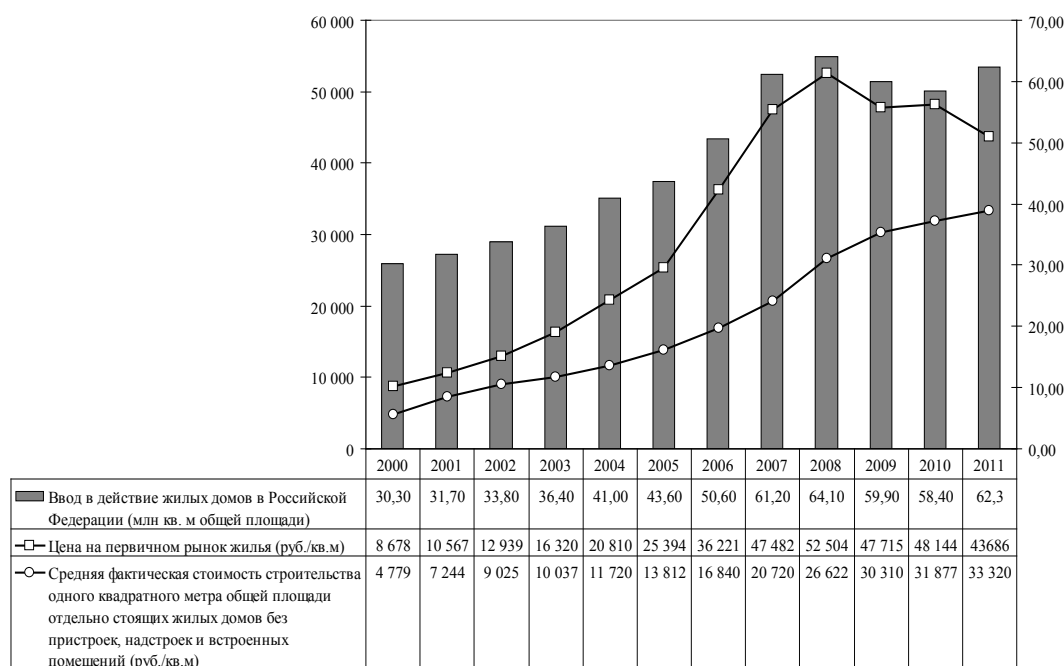
Рынок жилой недвижимости — рынок, на котором продаются и покупаются объекты жилой недвижимости (индивидуальные жилые дома, квартиры, комнаты). С точки зрения экономической теории для его характеристики вполне адекватным представляется объединение неоклассического и неоинституционального подходов.

### СЕГМЕНТИРОВАНИЕ РЫНКА ЖИЛОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

По своей структуре рынок жилой недвижимости весьма неоднороден. На основе различных критериев внутри него можно выделить сегменты, характеризующиеся собственными моделями поведения. Так, по целям приобретения жилья рынок можно разделить на **потребительский** и **инвестиционный** сегменты.

Для потребительского сегмента целью покупателей жилья является изменение параметров потребительского выбора, сопровождающееся улучшением (иногда ухудшением) жилищных условий. Покупке нового жилья часто сопутствует продажа имеющегося жилья, поэтому активизация спроса и предложения на потребительском сегменте рынка жилой недвижимости, как правило, происходит одновременно. В периоды подъема на этом сегменте наблюдается увеличение объема продаж, а в периоды кризиса — его уменьшение. Поскольку потребительский спрос на жилье зависит от доходов населения, накопленных сбережений, ожиданий и других макроэкономических факторов (Малкина и Щулепникова 2012), он в целом проциклически реагирует на макроэкономические колебания. Неслучайно в периоды экономического подъема, помимо увеличения объема продаж, наблюдается увеличение цен на жилье.

На инвестиционном сегменте жилья недвижимость рассматривается как актив, способный приносить спекулятивный доход. Особенностью этого сегмента является то, что активизация продавцов и покупателей на нем происходит асинхронно, т. е. в разные периоды времени, что зависит от ожиданий инвесторов. Ожидания роста актива трансформируются в увеличение спроса на него, а ожидание его падения — в увеличение его предложения. Инвестиционный сегмент рынка жилья по своему поведению также является проциклическим, но в то же время именно он усиливает дисбаланс на рынке и способствует формированию и сдуванию на нем ценовых пузырей (см. рис. 1).



**Рис. 1.** Стоимость, цена и объемы производства первичного жилья в Российской Федерации

Составлено по данным Федеральной службы государственной статистики (<http://www.gks.ru>)

Действительно, до кризиса 2008–2009 гг. увеличение ввода жилых домов в Российской Федерации сопровождалось как повышением стоимости их строительства, так и опережающим ростом продажных цен, — рентабельность строительного производства выросла с 25,2% в 2001 г. до 127,8% в 2007 г. В 2008–2011 гг., когда пузырь начал сдуваться, стоимость производства жилья продолжала расти, однако продажные цены снижались, так что в 2011 г. рентабельность упала до 44,8%.

В 2000–2008 гг. рост цен на жилье опережал также рост стоимости потребительской корзины и рост среднедушевых доходов населения. Так, индекс цен на первичное жилье за указанный период оказался в 2,26 раз выше, чем средний индекс потребительских цен (ИПЦ), а индекс цен на вторичное жилье превысил ИПЦ в 2,75 раз. Среднедушевые доходы населения РФ, по данным официальной статистики, в конце 2008 г. увеличились в 6,5 раз по сравнению с началом 2000 г., а цены на вторичное жилье — в 7,18 раз, правда, первичное жилье подорожало в меньшей степени — в 5,76 раз.

Следует отметить также важность регионального аспекта функционирования рынка жилья. Так, спрос на жилье в мегаполисах и регионах с высоким уровнем жизни растет за счет внутренней и внешней миграции населения, что способствует опережающему росту цен на жилье в них. В то же время в сельской местности, отдаленных районах, депрессивных регионах, как вследствие низких доходов и сбережений населения и его оттока, спрос на жилье снижается, что отражается в уменьшении масштабов рынка и снижении темпов роста цен. Так, среднедушевые доходы населения в 2011 г. составили в Москве — 46 350,3 руб., что в 4,1 раза больше, чем в Карачаево-Черкесской республике (11 258,9 руб.), а в Санкт-Петербурге — 26 323,6 руб., что в 3,1 раза больше, чем в республике Калмыкия (8 449,3 руб.). Средняя цена 1 кв. м квартир в 2011 г. соответственно на первичном и вторичном рынках недвижимости составила: в Москве — 129 523,52 руб. и 163 202,77 руб., что в 7,1 и 6,5 раза больше, чем в Карачаево-Черкесской республике (18 206,36 руб. и 25 094,79 руб.);

в Санкт-Петербурге — 78 850,95 руб. и 87 383,5 руб., что в 3,3 и 2,8 раза больше, чем в республике Калмыкия (23 752,5 руб. и 30 711,57 руб.)<sup>1</sup>.

На рынке жилой недвижимости выделяются *сегменты первичного и вторичного жилья*. Особенностью рынка первичного жилья является меньшая эластичность предложения по цене в краткосрочном периоде и гораздо большая его эластичность в долгосрочном периоде, что объясняется наличием множества процедур допуска к строительству и длительностью отраслевых производственных циклов. В то же время на рынке первичного жилья в силу жесткости цен (из-за их привязанности к затратам) возможны длительные неравновесные состояния, превышение объемов предложения над объемами спроса, характеризующееся накоплением незавершенного производства и нераспроданных запасов. Происходящее в результате этого значительное уменьшение объема продаж в краткосрочном периоде может изменить планы на будущее строительных компаний, которые сократят предложение жилья в долгосрочном периоде.

Другой чертой рынка первичного жилья является относительно меньший рост цен в период подъема и относительно большее их падение в период спада. Действительно, если с 2000 по 2008 гг. средние цены на первичное жилье в РФ выросли в 6,05 раз, то на вторичное — в 8,57 раз за тот же период. Между тем, в 2011 г. по сравнению с 2008 г. цены на первичное жилье оказались ниже на 17%, а цены на вторичное жилье — на 15%. Это объясняется уменьшением в последние годы привлекательности первичного жилья для российских покупателей по разным причинам: существенны риски его несвоевременной сдачи, некомплектности, нарушения прав потребителя; под строящееся жилье сложнее взять ипотеку; в него невозможно сразу же вселиться; оно, как правило, не в полном объеме снабжено необходимой городской инфраструктурой и др. (Малкина и Щулепникова 2012).

Рынок вторичной недвижимости, в отличие от рынка первичной недвижимости, менее связан с другими рынками, и он демонстрирует гораздо большую волатильность цен и объемов. Таким образом, если рынок вторичной недвижимости обеспечивает приспособление цен и объемов к новому равновесному состоянию в краткосрочном периоде, то рынок первичной недвижимости обеспечивает это приспособление в долгосрочном периоде. Наконец, на функционирование последнего оказывают влияние наличие и действенность государственных программ, обеспечивающих поддержку строительства доступного и комфортного жилья.

### ИДЕНТИФИКАЦИЯ ТИПОВ КОНКУРЕНТНЫХ СТРУКТУР РЫНКА ЖИЛОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

Согласно экономической теории, выделение типов рыночных структур производится на основе следующих признаков: количество продавцов и покупателей, степень дифференциации товара, барьеры проникновения на рынок для производителей и продавцов, эластичность спроса по цене, особенности конкуренции в отрасли и др. Рассмотрим эти критерии по отдельности.

1. *Количество продавцов*. На первичном рынке жилой недвижимости в качестве продавцов выступают как крупные строительные фирмы национального масштаба, количество которых ограничено, так и средние региональные фирмы. Так, на общероссийском рынке недвижимости присутствуют такие крупные финансово-промышленные группы и холдинги, как: ГК «СУ-155» (г. Москва) — ведущий подрядчик государства по строительству жилья и социально-значимых объектов, включающий 64 промышленных и строительных предприятия в 17 городах России, с численностью работающих более 45 тыс. чел., строительные проекты которого реализуются в 50 городах России, СНГ и Европы<sup>2</sup>; ГК «ПИК» (г. Москва) — один из ведущих девелоперов в области жилой недвижимости с продуманной социальной инфраструктурой в Москве, Московской области и ряде регионов РФ, включает 19 дочерних компаний<sup>3</sup>. Таким образом, по рассматриваемому критерию первичный рынок жилья приближается к типу олигополии с конкурентным окружением.

На вторичном рынке жилой недвижимости количество продавцов (в данном случае домашних хозяйств) существенно больше, что придает данному сегменту рынка черты конкурентной рыночной структуры. Однако на вторичном рынке продавцы нередко действуют через специализированных посредников — риэлторские фирмы. Их число уже существенно меньше,

<sup>1</sup> По данным Федеральной службы государственной статистики (<http://www.gks.ru>).

<sup>2</sup> По данным официального сайта ГК «СУ-155» (<http://www.su155.ru>).

<sup>3</sup> По данным официального сайта ГК «ПИК» (<http://pik-group.ru>).

что снижает степень конкурентности данного сегмента рынка. Так, Нижегородская гильдия сертифицированных риэлторов (НГСР) в сентябре 2011 г. включала 27 компаний<sup>4</sup>. Этот сегмент рынка по рассматриваемому критерию ближе к типу «монополистическая конкуренция». Таким образом, по признаку «количество продавцов» рынок жилой недвижимости варьирует в пределах от монополистической конкуренции до олигополии.

2. *Степень дифференциации товара* на рынке жилой недвижимости велика. На вторичном рынке недвижимости выделяют: старое жилье, старое жилье после капитального ремонта, дома сталинского периода, хрущевки, брежневки, панельные дома 1960–1970-х гг., панельные дома 1980–1990-х гг., кирпичные дома. В Нижегородском регионе, согласно неофициальной классификации, жилая недвижимость делится на элитное жилье, дома повышенной комфортности, квартиры улучшенной планировки, типовое жилье. Для первичного рынка недвижимости применяется московская классификация, согласно которой жилье делят на четыре класса: элитное, премиум, бизнес и экономкласса (Санина 2012). Также жилье каждого класса различают по типу материала, району расположения (отличающегося в том числе экологической обстановкой), качеству перекрытий, размеру комнат, кухни и других вспомогательных помещений и, вследствие этого, по ценам. Индивидуальными характеристиками жилья являются: этаж, вид из окна, планировка, наличие косметического ремонта, состояние электропроводки, водоснабжения и отопительной системы и др., в том числе наличие полного пакета документов для сделки. Кроме всего прочего, у каждой конкретной квартиры есть еще индивидуальные характеристики. Таким образом, с точки зрения свойств объекта сделки рынок жилья относится к типу «монополистическая конкуренция с дифференциацией товара».

3. *Барьеры входа в отрасль*. На первичном рынке недвижимости присутствуют высокие входные барьеры для продавцов (заказчиков, застройщиков). Прежде всего, для создания строительной фирмы необходимо пройти процедуру государственной регистрации юридического лица. Далее для осуществления деятельности по строительству, проектированию и инженерным изысканиям с 1 января 2010 г. необходимо вступить в саморегулируемую организацию (СРО) и получить свидетельство о допуске к определенным видам работ. Кроме общих барьеров есть еще индивидуальные барьеры, касающиеся строительства каждого конкретного объекта. Основные препятствия на пути к увеличению объемов строительства установлены в Федеральном Законе № 214-ФЗ «Об участии в долевом строительстве многоквартирных домов и иных объектов недвижимости и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации» от 30.12.2004, который предоставляет застройщику право на привлечение денежных средств дольщиков только при наличии:

- документа о государственной регистрации застройщиком права собственности на застраиваемый земельный участок или договора аренды такого участка;
- разрешения на строительство;
- проектной декларации, которая должна быть размещена в средствах массовой информации, поскольку договор на участие в долевом строительстве с первым дольщиком застройщик может заключить лишь по прошествии двух недель от даты публикации (№ 214-ФЗ от 31.12.2004).

Также необходимо отметить и другие барьеры, присущие первичному рынку недвижимости:

А. *Недостаточное количество предлагаемых земельных участков, их дороговизна и непрозрачность тендеров по их продаже*. Обычно на район одновременно предлагается 1–2 земельных участка, что находит свое отражение в цене предложения. Например, стоимость участков земли, которые застройщик может приобретать под собственное строительство многоэтажных жилых домов на территории Нижнего Новгорода, дифференцируется от 230 тыс. руб. до 1 млн руб. за 1 сотку. Что касается цен на участки земли под малоэтажное индивидуальное жилищное строительство как на территории города, так и в пригороде, то ценовой диапазон составляет от 30 до 500 тыс. руб. за 1 сотку.

Высокая стоимость инвестиционных контрактов и земли объясняется включением в их цену и так называемой «административной ренты» — коррупционной составляющей приобретения прав на участок для застройки (оформление в собственность или аренда), подключения к городским инженерным сетям, благоустройства внутридворовой территории и прочие расходы.

Б. *Неформальные требования к строительному бизнесу в виде разного рода социальных обязательств*. Часто практикуется выделение администрацией земельного участка строитель-

<sup>4</sup> По данным официального сайта Нижегородской гильдии сертифицированных риэлторов (<http://www.nngsr.ru>).

ной компании под собственное строительство в удобном месте в обмен на ее обязательство осуществить возведение или реконструкцию объектов социальной инфраструктуры: детских садов, школ, больниц и др., либо передать администрации часть готового возведенного жилья, направляемого на выполнение государственных социальных программ. В силу возникновения дополнительных затрат на выполнение социальных обязательств, строительные фирмы вынуждены уже после получения всех необходимых разрешений изменять (и заново согласовывать) технологии строительства, нередко в ущерб качеству и в нарушение прав потребителей (дольщиков).

*В. Потребность в разнообразном узкоспециализированном оборудовании.* Для многочисленных видов строительных работ нужны разные виды техники (башенные краны: с разной высотой, грузоподъемностью и вылетом стрелы, свободно стоящие на рельсовом ходу или на анкерном основании, с устройством самонаращивания башни крана и с возможностью крепления башни к строящемуся зданию; сваебойное оборудование или сваедавлильные установки; бетонно-смесительные установки и бетононасосы и др.). При малом объеме и временном характере работ покупать весь этот комплект оборудования неэффективно. Кроме того, приобретение башенного крана вызовет рост сопряженных расходов: в штат строительной компании придется добавить несколько человек (1–2 крановщика, слесаря, отвечающего за техническое состояние крана, электрика), плюс возникнет дополнительная работа для инженера по технике безопасности. Как особо опасный строительный объект кран необходимо будет зарегистрировать в городском отделе Ростехнадзора, а также поставить на баланс предприятия. Наконец, купленную технику нужно хранить при соблюдении определенных условий и раз в 10 месяцев проводить плановый техосмотр.

Рассмотренные выше барьеры входа в отрасль для продавцов на первичном рынке недвижимости характерны для рыночной структуры типа «олигополия».

На вторичном рынке жилой недвижимости входные барьеры для непрофессиональных продавцов и покупателей (домашних хозяйств и их членов) незначительны (для продавцов: наличие объекта собственности и титула на него; для покупателей: наличие денег; для обеих сторон: юридическая чистота сделки). В то же время мотивами их обращения к профессиональному посреднику (агентству недвижимости или индивидуальному риэлтору) могут быть: преодоление неопределенности и перемещение риска на третье лицо, расширение выбора и сокращение времени на поиск приемлемого варианта (что происходит как вследствие эффекта масштаба, так и за счет подключения к поиску компьютерных баз данных и профессиональных технологий). Такое обращение эффективно, если экономия на транзакционных издержках оказывается больше, чем стоимость услуг риэлторской компании.

На рынках профессиональных посредников существуют собственные барьеры входа. Так, для создания риэлторской фирмы необходима государственная регистрация юридического лица или регистрация посредника в качестве индивидуального предпринимателя. Далее важную роль играет хорошая репутация фирмы-посредника, которая выступает в качестве ее важного конкурентного преимущества. Репутация риэлтора складывается из разных обстоятельств его деятельности: времени присутствия на рынке, масштаба деятельности (визуально нередко определяемого количеством действующих офисов), наличия положительных и отрицательных отзывов в СМИ, отражения деятельности в профессиональных изданиях и т.д. Некоторым конкурентным преимуществом для риэлторской фирмы является также участие в профессиональном объединении (некоммерческом партнерстве) — гильдии риэлторов. Однако и здесь есть свои барьеры. Для принятия в гильдию необходимо: 1) получить сертификат соответствия оказываемых брокерских услуг требованиям установленного стандарта; 2) иметь в собственности или официальном пользовании нежилое помещение со специально оборудованной комнатой для ведения переговоров, обеспечивающей конфиденциальность; 3) заключить договор страхования профессиональной ответственности продавца; 4) получить документ на право использования торговой марки, зарегистрированной в установленном порядке, под которой оказываются брокерские услуги.

На рынке недвижимости действует своего рода *эффект торговой марки* — в этом бизнесе очень важно иметь не только историю, но и публичное признание. Например, тот факт, что нижегородское агентство недвижимости «Выбор» по итогам Всероссийского конкурса «Профессиональное признание– 2011», проводимого Российской гильдией риэлторов, было признано победителем в номинации «Лучшая брокерская компания на рынке продажи жилья–2011»

(более 100 сотрудников), дало риэлтору сильное конкурентное преимущество. С эффектом торговой марки тесно связан *эффект доверия*. В широком смысле речь идет о разных видах доверия: 1) институциональном — в нашем случае доверии к самому институту посредников; 2) организационном — доверии к конкретным организациям; 3) социальном — доверии к публичному мнению и публичному поведению, когда оно берется за основу при принятии решений; 4) персонифицированном — доверии к конкретным людям. Часто, не разбираясь в тонкостях функционирования рынка недвижимости, непрофессиональные покупатели и продавцы (домашние хозяйства) предпочитают обращаться к агентам, наиболее востребованным на рынке или рекомендованным знакомыми и друзьями.

Репутация, доверие, преимущество торговой марки — все эти барьеры входа в отрасль характерны для рыночной структуры типа «монополистическая конкуренция».

4. *Эластичность спроса по цене* в целом на недвижимость *высокая* из-за дороговизны товара (действует эффект дохода), но она дифференцирована *для различных сегментов покупателей и разного класса недвижимости*. Так, для людей с высокими доходами ценовая эластичность спроса ниже, чем для людей с более низкими доходами. На элитное жилье и жилье премиум-класса эластичность спроса ниже, чем на жилье бизнес— и эконом-класса. К тому же спрос на жилье премиум-класса — это спрос на *комплексное благо*, включающее как саму квартиру (условия проживания), так и индивидуальную инфраструктуру (по запросу), а также уровень безопасности (в том числе экологичности) местности. Покупатели элитного жилья оценивают такие свойства комплексного блага, как: 1) клубность (в доме не более 10 квартир); 2) наличие «единой социальной среды» (заметим, что рынок автоматически осуществляет «естественный самоотбор» жильцов с похожим достатком, проблемами и запросами); 3) месторасположение: в престижном квартале, в деловой, исторической или культурной части города (оценивается наличие театров, музеев, бутиков и т.п.); 4) отсутствие массовой инфраструктуры дома (сам дом должен быть лишен навязанного «массового сервиса», так как покупатели элитных квартир обычно уже имеют собственного парикмахера, повара, теннисный корт и др.); 5) наличие гостевой автостоянки и подземного паркинга (где на каждую квартиру приходится два места для автомобилей хозяев квартир); 6) высокая степень безопасности жильцов (вооруженная охрана, видеонаблюдение, *face control* для посетителей, входные пластиковые карты для жильцов и др.); 7) автономное инженерное оборудование (собственная электростанция, водоснабжение, отопление, пожарная служба и др.); 8) использование в строительстве и отделке только лучших материалов, эстетичность и эргономичность. Уникальность такого товара превращает другие товары в несовершенные заменители, а спрос на него становится неэластичным по цене. Завышенная стоимость квадратного метра элитного жилья (так, в сентябре 2011 г. в Нижнем Новгороде она составляла 75–94 тыс. руб.) (Чемоданов 2011) создает *эффект престижного блага*, интерес к которому со стороны определенных социальных слоев населения повышается, и спрос становится еще менее эластичным по цене.

5. *Особенности конкуренции на рынке недвижимости*. Учитывая большую значимость индивидуальных характеристик жилья для разных групп покупателей (качество жилья, среда обитания, репутация компании-застройщика или риэлторской фирмы-посредника, гарантия застройщика, предоставление услуги страхования титула собственности, помощь в оформлении ипотеки и т.п.), среди продавцов преобладает неценовая конкуренция. Ценовая конкуренция на рынке жилья играет второстепенную роль и вступает в силу в случае настоятельности сделки.

Таким образом, по типу рыночной структуры отдельные сегменты рынка жилой недвижимости относятся в основном к *монополистической конкуренции* и *олигополии*. Гораздо реже встречаются крайние типы: совершенная конкуренция и даже монополия.

### ОСОБЕННОСТИ ТРАНСАКЦИЙ НА РЫНКЕ ЖИЛОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

Выявленные структуры рынка жилой недвижимости во многом предопределяют организацию отрасли, а также особенности заключаемых в ней сделок.

Так, строительство жилья зависит от многих внешних обстоятельств, нередко слабо управляемых таких, как своевременное обеспечение техникой, строительными материалами, людскими ресурсами. Высокая степень неопределенности отражается в отсутствии четких календарных планов производства работ и сетевых графиков, невозможности их точного соблюдения. Эта неопределенность подрывает долгосрочные договорные отношения, поэтому потребность в тех или иных ресурсах у строительных компаний часто носит авральный характер, что ставит

их в зависимость от текущей рыночной ситуации. Способом решения проблемы является приспособление контрактных отношений в отрасли к особенностям ее функционирования.

Как говорилось выше, строительная компания нуждается в большом количестве специализированного оборудования, нередко дорогостоящего и с длительным сроком окупаемости. Очевидно, что при коротком жизненном цикле компании (в среднем он составляет 5–7 лет) и небольшом объеме работ приобретение в собственность всего набора техники неэффективно. В то же время каждая компания должна держать некую необходимую часть внеоборотных активов, позволяющую ей собственно организовать производство, получить доступ к проводимым тендерам (конкурсам на строительство объектов), а также сохраниться на рынке при реорганизации или создании на ее базе новой компании. В то же время активы на балансе предприятия должны быть достаточно ликвидными, чтобы при случае их можно было легко продать и выйти из бизнеса. Как правило, строительные компании приобретают в собственность автомобили, манипуляторы, дизельгенераторы и дизельные электростанции, геодезические инструменты и т.п.

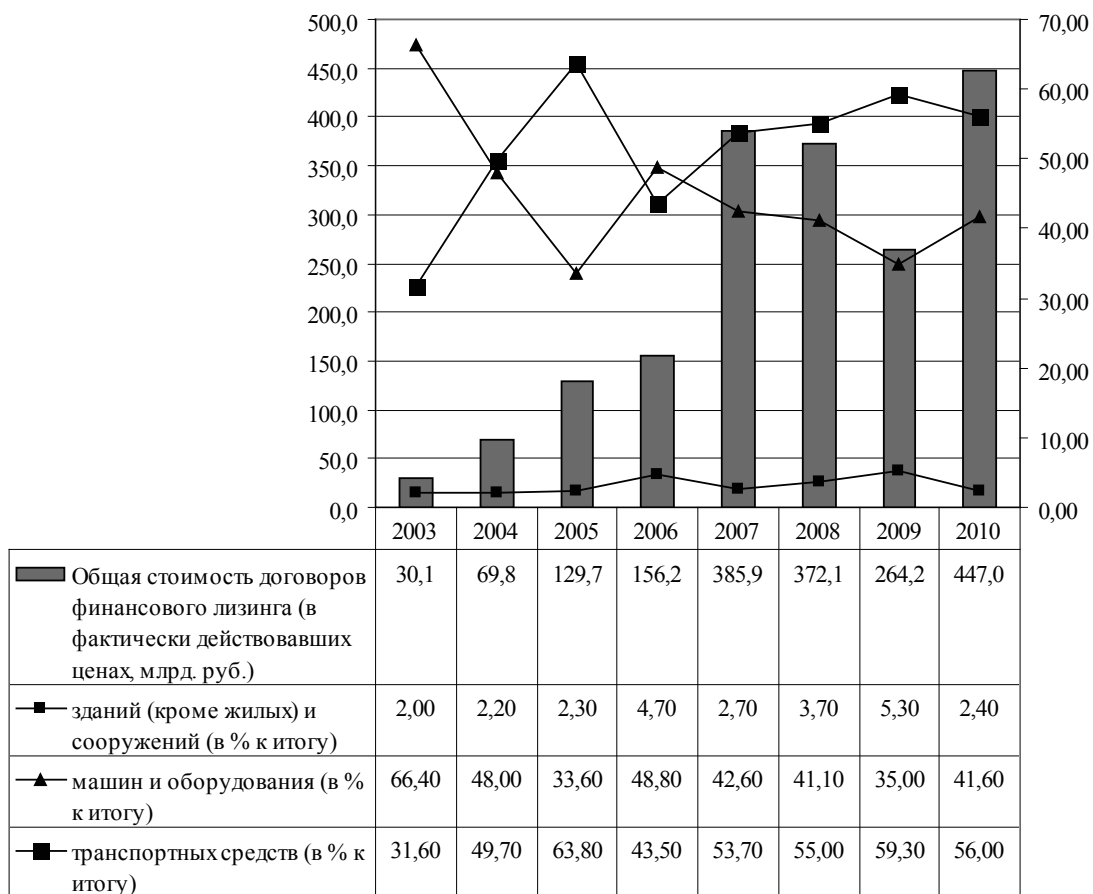
Для обеспечения себя дорогостоящим узкоспециализированным оборудованием застройщики жилья часто прибегают к более эффективному способу решения проблемы — заключению договоров лизинга со специализированными фирмами (см. рис. 2). Экономия на производственных издержках при этом частично нейтрализуется ростом транзакционных издержек, в том числе связанных с рыночной неопределенностью и несовершенством рыночных механизмов. Возникают риски, связанные с отсутствием в конкретный момент времени рыночного предложения. В период строительного бума и сезонного подъема цикла строительных работ дефицит такой техники и риски обеспечения ею возрастают многократно.

В силу того, что производственный оптимум для разных видов строительных работ отличается, строительной компании выгодно часть этих работ сосредоточить внутри фирмы, а другие отдать на откуп рынку. Таким образом в отрасли жилищного строительства происходит размывание границ фирмы и рынка, как их определял Р. Коуз (Коуз 2001). С точки зрения оптимальной организации производства для строительных фирм существуют две приемлемые рыночные альтернативы: 1) выделение отдельных видов работ (электромонтажных, сантехнических, малярно-штукатурных, производство и установка окон и дверей и пр.) в самостоятельные фирмы при сохранении учредительства со стороны головной фирмы; 2) заключение договоров на осуществление этих работ с независимыми фирмами-подрядчиками. Выбор между этими альтернативами предполагает оценку как трансформационных, так и транзакционных издержек.

Создание и поддержание «своих» фирм — достаточно распространенное явление в строительном бизнесе. Преимуществом такой формы является сохранение контроля за сроками, объемом и стоимостью вспомогательных видов работ, что одновременно означает преодоление некоторых элементов рыночной неопределенности. Недостатки также очевидны: подобное «распыление» между разными видами деятельности часто происходит в ущерб качеству. Кроме того, для оптимального использования имеющихся мощностей и трудовых ресурсов дочерним фирмам приходится также заключать договора со сторонними организациями. Достижение эффекта масштаба у них сопровождается обретением самостоятельности, т. е. независимости от головной фирмы. Альтернативный вариант, передача отдельных работ на откуп рынку, часто гарантирует более высокое качество из-за сохраняющейся возможности выбора поставщиков. Однако при этом у фирм-застройщиков возникают ценовой риск и риск незаключения договоров, а, значит, нарушение непрерывности строительных работ.

Другой проблемой строительной отрасли России являются периодические перебои с поставками строительных материалов. Здесь наиболее ярким примером служит «цементный кризис», охвативший в последние несколько лет Европейскую часть России. Цемент — это основной строительный материал, на основе которого изготавливают бетоны и строительные растворы. Объем спроса на него зависит от времени года, обычно летом активизируются: промышленное и жилищное строительство, ремонт и реконструкция крупных объектов; индивидуальное жилищное строительство; ремонт квартир; ремонт и реконструкция частных домов; строительство, ремонт и реконструкция дач, садовых домиков и различных построек в личном подсобном хозяйстве. На отечественном рынке наблюдается критическая нехватка этого материала и, как следствие, периодические взлеты цен на него (Кавригина 2007). Крупные компании страхуют себя от дефицита цемента заключением долгосрочных контрактов с поставщиками.

Небольшим застройщикам и домашним хозяйствам приходится переносить сроки строительства или покупать импортный цемент по более высокой цене.



**Рис. 2.** Общая стоимость договоров финансового лизинга, заключенных организациями, осуществляющими деятельность в сфере финансового лизинга в РФ. Составлено по данным Федеральной службы государственной статистики (<http://www.gks.ru>)

По аналогии с рассмотренной выше проблемой обеспечения строительных фирм оборудованием, решается и проблема обеспечения разнообразными кадрами. И здесь также можно обнаружить отсутствие четких границ фирмы и рынка, формирование особых организационных форм рынка труда. Так, высококвалифицированных специалистов фирмы стараются привлечь непосредственно в штат строительных компаний — генеральных подрядчиков. Из профессиональных рабочих формируются отдельные бригады: они создаются индивидуальными предпринимателями, заключающими договора на выполнение работ, либо входят в штат мелких фирм-субподрядчиков. А для непрофессиональных рабочих, занятых выполнением разовых работ (например, сбором и выносом мусора, предпродажной уборкой помещений, земляными работами в ограниченном пространстве, благоустройством придомовой территории и др.), существует так называемый «рынок заемного труда». Заметим: объем таких работ в строительной отрасли велик, что предполагает формирование и функционирование данного сегмента рынка на постоянной основе. Особенностью рынка заемного труда является то, что при этом происходит подмена трудовых договоров гражданско-правовыми, в результате чего работодатель освобождает себя от дополнительных издержек на содержание персонала: уплаты средств во внебюджетные фонды, представления прочих социальных гарантий, создания необходимых условий труда, организации рабочих мест и т.д.

Традиционно для внешнего рынка труда в строительстве применяется аутсорсинг (субподряд) — привлечение сторонней фирмы для выполнения ее сотрудниками определенного объема работ на объекте фирмы-заказчика (подрядчика). Однако в последнее время приобрела популярность противоположная по смыслу форма: аутстаффинг — вывод сотрудника за штат



фирмы-заказчика и оформление его в штат фирмы-провайдера в целях снижения издержек на содержание наемных работников.

Различные сегменты рынка труда отрасли жилищного строительства относятся к разным типам рыночных структур: совершенной конкуренции — для чернорабочих и разнорабочих; монополистической конкуренции — для специальностей, требующих обычной профессиональной подготовки и опыта работы (каменщики, кровельщики, маляры, электромонтажники, машинисты экскаваторов и др.); олигополии — для высококвалифицированных специалистов (инженер-проектировщик, инженер ПТО, инженер-энергетик и др.). При этом можно обнаружить одну закономерность: более конкурентные рынки труда для фирмы становятся внешними, менее конкурентные — внутренними (т. е. специалисты включаются в штат).

Абсолютная монополия продавца на рынке труда строительной отрасли встречается крайне редко. Однако и она может возникнуть в следующих случаях: 1) при выполнении сложных и редких задач по реализации отдельных архитектурных решений (например, когда требуются услуги кессонщика, камнетеса для облицовки поверхностей естественным камнем, лепщика архитектурных деталей и др.); 2) в сфере узкоспециализированного строительства особо сложных или особо опасных объектов, таких как метрополитен, атомные и гидроэлектростанции, мосты, эстакады и др.

В строительной индустрии обнаруживают себя такие элементы недобросовестной конкуренции, как наем «нужного» работника, обладающего «внешними выходами», т. е. неформальными связями с государственными органами, принимающими решения и дающими разного рода разрешения.

Одной из особенностей рынка труда в строительной отрасли РФ является также активное привлечение иностранной рабочей силы (организованных бригад трудовых мигрантов) для осуществления большого объема работ. По данным Федеральной миграционной службы РФ, основными поставщиками иностранной рабочей силы из стран дальнего зарубежья для строительства в России являются Китай, КНДР и Турция, из стран СНГ — Узбекистан, Таджикистан, Украина (с последними тремя у РФ действует безвизовый режим). Так, по данным Федеральной службы государственной статистики, в 2010 г. трудовую деятельность в РФ осуществляли 1640,8 тыс. трудовых мигрантов, большинство из которых было задействовано именно в строительстве — 595,2 тыс. чел. (36,3%).

Интерес работодателей строительных фирм к найму иностранной рабочей силы объясняется разными мотивами. Использование труда мигрантов позволяет работодателю сэкономить на заработной плате (по отношению к таким работникам нередко практикуется ценовая дискриминация в оплате труда), социальных обязательствах, налоговых отчислениях (в случае привлечения рабочей силы посредством теневого рынка труда). Кроме того, мигрантам, как правило, присущи высокая работоспособность, трудолюбие, нетребовательность, согласие на самую тяжелую и грязную работу, дисциплина, старательность, меньшая склонность к пьянству и др.

В свою очередь, привлекательность российского рынка труда для трудовых мигрантов объясняется, прежде всего, наличием в России устойчивого спроса на низкоквалифицированную рабочую силу, более высоким уровнем заработной платы, привлекательным курсом российского рубля относительно их национальных валют, что позволяет мигрантам получить дополнительную выгоду при конвертации сбережений. Кроме того, политика государств — главных поставщиков рабочей силы в РФ, зачастую направлена на поощрение трудовой миграции, что позволяет существенно снизить социальную напряженность в стране и улучшить условия жизни граждан. Немаловажную роль играют также религиозные и культурные особенности жизни трудовых мигрантов. Например, в мусульманских семьях мужчина обязан полностью материально обеспечивать свою жену и семью пропитанием и удовлетворять их потребности. Перед женитьбой мужчина обязан выплатить калым (махр) за невесту — это дорогостоящий выкуп для большинства молодых людей, вынуждающий молодых людей использовать любые возможности подработки.

Таким образом, существует определенная связь между типами трансакций и организационными структурами на первичном рынке жилой недвижимости.

### ОПОРТУНИЗМ НА РЫНКЕ ЖИЛОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

Оппортунизм является достаточно распространенным явлением как на рынке первичного, так и вторичного жилья. Его проявления разнообразны: 1) оппортунизм застройщика по отно-

шению к дольщику, заключающийся в снижении качества материалов и строительных работ, злостном нарушении сроков строительства; 2) оппортунизм продавца на вторичном рынке по отношению к покупателю, заключающийся в сокрытии информации о некоторых свойствах объекта сделки и реальных правах собственности на него; 3) оппортунизм в отношениях посредника на рынке недвижимости (риэлтора) и его клиента (продавца либо покупателя).

На рынке недвижимости легко обнаружить как формы предконтрактного оппортунизма («ухудшающий отбор»), так и постконтрактного оппортунизма («моральный риск», «уклонение» и «вымогательство»).

А. *Ухудшающий отбор*. После известного примера Дж. Акерлофа, касающегося рынка подержанных автомобилей (Акерлоф 1994), проблема ухудшающего отбора как разновидности предконтрактного оппортунизма начала активно рассматриваться исследователями применительно к другим типам рынков. На наш взгляд, чертами «рынка лимонов» обладает как сегмент вторичной недвижимости, так и первичного жилья. Будем даже более категоричны: в целом «ухудшающий отбор» как некая общая закономерность современных рынков позволяет ответить на вопрос, поднятый в статье И.В. Розмаинского «Почему «развитие капитализма» сопровождается ухудшением качества товаров» (Розмаинский 2011).

Предпосылками возникновения ухудшающего отбора на рынке жилья являются: 1) качественная разнородность продаваемого (покупаемого) товара. По некоторым своим характеристикам жилье относится к типу инспекционных и доверительных благ. Качественная разнородность товара делает невозможным существование для него общего рынка; 2) асимметричность информации — большая осведомленность продавца, нежели покупателя об истинных характеристиках товара; 3) неполнота заключаемого контракта в силу объективной невозможности закрепления в нем всех характеристик объекта сделки; 4) наличие предварительного намерения продавца выиграть за счет обмана, непредставления полной информации покупателю.

Ухудшающий отбор на рынке подержанного (вторичного) жилья происходит в силу невозможности отражения в структуре цен всех характеристик товара. Результатом является «исчезновение» рынка: в том смысле, что для некоторых квартир (в том числе комнат, индивидуальных жилых домов) рынок становится бесконечным. А именно, квартиры со скрытыми негативными характеристиками («лимоны») снова возвращаются в продажу: неудовлетворенные покупатели стараются от них избавиться, занимая место продавцов и играя роль обманщика в той же игре, в которой до этого участвовали в качестве жертвы. При этом более качественные товары («персики») очень быстро покидают данный несовершенный рынок, они либо перекупаются посредниками, либо продаются вне общего рынка — на основе личных связей, договоренностей. В данном случае продавец оказывает своего рода дополнительную услугу «своему» покупателю, и данной услугой является раскрытие информации.

Чертами рынка лимонов обладает и сегмент первичной недвижимости. Строительные компании, понимающие, что покупатель не способен до конца разобраться в качестве создаваемого жилья, а также то, что это произойдет через достаточно длительный период времени, намеренно снижают качество. Особенно страдают те параметры, которые выявляются только со временем, то есть которые носят свойства экспериментальных благ. Так, по данным Н. Васютина, «в первый год эксплуатации здания выявляется до 10% всех недостатков: нарушается герметичность кровли, возникают большие проблемы с работой инженерного и электросилового оборудования. Во второй год, как правило, выявляется до 20% недостатков. Далее кривая брака в течение 5 лет медленно уменьшается» (*Возрастает тревога* 2005). Когда технический стандарт допускает диапазон изменения какого-либо параметра, производителю выгодно снизить его значение до минимальной границы. Нередко они идут и на нарушение самих стандартов. Так, чтобы соответствовать новому ГОСТу 530-2007, производители кирпича должны были провести дорогостоящую модернизацию производства. Однако не все это сделали, некоторые так и продолжают выпускать кирпич по старым ТУ, компенсируя недостаток качества более низкой ценой. Строительные фирмы, работающие с такими производителями, конечно же более осведомлены относительно его качества, нежели конечные покупатели жилья. Результат таков: недобросовестные компании получают ценовое преимущество, которое приобретатель жилья не способен распознать и правильно интерпретировать. В этой ситуации на рынке будут преобладать недобросовестные компании, а добросовестные будут вынуждены изменить свое поведение, либо подавать покупателю неценовые сигналы, свидетельствующие о качестве товара.

Б. *Моральной риск*. В постконтрактных отношениях он проявляется в изменении поведения одной из сторон в силу того, что некоторые отношения с ней другой стороны строятся не

на четком контракте, а на доверии. Приведем пример морального риска во взаимоотношениях риэлторской фирмы и ее клиента.

Обычно продавец квартиры заключает предварительный договор с риэлторской фирмой о продаже, который его почти ни к чему не обязывает. После этого товар (жилое помещение) посредником рекламируется, показывается потенциальным покупателям, ведутся переговоры от имени продавца. У агента возникают неоплаченные транзакционные и производственные издержки, которые во многом связывают его дальнейшее поведение. Чем дольше агент работает с клиентом, тем выше эти издержки и тем более он заинтересован сделать их производительными, то есть завершить отношения с клиентом подбором приемлемого варианта продажи и заключением сделки. Это объясняется тем, что услуги агентства, как правило, оплачиваются во время заключения договора купли-продажи или передачи документов на регистрацию прав собственности. Сам же продавец недвижимости никаких первоначальных затрат не несет, более того, он может самостоятельно искать подходящие варианты, не ставя в известность посредника. Таким образом, у клиента риэлторской фирмы гораздо меньше препятствий и больше стимулов для «выхода из игры», если ему это становится выгодным. Отношения подробного рода можно трактовать как «нечеткий контракт», влекущий опасность оппортунизма со стороны наименее уязвимой стороны (в данном случае продавца недвижимости).

В. *Вымогательство* — деятельность, направленная на передел общей ренты с применением угрозы выхода из кооперации. Эта форма оппортунизма вполне реальна во взаимоотношениях строительной компании с внешними подрядчиками, что как раз обуславливает рост транзакционных издержек в случае вывода части деятельности за пределы фирмы.

Таким образом, современный рынок жилой недвижимости включает разные сегменты, относящиеся главным образом к таким типам рыночных структур, как монополистическая конкуренция и олигополия. Оптимизация транзакций на этом рынке и рынках, его обслуживающих (капитала, труда, земли и пр.), обуславливает формирование в строительной отрасли адекватных ей организационных структур. Общей институциональной особенностью первичного и вторичного рынка жилья является также то, что на них возможны разнообразные формы оппортунизма и они являются типичными представителями «рынков лимонов» — по Дж. Акерлофу.

## ЛИТЕРАТУРА

Федеральный Закон № 214-ФЗ «Об участии в долевом строительстве многоквартирных домов и иных объектов недвижимости и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации» от 30.12.2004 // *Российская газета*. Федеральный вып. № 3669 от 31.12.2004.

Акерлоф Дж. (1994). Рынок «лимонов»: неопределенность качества и рыночный механизм // *Thesis*. Вып. 5. 91–104.

Возрастает тревога за качество жилищного строительства // Большой портал недвижимости. 03.05.2005. (<http://www.bpn.ru/publications/6922/>).

Кавригина В. (2007). Цементное голодание угрожает рынку Санкт-Петербурга // *Приложение «Дом» к газете «КоммерсантЪ»* № 178П. 01.10.2007. (<http://www.kommersant.ru/doc/809814?isSearch=True>).

Коуз Р. (2001). Природа фирмы / В кн.: Природа фирмы. Пер. с англ.: М.: Дело. 33–52.

Малкина М.Ю. и Щулепникова Е.А. (2012). Анализ состояния и тенденций рынка жилой недвижимости в Российской Федерации // *Экономический анализ: теория и практика*. № 20 (275). 2–12.

Розмаинский И.В. (2011). Почему «развитие капитализма» сопровождается ухудшением качества товаров? // *Terra ecomoticus*. Том 9. № 1. 8–16.

Санина Н. (2007). Недвижимость/среда обитания. Классовый спор // *Нижегородский бизнес журнал*. № 84 (2). февраль (<http://www.business-mag.nn.ru/new/?id=429>).

Чемоданов А. (2011). Аналитика. Новые стройки, новые цены // *Полезная площадь*. № 38. 28.09.2011. (<http://www.ppl.nnov.ru/1/4/16/660?nid=1600&a=entry.show>).