

ГЛАДКОВА Вера Егоровна

*Российская академия предпринимательства (Москва, РФ);
доктор экономических наук, профессор;
gladkovave@mail.ru*

ЖАРИКОВ Валерий Викторович

*Московский государственный гуманитарно-
экономический университет (Москва, РФ);
кандидат технических наук, доктор экономических наук,
профессор; valera_zharikov@mail.ru*

Социально-информационный механизм повышения качества жилищного обеспечения населения в России

В статье рассмотрены вопросы жилищного обеспечения граждан в России. При этом авторы выделяют основные проблемы современного жилищного строительства и акцентируют внимание на последних новшествах и инновациях в этой сфере, которые позволят осуществлять строительство жилья с минимальными затратами и максимальным качеством. В статье также рассмотрены все заинтересованные стороны и представлен механизм их взаимодействия в рамках правового и информационного полей. Данная работа будет интересна аналитикам и бизнесменам, работающим в сфере жилищного строительства, так как авторы представляют собственный прогноз роста качества жилищного строительства с учётом внешних и внутренних факторов (модельное представление осуществлено при построении диаграммы Исикавы по авторской методике В.В. Жарикова).

Ключевые слова:
*жилищное обеспечение,
строительство,
рынок жилья, население,
качество, качество жизни,
ресурсы, диаграмма Исикавы
по методике В.В. Жарикова*

В условиях экономической стагнации после недавно завершившегося шокового воздействия на экономику России и от падения национальной валюты (период 2014–2015 гг.) и уменьшения доходов от сырьевого экспорта (период 2015–2016 гг.), а также резкого снижения уровня жизни населения трудно переоценить важность выработки путей и методов повышения качества жизни граждан в нашей стране, опираясь не только на экстенсивный рост и его уровень, но и на инновационные направления интенсивного роста, активизирующие скрытые резервы качества в различ-

ных областях и сферах деятельности, составляющих качество жизни, соответствующих конституционному принципу и условиям «достойной жизни и свободного развития» населения [1, с. 26].

Одним из таких направлений является повышение качества жилищного обеспечения населения в России, опирающееся не только на финансово-экономические рычаги стимулирования строительства с целью улучшения материальных аспектов жилищного обеспечения, но и на социально-информационный механизм, позволяющий выявить социально-

сетевые аспекты качества жилищного обеспечения и способные воздействовать на все стадии и функции процесса предоставления услуг жилищного обеспечения с целью обеспечения первичных потребностей российского общества, нацеленности на непосредственно воспринимаемые населением аспекты качества жилищного обеспечения во всей его целостности и с учётом российской специфики.

Кроме того, данная проблема имеет серьёзное значение не только для обеспечения качества жизни населения страны, но и для поиска новых путей стимулирования роста экономики в России. В настоящее время на уровне Правительства Российской Федерации признана необходимость смены существующей парадигмы развития отечественной экономики и дальнейшего перехода от однофакторно-сырьевой модели роста к более сбалансированной стратегии, предусматривающей повышение роли промышленности, рационального перераспределения ресурсов, удовлетворения перманентно возрастающей доли потребностей внутреннего рынка за счёт выпуска отечественной продукции¹. Очевидно, что строительная отрасль обладает необходимым потенциалом роста, способностью к импортозамещению, однако стимулирование спроса на её продукцию со стороны государства с помощью соответствующих механизмов субсидирования населения может привести лишь к искажению рыночных стимулов, увеличению разрыва между качеством жилищного строительства и реальными потребностями населения, если не использовать результаты всестороннего анализа различных аспектов качества жилищного обеспечения. Данная динамика изменений и перекосов в 2008 г. привела к полному обвалу рынка недвижимости в США, и мы должны учитывать этот отрицательный опыт².

¹ В.В. Путин: «Импортозамещение позволит повысить производительность труда» // РИА Новости. URL: <http://ria.ru/economy/20151217/1343634869.html> (Дата обращения: 10.07.2016).

² Экологическое строительство: западный и российский

В постиндустриальном обществе во всех отраслях экономики на первый план выдвигается проблема совершенствования взаимодействия субъектов социально-экономических отношений, в рассматриваемом случае – субъектов жилищного обеспечения населения. Это обусловлено возможностями, которые открываются благодаря развитию информационного пространства российской экономики, позволяющему перейти от постепенного развития существующих механизмов и институтов к скачкообразному реинжинирингу, основанному на моделировании требуемой картины состояния объекта, и разработке комплекса мер, необходимых для её достижения, включая поиск и подбор необходимых участников взаимодействий. Взаимодействия характерны для всех экономических субъектов, они представляют собой установление взаимосвязанных институциональных отношений их элементов на основе обмена для достижения собственных целей, направленных, в конечном итоге, на сокращение транзакционных издержек, получение и передачу определённых ресурсов (используя принципы социально ориентированной логистики) (рис. 1) [2]. В области жилищного обеспечения важным является активизация роли самих жильцов, превращающихся из пассивных потребителей услуг жилищного обеспечения в один из важнейших факторов повышения их качества. Роль будущих жильцов в процессах самоуправления качеством жилищного обеспечения в настоящее время определяется современным законодательством России в рамках реализации потенциала самоуправления, а также невозможна без разработки и реализации планомерной стратегии повышения качества социальной среды по месту проживания с учётом социально-сетевых моделей.

опыт // «Эксперт ремонта», С.-Пб., 12.08.2013. URL: http://rem-video.ru/articles/lighting/energy_saving/ekologicheskoe_stroitelstvo_zapadnyy_i_rossiyskiy_opit (Дата обращения: 10.07.2016).

Таблица 1 – Жилищный фонд в России
(на конец года; общая площадь жилых помещений)³

Показатели \ Годы	1992	2000	2005	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Весь жилищный фонд, млн. м ²	2492	2787	2955	3177	3231	3288	3349	3359	3369
В среднем на одного жителя, м ²	16,8	19,2	20,8	22,2	22,6	23,0	23,4	23,4	23,4

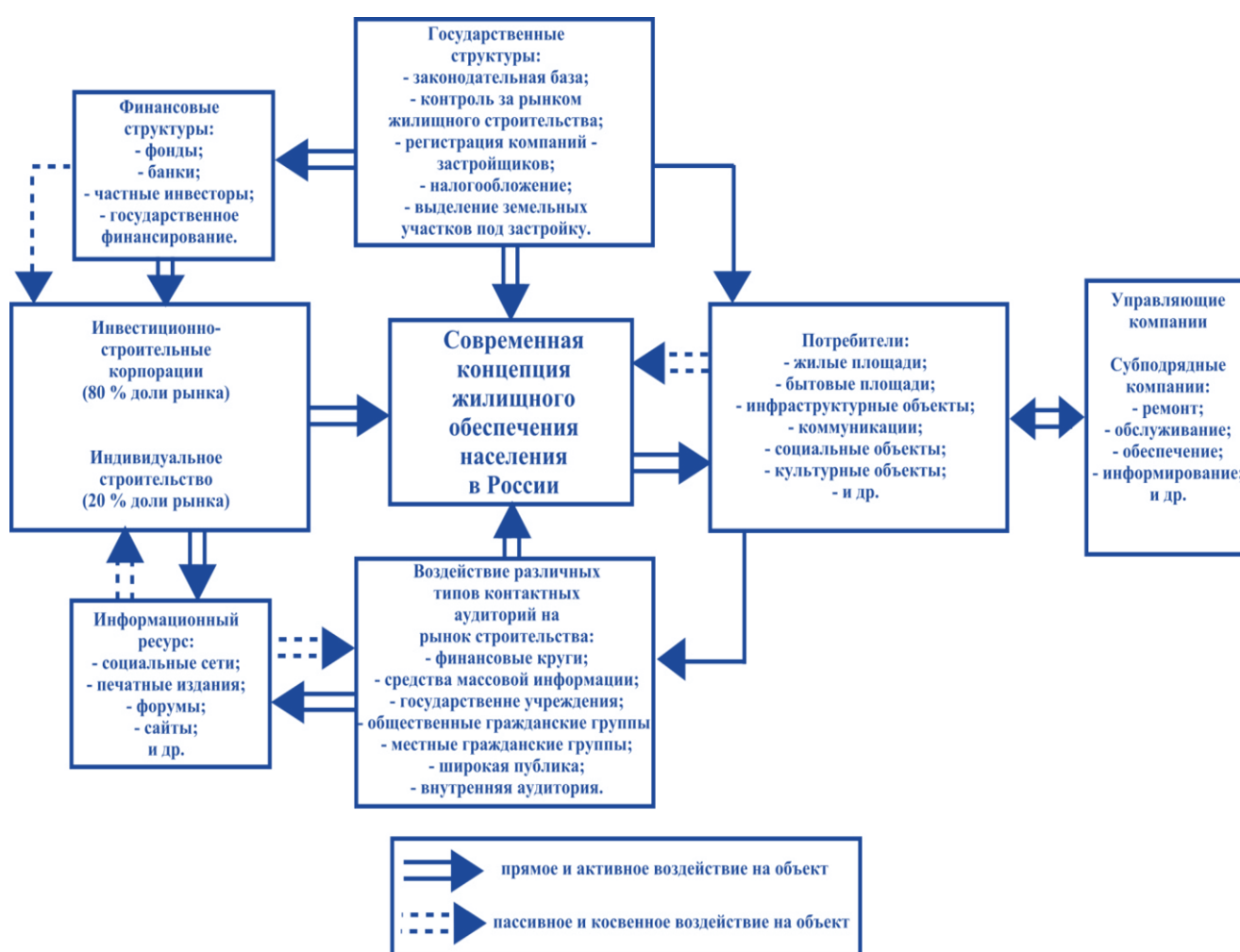


Рис. 1 – Ресурсное и информационное взаимодействие всех сторон на современном рынке жилищного строительства в России

³ Федеральная служба государственной статистики: Официальный сайт. Россия в цифрах. 2015 год. URL: http://www.gks.ru/bgd/regl/b15_11/lssWWW.exe/Stg/d01/07-15.htm (Дата обращения: 10.07.2016).

В зависимости от характера выражаемых к фирме отношений, контактные аудитории, которые проявляют определённый к ней интерес или способствуют достижению поставленных перед ней проектом (программы жилищного строительства) целей, подразделяют на благотворные, искомые и нежелательные.

В зависимости от сферы, в которой взаимодействуют фирмы и контактные аудитории, контактных аудиторий выделяют 7 типов⁴.

Тип 1 – это *финансовые круги*. К основным контактными аудиториям этого типа сферы относят: банки; инвестиционные компании и страховые компании; брокерские фирмы фондовых бирж; акционеров и т.п. Названные субъекты финансовой системы оказывают существенное влияние, способствуя фирме в обеспечении её собственным капиталом. Основными средствами, с помощью которых достигается благоприятное отношение к фирме названных субъектов, являются: публикации годовых отчётов, обеспечение достаточной открытости всей их финансовой деятельности и предоставление финансовому сообществу доказательной информации о своей финансовой устойчивости.

Тип 2 – это *контактные аудитории средств массовой информации*. К основным контактными аудиториям этого типа сферы относят: организации, занимающиеся распространением новостей, статей и редакционных комментариев (газет, журналов, радиостанций, телекомпаний, интернет блогеров и т.п. При этом не следует забывать о том, что мнение о компании формируется, прежде всего, в зависимости от содержания сообщений о том, насколько является полезной для общества и (или) граждан та деятельность, в которой может использоваться (используется) продукция фирмы или непосредственно её деятельность.

Тип 3 – это *контактные аудитории государственных учреждений*. К основным контактными аудиториям этого типа сферы относят

те контактные аудитории, воздействие которых на результативность деятельности фирмы осуществляется посредством принятия законодательных и иных нормативных правовых актов, устанавливающих определённые нормы деятельности предприятий и взаимодействующих с предприятиями организаций. В определённых условиях возникает возможность объединения с другими фирмами данной отрасли для того, чтобы обеспечить принятие более благожелательных законов и постановлений, нормативно регулирующих деятельность в этой отрасли (экономики, промышленности, производства и т.д.).

Тип 4 – это *гражданские группы действий*. К основным контактными аудиториям этого типа сферы относят: организации потребителей, группы по защите окружающей среды, национальных меньшинств и других представителей различных групп населения. При этом решением важнейшей задачи постоянного поддержания контакта с названными группами и формирования у них благожелательного отношения (как к самой фирме, так и к её продукции (услугам)) должны заниматься, прежде всего, служба фирмы по связям с общественностью или непосредственно руководство фирмы.

Тип 5 – это *местные контактные аудитории*. К основным контактными аудиториям этого типа сферы относят те контактные аудитории, которые способствуют успешному функционированию фирмы и связаны с её отношениями, возникающими с окрестными жителями и местными общественными организациями. Своевременному предупреждению возникновения конфликта между фирмой и местным сообществом будет способствовать то обстоятельство, насколько активно представитель фирмы участвует в собраниях местного сообщества граждан, разрешает насущные проблемы, а также информирует местную общественность о деятельности фирмы [3, с. 6].

Тип 6 – это *широкая публика*. К основным контактными аудиториям этого типа сфе-

⁴ Контактная аудитория // Free Diamond. URL: http://decision-make.ru/index.php?action=full_article&id=246 (Дата обращения: 10.07.2016).

ры относят те контактные аудитории, где особое значение приобретает мнение широкого сообщества о продукции фирмы и результатах её деятельности в целом. Именно от того, каким формируется в глазах сообщества образ фирмы, будет зависеть результативность её коммерческой деятельности (как в настоящее время, так и в перспективном будущем). В качестве лишь незначительного отступления отметим, что в целях создания образа «гражданственности» в индустриально развитых странах многие фирмы принимают активное участие в кампаниях, деятельность которых направлена на сбор средств на благотворительные цели, оказание гуманитарной помощи пострадавшим в тех или иных чрезвычайных ситуациях, разработку и обоснование порядка рассмотрения претензий и пожеланий потребителей своей продукции.

Тип 7 – *внутренние контактные аудитории*. К основным контактным аудиториям этого типа сферы относят те контактные аудитории, которые включают собственных сотрудников фирмы, её добровольных помощников, управляющих и членов совета директоров. Основная цель, с которой оказывается воздействие на данную группу – это формирование позитивного отношения названных категорий к собственной фирме. Достижение такого результата возможно при условии создания таких систем, как: информирования и мотивирования коллектива фирмы. Позитивное отношение сотрудников к собственной фирме впоследствии распространяется на другие контактные группы.

В связи с этим актуализируется значимость конкретных форм социально-экономического обеспечения процессов взаимодействия провайдеров услуг жилищного обеспечения и их клиентов. Однако в опубликованных существующих маркетинговых исследованиях наблюдаются некоторые упущения в трактовке и характеристике содержания современных процессов управления качеством в строительной сфере, особенно в части инновационных методов и механизмов при-

влечения ресурсов всех заинтересованных сторон для организации единого процесса управления качеством в условиях неполной информации и информационной асимметрии на российском строительном рынке.

Кроме того, актуально формировать социальные социально-территориально-ориентированные сети, что подразумевает необходимость постановки и решения задач, связанных с управлением процесса «сетевое производство» и создания креативных групп и инициативных творческих элит среди жильцов в их взаимодействии с компаниями, предоставляющими услуги жилищного обеспечения (рис. 2). Ожидаемые высокие результаты в сфере воспроизводства территориальных креативных сообществ могут иметь место лишь в случае разработки и применения соответствующих методик и инструментальных форм, обеспечивающих прогнозирование, планирование и реализацию программ жилищного строительства с учётом приоритетности цели формирования соответствующих социальных сетей, недопущения автоматизации жильцов и невыполнения общественными территориями закреплённых за ними функциями.

Отмеченные обстоятельства предопределяют необходимость разработки новых исследовательских программ, которые призваны адекватно отразить новейшие, именно социально-информационные императивы развития методов и механизмов повышения качества жилищного обеспечения населения в России. Вместе с тем возрастает значимость и новых форм менеджмента знаний, растёт потребность в развитии методов формирования и трансфера лучших практик использования инновационных строительных и коммунальных технологий в интересах повышения качества жилищного обеспечения.

При этом следует учитывать современные проблемы повышения качества жилищного обеспечения населения на базе формирования и развития социально-информационного механизма, предусматривающего накопление социального капитала

на микро- и мезотерриториальном уровне, совершенствование соответствующих социальных институтов [4, с. 201], повышение

транспарентности отношений в ходе всех стадий предоставления услуг жилищного обеспечения.

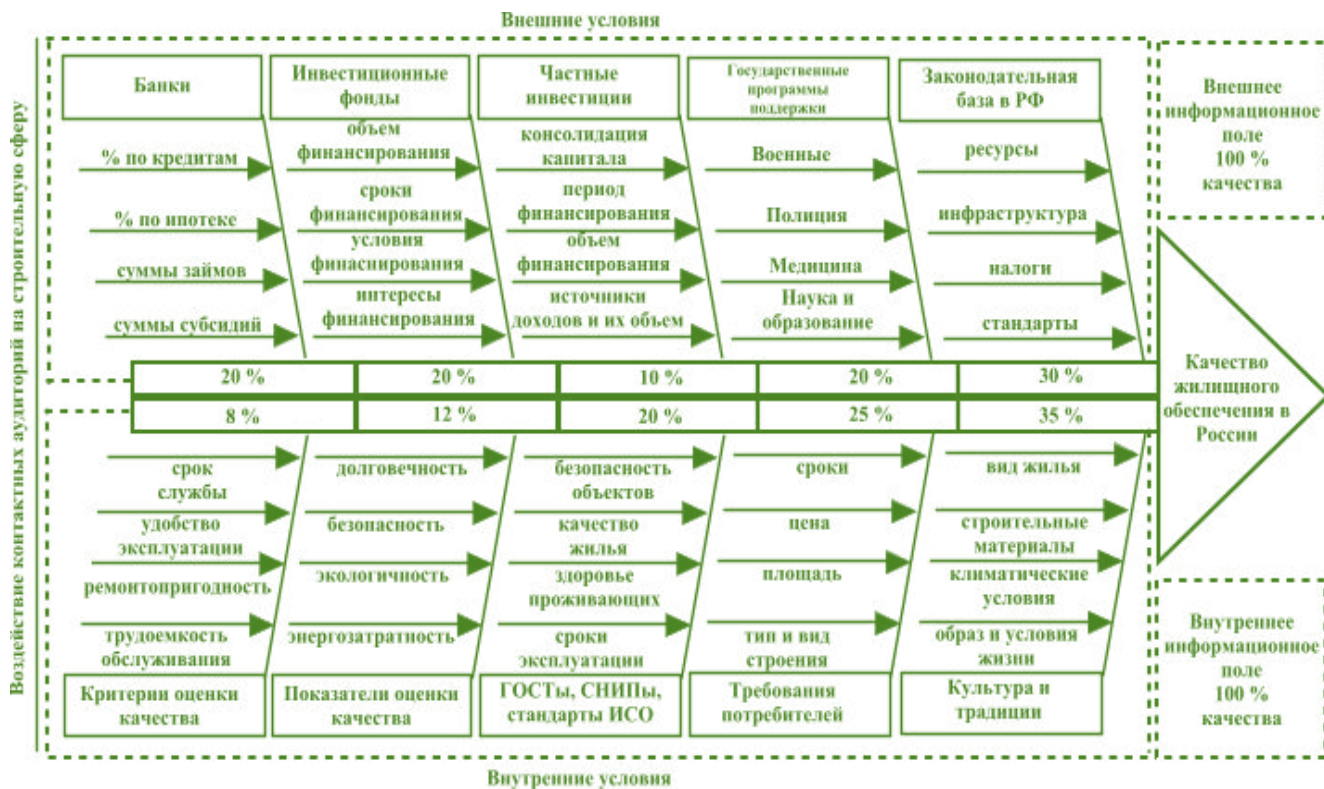


Рис. 2 – Диаграмма Исикавы: качество жилищного обеспечения в России (построена по авторской методике В.В. Жарикова)

Некоторые авторы, исследуя проблему строительства жилья, выявили новые противоречия, возникшие у потребителей и производителей на рынке жилищного строительства. Исходно-концептуальным основанием исследования стала авторская характеристика информационно-рыночного кризиса в работе П.Б. Фомина [5], содержание которого определяется противоречием между требованиями к жилью как объекту инвестирования и требованиями к жилищному обеспечению как к процессу удовлетворения соответствующих потребностей жильцов. На основании этого нами была построена диаграмма Исикавы, где были выявлены внешние и внутренние факторы, оказывающие активное влияние на качество жилищного обеспечения в России. Был проведён опрос среди всех заинтересованных сторон и на основе результатов опроса составлена процентная шкала влияния каждого

фактора на общую динамику жилищного обеспечения в России, которая может изменяться с учётом изменения как внешних, так и внутренних факторов во временном лаге (рис. 2).

Автор научно-исследовательской работы резонно утверждает, что современные недостатки в области качества жилищного обеспечения, подтверждённые обширными статистическими исследованиями, в значительной степени обусловлены фундаментальным несогласованием между фактическими потребностями клиентов и уровнем их осознания, что приводит к усугублению информационной асимметрии рынка жилищного обеспечения в России [5, с. 36]. В связи с этим важным представляется авторский вывод о том, что, если процессы повышения качества жилищного обеспечения есть продукт человеческого капитала, то, в свою очередь, формирование и

развитие человеческого капитала есть функция социально-сетевых отношений, в значительной степени определяющих способность жильцов к самоуправлению и саморазвитию жилых территорий. В связи с этим критически важным исследовательским результатом являются положения, связанные с обоснованием путей повышения эффективности социально-экономических взаимодействий в процессе повышения качества жилищного обеспечения, что связано с поиском путей минимизации транзакционных и социальных издержек у общества. Стоит особенно выделить управленческий концепт, так как здесь автор его увязывает с решением следующих задач: формирование доверия в сфере взаимодействий между провайдером услуг жилищного обеспечения и его клиентами; разработка системы мер, направленных на развитие доверительных отношений на всех уровнях социально-экономических взаимодействий по повышению качества жилищного обеспечения; проектирование институтов, закрепляющих доверие между хозяйственными агентами на рынке жилищного обеспечения [6, с. 15].

В современном строительстве развиваются процессы использования распределённых интеллектуальных ресурсов, что непосредственно связано с инвестициями в соответствующие институты и информационную инфраструктуру распространения как лучших практик использования инновационных технологий 3D печати, так и конкретных проектов 3D печати жилых домов. Важным здесь многие учёные считают создание норм, регулирующих трансфер интеллектуальных результатов предполагаемых участников целевых дискурсов; воспроизводство институтов, координирующих формирование горизонтальных социально-экономических сетей в местах проживания на микро- и мезоуровне; институционализацию отношений, поддерживающих необходимый уровень доверия между хозяйственными агентами [5].

При этом особое внимание при строительстве различных объектов занимают вопросы экологии и природосбережения (в настоящее время в России формируются стандарты качества «зелёного строительства») [7, с. 298].



Рис. 3 – Концептуальная модель зелёного строительства в России [8, с. 57]

Опираясь на концепцию «зелёного строительства», можно с уверенностью сказать (рис. 3), что не за горами то время, когда мы будем строить дома, распечатывая их детали на 3D принтерах, будут созданы передвижные жилые модули (перемещаемые по воздуху с

помощью дронов или в виде автомобилей-трансформеров). При этом будут применяться замкнутые технологии (полный рециклинг по переработке отслужившего свой срок жилья) по выработке и использованию новой энергии, переработке продуктов жизнедеятельно-

сти человека в городах, что позволит в целом снизить экологическую нагрузку. Концепция агломерирования крупных городов постепенно будет заменяться концепцией равномерного расселения населения и распределения между ним земельного ресурса в зависимости от их нужд и потребностей. Это позволит нам интегрироваться в окружающую среду, не разрушая её и не нанося вред ни ей, не свое-

му здоровью. Такие технологии при их массовом тиражировании и использовании станут дешёвыми и общедоступными для потребителей разного достатка, а множество мелких инновационных компаний, создав рынок высокой конкуренции, позволят всем определиться с тем типом жилья, которое будет максимально удобно для каждого из нас в будущем.

Список источников:

1. **Гладкова В.Е., Канылин В.А.** О формировании внутреннего компонента в экономическом развитии регионов России // Самоуправление. 2014. №11. С. 23-27.
2. **Жариков В.В., Чайников Н.А.** Социально-ориентированная логистика: цели, задачи и экономическая эффективность // Логистика. 2014. №9. С. 54-61.
3. **Гладкова В. Е., Жариков В.В.** О ресурсообеспечении правотворческого процесса органов местного самоуправления // Самоуправление. 2016. №11. С. 5-8.
4. **Гладкова В.Е., Оглоблин А.М.** Повышение эффективности государственного регулирования, контроля и надзора в сфере страховой деятельности // Учёные записки Российской Академии предпринимательства. Сб. науч. трудов. 2015. Вып. 44. С. 197-207.
5. **Фомин П.Б.** Социально-информационный механизм повышения качества жилищного обеспечения населения: Автореф. дисс. ... д-ра эконом. наук. М.: РНТЦИС, 2016. 49 с.
6. **Гладкова В.Е., Репкина О.Б.** Стимулы и ограничения предпринимательской активности в отечественной экономике // Сервис в России и за рубежом. 2016. Т.10. №1(62). С. 11-19.
7. **Гладкова В.Е., Жариков Р.В., Ершова М.В.** Формирование социальных стандартов качества жизни населения // Учёные записки Российской Академии предпринимательства. Сб. науч. трудов. 2015. Вып. 45. С. 295-301.
8. **Белобрагин В.Я., Зворыкина Т.И.** Импортозамещение, конкурентоспособность, качество // Мат. семинара «Непрерывное совершенствование деятельности организации». М.: УНЦ СМиС, МИСиС, 2015. С. 1-3.

Vera E. GLADKOVA^a,
Valery V. ZHARIKOV^b

THE SOCIO-INFORMATION
MECHANISM FOR IMPROVING
THE QUALITY OF HOUSING
PROVISION IN RUSSIA

Keywords:

housing, construction, housing market, population, quality, quality of life, resources, Ishikawa diagram according to the V. Zharikov's method

The article deals with housing for citizens in Russia. At the same time, the authors identify the main problems of modern housing and focus on the latest innovations in this area that will allow the construction of housing with minimum costs and maximum quality. The article also considers all stakeholders and presents the mechanism of their interaction within the legal and information fields. This work will be of interest to analysts and businessmen work-

^a *Russian Academy of Entrepreneurship (Moscow, Russia); PhD (Dr.Sc.) in Economics, Professor; e-mail: gladkovave@mail.ru;*
^b *Moscow State University of Humanities and Economics (Moscow, Russia); PhD in Engineering, PhD (Dr.Sc.) in Economics, Professor; e-mail: valera_zharikov@mail.ru*

ing in the field of housing construction, as the authors present their own forecast for the growth of the quality of housing construction, taking into account external and internal factors (the model representation has been carried out through constructing the Ishikawa diagram according to V. Zharikov's authorial method).

References

1. **Gladkova, V., & Kanilin, V.** (2014). O formirovanii vnutrennego komponenta v ekonomicheskom razvitii regionov Rossii [About the formation of an internal component in the economic development of regions and municipalities of Russia]. *Samoupravlenie [The "Samoupravlenie" journal]*, 11, 23-27. (In Russ.).
2. **Zharikov, V., & Chainikov, N.** (2014). Social'no-orientirovannaja logistika: celi, zadachi i ekonomicheskaja effektivnost' [Socially oriented logistics: goals, objectives and economic efficiency]. *Logistika ["Logistics" Journal]*, 9, 54-61. (In Russ.).
3. **Gladkova, V., & Zharikov, V.** (2016). O resursoobespechenii pravotvorcheskogo processa organov mestnogo samoupravleniya // *Samoupravlenie [The "Samoupravlenie" journal]*, 11, 5-8. (In Russ.).
4. **Gladkova, V. E., & Ogloblin, A. M.** (2015). Povyshenie effektivnosti gosudarstvennogo regulirovaniya, kontrolja i nadzora v sfere strahovoj dejatel'nosti [Improving the efficiency of state regulation, control and supervision in field of insurance activity]. *Uchjonye zapiski Rossijskoj Akademii predprinimatel'stva [Scientific notes of the Russian academy of entrepreneurship Scientific and practical edition]*, 44, 197-207. (In Russ.).
5. **Fomin, P. B.** (2016). *Social'no-informacionnyj mehanizm povyshenija kachestva zhilishhnogo obespechenija naselenija [The socio-information mechanism for improving the quality of housing for the population]: Doctor of Economics dissertation: author's abstract.* Moscow: RNTCIS. (In Russ.).
6. **Gladkova, V. E., & Repkina, O. B.** (2016). Stimuly i ogranichenija predprinimatel'skoj aktivnosti v otechestvennoj ekonomike [The formation of social standards in the quality of life of the population]. *Servis v Rossii i za rubezhom [Services in Russia and Abroad]*, 10(1), 11-19. (In Russ.).
7. **Gladkova, V. E., Zharikov, R. V., & Ershova, M. V.** (2015). Formirovanie social'nyh standartov kachestva zhizni naselenija [The formation of social standards in the quality of life of the population]. *Uchjonye zapiski Rossijskoj Akademii predprinimatel'stva [Scientific notes of the Russian academy of entrepreneurship Scientific and practical edition]*, 45, 295-301. (In Russ.).
8. **Belobragin, V. Ya., & Zvorykina, T. I.** (2015). Importozameshhenie, konkurentosposobnost', kachestvo [Import substitution, competitiveness, quality]. *Mat. seminara "Neprevyaznoe sovershenstvovanie dejatel'nosti organizacii" [Work-shop «Continuous improvement of the organization's activities»]*. Moscow: UC SCI, MISA. (In Russ.).

Гладкова В.Е., Жариков В.В. Социально-информационный механизм повышения качества жилищного обеспечения населения в России // Сервис в России и за рубежом. 2017. Т. 11. Вып. 1. С. 122-130. DOI: 10.22412/1995-042X-11-2-10.

Gladkova, V. E., & Zharikov, V. V. (2017). The socio-information mechanism for improving the quality of housing provision in Russia. *Servis v Rossii i za rubezhom [Services in Russia and Abroad]*, 11(1), 122-130 doi: 10.22412/1995-042X-11-2-10. (In Russ.).