

**Казанцев М.Г.**

(ООО «Диалог», г. Екатеринбург).

## **Современные условия развития маркетинговой среды рынка первичного и вторичного жилья в России.**

*Справка IT- системного администратора сайта:* (дайджест по тексту рекламного издания «Строительный курьер». -2010.-№8.-С.19-20., зарегистрированного в *информационно-рекламном публикаторе* дайджестов, экономических подборок и кратких рекламных обзоров статей, имеющих высокий рекламный рейтинг по анализу популярности количества прочтений специалистами в сфере маркетинга). Текст публикатора доступен с 09.04.2010; материал получен и в автоматическом режиме размещен в 11: 24 по мс 09.04:2010 по ссылке <http://optima-sochi.ru/our-services/predlozhenie-po-reklame/> .

Инфляционные и рецессионные события мировой экономики 2008-2009 годов не могли не сказаться на условиях маркетинговой среды рынка первичного и вторичного жилья в России. Один из магистральных разделов доклада Правительства РФ (В.Б. Христенко, 2010) на пленарном заседании Государственной Думы, посвященном вопросам реализации Национального Проекта совершенствования жилищной программы (22 декабря 2010 года), откровенно констатирует: «в девяностых годах прошлого века в Российской Федерации произошло катастрофическое падение объемов жилищного строительства. Это падение было обусловлено резким сокращением участия государства на рынке жилищного строительства. К концу 80-х гг. в Российской Федерации доля капитальных вложений государства, направляемых в жилищное строительство, составила 85,4%, а доля средств населения -14,6%. При этом, не были сформированы механизмы, обеспечивающие приток средств из внебюджетных источников. Лишь изменение общей макроэкономической ситуации, рост доходов населения и отчасти создание нормативно-правовой базы позволили изменить эту тенденцию с 2000 года. Тогда падение объемов жилищного строительства удалось остановить, и даже добиться относительно устойчивого роста (2001 год - 3%, 2002 год - 8%, 2003 год - свыше 10%). В последствии объемы жилищного строительства в 2009 году достигли 36,3 млн. кв. метров, в том числе 42% частного индивидуального. В

2010 году за счет средств бюджетов всех уровней было введено около 20% жилья. Если взглянуть на цифры, характеризующие ввод нового жилья в региональном разрезе, то совершенно очевидно, что рынок жилья представлен весьма и весьма неравномерно. На 10 крупнейших, промышленно развитых регионов России, приходится более половины всего ввода нового жилья. Если же оценить емкость этого рынка нового жилья в денежном выражении с учетом цен, которые складываются в регионах, то эта цифра будет еще более впечатляющей. Более 60% всего рынка нового жилья приходится на 10 крупнейших промышленно развитых регионов страны.

Нет тождества между емкостью рынка и эффективной жилищной политикой. В тех регионах, которые наиболее активно занимаются реализацией жилищных программ, программ ипотечного кредитования и так далее, удельный показатель на душу населения по вводу нового жилья, существенно, в разы, отличается от среднероссийских.

В период с 2008 по 2010 год стоимость жилья на первичном рынке увеличилась на 49 процентов, на вторичном рынке – на 72 процента. Наглядно демонстрируется рост цен в 2010 году на первичном и вторичном рынках жилья по сравнению с тем, что средняя цена 1 кв. метра жилой площади в 2003 году на первичном рынке составила 16,3 тысячи рублей (годовой прирост - 26%), а на вторичном - 14 тысяч рублей (годовой прирост - 22%). Вторичный рынок приближается по ценам к первичному рынку» (Христенко В.Б., 2010).

### **Литература.**

1. Христенко В.Б. Доклад о ходе реализации Национального проекта по совершенствованию жилищной сферы хозяйствования на заседании Государственной Думы РФ.- Документы Правительства Российской Федерации. -М., 2010.-Т.124.-С.74-102.