



ВВЕДЕНИЕ

Рыночная экономика — это бесконечное взаимодействие спроса и предложения. Разработка простой модели такого взаимодействия составила эпоху в истории экономической науки. И хотя с той поры минуло более двух столетий, именно с нее начинается теоретическое знакомство с современной рыночной экономикой: дело в том, что через эту модель могут быть описаны все экономические процессы.

Действительно, любому акту купли-продажи предшествуют два феномена — «спрос» и «предложение», величины которых определяют объем сделок и уровень цен на рынке. А поскольку рыночная экономика есть динамика цен и объема сделок, то добиваться их желаемого изменения можно, регулируя величину спроса (влияя на доходы потребителей) и величину предложения (влияя на прибыль производителей). Это справедливо и для макро-, и для микроэкономики.

Сказанным объясняется то внимание, которое теория рынка уделяет анализу спроса и предложения. Такой анализ важен и тем, что выступает связующим звеном между макро- и микроэкономическими теориями.

В экономической науке нет, пожалуй, более детально разработанного вопроса, чем взаимодействие спроса и предложения.

1. СПРОС И ПРЕДЛОЖЕНИЕ

Спрос и предложение — основополагающие категории рыночного хозяйства. Они объясняют, каким образом, взаимодействуя, они устанавливают рыночные цены и объемы торговых сделок. Являясь самыми значимыми инструментами анализа рыночной деятельности, спрос и предложение лежат в основе принятия многих экономических решений.¹

Спрос и предложение находятся в сложной диалектической взаимосвязи, опосредствующей отношения между производством и потреблением и выступающей на рынке как внешнее проявление экономических отношений. В то же время они обладают относительной самостоятельностью, выступают как противоположные и взаимодействующие элементы рынка и реализуются в актах купли-продажи товаров.

Процессу обмена товаров на конкурентном рынке присущи свои законы. Они обнаруживаются в особенностях экономического реагирования участников рынка на соотношения количества обмениваемых товаров и их цен.

Пересечение кривых спроса и предложения определяет цену равновесия (или рыночную цену) и равновесное количество продукции. Любую другую цену конкуренция делает неустойчивой.

Избыточный спрос или дефицит, сопутствующий ценам ниже цены равновесия свидетельствует, что покупателям необходимо платить более высокую цену, чтобы не остаться без продукта. Растущая цена будет побуждать фирмы к перераспределению ресурсов в пользу производства данного товара и вытеснять некоторых потребителей с рынка.

Избыточное предложение, или излишки продукции, возникающие при ценах выше цены равновесия, будут побуждать конкурирующих друг с другом продавцов снижать цены, чтобы избавиться от лишних запасов. Падающие цены будут подсказывать фирмам, что необходимо сократить ресурсы, затрачиваемые на производство данной продукции и привлекут на рынок дополнительных покупателей.

2. СПРОС

2.1. Понятие спроса. Закон спроса

Спрос выражает желание и способность покупателя приобрести тот или иной товар. Поэтому под спросом всегда понимается *платежеспособная потребность*.

Изменение спроса отражается в законе, в соответствии с которым при увеличении цены на товар спрос на этот товар снижается при прочих неизменных факторах.

Закон спроса может иметь отдельные исключения. Например, для некоторых престижных товаров небольшое увеличение цены иногда может приводить к повышению спроса, так как более высокая, по сравнению с аналогами, цена, создает у покупателя иллюзию того, что этот товар более качественный или модный.

2.3. Факторы изменения спроса

Фраза «при прочих равных условиях» является вводной частью закона спроса. Цена на данный вид продукции не представляется как единственный фактор, который

определяет, как много этого товара желает приобрести покупатель. Имеются и другие факторы, влияющие на количество приобретаемого товара, которые принято называть *неценовыми факторами*, такие как:

- доход потребителей. При росте доходов потребителей происходит увеличение спроса на нормальный товар по каждой из цен, т.е. сдвиг кривой спроса вправо, и снижение спроса на низший товар т.е. сдвиг кривой влево. Товары и услуги делятся на нормальные и низшие по предпочтениям потребителей.
- цена субститутов. При росте цен на товар субститут-заменитель, спрос на данный товар увеличивается т.е. сдвиг кривой спроса вправо.
- цена дополняющих товаров. При росте цен на один товар, спрос на другой товар снижается, т.е. сдвиг кривой влево.
- вкусы потребителей. Усиление вкусов покупателей приводит к сдвигу кривой вправо, а утрата или ослабление вкуса — к сдвигу влево.
- и другие прочие факторы.

3. ПРЕДЛОЖЕНИЕ И КРИВАЯ ПРЕДЛОЖЕНИЯ

3.1. Понятие предложения и закон предложения

Предложение проявляется в способности и желании продавать (производить) определенное количество товаров по альтернативным ценам в рамках известного периода времени, при прочих неизменных факторах.²

Изменение предложения отражается в законе, в соответствии с которым при увеличении цены на товар предложение этого товара повышается при прочих неизменных факторах.

Закон предложения может иметь исключения. Так, для целого ряда товаров сдерживающим фактором роста производства является ограниченность ресурсов. При достижении границы максимального использования ресурсов никакой рост цен не сможет увеличить производство, а с ним и предложение товаров.

3.3. Факторы изменения предложения

Факторы предложения — факторы, влияющие на величину предложения. Помимо цены товара, основного фактора изменения предложения, существует также ряд других факторов, вызывающие сдвиг кривой предложения:

- число производителей и продавцов. Увеличение приводит к сдвигу кривой вправо, а уменьшение — влево.

- технологии. При прогрессе технологии происходит рост предложения, т.е. сдвиг кривой вправо, но при ухудшении — влево.
- затраты на ресурсы. Рост затрат ведет к уменьшению предложения и, следовательно, к сдвигу кривой предложения влево, снижение затрат на ресурсы — вправо.
- налогов и субсидии. Увеличение налогов и уменьшение субсидий приводит к сдвигу кривой влево, а сокращение налогов и увеличение субсидий, наоборот, — вправо;
- также издержки производства товара; организационная эффективность; доход от предложения товаров-субститутов; доход от предложения дополняющих товаров; внешние шоки; погодные условия; военные действия; промышленные конфликты и другие.

4. ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

4.1. Рыночное равновесие

Предложение и спрос взаимосвязаны, они «работают» вместе и одновременно подобно двум лезвиям ножниц (знаменитые «ножницы» А. Маршалла). Их взаимодействие (пересечение) устанавливает равновесную цену товара и объем его реализации. В результате достигается рыночное равновесие.

Покупатели и продавцы используют цены как сигналы, которые увязывают их желания, а после происходит обмен материальными благами или факторами производства. Потребители определяют цены спроса, а цены предложения устанавливают продавцы. При этом объем продаж будет равен объему спроса.³

Если сложившаяся на рынке цена будет отличаться от равновесной, то под действием рыночных механизмов она будет изменяться до тех пор, пока не установится на равновесном уровне и объем спроса не станет равен объему предложения.

4.2. Эластичность спроса и предложения

Зачастую в экономических исследованиях не только устанавливают факт взаимосвязи между величинами, но и определяют степень, или эластичность, этой взаимосвязи. Эластичность измеряет пропорциональное соответствие влияния изменения одной переменной на изменение другой. Так, если X воздействует на Y , то эластичность Y относительно X измеряется как:

$\Delta Y/Y : \Delta X/X$

Виды эластичности:

- эластичность спроса по цене;
- эластичность спроса по доходу;
- эластичность предложения по цене;
- перекрестная эластичность спроса по цене;
- точечная эластичность спроса;
- дуговая эластичность спроса;
- эластичность соотношения цен и заработной платы;
- эластичность технического замещения;
- эластичность прямой линии.

Эластичность спроса по цене — показатель процента изменения объема спроса при изменении на 1% цены на товар вдоль данной кривой спроса на него. Эта величина измеряет чувствительность объема спроса к изменению цены товара при условии, что остальные факторы, влияющие на спрос, неизменны.

Эластичность спроса по цене зависит от ряда факторов, среди которых наиболее важными являются следующие:

1. Наличие достаточного количества и качества товаров-субститутов (заменителей), удовлетворяющих сходную потребность человека. В общем, чем больше по количеству и требуемому качеству субститутов, тем выше эластичность спроса на них. В то же время спрос на товары и услуги, имеющие мало заменителей, являются неэластичными (например, электроосвещение).
2. Продолжительность временного периода, позволяющего потребителям адаптироваться к изменению цен. Как правило, эластичность увеличивается в течение более длительных временных интервалов, поскольку они повышают возможность для покупателей находить больше товаров-заменителей. Так, факты подтверждают, что, например, спрос на зимние сапоги является неэластичным в короткий период времени, но более эластичным в длительные периоды.
3. Доля потребительского бюджета, отведенного на покупку того или иного товара. Например, потребитель тратит значительную долю своего дохода на покупку дома или автомобиля. Спрос на товары, на которые затрачивается большая часть доходов, ощутимо влияет на эластичность спроса, а повышение цены на 10% на зубную пасту или карандаши мало скажется на бюджете потребителя и,

следовательно, на эластичность спроса на подобные товары.⁴

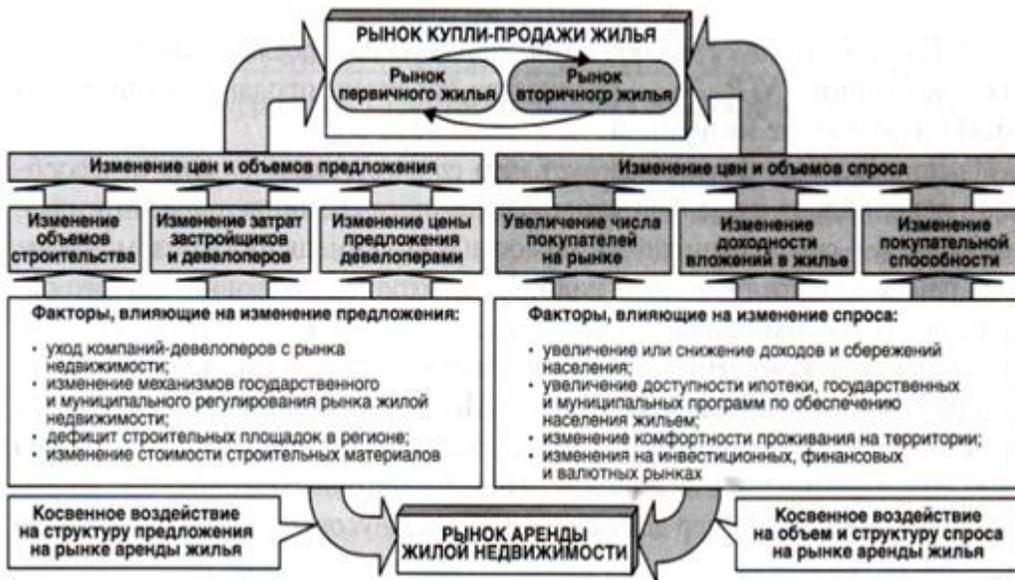
Эластичность предложения зависит от ряда фактора, среди которых наиболее важными являются товары-заменители и фактор времени. В предложении товарами-субститутами являются те, на изготовление которых можно сравнительно легко перевести имеющиеся производственные ресурсы (например, перейти от производства тетрадей к изготовлению бумажных салфеток). Чем легче производственный ресурс переводится от изготовления одного товара к другому, тем выше будет эластичность предложения.

Эластичность в макроэкономическом анализе затрагивает многие аспекты, среди которых наиболее важными являются такие, как анализ поведения потребителей и производителей, прогнозирование изменений в расходах и доходах населения из-за изменений цены на товаров и услуг и т.д.

Анализ спроса и предложения на рынке коммерческой недвижимости. Основные характеристики спроса и предложения на рынке недвижимости -- это площади предлагаемых помещений, в том числе вновь построенных и реконструируемых объектов, а также объемы, востребованные клиентами.

Детальное изучение динамики площадей и цен на рынке жилья предлагается производить на основе структурного анализа фактором спроса и предложения, их причинно-следственной связи с равновесной ценой (рис. 2). Как видно из схемы, особое внимание при этом должно быть уделено изменению платежеспособности населения, а также доступности для целевых клиентов предлагаемого продавцом жилья, в том числе в результате целевых государственных и региональных программ, снижения ставок по ипотечным кредитам и т.д.

Объемы построенных и введенных в оборот площадей в первую очередь определяют уровень цен предложения на рынке купли-продажи жилья. Так, уменьшение площадок для строительства, в том числе из-за ограничений регулируемыми органами власти градостроительной деятельности, влияет на объем возведенных и предлагаемых на рынке площадей. Повышение стоимости строительных материалов обуславливает рост себестоимости строительства и соответственно цен предложения. При стабильном или развивающемся спросе перечисленные факторы предложения в перспективе приведут к увеличению уровня цен на рынке жилой недвижимости.



Расчет текущей величины предложения на рынке жилой недвижимости целесообразно производить на основе данных оперативного мониторинга и исследований о конкурентах и их функционирующих объектах. Определение ожидаемых объемов предложения предусматривает использование дополнительных маркетинговых инструментов и технологий прогнозирования, учитывающих как макроэкономические, так и микроэкономические параметры.

При отборе инструментов прогнозирования на рынке жилой недвижимости предлагается применять следующий подход:

- мониторинг конкурентов и пообъектный в разрезе зданий расчет ввода площадей престижных и крупных объектов с высокой относительной долей на рынке;
- статистический анализ динамики прошлых изменений и экстраполяция полученных результатов для секторов с низким уровнем консолидации, например жилья эконом-класса.

Исследование конкурентной среды на рынке жилья предлагается производить на основе сведений о девелоперах -- участниках рынка недвижимости, характеризующих оборот строительства, цены реализации жилья, объемы продаж, количество покупателей и долю рынка.

Для маркетингового исследования рынка аренды жилой недвижимости ключевой характеристикой-индикатором является соотношение величины ставки и стоимости приобретения жилья ($\frac{R}{P}$), рассчитываемой по формуле

$$IRC_i = \frac{AR_i}{P_i},$$

где -- арендная ставка в рассматриваемом -м сегменте (типе жилья, категории арендаторов и т.д.): -- стоимость покупки жилья.

Для текущих и потенциальных арендаторов жилья этот показатель позволяет оценить, насколько предпочтительнее аренда жилья или его приобретение. Чем больше его значение для рассматриваемого типа, класса жилья, сегмента, тем при прочих равных условиях менее целесообразна его аренда, и наоборот.

Отличительными особенностями рынка недвижимости являются [5]:

- индивидуальность ценообразования;
- высокий уровень издержек;
- важная роль взаимодействия первичного и вторичного рынков;
- высокая зависимость цен, доходности и рисков от состояния региональной экономики;
- многообразие рисков;
- низкая ликвидность товара на рынке;
- слабость ценовых механизмов саморегулирования рынка.

С другой стороны, рынок недвижимости отличается рядом факторов, которые затрудняют его анализ.

К ним можно отнести:

- труднодоступность достоверной информации;
- ограниченное число аналогичных сделок;
- многообразие факторов, определяющих тенденции развития рынка.

С учетом указанных обстоятельств анализ рынка недвижимости представляет собой настолько же важную, насколько и трудную задачу.

Цели анализа рынка недвижимости, факторы спроса и предложения

Анализ любого сегмента рынка недвижимости требует изучения факторов спроса, предложения и сочетания этих факторов.

Основными факторами, регулирующими рынок любых товаров и услуг, являются спрос и предложение, в результате взаимодействия которых создается рынок

продавцов или рынок покупателей.

Основная движущая сила развития рынка - конкуренция среди продавцов - действует и на рынке недвижимости, что ведет к регулированию спроса и предложения.

Факторы, определяющие величину спроса:

- платежеспособность населения;
- изменения общей численности населения (прошлые, текущие и прогнозируемые тенденции);
- изменения в соотношениях между различными слоями населения, т.е. процентное соотношение между группами населения с различным уровнем образования, уровень миграции, количество браков и разводов;
- изменения во вкусах и предпочтениях населения - это важный фактор спроса. Однако в рамках любого рынка недвижимости изменения в предпочтениях и вкусах потребителей довольно трудно уловить. Многие профессионалы в сфере недвижимости полагаются на собственный опыт и наблюдения и распознают их почти интуитивно, что позволяет им следовать за данными изменениями. Предпочтения и вкусы в высшей степени субъективны, поэтому их очень сложно количественно определить и спрогнозировать);
- условия и доступность финансирования.

Рост спроса вызывает усиление активности на рынке недвижимости. Обязательным условием роста спроса является расширение экономических возможностей потенциальных потребителей, рост их доходов, который приводит к усилению активности на рынке недвижимости. Аналогично снижение платежеспособного спроса ведет к депрессии на рынке. Общеизвестно, что важным фактором роста спроса на рынке недвижимости является рост численности населения. Однако следует иметь в виду, что сам по себе рост численности населения не вызывает активности на рынке недвижимости. Необходимо увеличение платежеспособности населения. Точно так же отсутствие роста населения не обязательно отрицательно сказывается на активности рынка, которая может иметь место при стабильной или даже снижающейся численности населения, но обязательно в условиях роста доходов и доступности финансовых ресурсов. Результатом роста спроса на недвижимость является рост арендной платы и цен продажи недвижимости, хотя в

этом же направлении действуют и инфляционные тенденции, которые могут повлиять на повышение цен на всех сегментах рынка.

В краткосрочном периоде параметры спроса имеют более важное значение, чем характеристики предложения, характерной чертой которого является неэластичность. Значительные колебания активности в операциях с недвижимостью во многом объясняются неэластичностью предложения в краткосрочном периоде.

Факторы, определяющие величину предложения:

- наличие резерва пустующих объектов недвижимости в определенном сегменте рынка;

- объемы нового строительства и затраты на него, включая:

- 1) Интенсивность строительства - определяет объемы нового жилья.

- 2) Положение в строительной индустрии; в какой мере оно влияет на уровень строительных затрат - определяет доступность и цены факторов производства.

- 3) Текущие и потенциальные изменения в строительной технологии и их возможное влияние на строительные затраты.

- 4) Соотношение затрат на строительство и цен продажи объектов недвижимости.

- 5) Затраты на улучшение неосвоенных и имеющихся в предложении земельных участков.

Процент всех незанятых или не сданных в аренду домов или помещений (вакансий) является одним из важнейших индикаторов состояния и тенденций рынка недвижимости. Высокий процент вакансий влечет за собой понижение цен и ставок арендной платы, даже при наличии высокого спроса. Обычно уровень вакансий для односемейных жилых домов составляет менее 5%, а для многоквартирных домов - более 5%. Для помещений под бизнес этот процент несколько выше. Это основные соотношения, которые могут меняться в зависимости от ситуации в регионе. Если предложение вакантных единиц превышает нормальный процент - на рынке имеется избыточное предложение и/или недостаточный спрос. Конкуренция может привести к вынужденному падению цен и ренты, за которым следует сокращение нового строительства. Когда уровень вакансий падает, цены и ставки арендной платы возрастают, активность инвестирования в недвижимость растет.

Информацию об уровне вакансий можно получить в местных комитетах по недвижимости, местных компаниях по коммунальному обслуживанию и у менеджеров по недвижимости. Необходимо учитывать, что уровни вакансий для различных сегментов рынка недвижимости должны рассчитываться отдельно, так как в одном сегменте рынка может быть нехватка недвижимости, а в другом - избыток.

Расширение рынка недвижимости проходит ряд этапов

В условиях экономической депрессии новое строительство имеет тенденцию к сокращению, так как при существующем низком уровне цен продажи объектов недвижимости строить невыгодно.

По мере роста численности населения и его покупательной способности большое предложение пустующих домов, характерное для периодов спада, обычно быстро исчезает на рынке. Когда процент пустующего жилья достигает низкого уровня, цены начинают расти. Норма прибыли увеличивается, и новое строительство становится вновь выгодным.

На первом этапе экономической экспансии обычно доминирует строительство отдельных жилых домов, которые строятся для потребителей, имеющих достаточные доходы для полной оплаты, даже если рентные доходы от владения будут недостаточны для компенсации произведенных издержек. Аналогично торговые фирмы могут расширить свои мощности или складские помещения.

На втором этапе становится выгодным строительство многоквартирных домов, промышленных зданий, торговых центров и офисных зданий, которые финансируются главным образом с целью получения соответствующей прибыли от инвестиций.

На третьем этапе становится возможным легко финансировать проекты различных типов. По мере того, как новые здания занимают пустующие земли и активность застройщиков новых участков расширяется, продолжение роста строительных работ может вызвать земельный бум. Крупные земельные участки могут включаться в предложение земли, имеющейся в регионе. По мере «движения» предлагаемых земельных участков от центра города и дальше за его пределы размеры участков увеличиваются подобно росту площади круга по мере увеличения радиуса.

Одновременно с ростом объема строительства возрастают расходы на общественные улучшения. Природа такого типа экспансии не позволяет ей двигаться шаг за шагом или медленным темпом. Например, прокладка канализационной магистрали

может сделать пригодными для освоения тысячи акров земли.

Сокращение рынка недвижимости

В силу «несбалансированности» функционирования рынка на нем возникает эффект «плохих качелей». Предложение начинает превышать спрос. Возрастают проблемы с реализацией недвижимости. Ужесточаются условия кредитования сделок с недвижимостью. Растет число судебных процессов по искам о передаче прав собственности заемщика кредитору в силу нарушения финансовых обязательств, что сигнализирует о периоде экономического спада. Однако многие сектора рынка недвижимости сохраняют пиковые уровни активности, так как явного сокращения рентных платежей еще не наблюдается.

Тем не менее, операционные расходы растут, и растет число случаев лишения заемщиков прав собственности. Поскольку покупка недвижимости большей частью финансируется за счет заемных, а не собственных средств, сокращение рынка недвижимости вызывает существенные изменения на рынке капитала.

Если по мере ужесточения кредита количество неплатежеспособных заемщиков увеличивается, то это отражается на состоянии рынка: цены падают, стоимость земли снижается. Активность рынка недвижимости резко падает.

Рецессия на рынке недвижимости интенсивно развивается на фоне одновременного общего снижения деловой активности. По мере того, как снижается количество сдаваемой в аренду недвижимости (квартиры или офисные здания), поскольку арендная плата сокращается более быстрыми темпами, чем снижаются эксплуатационные расходы, рецессия принимает затяжной характер. В результате цены на недвижимость вынуждены снижаться.

Депрессия на рынке недвижимости характеризуется растущим объемом нарушений финансовых обязательств. После завершения депрессии происходит процесс возвращения к периоду экспансии, который обычно начинается с увеличения спроса на недвижимость. Существенным индикатором тенденций на рынке является любое изменение рыночных цен или ставок арендной платы, которое сохраняется в течение года или более лет. Особое значение имеют различия между ценами, заявленными в листингах (реестрах объектов, выставленных на продажу), и текущими ценами продаж, а также разница между запрашиваемой арендной платой и конечной выплачиваемой суммой, которая отражает устойчивость рынка.

Отрезок времени, за который происходят сделки с недвижимостью (торги, купля-продажа) также свидетельствует об устойчивости рынка. Когда период реализации объекта недвижимости возрастает, это говорит о снижении ликвидности рынка, конечно, при допущении, что цены установлены на разумном конкурентном уровне. Рост числа сделок с недвижимостью свидетельствует об оживлении рынка недвижимости.

Рынок недвижимости представляет собой механизм, регулирующий отношения не только купли-продажи, но и аренды недвижимости на основе спроса и предложения. При этом последний фактор является основным.

Спрос характеризуется количеством объектов, которые покупатели могут купить в течении определенного времени по сложившейся на данное время рыночной цене. Это - платежеспособная потребность.

Предложение характеризуется количеством объектов (квартир, домов, дач), выставленных к продаже на рынке в настоящий момент по конкретной цене. Цена является основным фактором, определяющим предложение. Спрос на объекты недвижимости подвержен большим колебаниям, чем предложение, так как резкие изменения денежной массы и эмоциональных настроений в момент сделки с недвижимостью происходят в более короткие сроки, чем время строительства объекта недвижимости.

Удовлетворить потребности всего населения в жилье практически невозможно. В условиях рынка потребности могут быть удовлетворены лишь при наличии платежеспособности потребителя. Таким образом, спрос определяется только теми потребностями, которые обеспечены деньгами. Повышенный спрос всегда вызывает рост цен, а отсутствие спроса, влияет на снижение цен. Предложение всегда должно опережать спрос, чтобы покупателю была предоставлена возможность выбора.

Можно выделить четыре основных фактора, определяющих спрос на жилье:

- предпочтения потребителей;
- доходы населения;
- цены на жилье;
- количество домохозяйств на рынке жилья.

Эти факторы по-разному влияют на рыночное равновесие. Спрос и предложение на объекты недвижимости зависят от многих факторов:

- административных (наличия или отсутствия ограничений со стороны государства, регулирующей роли государства и местных административных органов, налогового режима);
- экономических (цен на объекты недвижимости, конкуренции, уровней экономического развития рынка, доходов населения, деловой активности населения, услуг кредитно-финансовых организаций, объемов строительства новых объектов недвижимости);
- социальных (привлекательности региона, структуры и состава населения местности, уровня развития социальной инфраструктуры);
- экологических (наличия зеленых насаждений, загазованности воздуха, обилия промышленных предприятий, наличия вредных выбросов, избыточного шума).

Мотивы спада или спроса могут быть разные. Рассмотрим ситуацию на примере самого дорогого города мира - Москвы.

Факторами, влияющими на цену, являются:

- престижность района;
- тип жилого дома;
- общая площадь;
- этаж, удобная планировка, большая кухня, лоджия, высота потолков и другие качественные признаки.

В настоящее время престижность жилья районов города можно разбить на три зоны:

- 1) центр;
- 2) две-три остановки метро от Садового кольца;
- 3) остальная инфраструктура определяется из следующих посылов: самое главное - юридически и физически свободная квартира; 55% - цена; 30% - местоположение; 11% - площадь; 4% - внешний вид и другие индивидуальные требования; вкусы

покупателя.

Самые дорогие и престижные - монолитные дома. Их отличает индивидуальность проекта, свободная планировка квартир, дающая возможность в обустройстве жилого пространства. Учитывается также расположение и планировка квартиры. Если она находится не в торце, это увеличивает цену. В случае углового или торцевого расположения квартиры или линейного расположения комнат, стоимость жилья может быть ниже аналогичного. Наличие холла увеличивает цену квартиры.

Плюсом будет охраняемость территории вокруг дома, наличие домофона или консьержки на входе в подъезд, наличие автостоянки или подземного гаража. Оценивается и объем жилплощади, на которую большое влияние имеет высота потолков. Самая популярная - 2,75- 3,2 метра. Менее востребованы квартиры с высотой потолков 4,5 метра.

Другими факторами, влияющими на стоимость квартиры, являются: изолированность комнат, вид из окон, этаж, наличие телефона. Отсутствие балкона или лоджии является недостатком, снижающим цену квартиры. Необходимо также учитывать состояние квартир. При анализе этого параметра можно выделить четыре основных вариантов: 1) требуется косметический ремонт; 2) требуется капитальный ремонт; 3) сделан ремонт; 4) сделан евроремонт (качественно).

Первый и третий варианты почти не влияют на цену, а только на быстроту продажи. При втором варианте квартира может быть продана при значительном снижении цены. При четвертом варианте квартира при продаже почти всегда оценивается дороже.

Цена является следствием стабильной экономической ситуации и роста платежеспособности населения. Это и определяет продолжающийся общий рост цен на рынке недвижимости.

Еще одним из важнейших факторов, определяющих рыночную стоимость объектов жилой недвижимости, является местоположение.

Элитность и престижность жилья в первую очередь зависит от района. Местоположение рассматривается как комплекс факторов, включающих в себя место, расположение, транспортную доступность, близость метро, экологию, социальное окружение, объем зеленых насаждений и других факторов

инфраструктуры.

В зависимости от местоположения можно выделить:

- а) элитные сооружения и жилье бизнес-класса (центр);
- б) объекты среднего класса (2-3 остановки от кольцевой ветки метро);
- в) районы массовой застройки (остальная территория города).

По спросу на первом месте - однокомнатные квартиры, на втором - двухкомнатные и на третьем - трехкомнатные.

В Москве первостепенное значение приобретает высотное строительство. Интенсивный рост объема строящейся жилой недвижимости дает покупателям широкий выбор. Сегодня город обладает наиболее развитой инфраструктурой ипотечного жилищного кредитования и наибольшим числом банков, вовлеченных в эту сферу деятельности (Дельта-кредит; Московское ипотечное агентство; Внешторгбанк; Городской ипотечный банк и др.).

В настоящее время в России сформировались все предпосылки для активного развития ипотеки. Рост благосостояния граждан привел к тому, что у них текущие доходы повысились до уровня достаточного для обслуживания обязательств по кредиту. На данный момент существует две главные проблемы развития жилищного кредитования в России:

1. Отсутствие политической, законодательной и государственной поддержки накопительной схемы жилищного кредитования.
2. Отсутствие связи всех схем жилищного кредитования со строительством жилья.

Решение второй проблемы имеет особое значение, так как сегодня все финансирование через ипотечные схемы идет на вторичном рынке. Это приводит к повышению цен и торможению роста объемов строительства жилья. И все же отличительной особенностью жилой недвижимости в наши дни является ее высокая цена, не сопоставимая с текущим уровнем доходов большинства граждан. А обеспеченность жильем у них считается одним из основных показателей уровня жизни.