

А. В. Капралова

аспирант кафедры маркетинга Санкт-Петербургского государственного университета экономики и финансов

ФИНАНСОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ В СИСТЕМЕ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ РЫНКА ЖИЛЬЯ

Маркетинг рынка жилья как управленческий процесс включает задачу формирования сбалансированной системы финансирования жилищного строительства и покупки жилья на основе изучения факторов, определяющих использование для этих целей различных финансовых инструментов.

Классическое определение понятия «маркетинговое исследование» отражает основные этапы и общую последовательность его проведения, включая систематическую подготовку и проведение разных обследований, анализ полученных данных и представление полученных результатов и выводов в виде, соответствующем конкретной маркетинговой задаче, стоящей перед компанией (Котлер, 1999, с. 173).

В современных условиях данное определение маркетинговых исследований дополняется необходимостью изучения внешних по отношению к конкретной фирме и виду деятельности факторов, влияющих на спрос и предложение соответствующего продукта. В связи с этим возникла функция маркетинговых исследований, связанная с идентификацией и поиском результатов практики использования новых механизмов организации и управления экономической деятельностью в смежных отраслях (Багиев, Тарасевич, Анн, 2005, с. 86).

Это дополнение особенно актуально для тех объектов маркетинговых исследований, формирование которых вызвано переходом к рыночной экономике, созданием рыночной инфраструктуры, какими являются сегменты рынка жилья.

В отношении финансовых операций основная цель маркетинговых исследований заключается в обосновании необходимости и возможности расширения практики использования финансовых инструментов на рынке жилья в соответствии с требованиями субъектов данного рынка.

Главное назначение (результат) таких исследований — это накопление информации о тенденциях развития и результативности операций с финансовыми инструментами для обеспечения спроса на жилье и формирования структуры его предложения.

Постановка задач и определение содержания маркетингового исследования финансовых операций предполагает использование рекомендуемой международными стандартами классификации экономических операций, финансовой деятельности и финансовых инструментов.

В отечественной практике в соответствии с Общероссийским классификатором видов экономической деятельности (ОКВЭД) группа экономических опе-

раций «Покупка и продажа жилого недвижимого имущества» представлена в Разделе К «Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг»; финансовые операции объединены Классификатором в Разделе J «Финансовая деятельность». ОКВЭД построен на основе гармонизации со Статистической классификацией видов экономической деятельности Европейского союза (КДЕС) (Statistical Classification Economic Activities in European Community — NACE — Rev 1).

Анализ данных Федеральной службы государственной статистики показал, что общая для развития экономики тенденция усиления роли финансовых потоков, взаимодействия финансового и нефинансового секторов и соответствующих видов деятельности на рынке недвижимости, включая рынок жилья, имеет свои особенности (табл. 1).

Таблица 1

**Изменение выпуска товаров и услуг группы видов деятельности по ОКВЭД
«Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг» за 2002, 2004 и 2005 гг.**

Вид деятельности	Темп роста, %	
	2004—2005 гг.	2002—2005 гг.
Всего продукции и услуг, в том числе выпуск по виду деятельности:	1,252698	1,9488
Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг, всего	1,315481	2,101176
Из них Финансовая деятельность	1,302688	1,728361

И с т о ч н и к: (Национальные счета России..., 2007, с. 53—59).

Таким образом, согласно данным табл. 1 при опережающих темпах роста выпуска продукции и услуг по виду деятельности «Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг» темпы роста финансовой деятельности в рамках данной группы операций значительно ниже: за 2002—2005 гг. выпуск продукции и услуг в целом по экономике увеличился на 94,88%; по виду деятельности «Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг» в 2,1 раза; а финансовой деятельности в рамках последней — на 72,84%. Те же соотношения в динамике перечисленных видов деятельности наблюдаются за 2004—2005 гг.

Отмеченные тенденции придают особую актуальность развитию маркетинговых исследований в части финансового сопровождения операций на рынке недвижимости с целью активизации использования финансовых инструментов для сбалансированного развития этого рынка.

Совместимость получаемой в результате проведенных исследований маркетинговой базы данных с данными других источников, прежде всего с информацией государственной статистики, обеспечивается использованием общей терминологии и определений.

Методологические основы такой согласованности информации содержат концепции национального счетоводства. В настоящее время в качестве международного стандарта в этой области исследований выступает также Руководство по денежно-кредитной и финансовой статистике, разработанное Статистическим департаментом Международного валютного фонда (МВФ) с участием экспертов в соответствующей отрасли статистики «Monetary and Financial Statistics Manual».

Согласно принятому в этих документах определению операции с финансовыми инструментами (или финансовые операции), посредством которых осу-

ществляется финансовая деятельность, относятся к чистому приобретению финансовых активов или чистому принятию обязательств по каждому виду финансовых инструментов.

Для того чтобы установить, какие операции относятся к финансовым операциям, рекомендуется провести границу между следующими категориями:

а) финансовыми активами и нефинансовыми активами;

б) операциями и другими изменениями, затрагивающими существование, объем и стоимость финансовых активов;

в) операциями с финансовыми активами и финансовыми операциями с «условными активами» (Система национальных счетов, 1993, 1998, с. 21, 252).

Финансовые и нефинансовые активы представляют собой объекты, удовлетворяющие общим критериям экономических активов, которые отражают права собственности и коммерческие результаты от владения этими активами.

Финансовые активы рассматривают как подмножество экономических активов, т. е. объектов, в отношении которых институциональными единицами устанавливается (индивидуально или коллективно) права собственности и от владения которыми или от использования которых в течение определенного периода времени их владельцы могут получать экономические выгоды (Руководство по денежно-кредитной и финансовой статистике, 2000, с. 26).

Понятие «финансовый инструмент» имеет более широкое содержание, чем понятие «финансовый актив»: финансовый актив рассматривается как финансовый инструмент, но не всякий финансовый инструмент может представлять собой актив.

Из этого следует, что финансовые инструменты делятся на две группы: первая — это финансовые инструменты, которые классифицируются как финансовые активы; вторая — это другие финансовые инструменты. Содержание каждой группы финансовых инструментов раскрывают данные табл. 2.

Таблица 2

Характеристика финансовых инструментов в соответствии с требованиями международных стандартов национального счетоводства и денежно-кредитной и финансовой статистики

Группа финансовых инструментов	Форма активов	Финансовый инструмент
Финансовые инструменты, которые классифицируются как финансовые активы	Финансовые активы, которые являются требованиями к другим институциональным единицам	Наличная валюта, депозиты, ценные бумаги и др.
	Финансовые активы, в отношении которых непогашенных обязательств не существует	Монетарное золото, специальные права заимствования Международного валютного фонда
	Производные финансовые инструменты	Форвардные контракты, опционные контракты
Другие финансовые инструменты	Условные активы	Финансовые гарантии и обязательства, такие как кредитные линии, аккредитивы и др.

В табл. 2 в особую группу выделены инструменты, использование которых продиктовано задачей сокращения уровня риска операций — это производные финансовые инструменты, которые получают все большее развитие. Так, в мировой практике относительно недавно, по сравнению с соответствующими товарными контрактами, получили распространение фьючерсные контракты на валюту (торговля этими контрактами началась в 1972 г.), фьючерсные контрак-

ты на фондовые индексы (торговля этими контрактами началась с 1982 г.) и др. (Буренин, 2008, с. 111)

Производные финансовые инструменты позволяют сторонам продавать конкретные финансовые риски другим сторонам, которые более заинтересованы или более подготовлены к тому, чтобы принимать на себя эти риски и управлять ими (Руководство по денежно-кредитной и финансовой статистике, 2000, с. 51).

В отечественной практике в настоящее время на рынке жилья представлены главным образом финансовые активы, которые представляют собой требования к другим институциональным единицам. Цель применения таких финансовых инструментов состоит в расширении использования средств населения и иных внебюджетных источников финансирования в жилищной сфере и защита их от инфляции. Особенности нормативного регулирования финансовых операций на рынке жилья иллюстрирует табл. 3.

Таблица 3

**Характеристика содержания финансовых операций на рынке жилья
в основных нормативных документах РФ**

Нормативный документ	Финансовый инструмент	Содержание инструмента
Указ Президента РФ «О выпуске и обращении жилищных сертификатов (в ред. Указов Президента РФ от 2 апреля 1997 г. № 277, от 24 августа 2004 г. № 1103)	Жилищные сертификаты	Жилищные сертификаты — особый вид облигаций с индексируемой номинальной стоимостью, удостоверяющих право их собственника на: <ul style="list-style-type: none"> • приобретение собственником квартиры (квартир) при условии приобретения пакета жилищных сертификатов в порядке и на условиях, установленных настоящим Положением и условиями эмиссии; • получение от эмитента по первому требованию индексируемой номинальной стоимости жилищного сертификата
Федеральный закон об ипотечных ценных бумагах (в ред. Федеральных законов от 29 декабря 2004 г. № 193-ФЗ, от 27 июля 2006 г. № 141-ФЗ)	Облигации с ипотечным покрытием	Облигации с ипотечным покрытием могут быть выпущены в одной из форм, предусмотренных Федеральным законом от 22 апреля 1996 г. № 39-ФЗ «О рынке ценных бумаг» (далее — Федеральный закон «О рынке ценных бумаг»)
	Ипотечные сертификаты участия	<ol style="list-style-type: none"> 1. Каждый ипотечный сертификат участия удостоверяет одинаковый объем прав, в том числе одинаковую долю в праве общей собственности на ипотечное покрытие. 2. Количество ипотечных сертификатов участия, удостоверяющих долю в праве общей собственности на ипотечное покрытие, указывается в правилах доверительного управления этим ипотечным покрытием. 3. Ипотечный сертификат участия не имеет номинальной стоимости. 4. Выпуск производных от ипотечных сертификатов участия ценных бумаг не допускается. 5. Ипотечные сертификаты участия свободно обращаются, в том числе через организаторов торговли на рынке ценных бумаг

Нормативный документ	Финансовый инструмент	Содержание инструмента
Федеральный закон об ипотеке (залоге недвижимости). Принят Государственной Думой 24 июня 1997 г. Одобрен Советом Федерации 9 июля 1998 г. (в ред. Федеральных законов от 9 ноября 2001 г. № 143-ФЗ, от 11 февраля 2002 г. № 18-ФЗ, от 24 декабря 2002 г. № 179-ФЗ, от 5 февраля 2004 г. № 1-ФЗ, от 29 июня 2004 г. № 58-ФЗ, от 2 ноября 2004 г. № 127-ФЗ, от 30 декабря 2004 г. № 214-ФЗ, от 30 декабря 2004 г. № 216-ФЗ, от 4 декабря 2006 г. № 201-ФЗ, от 18 декабря 2006 г. № 232-ФЗ, от 26 июня 2007 г. № 118-ФЗ, от 4 декабря 2007 г. № 324-ФЗ)	Ипотечные кредиты, гарантией возврата которых является залог недвижимого имущества	Ипотека обеспечивает уплату залогодержателю основной суммы долга по кредитному договору или иному обеспечиваемому ипотекой обязательству полностью либо в части, предусмотренной договором об ипотеке. Ипотека, установленная в обеспечение исполнения кредитного договора или договора займа с условием выплаты процентов, обеспечивает также уплату кредитору (заимодавцу) причитающихся ему процентов за пользование кредитом (заемными средствами)

Настоятельная потребность в увеличении вариантов финансирования операций на рынке жилья подтверждается результатами специально организованных обследований населения, которые свидетельствуют об отсутствии платежеспособного спроса на жилье. Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ) обнародовал данные исследования за 2007—2008 гг., целью которого является оценка факторов, влияющих на приобретение жилья россиянами и на перспективы миграции для улучшения жилищных условий. Среди основных причин, по которым респонденты не собираются приобретать жилую недвижимость, названы следующие: первая группа — отсутствие необходимости в покупке жилья в 2007 г. — 47% и в 2008 г. — 59% участников опроса; вторая группа причин — отсутствие денежных средств на покупку указали в 2007 г. — 42% и в 2008 г. — 41% участников опроса¹.

Аналогичные тенденции и соотношения отражают результаты проведенного нами в 2006 г. и в начале 2008 г. анкетного опроса работников организаций и предприятий разных видов деятельности Санкт-Петербурга (операции с недвижимым имуществом, финансовая деятельность, обязательное социальное обеспечение, государственное правление, образование, строительство, торговля и др.). Респонденты, которые в ближайшие три года не планируют покупку жилья, указали следующие причины такого решения:

- удовлетворены жилищными условиями: по данным 2006 г. — 28% от общего числа респондентов, по предварительным данным 2008 г. — 37% от общего числа респондентов;
- не имеют необходимых для приобретения жилья средств: по данным 2006 г. — 60% от общего числа респондентов, по предварительным данным 2008 г. — 57% от общего числа респондентов.

Результаты анкетных обследований позволили установить, что одним из факторов, сдерживающих использование различных вариантов финансирования строительства и приобретения жилья, является недостаточная осведомленность субъектов рынка жилья о содержании и об условиях применения предлагаемых финансовых инструментов. По нашим расчетам, на начало 2008 г.

¹ <http://wciom.ru/arkhiv/tematicheskii-arkhiv/item/single/9909.html>.

средние показатели, характеризующие уровень осведомленности респондентов о рынке жилья, следующие: о различиях в стоимости и условиях приобретения жилья — 41% от требуемого объема информации; о возможных вариантах оплаты жилья — 42% от требуемого объема информации. Большинство респондентов (66% от общего числа опрошенных в начале 2008 г.) намерены использовать для изменения своих жилищных условий ипотечные жилищные кредиты.

Результаты всероссийских опросов ВЦИОМ также не показали существенных изменений в отношении россиян к ипотечному кредитованию. Доля респондентов, не доверяющих государственным системам ипотечного кредитования, составляла 4% в 2007 г. и 3% в 2008 г.¹

По данным Банка России, объем задолженности по кредитам, предоставленным кредитными организациями физическим лицам на покупку жилья, по состоянию на 1 января 2008 г. увеличился по сравнению с тем же периодом 2007 г. в 2,4 раза, из них ипотечные жилищные кредиты — в 3,8 раза².

Динамичное развитие рынка жилья и нарастающий поток информации подталкивают к формированию специализированной системы маркетинговых исследований, которая должна обладать свойствами раннего распознавания изменений в предложении и использовании финансовых инструментов для реализации операций с жилой недвижимостью.

Маркетинговые исследования операций с финансовыми инструментами как средствами решения жилищной проблемы одновременно дают возможность получить конкурентные преимущества фирмам, определяющим предложение на рынке жилья. Перспективным направлением маркетинговых исследований на рынке жилья является не только выявление возможностей операций с финансовыми инструментами, но и обеспечение доступности соответствующей информации для потребителя.

Источники

Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. СПб., 1999.

Багиев Г. Л., Тарасевич В. М., Анн Х. Маркетинг. СПб., 2005.

Система национальных счетов 1993. Брюссель; Люксембург; Вашингтон; О. К.; Нью-Йорк; Париж, 1998.

Руководство по денежно-кредитной и финансовой статистике / Международный валютный фонд. Вашингтон, 2000.

Буренин А. Н. Форварды, фьючерсы, опционы, экзотические и погодные производные. М., 2008.

Национальные счета России в 1999—2006 гг.: Стат. сб. / Росстат. М., 2007.

¹ <http://wciom.ru/arkhiv/tematicheskii-arkhiv/item/single/9909.html>.

² <http://www.cbr.ru>.