

ВОДОСНАБЖЕНИЕ НАСЕЛЕНИЯ КАК СОЦИАЛЬНО ЗНАЧИМОЕ БЛАГО

В.Н. Сученко, Д.К. Гришин, Тами Аль-Харам

Российский университет дружбы народов
ул. Миклухо-Маклая, 6, Москва, Россия, 117198

Снабжение жилищного фонда водопроводной водой питьевого качества является стратегической задачей государства по обеспечению жизненной и санитарно-гигиенической безопасности населения. При реализации водопроводно-канализационной продукции населению важно не только решать задачи рентабельности предприятий водоснабжения и водоотведения, но и удовлетворять потребности социального характера.

Ключевые слова: водоснабжение, водоотведение.

Водопроводно-канализационная продукция представляет собой жизненно важное и социально значимое благо первой необходимости. Для удовлетворения биологических потребностей человеку необходимо потреблять в качестве пищевого продукта не менее 2—3 л воды в сутки [1]. Вода позволяет человеку удовлетворять санитарно-гигиенические потребности. Социальная значимость водопроводно-канализационной продукции обусловлена тем, что общество удовлетворяет свои жизненные потребности в воде и средствах водоотведения. Общество в лице государства формирует систему социальной и санитарно-гигиенической безопасности посредством обеспечения каждого отдельного индивида водопроводной водой питьевого качества. Санитарно-гигиеническая безопасность в части обеспечения водопроводной водой и средствами водоотведения как составная часть социальной безопасности формируется, с одной стороны, государством как ее гарантом, а с другой — индивидом в процессе водопотребления. «Чем выше доход индивида, тем выше система социальной самобезопасности, чем он ниже — тем выше потребность индивида в системе социальной поддержке, предлагаемой государством» [2].

Несмотря на социальную значимость предприятий водопроводно-канализационного хозяйства, их функционирование на рынке должно базироваться на принципах рентабельности и самофинансирования. В настоящее время системы водоснабжения и водоотведения во многих городах России как часть жилищно-коммунального комплекса являются убыточными и действуют только благодаря дотационной поддержке из бюджета. Экономический механизм водопользования сегодня действует в промышленности, торговле, коммерческих и частных предприятиях, там, где оплата водопроводно-канализационной продукции производится из средств потребителей. В жилом секторе экономические инструменты будут действовать только при создании условий для экономного и рационального использования водопроводной воды. Во многих городах России сложившаяся

система управления водопроводно-канализационным хозяйством базируется на административном методе, при котором потребители оплачивают через компании, эксплуатирующие жилищный фонд (дирекцию единого заказчика, ремонтно-эксплуатационные предприятия, жилищно-строительные кооперативы, товарищества собственников жилья и др.), только часть стоимости водопроводно-канализационной продукции (по специальной норме или регулируемой цене). Эти компании оставляют в своем распоряжении часть от собранных с потребителей денежных средств, а остальную сумму перечисляют предприятию водопроводно-канализационного хозяйства. Оставшаяся часть оплачивается потребителями косвенно через налоги и завышенную стоимость товаров, в которую включена стоимость воды и канализации, оплаченная промышленными предприятиями по повышенной цене (перекрестное субсидирование). Администрация города в виде бюджетных дотаций компенсирует компаниям, эксплуатирующим жилищный фонд, разность между оплатой населением социальной нормы водопотребления и стоимостью фактически израсходованной водопроводно-канализационной продукции. Кроме того, администрацией города оказывается дотационная поддержка предприятию водопроводно-канализационного хозяйства для покрытия убыточности продукции, предназначенной для населения в жилищном фонде.

Такая схема функционирования предприятий водопроводно-канализационного хозяйства ориентирована на экстенсивный путь развития, так как в ней не предусмотрена активизация заинтересованности потребителей в жилищном фонде. Заинтересованность потребителей существует и вступает в противоречие с целевой функцией предприятия водоснабжения и водоотведения. Указанное противоречие базируется на том, что при наличии квартирных счетчиков воды потребители оплачивают не предоставленное количество воды (по норме удельного водопотребления и единому тарифу), а только количество использованной воды в соответствии с показаниями приборов учета в домохозяйствах. Это с неизбежностью приводит к снижению доходов поставщиков продукции предприятия водопроводно-канализационного хозяйства. Опыт зарубежных стран показывает, что при организации оплаты воды в соответствии с показаниями приборов автоматически включается психологический механизм водосбережения и объем денежных поступлений в адрес предприятия снижается. Экспериментально установлено, что в жилищном фонде городов России при организации приборного учета величина водопотребления снижается приблизительно вдвое. Это служит одной из важнейших причин того, что поставщики продукции водопроводно-канализационного хозяйства не заинтересованы в налаживании оплаты использованного количества в соответствии с показаниями приборов учета квартирного типа.

При формировании ценовой политики очень важно иметь в виду, что цена на водопроводно-канализационную продукцию должна стимулировать рациональное использование воды потребителями. Функционирование предприятий водопроводно-канализационного хозяйства в значительной степени определяется расширением социальной базы на основе выгоды хозяйствующих субъектов и личного интереса потребителей. Успешное развитие отношений поставщика и по-

ребителей водопроводно-канализационной продукции не может базироваться только на затратном принципе ценообразования, принимающего в качестве опорной точки фактические затраты на производство и реализацию. Важным фактором формирования современных рыночных отношений между водопроводно-канализационным предприятием и потребителями является возможность применения не только затратного, но и ценностного метода ценообразования, при котором установление цен осуществляется таким образом, чтобы обеспечить поставщику получение максимальной прибыли за счет достижения выгодного соотношения «водный комфорт — оплата», а потребителю — максимальное удовлетворение потребностей.

В отсутствие налаженного приборного учета квартирного типа дом в целом оплачивает фактическое потребление водопроводной воды и работу системы водоотведения, а сумма оплаты распределяется между потребителями внутри дома. При этом поставщику совершенно безразличны принципы распределения оплаты между домохозяйствами. Для него есть укрупненный потребитель — отдельный дом, не более того. Коллективная заинтересованность жителей дома, получающих воду из одного водопроводного ввода, еще не предполагает заинтересованность индивидуальную. Вместо нормы водопотребления, установленной в среднем в масштабе города, потребителям необходимо оплачивать величину водопотребления, изменяющуюся ежемесячно, определяемую в масштабе микрорайона или отдельного жилого дома. Однако известно, что в домах бывают квартиры, в которых зарегистрирован один человек, а проживают несколько (на условиях найма). Следовательно, соседи по дому будут вынуждены оплачивать водопроводно-канализационную продукцию не только собственного потребления. Кроме того, несмотря на общую заинтересованность жителей одного дома в экономном и рациональном использовании водопроводной воды, «отдельный потребитель, принимая решение о предъявлении спроса, ориентируется только на те выгоды, которые получит он сам, не принимая во внимание благотворное влияние на общество» [3].

Оплата продукции предприятий водопроводно-канализационного хозяйства в соответствии с показаниями приборов учета непосредственно у потребителей сопряжена со значительным снижением объема денежных поступлений в адрес поставщика. Это связано с тем, что потребители будут использовать воду более рационально (экономно) в соответствии со своими потребностями и экономическими возможностями. Водопроводно-канализационному предприятию экономически не выгодно продавать свою продукцию в соответствии с показаниями приборов учета, установленных в квартирах потребителей, так как в этом случае доход от реализации будет ниже в среднем на 36% по сравнению с оплатой без приборного учета по норме с человека в месяц.

В условиях современной России для ее населения характерно значительное расслоение по уровню денежных доходов. В практике статистического анализа показателей социально-экономического состояния населения используется его распределение по уровню среднедушевых денежных доходов, представляющее

собой показатели численности населения, сгруппированного в заданных интервалах. Распределение выражается через проценты из 20-процентных групп населения, распределенных по мере возрастания среднедушевых денежных доходов. Несмотря на увеличение доходов населения, еще значительная его часть требует государственной поддержки. В этих условиях простое повышение цен на водопроводно-канализационную продукцию приводит к тому, что наименее экономически обеспеченная часть населения все интенсивнее дотирует в неявной форме наиболее обеспеченную, доходы которой более чем в 8 раз выше [4]. Этот парадокс объясняется тем, что население с доходами ниже прожиточного минимума не в состоянии позволить себе установку дорогого оборудования, использующего воду в домашнем хозяйстве. У этой категории потребителей при рациональном (не расточительном) использовании воды на хозяйственно-бытовые нужды и стандартном наборе оборудования ее количество расходуется существенно меньше, а оплата по единому тарифу уравнивает размеры денежных затрат, приходящихся на одного человека. Следовательно, потребители, имеющие возможность использовать для обеспечения своих бытовых условий более «водоемкое» инженерное оборудование, бассейн и пр., перекладывают (мы полагаем, непреднамеренно) долю оплаты водопроводно-канализационной продукции на потребителей с меньшими доходами. В этих условиях население разных социальных слоев не заинтересовано в экономном использовании воды, так как для этого нет соответствующей мотивации.

Все люди потребляют в качестве пищевого продукта приблизительно одинаковое количество воды. Остальное количество используемой воды просто загрязняется. Следовательно, чем большее количество водопроводной воды используется в домохозяйстве, тем большее ее количество загрязняется, что приводит к увеличению нагрузки на очистные сооружения канализации, увеличению издержек на очистку стоков, а также к повышению антропогенной нагрузки на водные объекты. В этой связи представляет интерес возможность реализации водопроводно-канализационной продукции на сегментированном рынке для жилищного фонда, что требует нового построения логики отношений между поставщиком и потребителями. Сегментация рынка водопроводно-канализационной продукции состоит в разбиении совокупности потребителей в жилищном фонде на узкие специальные группы по величине водопотребления, для каждой из которых устанавливается соответствующая цена. Рынок водопроводно-канализационной продукции предлагается разделить на пять сегментов. В каждом сегменте величина удельного водопотребления характеризуется диапазоном значений с верхней и нижней границами. Например, для первого сегмента принимается социальная норма удельного водопотребления и социальная цена водопроводно-канализационной продукции. Границы диапазона изменения удельного водопотребления определяются с учетом распределения общих доходов населения, исходя из того, что потребители с большими доходами имеют больше возможностей использования более «водоемкого» инженерного оборудования в своем домохозяйстве. Определение границ рынка зависит от диапазона варьирования значений водопотребления.

Расслоение населения по уровню доходов предопределяет и распределение основных индикаторов уровня жизни населения. Это позволяет, с одной стороны, сегментировать рынок по единому и объективному критерию, а с другой — определять диапазон изменения цены на водопроводно-канализационную продукцию, используемую потребителями в каждом сегменте. Указанные приоритеты будут работать автоматически на основе данных ежегодной государственной статистической отчетности. При этом коэффициент изменения цены следует устанавливать на основе соотношения доходов в каждой группе и доходов населения группы с наименьшими доходами. Это позволит обеспечить реализацию водопроводно-канализационной продукции в жилищном фонде с учетом принципа социальной справедливости и равенства условий для всех потребителей.

Базовая (социальная) цена устанавливается на основе цены производства и регулируется государством. Эта цена имеет прямое применение в первом сегменте рынка, для которого водопотребление определяется социальной нормой. Для других сегментов цену использованной продукции определяют с учетом коэффициента изменения цены. При этом государство регулирует только базовую (социальную) цену, что позволяет решать социально-экономическую задачу — обеспечение всех потребителей водопроводно-канализационной продукцией, а также определение размеров субсидиарной поддержки малоимущих слоев населения при планировании расходной части местного бюджета. Это позволяет обеспечить равные условия для всех потребителей, всеобщую доступность жизненно важного продукта питания и средства удовлетворения хозяйственно-бытовых потребностей населения. Анализ данных приборных измерений водопотребления непосредственно в домохозяйствах и результатов расчета величины оплаты водопроводно-канализационной продукции показывает, что реализация на сегментированном рынке в 2,8 раза экономически эффективнее, чем при оплате по единой цене при прочих равных условиях. Распределение платежей за использованное количество водопроводно-канализационной продукции в одном из жилых домов г. Москвы представлено на рисунке.

Плата за продукцию,
руб. в месяц

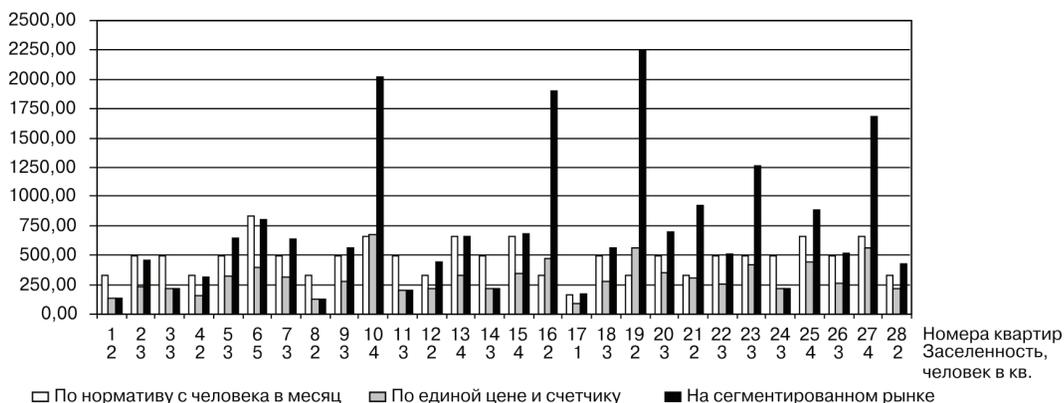


Рис. Распределение платежей за продукцию предприятия водопроводно-канализационного хозяйства

Анализ диаграммы показывает, что размер платежей на сегментированном рынке имеет значительные колебания в зависимости от величины водопотребления даже в домохозяйствах с одинаковой заселенностью квартир. Реализация продукции на сегментированном рынке для населения позволит предприятиям водопроводно-канализационного хозяйства ориентировать свою работу на практическое решение задачи повышения экономической эффективности своей работы, водосбережения в жилищном фонде и обеспечивать удовлетворение потребностей населения в водопроводной воде в зависимости от потребительского поведения.

Таким образом, реализация водопроводно-канализационной продукции на сегментированном рынке для жилищного фонда позволит максимизировать прибыль водопроводно-канализационных предприятий. При этом обеспечивается всеобщая доступность питьевой воды по социальной норме, соответствующей рациональному водопотреблению и принципу бережного использования природных ресурсов.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] *Свинцов А.П., Малов А.Н., Масри Г.Х.* Реализация водопроводно-канализационной продукции на сегментированном рынке для жилищного фонда // *Водоснабжение и санитарная техника*. — 2009. — № 2. — С. 23—27.
- [2] *Газимагомедов С.В., Рац.* Рынок, государство и социальная безопасность. — СПб.: Изд-во С.-Петербур. ун-та, 2005.
- [3] *Полякова Т.Н., Вертакова Ю.В.* Региональный рынок социально значимых услуг: формирование и регулирование. — Курск: Курский гос. техн. ун-т, 2005.
- [4] *Россия в цифрах. 2008: Крат. стат. сб.* — М.: Росстат, 2009.

WATER SUPPLY OF THE POPULATION AS SOCIALLY SIGNIFICANT BLESSING

V. Soutchenko, D. Grishin, Tami Al-Harami

Peoples' Friendship University of Russia
Mikluho-Maklaja str., 6, Moscow, Russia, 117198

Supply of an available housing by water of drinking quality is a strategic problem of the state in maintenance of vital, sanitary and hygienic safety of the population. At supply of the population by water important not only to solve problems of profitability of the enterprises of water supply and water removal but also to satisfy needs of social character.

Key words: water of drinking quality, maintenance of vital.