

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

DOI: 10.17212/2075-0862-2023-15.1.2-273-290

УДК 338.465; 332.872; 339.138

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ ЦЕН НА УСЛУГИ ПО УПРАВЛЕНИЮ МНОГОКВАРТИРНЫМИ ДОМАМИ

Коган Антон Борисович,

*доктор экон. наук,
заведующий научной лабораторией
«Аналитический центр корпоративных решений»,
профессор кафедры экономики предпринимательской
деятельности и логистики Новосибирского государственного
университета экономики и управления – «НИИХ»,
Россия, 630099, г. Новосибирск, ул. Каменская, 56
ORCID: 0000-0003-2188-0898
a.b.kogan@edu.nsuem.ru*

Аверьяскина Анастасия Сергеевна,

*аспирант Новосибирского государственного
университета экономики и управления – «НИИХ»,
Россия, 630099, г. Новосибирск, ул. Каменская, 56
ORCID: 0000-0001-6189-6419
musicls@mail.ru*

Троицкая Наталья Дмитриевна,

*аспирант Новосибирского государственного
университета экономики и управления – «НИИХ»,
Россия, 630099, г. Новосибирск, ул. Каменская, 56
ORCID: 0000-0003-3955-7415
natro_92@mail.ru*

Аннотация

В работе проведено обобщение методических основ ценообразования в жилищном хозяйстве (с выделением цен на услуги по управлению многоквартирными домами). В ходе исторического анализа методических подходов к ценообразованию в сфере жилищного хозяйства авторами выделены директивный и рыночный подходы. В директивном подходе описан порядок установления цен и его проблематика, проявившаяся в том, что попытки централизации государством процесса ценообразования привели к завышению стоимости услуг управляющими компаниями. Описаны со-

временные подходы, имеющие проявление директивного подхода: согласовательный и компенсационно-целевой. Описан механизм ценообразования в рамках рыночного подхода и его проблематика. Основная проблема состоит в том, что высокие транзакционные издержки создают неравные условия для участников рынка, что ведет к поглощению мелких и средних управляющих компаний с последующим образованием олигополии или монополии на рынке. Рыночный подход также имеет ряд несовершенств в части влияния отдельных интересов потребителей на цену. Жилищные услуги по управлению многоквартирными домами в оценке потребителей услуг имеют разную полезность, однако оценка полезности услуг отдельным потребителем подавляется коллективной оценкой полезности. Рассмотрены процессный подход к управлению организацией и кластерный подход к организации жилищно-коммунального хозяйства как способы снижения издержек на оказание услуг по управлению многоквартирными домами. Обосновывается, что процессный подход применяется на практике в отдельных случаях, а кластерный остается теоретической конструкцией. В качестве инструментов повышения доходов управляющих компаний (за счет увеличения количества обслуживаемых ими домов) предложен комплекс инструментов маркетинговых онлайн- и офлайн-коммуникаций: разработка сайта управляющей компании и мобильного приложения, создание социальных сетей и мессенджеров, запуск таргетированной рекламы, внедрение офлайн-коммуникаций.

Обоснована необходимость проведения дальнейших профильных исследований и разработки методического подхода к ценообразованию, адаптированного к современным условиям рынка жилищных услуг в России, основанного на нормативах, законах организации производства, маркетинга, экономики фирмы, финансового менеджмента и маржинализма.

Ключевые слова: методические основы ценообразования, услуги управляющих компаний, многоквартирные дома.

Библиографическое описание для цитирования:

Коган А.Б., Аверьяскина А.С., Троицкая Н.Д. Теоретические и методические основы формирования цен на услуги по управлению многоквартирными домами // Идеи и идеалы. – 2023. – Т. 15, № 1, ч. 2. – С. 273–290. – DOI: 10.17212/2075-0862-2023-15.1.2-273-290.

Сущность общественных отношений в отраслях жизнеобеспечения, к коим относится жилищно-коммунальное обслуживание населения, требует от всех участников процесса жизнеобеспечения последовательных шагов, направленных на удовлетворение потребностей населения в качественном, благоустроенном жилье, а также комфортной окружающей среде.

Поскольку траты населения на жилищно-коммунальное обслуживание являются обязательными платежами, которые занимают значительную долю в бюджетах многих домохозяйств, то всегда возникают вопросы, как же снизить эти платежи (эту долю). Современный экономический уклад предполагает использование законов экономики для управления процес-

сом ценообразования на рынке соответствующих услуг. Понимание учеными этих законов отражается в описываемых ими теориях и имеет следующую динамику.

В начале XX века синтез обновленной классической экономической теории и маржинализма проявился в виде развития неоклассической теории. Экономическая наука эволюционировала, и знания, накопленные предшественниками, были интегрированы в новую экономическую систему, в которой четче обозначены границы действия принципов рыночной экономики.

Отсутствие новых стимулов для развития в 1920-х годах привело к Великой депрессии, вызов которой бросило такое направление в экономической теории, как кейнсианство. В рамках кейнсианской теории были предложены способы избавления от пагубных кризисов и массовой безработицы. За кейнсианством последовал монетаризм, а за ним институционализм (имеющий некоторые сходства с кейнсианством). В этой теории внимание стало уделяться борьбе с монополиями, развитию конкуренции, планированию и прогнозированию, а также внешним факторам, оказывающим влияние на результативность исследуемых процессов [15].

Широкое распространение неoinституционализма приходится на период 1960–1970-х годов. В отличие от авторов-представителей институционализма, неoinституционалисты исходили из следующих постулатов:

- общественные процессы влияют на экономические результаты;
- необходимо анализировать поведенческие модели общества в целом, а не отдельных индивидов;
- при формировании поведенческой модели наряду с принципом рационализма индивид опирается также и на принцип оппортунизма;
- в отличие от методологического холизма, присущего старой школе, первичная роль отводится индивидам, а вторичная – взаимосвязанным с ними институтам.

Развитие сферы жилищно-коммунального хозяйства (ЖКХ) (в ходе реформы жилищно-коммунального хозяйства, начавшейся приватизационной программой 1990-х годов и продолжающейся по настоящее время) во многом основывается на положениях неoinституционализма, которые проявляются в действующих методических подходах к ценообразованию в ЖКХ [12]. Следующим шагом должно стать формирование тесной связи ценообразования на услуги по управлению многоквартирными домами (МКД) с положениями финансового менеджмента, в которых отражается ряд идей маржинализма и неокейнсианства [2].

Исторически одним из первых подходов к ценообразованию (в ходе приватизации) является директивный подход. Его суть состоит в следующем. На федеральном уровне были выпущены стандарты по расчету стои-

мости услуг, учитывающие нормы жилой площади (18 кв. метров на одного человека), максимально допустимую долю собственных расходов граждан на оплату жилья и коммунальных услуг (на 1997 год 16 %)¹. Однако применение федеральных стандартов для всей территории России оказалось затруднительно, так как отдельным регионам присущи свои географические, климатические, демографические особенности, а также различная степень износа жилищного фонда. Всё это обуславливает различия в уровнях материальных затрат и затрат на оплату труда, что, в свою очередь, обуславливает необходимость различия цен на услуги ЖКХ.

В современности этот подход не применяется, однако его проявления можно усмотреть в двух следующих подходах: согласовательном и компенсационно-целевом. Согласовательным в настоящей работе назван подход, который в работах Е.А. Каменевой [6], Е.А. Крыловым [9], С.В. Федоровой [16] называется затратным. Однако мы полагаем, что отличительные особенности данного подхода более точно описываются термином «согласовательный». Его суть состоит в следующем.

Отправной точкой ценообразования в согласовательном подходе являются затраты на представление услуг. Ценообразование на услуги по управлению МКД, в том числе по содержанию и ремонту общего имущества многоквартирного дома (уборка территории, дератизация и дезинсекция, контроль состояния инженерного оборудования и т. д.), в согласовательном подходе осуществляется путем калькуляции всех затрат с последующим прибавлением прибыли управляющей компании в смете расходов при формировании перечня предоставляемых услуг. Далее получившаяся расценка согласовывается с муниципалитетом в рамках оплаты им эксплуатации жилья, предоставляемого в социальный найм в качестве адресной помощи малоимущим семьям.

На практике строка «прибыль» обычно не закладывается отдельно, а распределяется по затратным статьям, которые целенаправленно завышаются поставщиком услуг. Фактическая прибыль формируется за счет того, что фактически эти затраты оказываются меньше. Оплата муниципалитетом расходов на эксплуатацию жилья, предоставляемого в социальный найм малоимущим семьям, позволяет снизить финансовую нагрузку на компании сферы ЖКХ, поскольку эта категория потребителей – потенциальные неплательщики². По сути, цена формируется в интересах продавца (поставщика услуг), что создает тенденцию к регулярному росту цен и некачественному оказанию услуг жилищного хозяйства.

¹ Постановление Правительства РФ от 26 мая 1997 г. № 621 «О федеральных стандартах перехода на новую систему оплаты жилья и коммунальных услуг» (документ утратил силу).

² Постановление Правительства РФ от 20 декабря 1997 г. № 1613 «О Программе демополизации и развития конкуренции на рынке жилищно-коммунальных услуг на 1998–1999 годы» (документ утратил силу).

Компенсационно-целевым подходом в настоящей работе назван подход, который в различных источниках может называться компенсационным, целевым, ресурсно-целевым. В Новосибирской области компенсационно-целевой подход проявляется в следующем: региональные и муниципальные власти компенсируют управляющим компаниям потерю прибыли за счет заключения концессионных соглашений в отношении создания и эксплуатации систем коммунальной инфраструктуры, а также дополнительного финансирования – субсидий, направленных на поддержку уязвимых слоев населения³ и целевую грантовую поддержку на реализацию различных проектов благоустройства и развития инфраструктуры города Новосибирска⁴.

При ценообразовании на услуги (тарифы) коммунальных компаний применяется т. н. ценностно-ориентированный подход⁵. Этот методический подход рассматривали в своих исследованиях, в частности, Е.А. Каменева [6], А.И. Левина и Д.А. Серов [10], С.Ф. Федорова [16].

Идеей данного подхода является учет покупательской способности и уровня жизни населения, стремление заинтересованных сторон к защите своих экономических интересов, а также представление и защита интересов потребителей в форме государственного регулирования. В его рамках государство регулирует тарифы (регламентируя их максимальный темп роста), стремясь учесть при этом интересы и поставщика услуг, и потребителя. Формирование тарифов на коммунальные услуги позволило не только взять под контроль рентабельность компаний, поставляющих коммунальные услуги, но и внедрить принцип единства ценообразования на коммунальные услуги на территории каждого региона РФ.

При управлении большинством МКД цена на услуги управляющих компаний формируется в рамках подхода, который в настоящей работе назван рыночным. Его идея заключается в том, что на конкурентном рынке управляющие компании должны стремиться к повышению качества услуг и (или) снижению их цены. В этом подходе цену определяют три субъекта, она устанавливается соглашением поставщика услуг и потребителя услуг при определенной регламентации процесса со стороны государства.

³ Постановление мэрии г. Новосибирска от 22 сентября 2021 г. № 3386 «Об установлении размера платы за содержание жилых помещений по договорам социального найма и договорам найма жилых помещений государственного или муниципального жилищного фонда».

⁴ Постановление Правительства РФ от 13 августа 2006 г. № 491 «Об утверждении Правил содержания общего имущества в многоквартирном доме и Правил изменения размера платы за содержание жилого помещения в случае оказания услуг и выполнения работ по управлению, содержанию и ремонту общего имущества в многоквартирном доме ненадлежащего качества и (или) с перерывами, превышающими установленную продолжительность» (с изменениями и дополнениями от 3 февраля 2022 г.).

⁵ Отметим, что термин «ценностно-ориентированный» используется в международной теории и практике финансового менеджмента (value based management).

По большому счету цену можно рассматривать как сумму трех составляющих: затрат, налогов и прибыли. На конкурентном рынке отдельный продавец (или покупатель) не может изменить цену услуги. Поскольку целью коммерческих компаний является максимизация прибыли, то компания должна решать эту задачу в первую очередь путем снижения издержек. Однако, изменив характеристики услуги (изменив ее полезность), продавец может несколько изменить цену. Это второй источник для прироста прибыли.

Отметим, что в соответствии с теорией и практикой финансового менеджмента компания должна получать прибыль в сумме не меньше той, что формирует доходность, свойственную для данного вида деятельности. Такая прибыль называется нормальной. Задача государства состоит в том, чтобы население получало услуги по управлению многоквартирными домами с минимальными ценами и максимальным качеством. Для решения этой задачи необходимо стимулировать продавцов к указанным действиям, наряду с этим возможно применение способов компенсаций для отдельных групп населения. Государство может воздействовать на цены и путем изменения ее налоговой составляющей.

Реализация идей рыночного подхода на практике сталкивается с рядом проблем. Высокие транзакционные издержки создают неравные условия для участников рынка. Управляющие компании должны располагать высоким стартовым капиталом для обеспечения непрерывной деятельности компании в условиях низкой окупаемости, связанной с высоким числом неплательщиков услуг, а также с износом фонда. В случае непредвиденной аварийной ситуации управляющая компания должна за счет собственного резервного фонда в кратчайшие сроки ликвидировать нежелательные последствия аварии и обеспечить комфортное и безопасное проживание собственникам МКД. В случае неустранения аварийных очагов управляющая компания рискует лишиться лицензии на управление МКД, а также получить штраф. Такая система ведет к поглощению мелких и средних управляющих компаний и образованию олигополии или монополии. Снижение цен при сохранении или увеличении качества услуг в условиях отсутствия рыночной конкуренции весьма затруднительно.

Рыночный подход также имеет ряд несовершенств в сфере учета интересов потребителей. В разных источниках эта проблема может быть описана как проблема соседства. Потребности в жилье и сопутствующих жилищных услугах по управлению МКД в оценке потребителей услуг имеют разную полезность. Так, по мнению Я. Корнаи, такие услуги являются практически ненасыщаемой потребностью. Я. Корнаи в своей работе отмечает, что «...если бы каждый жил, допустим, в двухкомнатной квартире, то многие претендовали бы, по крайней мере, на трехкомнатную. Имеющий квартиру захотел бы, вероятно, дачу. Если квартира удовлетворяет по

числу комнат, захочется иметь большую площадь, лучше оборудованную и расположенную в более живописном и здоровом районе» [8, с. 523, 524].

Полезность отдельного потребителя при управлении МКД уступает коллективной, что не только искажает возможность реализации индивидуальных инициатив, но и порождает конфликтные ситуации, возникающие из-за столкновения разных точек зрения.

Снижению цен на услуги по управлению МКД, а также сохранению или повышению качества представляемых услуг могут способствовать процессный подход к управлению организацией и кластерный подход к организации ЖКХ.

Процессное управление организациями рассмотрено отечественными исследователями, в частности, Е.Н. Богдановой [3], Д.С. Гребенюка [4], О.Г. Танашевой и Е.А. Хакимовой [15]. Процессное управление направлено на организацию внутреннего менеджмента предприятия, который состоит из нескольких бизнес-процессов. Организация бизнес-процессов на предприятии позволяет не только автоматизировать часть работы сотрудников, минимизирующую ошибки, допускаемые в ходе механической работы сотрудников, но и наладить способы взаимодействия управляющей компании с потребителями услуг.

В работе описан бизнес-процесс организации управления финансами МКД управляющих компаний сферы жилищного хозяйства (рис. 1).



Рис. 1. Бизнес-процесс управления финансами МКД управляющих компаний сферы жилищного хозяйства (рисунок составлен А.С. Аверьянской)

В настоящее время процессный подход использует около 8 % управляющих компаний [7]. Сложность внедрения, высокие инвестиции на установку программ учета и переобучения всего персонала являются отталкивающими факторами при формировании ценообразования на услуги по управлению МКД.

Кластерное управление в своих исследованиях рассматривали С.И. Баженов [1], В.А. Сироткин [11], Н.И. Сулягина [13]. Кластер – это межотраслевое, территориальное и добровольное объединение бизнеса, организованное в целях повышения как собственной конкурентоспособности товаров (услуг), так и экономического потенциала региона. В качестве особенности кластерных образований можно выделить способность объединения не только бизнеса различных отраслей, но и ближайших конкурентов. Такие объединения не только способствуют развитию региона и отрасли в целом за счет привлечения инвестиций, но и позволяют повысить устойчивость и прибыльность участников кластера.

В РФ кластерные образования имеют ведущее предприятие (ядро), которое задает направление развития рынка и организует бесперебойную поставку необходимых для обеспечения работы всех предприятий отрасли ресурсов. На следующих уровнях находятся предприятия крупного, среднего, малого бизнеса и микропредприятия, работа которых организована в соответствии с курсом, выбранным ядром. Например, применительно к жилищному хозяйству взаимодействие компаний, имеющих в собственности снегоуборочную технику (сдача в аренду в целях компенсации простоя), и компаний, которые не располагают такой техникой (для обеспечения существования нуждаются в аренде техники), кластерный подход представляет собой взаимовыгодные условия, повышающие прибыль обеих компаний.

На рис. 2 представлена структура управления кластером ЖКХ.

В жилищно-коммунальном хозяйстве внедрение кластерных инициатив практически не наблюдается, можно лишь говорить о практике создания кластера водоснабжения и водоотведения Санкт-Петербурга (2015 год), а также об инновационно-технологическом кластере энергосбережения в ЖКХ и промышленности.

При попытках образования кластеров ЖКХ, которые предпринимались в России, внимание уделялось не конкретно жилищной отрасли, а функционированию жилищно-коммунального хозяйства как единой системы.

Позиционирование кластера ЖКХ как единого хозяйства без учета принципов взаимодействия жилищной и коммунальной сфер является недостатком существующего кластерного подхода, так как коммунальная отрасль развивается как естественная монополия, а рынок жилищных услуг

представлен конкурентной средой. Практика показывает, что происходит перекалывание ответственности монополий на конкурентные хозяйства, которые в силу повышенной ответственности и затрат теряют мотивацию к ведению бизнеса.



Рис. 2. Структура управления кластером ЖКХ
(рисунок составлен А.С. Аверьяскиной)

Еще одним фактором, ограничивающим развитие кластеров, является финансирование. Кластерные образования предлагается формировать в рамках создания саморегулируемых организаций (СРО). Однако существует проблема недоверия к СРО со стороны производителей и поставщиков жилищно-коммунальных услуг и граждан, для которых цели создания СРО непрозрачны. Для решения этой проблемы необходимо проведение мероприятий, направленных на повышение уровня осведомленности населения о целях и принципах функционирования СРО.

В целях же увеличения доходов коммерческие организации широко применяют маркетинговые методы и инструменты. Сфера обслуживания жилищно-коммунального хозяйства, несмотря на ряд реформ, призванных создать в данной сфере рыночные условия функционирования и развить конкурентную среду в целях повышения качества обслуживания, остается достаточно консервативной отраслью, которая не спешит внедрять передовые маркетинговые инструменты.

Стоит отметить, что потребители (жильцы МКД) также не имеют сформированного запроса на коммуникационные инновации в сфере обслуживания жилищно-коммунального хозяйства. Авторы статьи о социальном маркетинге как факторе развития конкуренции в сфере управления МКД в числе причин отсутствия данного запроса называют пассивность населения в вопросах управления МКД, разобщенность собственников жилья, непонимание процессов или отсутствие каналов коммуникации с управляющей компанией для эффективного решения бытовых вопросов. Однако жильцы имеют запрос на повышение качества управления жилищно-коммунальным хозяйством, что напрямую влияет на качество жизни, стоимость недвижимости, что в значительной мере зависит от эффективности управления МКД [14].

Имея в виду этот разрыв, управляющие компании, стремящиеся построить простые и понятные каналы коммуникации, будут обладать значительными конкурентными преимуществами и возможностями для увеличения прибыли.

В данный момент в маркетинговой теории и практике широкое распространение получила концепция омниканального маркетинга, заключающаяся в построении единой коммуникационной среды во множестве коммуникационных каналов, которые предоставляет современный уровень развития средств связи.

Применительно к сфере управления жилищно-коммунальным хозяйством Н.Д. Троицкой предлагается следующий комплекс инструментов онлайн- и офлайн-коммуникации: сайт управляющей компании и/или мобильное приложение, социальные сети и мессенджеры, таргетированная реклама, офлайн-коммуникация.

В правилах осуществления деятельности по управлению многоквартирными домами нет обязательства по созданию сайта для управляющих компаний, однако многие УК его создают. Для управляющей компании сайт должен выполнять роль главного информационного ресурса, где жители могут легко и оперативно найти необходимую информацию по возникающим вопросам в случае аварийных ситуаций, по текущим ремонтным работам, о пунктах приема высокоопасных и чрезвычайно опасных отходов и т. д. Дополнительным инструментом оповещения жильцов об аварийных ситуациях могут служить push-уведомления браузера, которые отправляются аудитории, согласившейся на получение данных уведомлений на сайте. Эти меры помогут снизить нагрузку на сотрудников call-центра и оптимизировать затраты на фонд оплаты труда. Личный кабинет на сайте управляющей компании с функцией оплаты счетов за жилищно-коммунальные услуги позволит сократить дебиторскую задолженность, предоставив жильцам еще

один канал для совершения оплат с упомянутой функцией браузерных push-уведомлений.

Альтернативным или дополнительным к сайту инструментом для коммуникации с жильцами является мобильное приложение управляющей компании. По данным компании Similarweb, доля трафика с мобильных устройств на сентябрь 2022 года на 12,7 % превысила долю трафика с настольных компьютеров [5], а совершение платежей с помощью мобильных приложений банков становится привычным даже для консервативной аудитории. Эти тенденции управляющие компании могут использовать в целях формирования платежной дисциплины, обеспечивая удобный и привычный многим способ оплаты в личном кабинете по уведомлениям приложения. Создание и поддержание работоспособности мобильного приложения могут быть ресурсоемкими задачами. Если компания не готова нести такие затраты, то в целях охвата мобильного трафика будет целесообразным разработать адаптированную под мобильные устройства версию сайта.

В контексте настоящей статьи будет корректным объединение в группу данных коммуникационных каналов, так как они выполняют цель — обеспечение эффективной двусторонней коммуникации управляющих компаний (УК) и жильцов МКД. В настоящее время уже прослеживается тенденция объединения жильцов в мессенджерах и социальных сетях (ВКонтакте, WhatsApp, Telegram, Viber и др.) для оперативного решения бытовых вопросов. Управляющие компании должны взять на себя функцию организаторов и модераторов сообществ жильцов. На этих площадках обсуждаются вопросы, своевременное реагирование на которые позволит повысить удовлетворенность жильцов качеством управления жилищным комплексом и, как следствие, повысить уровень лояльности к УК, что будет значительным конкурентным преимуществом и за счет распространения информации методом сарафанного радио. Также по таким каналам связи сотрудники компании могут напоминать о необходимости совершить платежи, уведомлять о внештатных ситуациях и исследовать запрос на дополнительные услуги и расширение ассортиментной матрицы (например, клининг, ремонтные работы и др.). Еще одним инструментом, который предоставляет среда социальных сетей и мессенджеров, являются чат-боты. С их помощью управляющая компания может автоматизировать процесс получения заявок от жильцов и проконтролировать качество исполнения, запросив оценку от заказчика. Внедрение чат-ботов позволит снизить нагрузку на контактные центры, получить обратную связь, выстроить систему мотивации и оптимизировать ФОТ. Данный функционал также может быть реализован на сайте компании в личном кабинете.

Таргетированная реклама в интернете позволит уведомить жильцов о доступном функционале сайта, собрать сообщество жильцов в чаты и сообщества социальных сетей, а также вести конкурентную борьбу. Рекламные кабинеты позволяют таргетироваться по геолокации на целевую аудиторию. Так как эта аудитория достаточно узкая, затраты на этот вид рекламы будут небольшими.

Управляющие компании имеют широкий доступ к информированию аудитории через офлайн-каналы и обладают правом размещения сообщений в местах общего пользования. Для максимизации эффективности объявления с приглашением вступить в сообщество жильцов или напоминанием о возможности оплаты счетов на сайте и приложении компании с QR-кодом могут быть размещены в лифтовой или домофонной зоне, где жильцы проводят некоторое время в ожидании и с большей вероятностью обратят внимание на сообщение.

Описанные инструменты маркетинговых коммуникаций позволяют управляющим компаниям:

- сократить дебиторскую задолженность путем повышения удобства совершения оплат и увеличения числа уведомлений;
- оптимизировать часть расходов на фонд оплаты труда – самую значимую статью расходов УК;
- построить двустороннюю коммуникацию для повышения качества обслуживания;
- получить конкурентные преимущества и увеличить число обслуживаемых объектов без ценовой конкуренции.

Рассмотренная проблематика формирования цен на услуги управляющих компаний обуславливает необходимость проведения профильных исследований и разработки современного методического подхода, который позволил бы государству регулировать этот рынок путем использования инструментов, традиционных для рыночной экономики.

Этот методический подход должен описывать механизм формирования цены на управление МКД с учетом следующих факторов. Во-первых, это нормативы, описывающие требования по составу услуг (и иные их характеристики), а также налоговые нормативы. Во-вторых, это законы менеджмента, трансформирующие эти нормативы в процесс оказания услуги, определяющие расходы труда и времени. В-третьих, это учет маркетинговых законов, определяющих возможность повышения цены. В-четвертых, это положения экономики фирмы, определяющие уровень затрат управляющих компаний на оказание услуг. В-пятых, это учет законов финансового менеджмента и маржинализма, определяющих величину требуемой прибыли.

Литература

1. *Баженев С.И.* Концептуальные подходы к формированию жилищно-социального кластера региона: автореф. дис. ... д-ра экон. наук: 08.00.05 / Челябинский государственный университет. – Челябинск, 2012. – 40 с.
2. *Баронин С.А.* Методология формирования и развития территориальных рынков доступного жилья: автореф. дис. ... д-ра экон. наук: 08.00.05 / Московский государственный строительный университет. – М., 2006. – 41 с.
3. *Богданова Е.Н.* Развитие системы управления предприятием ЖКХ на основе роботизации бизнес-процессов: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова. – М., 2020. – 166 с.
4. *Гребенюк Д.С.* Развитие системы управления услугами жилищно-коммунального хозяйства на основе процессного подхода: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / Самарский государственный экономический университет. – Омск, 2011. – 181 с.
5. Доля рынка мобильного трафика по сравнению с трафиком настольных компьютеров и планшетов в России // Similarweb. – URL: <https://www.similarweb.com/ru/platforms/russian-federation/> (дата обращения: 22.02.2023).
6. *Каменева Е.А.* Методология и стратегия финансового обеспечения развития жилищно-коммунального хозяйства России: автореф. дис. ... д-ра экон. наук: 08.00.10 / Саратовский государственный социально-экономический университет. – Саратов, 2009. – 37 с.
7. *Корнякин Н.К., Павленков М.Н.* Процессный подход к управлению в организациях сферы жилищно-коммунального хозяйства // Статистика и экономика. – 2014. – № 2. – С. 84–89.
8. *Корнай Я.* Дефицит: пер. с венг. – М.: Наука, 1990. – 608 с.
9. *Крылов В.А.* Формирование и развитие рынка жилищно-коммунальных услуг: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / Уральская академия государственной службы. – Екатеринбург, 2001. – 170 с.
10. *Левина А.И., Сефов Д.А.* Модель архитектурного решения ценностно-ориентированной ресурсоснабжающей организации // Экономика и управление. – 2020. – Т. 26, № 6 (176). – С. 606–612.
11. *Сироткин В.А.* Теория и методология воспроизводства жилищного фонда: автореф. дис. ... д-ра экон. наук: 08.00.05. – Екатеринбург, 2014. – 41 с.
12. *Скрипник О.Б.* Реформирование регионального жилищно-коммунального комплекса: методология и практика: дис. ... д-ра экон. наук: 08.00.05 / Институт региональных экономических исследований. – М., 2012. – 296 с.
13. *Сутягина Н.И., Сутягина О.В.* Механизм формирования и развития кластера жилищно-коммунальных услуг // Общество: политика, экономика, право. – 2018. – № 5. – С. 54–58.
14. *Суходолов А.П., Новикова Н.Г., Цвигун П.В.* Социальный маркетинг как факторе развития конкуренции в сфере управления многоквартирными домами // Вопросы теории и практики журналистики. – 2019. – Т. 8, № 2. – С. 404–420.

15. *Танашева О.Г., Хакимова Е.А.* Процессный подход в управлении организациями жилищно-коммунального хозяйства // Вестник Оренбургского государственного университета. – 2008. – № 8. – С. 100–104.

16. *Федорова С.Ф.* Формирование социально-ориентированной системы жилищно-коммунальных услуг в регионе: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / Академия управления «ГИСБИ». – Казань, 2010. – 139 с.

Статья поступила в редакцию 17.08.2022.

Статья прошла рецензирование 11.09.2022.

DOI: 10.17212/2075-0862-2023-15.1.2-273-290

THEORETICAL AND METHODOLOGICAL FOUNDATIONS OF PRICING FOR APARTMENT BUILDING MANAGEMENT SERVICES

Kogan, Anton,

*Doctor of Economics, Head of the Scientific Laboratory
“Analytical Center for Corporate Solutions”,
Professor of the Department of Business Economics
and Logistics of Novosibirsk State University
of Economics and Management – “NINH”,
56 Kamenskaya Street, Novosibirsk, 630099, Russian Federation
ORCID: 0000-0003-2188-0898
a.b.kogan@edu.nsuem.ru*

Averyaskina, Anastasia,

*Post-graduate student of Novosibirsk State University
of Economics and Management – “NINH”,
56 Kamenskaya Street, Novosibirsk, 630099, Russian Federation
ORCID: 0000-0001-6189-6419
musicls@mail.ru*

Troitskaya, Natalia,

*Post-graduate Student of Novosibirsk State University
of Economics and Management – “NINH”,
56 Kamenskaya Street, Novosibirsk, 630099, Russian Federation
ORCID: 0000-0003-3955-7415
natro_92@mail.ru*

Abstract

The article summarizes the methodological foundations of pricing in the housing sector (with the allocation of prices of services for the management of apartment buildings).

During the historical analysis of methodological approaches to pricing in the housing sector, the authors identified a directive and market approach. The directive approach describes the procedure for setting prices and its problems, manifested in the fact that attempts to centralize the pricing process on the part of the state have led to overestimation of the cost of services by management companies. Modern approaches with manifestations of a directive approach are described: sequential and compensatory-targeted.

The pricing mechanism within the framework of the market approach and its problems are described. The main problem is that high transaction costs create unequal conditions for market participants, which leads to the absorption of small and medium-sized management companies with the subsequent formation of an oligopoly or monopoly in the market.

The market approach also has a number of disadvantages in terms of the influence of individual consumer interests on the price. Housing services for the management of apartment buildings in the assessment of consumers of services have different utility, but the assessment of the usefulness of services by an individual consumer is suppressed by a collective assessment of utility.

The process approach to the management of the organization and the cluster approach to the organization of housing and communal services are considered as ways to reduce the cost of providing services for the management of apartment buildings. It is proven that the process approach is applied in practice in the case of hotels, while the cluster approach remains a theoretical construct.

A set of tools for online and offline marketing communication is offered for increasing the income of management companies (by increasing the number of houses they serve): development of the management company's website and mobile application, creation of social networks and using messengers, launch of targeted advertising, introduction of autonomous communications.

The authors substantiate the necessity of further specialized research and development of a methodological approach to pricing adapted to the modern conditions of the housing services market in Russia, based on standards, laws of production organization, marketing, firm economics, financial management and marginalism.

Keywords: methodological foundations of pricing, services of management companies, apartment buildings.

Bibliographic description for citation:

Kogan A., Averyaskina A., Troitskaya N. Theoretical and Methodological Foundations of Pricing for Apartment Building Management Services. *Idei i idealy = Ideas and Ideals*, 2023, vol. 15, iss. 1, pt. 2, pp. 273–290. DOI: 10.17212/2075-0862-2023-15.1.2-273-290.

References

1. Bazhenov S.I. *Kontseptual'nye podkbody k formirovaniyu zbilishchno-sotsial'nogo klastera regiona*. Avtoref. diss. dokt. ekon. nauk [Conceptual approaches to the formation of the housing and social cluster of the region. Author's abstract of Dr. in Economics diss.]. Chelyabinsk, 2012. 40 p.
2. Baronin S.A. *Metodologiya formirovaniya i razvitiya territorial'nykh rynkov dostupnogo zbil'ya*. Avtoref. diss. dokt. ekon. nauk [Methodology of formation and development of territorial affordable housing markets. Author's abstract of Dr. in Economics diss.]. Moscow, 2006. 41 p.
3. Bogdanova E.N. *Razvitiye sistemy upravleniya predpriyatiem ZhKKb na osnove robotizatsii biznes-protsessov*. Diss. kand. ekon. nauk [Development of the housing and communal services enterprise management system based on the robotization of business processes. PhD in Economics diss.]. Moscow, 2020. 166 p.

4. Grebenyuk D.S. *Razvitiye sistemy upravleniya uslugami zhilishchno-kommunal'nogo khozyaistva na osnove protsessnogo podkhoda*. Diss. kand. ekon. nauk [Development of the management system of housing and communal services based on the process approach. PhD in Economics diss.]. Omsk, 2011. 181 p.
5. Mobile traffic market share compared to desktop and tablet traffic in Russia. *Similarweb*. (In Russian). Available at: www.similarweb.com/ru/platforms/russian-federation (accessed 22.02.2023).
6. Kameneva E.A. *Metodologiya i strategiya finansovogo obespecheniya razvitiya zhilishchno-kommunal'nogo khozyaistva Rossii*. Avtoref. diss. dokt. ekon. nauk [Methodology and strategy of financial support for the development of housing and communal services in Russia. Author's abstract of Dr. in Economics diss.]. Saratov, 2009. 37 p.
7. Kemaykin N.K., Pavlenkov M.N. Protsessnyi podkhod k upravleniyu v organizatsiyakh sfery zhilishchno-kommunal'nogo khozyaistva [Process approach to management in the organizations of housing and utility infrastructure sphere]. *Statistika i ekonomika = Statistics and economics*, 2014, no. 2, pp. 84–89.
8. Kornai J. *A Hiány*. Budapest, Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, 1982 (Russ. ed.: Kornai Ya. *Defitsit*. Moscow, Nauka Publ., 1990. 608 p.).
9. Krylov V.A. *Formirovanie i razvitiye rynka zhilishchno-kommunal'nykh uslug*. Diss. kand. ekon. nauk [Formation and development of the housing and communal services market. PhD in Economics diss.]. Ekaterinburg, 2001. 170 p.
10. Levina A.I., Serov D.A. Model' arkhitekturnogo resheniya tsennostno-orientirovannoi resursosnabzhayushchei organizatsii [Model of an architectural solution of a value-oriented resource-supplying organization]. *Ekonomika i upravlenie = Economics and Management*, 2020, vol. 26, no. 6 (176), pp. 606–612.
11. Sirotkin V.A. *Teoriya i metodologiya vosproizvodstva zhilishchnogo fonda*. Avtoref. diss. dokt. ekon. nauk [Theory and methodology of housing stock reproduction. Author's abstract of Dr. in Economics diss.]. Ekaterinburg, 2014. 41 p.
12. Skripnik O.B. *Reformirovanie regional'nogo zhilishchno-kommunal'nogo kompleksa: metodologiya i praktika*. Diss. dokt. ekon. nauk [Reforming the regional housing and communal complex: methodology and practice. Dr. in Economics diss.]. Moscow, 2012. 296 p.
13. Sutyagina N.I., Sutyagina O.V. Mekhanizm formirovaniya i razvitiya klastera zhilishchno-kommunal'nykh uslug [The development mechanism of the cluster of public utility services]. *Obshchestvo: politika, ekonomika, pravo = Society: Politics, Economics, Law*, 2018, no. 5, pp. 54–58.
14. Sukhodolov A.P., Novikova N.G., Tsvigun I.V. Sotsial'nyi marketing kak faktore razvitiya konkurentsii v sfere upravleniya mnogokvartirnymi domami [Social marketing as a factor for competition development in the sphere of managing blocks of flats]. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2019, vol. 8, no. 2, pp. 404–420.
15. Tanasheva O.G., Khakimova E.A. Protsessnyi podkhod v upravlenii organizatsiyami zhilishchno-kommunal'nogo khozyaistva [Process approach in the management

of housing and communal services organizations]. *Vestnik Orenburgskogo gosudarstvennogo universiteta = Vestnik of the Orenburg State University*, 2008, no. 8, pp. 100–104.

16. Fedorova S.F. *Formirovanie sotsial'no-orientirovannoi sistemy zhilishchno-kommunal'nykh uslug v regione*. Diss. kand. ekon. nauk [Formation of a socially-oriented system of housing and communal services in the region. PhD in Economics diss.]. Kazan', 2010. 139 p.

The article was received on 17.08.2022.

The article was reviewed on 11.09.2022.