

Предисловие

С переходом России к рыночным отношениям недвижимое имущество становится товаром и рынок недвижимости набирает обороты. Развитию рынка недвижимости способствует свободный переход прав собственности на недвижимость. Рынок недвижимости — это совокупность отношений вокруг операций с объектами недвижимости (продажа, покупка, аренда, залог и т. п.).

Сегментация рынка недвижимости и позиционирование продукта — это инструменты, которые используются для достижения главной задачи: принятие оптимальных экономических решений, приносящих максимальный доход в сфере бизнеса с недвижимостью. Суть решений состоит прежде всего в том, чтобы физические показатели качества создаваемых объектов соответствовали их экономическим характеристикам (цене, доходу) и представлениям потенциальных потребителей (субъектов недвижимости) предлагаемых к реализации объектов.

При правильных управленческих решениях, соблюдая в оптимальном диапазоне соотношение цены и качества при учете спроса и предложения, инвестиционно-строительные фирмы могут иметь не только маржинальную доходность, но и успешно решать социально-градостроительные задачи.

В современный период развития экономики нашей страны наблюдается сегментация рынка недвижимости, что является признаком стабилизации рынка в целом, поэтому в ближайшем будущем ожидается выравнивание спроса и предложения как на первичном, так и на вторичном рынках.

Рост объемов инвестиций в строительство стимулируется двумя факторами: первый — реализация национального проекта «Доступное и комфортное жилье — гражданам России», второй — существенное превышение спроса над предложением объектов недвижимости при увеличении миграции в страну, что также влияет на спрос; при этом растут нормы площади на душу населения; банкам граждане не доверяют, а цены на недвижимость продолжают расти. В этих условиях деньги, потраченные на недвижимость, — самое надежное вложение средств с учетом инфляции (так, при инфляции около 15 %

в год рост цен на недвижимость достигает 25 %). Поэтому вложение населением средств в недвижимость рассматривается как эффективный инструмент накопления.

Для создания массового рынка жилья, как в развитых странах Европы, например в таких крупных городах, как Москва и Санкт-Петербург, ежегодно нужно вводить в строй в 2...2,5 раза больше, чем в 2005 г. (не менее 80 млн м² в 2010 г. по сравнению с 43 млн м² в 2005 г.), не считая при этом объемов объектов инфраструктуры. Поэтому перед строительно-инвестиционными объединениями, имеющими надежный портфель заказов на строительство объектов недвижимости, стоит грандиозная градостроительная задача. При этом реальное положение дел требует от заинтересованных сторон подходов, учитывающих сложившуюся ситуацию. В новых проектах здания, например в крупных городах, приходится «вписывать» в уже сложившиеся районы, возводя точечные объекты в стесненных условиях. В мегаполисах остается все меньше и меньше площадей под строительство новых объектов недвижимости, поэтому в дальнейшем больший приоритет будет отдаваться строительству высотных зданий, которые становятся экономически оправданным проектом, так как дорожает земля и ее подготовка под строительство. Кроме того, в небоскребах стало престижно жить, эти здания чаще других являются многофункциональными: одно высотное здание может вместить население целого квартала, объединяя жилье, офисы, гостиничные комплексы, магазины, помещения сферы услуг, культурно-развлекательные и другие объекты городской инфраструктуры.

В последние годы активно развивается масштабное загородное строительство.

Таким образом, реализация национальной жилищной программы и возведение объектов инфраструктуры должна и может осуществляться по многим направлениям:

- новое строительство;
- реконструкция существующих зданий с возможным увеличением общей площади и повышенной комфортности (за счет их надстройки или пристроек);
- строительство высотных зданий;
- расширение загородного строительства с максимальным использованием местных ресурсов.

Таким образом, процветание строительного бизнеса и дальнейшее развитие современного градостроительства с удовлетворением российских граждан жильем с улучшенными показателями по площади и комфортности находится в руках творцов и исполнителей градостроительной политики и строительного комплекса.

Аналитики подсчитали, что жилищная проблема стоит сейчас перед 61 % российских семей, каждая четвертая семья проживает в домах, находящихся в плохом или очень плохом состоянии. Общая потребность населения нашей страны в жилье составляет 1 569 800 000 м². Лишь 9 % семей имеют возможность приобрести или построить жилье с помощью собственных или заемных средств, в очереди на улучшение жилищных условий стоят около 4,5 млн семей.

Приоритетами при реализации программы названы увеличение объемов ипотечного жилищного кредитования, повышение доступности жилья, увеличение объемов жилищного строительства и модернизации коммунальной инфраструктуры, выполнение государственных обязательств перед отдельными категориями граждан.

Эта грандиозная программа развития жилищного фонда может быть реализована с вовлечением ресурсов всей страны в трех направлениях: 1) новое строительство — первичное жилье; 2) реконструкция, расширение, модернизация, капитальный ремонт — вторичное жилье; 3) коттеджное строительство, возведение индивидуальных загородных домов. Такой подход позволяет в полной мере вести расширенное жилищное строительство в мегаполисах и крупных городах и крупномасштабное строительство за городом, не отвлекая ресурсы крупных городов, мобилизуя все виды местных ресурсов, в том числе материальные и трудовые ресурсы сельской местности в масштабах страны, и наращивая общие объемы строительства.