

*Жулькова Ю.Н.*

## **Анализ Нижегородского рынка недвижимости: вопросы создания и реализации строительной продукции**

*Жулькова Юлия Николаевна* — кандидат экономических наук, доцент, Инженерно-строительный факультет, Нижегородский государственный архитектурно-строительный университет.

E-mail: [zhulkova@mail.ru](mailto:zhulkova@mail.ru)

### **Аннотация**

В статье показана целесообразность формирования нового подхода к реализации жилищной политики, основанной на кластерном принципе. Такой подход, по мнению автора, обеспечит определенный прорыв в социально-экономическом развитии в части эффективной реализации свободных земельных участков и повышения качества жизни населения. Системный подход к преодолению негативных факторов и созданию качественного и количественного ускорения процессов жилищного строительства предопределяет методологическую целесообразность применения кластерного механизма реализации жилищной политики, которая на данный момент не показывает значительных достижений в обеспечении граждан доступным жильем.

### **Ключевые слова**

Социально-экономическое развитие, жилищная политика, кластерный механизм.

В настоящее время г. Нижний Новгород развивается в рамках своих административных границ, а область стремится к автономному решению вопросов развития своей территории. Соответственно, отсутствуют взаимные планы и по пригородной зоне. В западных странах существует совершенно четкое понятие пригорода — это территория в пределах 30 км от города, в пятнадцатиминутной транспортной доступности. На сегодняшний день в Нижнем Новгороде проблема транспортной доступности решается строительством обходов: северного обхода с мостом через р. Волга, совмещенным с низконапорным гидроузлом, и южного обхода.

Если основываться исключительно на территориальной близости к Нижнему Новгороду, то малоэтажное строительство в первую очередь необходимо развивать в таких городах, как Бор и Кстово, однако нужно обязательно принимать во внимание наиболее важные для будущих жителей факторы: экологию, экономику, социальное и инфраструктурное развитие, наличие крупных (градообразующих) предприятий, криминогенную обстановку и пр. Важность данных факторов подтверждается рядом проведенных исследований. Так, в 2011 году эксперты компании «МИЭЛЬ — Инвестиции в малоэтажное строительство» провели опрос клиентов в крупных городах России<sup>1</sup>. Респондентами исследования стали горожане, планирующие покупку жилой

---

<sup>1</sup> Более половины клиентов готовы продать квартиру, чтобы уехать за город // Холдинг «МИЭЛЬ — Инвестиции в малоэтажное строительство» [Официальный сайт]. 29.07.2011. URL: <http://www.miel.ru/lenta/detail/3074/> (20.08.2012).

недвижимости. Опрос проводился в крупных городах — областных центрах, при этом Москва и Санкт-Петербург в силу своей специфики и высоких цен на жилье в исследование не вошли. Опрос показал, что более двух третей респондентов хотели бы жить в собственном индивидуальном коттедже, а для покупки загородного жилья готовы продать городскую квартиру. Однако покупатели загородного жилья не готовы отказаться от городского комфорта, и хотели бы, чтобы объекты инфраструктуры (в первую очередь социальной) находились в шаговой доступности. По данным «МИЭЛЬ — Инвестиции в малоэтажное строительство», респонденты предполагают при покупке жилья использовать денежные средства из различных источников, причем в некоторых случаях одновременно из разных. С большим отрывом в качестве источника финансирования лидирует продажа собственной квартиры, на втором месте — привлечение ипотечного кредитования. Так, взять ипотечный кредит для покупки загородной недвижимости готовы почти 40% опрошенных. Почти треть опрошенных респондентов располагает достаточными собственными средствами для покупки дома, а около 20% собираются воспользоваться материальной помощью близких людей. Менее всего популярен потребительский кредит. К его помощи согласны прибегнуть около 10% респондентов, так как ставки при потребительском кредитовании выше, чем при ипотечном. При этом более половины опрошенных готовы потратить на покупку жилья до 3 млн руб., около 40% — от 3 до 5 млн руб. и лишь 8% — от 5 до 7 млн руб.<sup>2</sup>

Таким образом, при рассмотрении и дальнейшей передаче территорий под малоэтажную застройку необходимо учитывать интересы существующих и будущих жителей проекта строительства, которые зависят от следующих ключевых факторов: экологии, экономики, социального развития, инфраструктуры, наличия мест приложения труда, в том числе крупных (градообразующих) предприятий, уровня безработицы.

Приведенную выше функциональную зависимость необходимо дополнить рядом факторов, которые учитывают интересы предприятий отрасли, поскольку именно от них будет зависеть скорость реализации проекта и возврата инвестиций: демографическим, географическим, политическим, природно-климатическим и инновационным.

---

<sup>2</sup> Более половины клиентов готовы продать квартиру, чтобы уехать за город // Холдинг «МИЭЛЬ — Инвестиции в малоэтажное строительство» [Официальный сайт]. 29.07.2011. URL: <http://www.miel.ru/lenta/detail/3074/> (20.08.2012).

Согласно областной целевой программе «Стимулирование развития жилищного строительства в Нижегородской области на 2011–2015 гг.», одной из основных задач является «развитие строительства жилья экономического класса, доступного для широких слоев населения»<sup>3</sup>.

С целью выявления в Нижегородской области коттеджных поселков экономкласса, а также потребительских параметров с учетом влияния факторов стоимости и удаленности, представляется необходимым анализ существующих предложений малоэтажной застройки в Нижнем Новгороде и области.

Логика исследования объектов малоэтажного строительства экономического класса сводится к следующему:

1. Определяются варианты предложений (объекты продаж) в коттеджных поселках на территории Нижегородской области. Согласно данным электронного издания «Гипермаркет недвижимости Нижнего Новгорода и области», рынок предлагает следующие объекты продаж: земельный участок без договора подряда; земельный участок с договором подряда; готовый дом с земельным участком<sup>4</sup>.

2. По каждому предложению устанавливаются нижняя и верхняя границы цены.

3. Проводится анализ коттеджных поселков по каждому из предложений сначала по нижней, а затем по верхней границам цены, что дает возможность по совокупным данным определить те коттеджные поселки, которые независимо от ценовой политики внутри каждого предложения могут быть отнесены к низкой ценовой категории — экономическому классу. Определение ценовой категории предложения основывается на объединении коттеджных поселков по экономическому содержанию предложения. Этот показатель является условным и предназначен для сравнительного анализа предложений.

4. Для полученного перечня коттеджных поселков экономического класса определяется общий уровень продаж по всем предложениям.

5. Устанавливается разделение коттеджных поселков экономического класса на основе совокупного уровня продаж на три категории: с низким, средним и высоким уровнем продаж.

6. Проводится анализ ситуации на рынке малоэтажного строительства.

---

<sup>3</sup> Министерство экономики Нижегородской области [Официальный сайт]. URL: <http://minec.government-nnov.ru/> (12.02.2014).

<sup>4</sup> Гипермаркет недвижимости Нижнего Новгорода и области [Справочное электронное издание]. URL: <http://www.gipernn.ru/kottedzhnye-poselki.html> (05.07.2012).

Проведенные исследования и полученные результаты — менее 10% из всех заявленных коттеджных поселков можно отнести к экономическому классу при существующих резервах развития рынка недвижимости — позволили сделать вывод об актуальности и необходимости более глубокого изучения данной темы и предложить подходы к расширению предложения рынка недвижимости с целью удовлетворения потребностей населения в улучшении жилищных условий, а также необходимости совместного функционирования предприятий строительной и сопряженных отраслей.

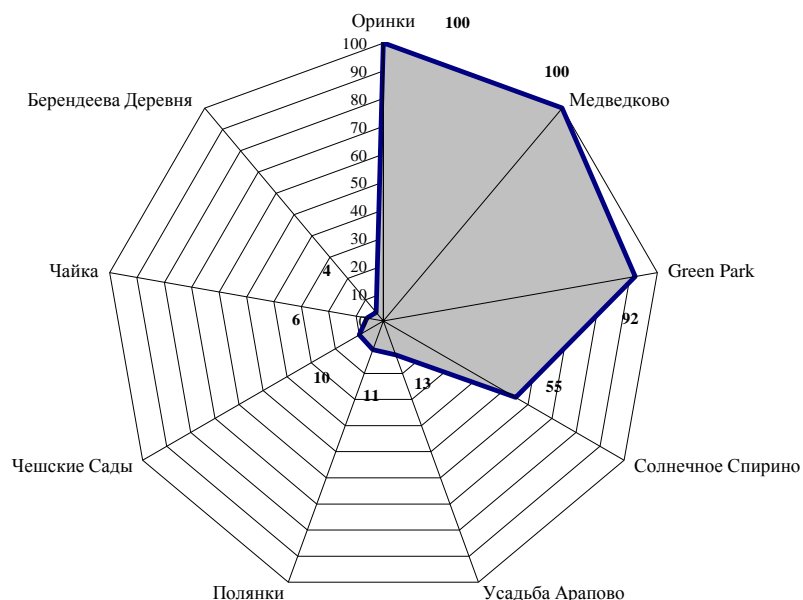
Отправной точкой дальнейших рассуждений является потребитель и его потребности. Существует мнение, что современный маркетинг превратил рынок в механизм, скорее создающий потребности, чем их удовлетворяющий. Действительно, в настоящее время для потребительских рынков свойственно постоянное появление новых продуктов, а потребность рассматривается как состояние недостатка в чем-либо. Некоторая опасность может быть связана с отсутствием четкого представления как о потребителе, так и о его потребностях, то есть возможна ситуация, когда потребность создана, потребитель мотивирован на покупку, а достойные предложения на рынке отсутствуют. Кроме того, угроза существует и в переизбытке или отсутствии баланса новых продуктов для одних при одновременном недостатке для других сегментов рынка, что и подтверждают проведенные исследования. Данная ситуация может быть расценена негативно одними (снижение уровня продаж или невозможность достижения запланированного уровня) и позитивно другими участниками рынка (свободная рыночная ниша влечет за собой появление новых предложений).

Принимая за основу удовлетворение потребностей населения в жилье (или покупке земельного участка для последующего строительства), необходимо ориентироваться на потребности потенциальных покупателей, учитывая не только их желания и возможности, но и ряд других объективных факторов, которые являются решающими при покупке недвижимого имущества (например, это может быть рассматриваемое ранее расстояние от города; увеличение стоимости бензина или поездки на общественном транспорте (городском и / или междугороднем); стоимость коммунальных услуг; сумма ежемесячной оплаты работ и услуг, производимых управляющей компанией по содержанию и текущему ремонту; необходимость покупки автотранспортного средства (возможно, второго в семье) и прочие).

Для обеспечения возможности дальнейшей реализации продукта (в рамках данной работы продуктами будут являться варианты предложений «земельный участок

с договором подряда», «земельный участок без договора подряда» и «готовый дом с земельным участком») необходимо придать ему уникальные качества, тем самым обеспечив готовность и желание покупателя приобрести продукт, а также создать эффективную мотивацию к покупке. Отметим, что усилия компаний могут быть безуспешными, если предлагаемый продукт не отвечает по каким-либо параметрам (например, отсутствие коммуникаций (частичное или полное), рельеф местности, местоположение, окружение и прочее) ожиданиям потребителей.

С этой целью для коттеджных поселков низкой ценовой категории определяем наилучшее сочетание потребительских параметров. Отметим, что необходимо уделить внимание фактору востребованности коттеджных поселков потенциальными клиентами. Для учета этого фактора введем показатель «Уровень продаж, %», который будет отражать интерес жителей к определенному коттеджному поселку и к предлагаемым вариантам продукта («земельный участок без договора подряда», «земельный участок с договором подряда», «готовый дом с земельным участком»). Полученные данные об уровне продаж по коттеджным поселкам экономического класса без учета фактора удаленности по всем вариантам предложений, расположенные по убыванию уровня продаж, представлены в графическом виде, что дает возможность наглядно оценить ситуацию на рынке (см. Рисунок 1).



**Рисунок 1. Уровень продаж по коттеджным поселкам экономического класса без учета фактора удаленности по всем вариантам предложений на 2013 год, %**

Далее все коттеджные поселки (см. Рисунок 1) и данные об уровне продаж по коттеджным поселкам экономического класса разделим на три категории: с низким, средним и высоким уровнем продаж (см. Таблицу 1).

**Таблица 1. Данные о совокупном уровне продаж по коттеджным поселкам экономического класса на 2013 г., %**

наименование поселка	низкий уровень продаж	наименование поселка	средний уровень продаж	наименование поселка	высокий уровень продаж
Берендеева Деревня	4	<i>Солнечное Спирино*</i>	55	Green Park */**/**	92
Чайка	6	–	–	<i>Оринки *</i>	100
Чешские Сады	10	–	–	<i>Медведково*</i>	100
<i>Полянки</i>	11	–	–	–	–
Усадьба Арапово	13	–	–	–	–

Условные обозначения. «\*» — вариант предложения «земельный участок без договора подряда»; «\*\*» — вариант предложения «земельный участок с договором подряда»; «\*\*\*» — вариант предложения «готовый дом на земельном участке». Курсивом отмечены наименования поселков, которые находятся в пригородной зоне (30 км), для большинства из них характерен высокий уровень продаж.

Большая часть коттеджных поселков, имеющих средний и высокий совокупные уровни продаж по различным вариантам предложений, сосредоточена на расстоянии 30 км от города, что соответствует приведенным ранее данным исследования «МИЭЛЬ — Инвестиции в малоэтажное строительство».

В подтверждение полученных аналитическим путем данных для сбора интересующей информации было проведено анкетирование:

- 1) потенциальных покупателей объектов малоэтажного жилого строительства;
- 2) экспертов в данной области (сотрудников строительных организаций, специалистов в сфере недвижимости и маркетинга территорий).

Анализ итогов анкетирования, проводимого в рамках данного исследования, позволил сделать следующие основные выводы.

1. При наличии достаточно большого выбора технологий и материалов предпочтение по-прежнему отдается традиционным — строительству из кирпича (преимущественно) и дерева.

2. Свое собственное индивидуальное жилье большинство опрошенных хотели бы иметь в малоэтажных жилых комплексах с уже сформированной застройкой и инфраструктурой.

3. С незначительным перевесом голосов предпочтение отдается застроенным земельным участкам (варианту предложения «готовый дом с земельным участком») с привлечением не только собственных, но и заемных денежных средств. Доступность покупки обеспечивается разнообразием предложений ряда крупных банков, в том числе государственным предприятием «Нижегородский ипотечный корпоративный альянс», которое является региональным оператором по реализации федеральной ипотечной программы в Нижегородской области; ОАО АКБ «Металлинвестбанк»; ОАО «БАНК УРАЛСИБ»; *DeltaCredit* — первым в России специализированным ипотечным коммерческим банком и другие.

4. Есть определенный интерес к борскому и кстовскому направлениям при максимальной удаленности от границ города до 20 км, с земельным участком размером от 10 до 15 соток и стоимостью от 25 (предпочтительно) до 30 тыс. руб. за кв. м. Отметим для сравнения, что, по данным корпорации «Инком-недвижимость», спросом пользуется проект в 20 км от г. Москва с участками по 4,5 сотки ценой 1,1 млн руб.<sup>5</sup>

5. Особо стоит отметить повышенный интерес к наличию инфраструктуры. Отсутствие инженерно-транспортной инфраструктуры (в том числе автобусного сообщения) является серьезной проблемой и объясняет отсутствие активности среди большинства потенциальных клиентов. Очевидно, что при решении данного вопроса необходима государственная поддержка, которая может заключаться в содействии в обеспечении инфраструктурой, в снятии административных барьеров, разработке новых или предоставлении существующих проектов малоэтажного строительства повторного применения, в ускорении реализации проекта, в финансировании строительства, в частичном выкупе построенного жилья и так далее.

Проведенный комплексный анализ ситуации на рынке малоэтажного строительства Нижегородской области позволил сделать ряд важных выводов.

1. На нижегородском рынке малоэтажного строительства представлены следующие варианты предложений: «земельный участок без договора подряда» (65% от общего количества коттеджных поселков), «земельный участок с договором подряда» (42% от общего количества коттеджных поселков) и «готовый дом с земельным участком» (45% от общего количества коттеджных поселков). Таким образом, наиболее часто предлагаемым является вариант «земельный участок без

---

<sup>5</sup> Данилова С. Девелоперы отказываются строить коттеджи // Ведомости. 22.05.2013. URL: [http://www.vedomosti.ru/realty/news/12312491/developery\\_otkazyvayutsya\\_stroit\\_kottedzhi](http://www.vedomosti.ru/realty/news/12312491/developery_otkazyvayutsya_stroit_kottedzhi) (17.05.2014).

договора подряда», однако необходимо констатировать, что существует достаточный потенциал в развитии всех рассмотренных предложений, поскольку рынок недвижимости рассматриваемых сегментов не насыщен.

2. У потенциальных покупателей в разной степени востребованы менее 50% коттеджных поселков экономического класса (низкой ценовой категории) из 9, отнесенных по результатам исследования к данному сегменту. Это позволяет сделать вывод о несоответствии характеристик вариантов предложений требованиям потенциальных потребителей. Кроме того, необходимо особо отметить существенный разрыв в уровне реализации строительной продукции: 55% (наибольший уровень продаж в категории «средний уровень продаж») и 92% (наименьший уровень продаж в категории «высокий уровень продаж»), который также указывает на существующие недостатки различных вариантов предложений.

3. Различие в ценовой политике предложений (рассмотрение нижнего и верхнего уровней цены) дает возможность показать снижение количества предложений на рынке малоэтажного строительства для широких слоев населения и переход коттеджных поселков из одной ценовой категории в другую. Например, в варианте «земельный участок без договора подряда» количество предложений снижается с 34,2 до 21%; в варианте «земельный участок с договором подряда» ситуация при расчете нижнего и верхнего уровней цены предложения показывает снижение количества предложений почти наполовину (с 8,7 до 4,3%), причем количество данных предложений находится на достаточно низком уровне против, например, предложений в среднем ценовом сегменте 65,2% и 69,6% соответственно по нижней и верхней границам цены.

Количество предложений в варианте «готовый дом с земельным участком» также снижается практически в 2 раза (с 7,7 до 3,8% по нижней и верхней границам цены соответственно) и также находится на низком уровне по сравнению, например, с предложениями в высокой ценовой категории (увеличение количества предложений с 19,2 до 53,8%). По данным исследования «МИЭЛЬ — Инвестиции в малоэтажное строительство», более половины опрошенных готовы потратить на покупку жилья до 3 млн руб., около 40% — от 3 до 5 млн руб., и лишь 8% — от 5 до 7 млн руб. Проведенное исследование показывает обратные результаты.

4. Особого внимания заслуживают данные о продажах коттеджных поселков в арзамасском и борском направлениях, так как именно они являются на сегодняшний день достаточно перспективными для реализации проектов малоэтажного строительства экономического класса, что подтверждается данными о продажах. Богородское направление также считается привлекательным, однако существующие (в



первую очередь связанные с дорожным сообщением) недостатки, а также значительное количество предложений давно существующих поселков, деревень, дачных массивов, коттеджных поселков высокой ценовой категории и проектируемых в настоящее время поселков смешанного типа (различных ценовых категорий внутри поселка) будут снижать интерес к этому направлению.

5. На основании ответов анкет, разработанных в целях повышения уровня спроса и последующей реализации объектов малоэтажного строительства, предлагается применить концепцию целевой себестоимости (или целевого управления затратами), суть которой заключается в расчете целевой себестоимости строительной продукции исходя из предварительно установленной цены реализации. Целевая цена определяется рынком и будет зависеть от цен конкурентов, а также требований и ценовой предрасположенности потребителей. По своей сути это целостная концепция управления, поддерживающая стратегию снижения затрат на стадии проектирования и реализующая функции планирования производства новых продуктов, превентивного контроля издержек и калькулирования целевой себестоимости в соответствии с рыночными реалиями.

Концепция формирования целевой себестоимости опирается на принцип так называемого обратного отсчета, или обратной калькуляции:

*целевая себестоимость → проектирование → сметная себестоимость*

Таким образом, для успешной организации последующего сбыта (реализации) строительной продукции в виде отдельного объекта малоэтажного строительства или поселка в целом необходимо соблюсти следующее неравенство:

*индекс потребительской стоимости товара > индекс цены нового изделия в сравнении с аналогичным > индекс затрат нового изделия в сравнении с аналогичным*

В процессе своей практической реализации концепция целевой себестоимости позволяет выразить единство пожеланий потенциальных клиентов и возможностей их технического удовлетворения в выпускаемой строительной продукции по принимаемой рынком цене, что, по сути, и означает создание качественной строительной продукции по рыночной цене.

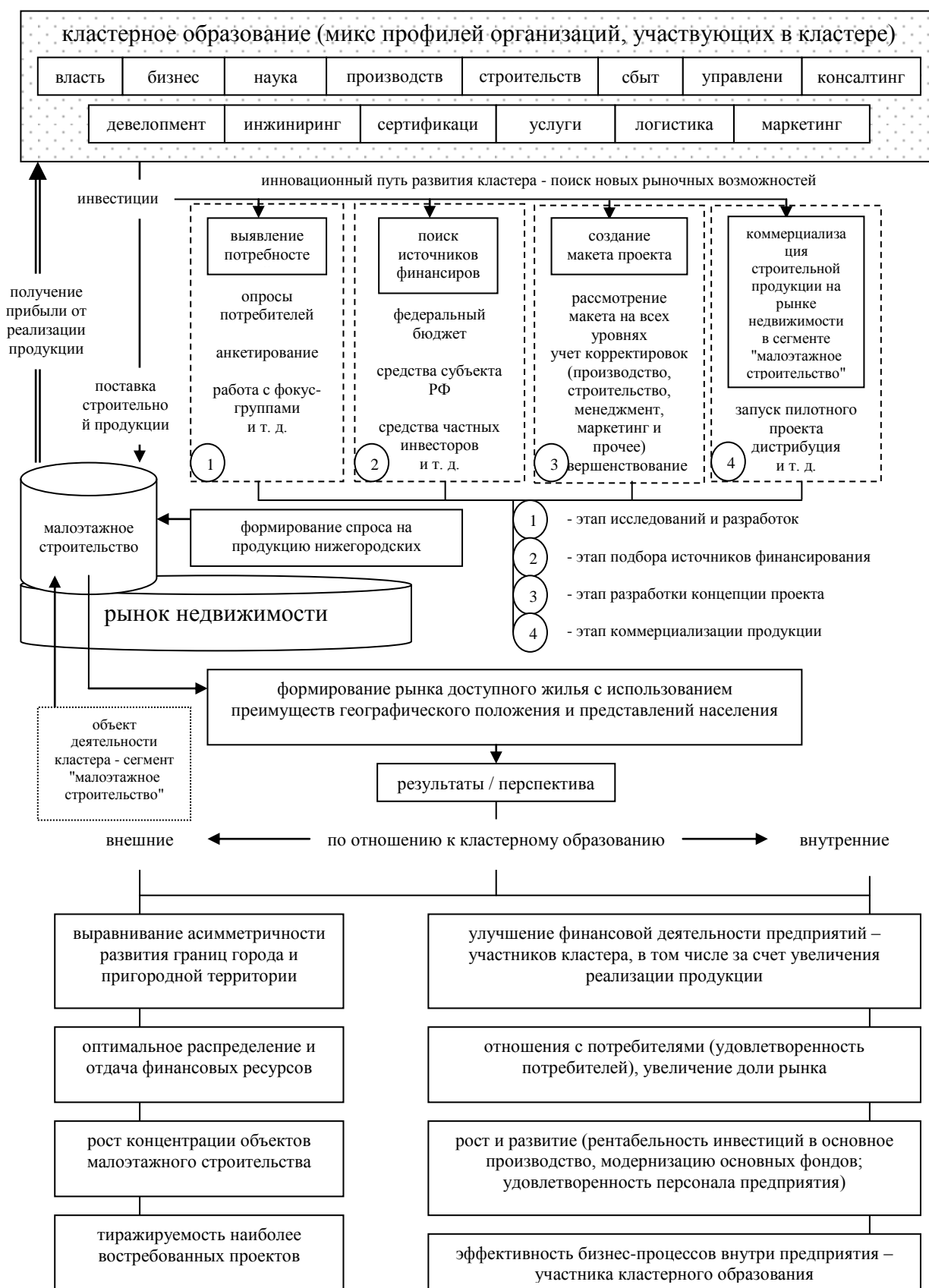
Представленные выводы позволяют определить следующие подходы к созданию кластера производства и реализации строительной продукции:

1. Очевидна необходимость развития всех трех вариантов «земельный участок без договора подряда», «земельный участок с договором подряда» и «готовый дом с земельным участком», что позволит использовать предприятия Нижнего Новгорода и области. В случае создания кластера возможно будет предложить более качественную и разнообразную строительную продукцию по ценам, приемлемым для широких слоев населения.

2. Результаты исследования, полученные при анализе коттеджных поселков экономического класса, показывают, что существует объективная необходимость в изучении и анализе положительного и отрицательного опыта проектирования, строительства, реализации и других стадий проектов малоэтажной застройки с целью определения оптимальной концепции будущего проекта, его рентабельности и эффективности для всех участников строительства и реализации продукции. Наибольшей эффективности можно достичь посредством синергетического эффекта в рамках кластерного образования.

3. Рынок коттеджных поселков экономического класса занимает 16,4% рынка малоэтажного строительства и не является насыщенным. Кроме того, наблюдается востребованность предложений в данной ценовой категории. Установление невысокой цены предложений и поддержание ее на стабильном уровне возможно с помощью формирования кластера строительства и реализации объектов недвижимости, поскольку именно в этом случае за счет развития преимущественно местной промышленности, усовершенствования условий кредитования и прочих усилий может быть снижена стоимость строительной продукции.

4. Не менее важной представляется проблема дефицита качественного жилого фонда. Вопрос качества тесно связан не только с потребностями потенциального покупателя, но и с достаточно стремительным их ростом. В современном мире рынок предлагает все больше вариантов удовлетворения потребностей, однако потребность в жилье является первостепенной, что дает возможность активного роста в первую очередь строительным компаниям. При этом необходимо отметить, что система формирования новых проектов развития пригородных территорий должна не только соответствовать общепринятым критериям и уже привычным ожиданиям потребителя, но и удовлетворять такие потребности, которые бы давали потенциальному потребителю «выход» из социально однородной среды.



**Рисунок 2. Модель процесса разработки проектов малоэтажного строительства в рамках кластерного образования на основе инновационного подхода к их развитию и реализации**

Заявленные на сегодняшний день продажи в коттеджных поселках в рассматриваемых направлениях представляется возможным увеличить за счет ответственного подхода к производству и строительству, привлечения органов государственной власти к фрагментарному участию в реализации проектов, а также грамотного проведения ценовой и маркетинговой политики.

Проведенные исследования и представленные выводы позволяют предложить модель процесса разработки проектов малоэтажного строительства в рамках кластерного образования на основе инновационного подхода к их развитию и реализации (см. Рисунок 2).

### **Список литературы:**

1. Закон Нижегородской области от 08.08.2012 № 106-З «Об утверждении Программы социально-экономического развития Нижегородской области на 2012–2015 годы» // Министерство экономики Нижегородской области [Официальный сайт]. URL: <http://minec.government-nnov.ru/?id=13254> (20.07.2014).
2. Постановление Правительства Нижегородской области от 17.04.2006 № 127 «Об утверждении Стратегии развития Нижегородской области до 2020 года» // Справочно-правовая система «Консультант плюс». URL: <http://base.consultant.ru/regbase/cgi/online.cgi?req=doc;base=RLAW187;n=34456> (20.07.2014).
3. *Арташина И.А., Жулькова Ю.Н., Крутова Н.Ю.* Кластерный механизм реализации жилищной политики региона. Нижний Новгород: НИМБ, 2013.
4. *Ахмадиева Г.Г.* Методические подходы к оценке эффективности управления развитием территорий // ГБУ «Центр перспективных экономических исследований Академии наук Республики Татарстан». 2011. № 2. С. 77–84. URL: <http://elibrary.ru/item.asp?id=16402936> (14.05.2014).
5. Более половины клиентов готовы продать квартиру, чтобы уехать за город // Холдинг «МИЭЛЬ — Инвестиции в малоэтажное строительство» [Официальный сайт]. 29.07.2011. URL: <http://www.miel.ru/lenta/detail/3074/> (20.08.2012).
6. *Васин С.М., Ткаченко И.В., Попова И.В.* Проблемы реализации региональной политики малоэтажного жилищного строительства в регионах // Известия Пензенского государственного педагогического университета им. В.Г. Белинского. 2012. № 28. С. 281–287. URL: <http://elibrary.ru/item.asp?id=18241548> (14.05.2014).
7. Гипермаркет недвижимости Нижнего Новгорода и области [Справочное электронное издание]. URL: <http://www.giperenn.ru/kottedzhnye-poselki.html> (05.07.2012).

8. Данилова С. Девелоперы отказываются строить коттеджи // Ведомости. 22.05.2013. URL: [http://www.vedomosti.ru/realty/news/12312491/developery\\_otkazyvayutsya\\_stroit\\_kottedzhi](http://www.vedomosti.ru/realty/news/12312491/developery_otkazyvayutsya_stroit_kottedzhi) (17.05.2014).
9. Жердева О.В. К вопросу формирования и оценки маркетингового потенциала территории // Известия Санкт-Петербургского университета экономики и финансов. 2007. № 2. С. 237–240. URL: <http://elibrary.ru/item.asp?id=12689821> (10.04.2014).
10. Залкинд Л.О. Вопросы жилищной политики на местном уровне // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2010. № 1. С. 92–98. URL: <http://elibrary.ru/item.asp?id=13081727> (10.04.2014).
11. Исмаилов М.И. Экономико-социальные аспекты и перспективы региональной жилищной политики Ростовской области // Terra Economicus. 2008. Т. 6. № 4–2. С. 329–331. URL: <http://elibrary.ru/item.asp?id=18757414> (10.04.2014).
12. Ковалева Л.М. Проблемы реализации государственной жилищной политики в Брянской области и перспективы их решения // Вестник Брянского государственного университета. 2011. № 3. С. 93–96. URL: [http://www.brgu.ru/bank/zhurnal/vestnik\\_3.pdf](http://www.brgu.ru/bank/zhurnal/vestnik_3.pdf) (06.04.2014).
13. Коломейцева М.А. Жилищная обеспеченность как один из основных факторов улучшения качества жизни населения // Социально-экономические явления и процессы. 2010. № 6. С. 83–86. URL: <http://elibrary.ru/item.asp?id=15539039> (10.04.2014).
14. Крыгина А.М. Перспективы развития региональной социальной жилищной политики // Фундаментальные исследования. 2013. № 4-4. С. 812–817. URL: <http://elibrary.ru/item.asp?id=18860616> (10.04.2014).
15. Министерство экономики Нижегородской области [Официальный сайт]. URL: <http://minec.government-nnov.ru/> (12.02.2014).
16. Морозова Т.И. Исследование региональной структуры рынков жилья в Приволжском федеральном округе // Региональная экономика: теория и практика. 2012. № 2. С. 56–60. URL: <http://www.fin-izdat.ru/journal/region/detail.php?ID=47478> (06.04.2014).
17. Непомнящий А.М. Особенности реализации жилищной политики государства на муниципальном уровне // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки СКАГС. 2013. № 1. С. 32–39. URL: <http://elibrary.ru/item.asp?id=19049630> (12.04.2014).

18. *Сабирджанов Ф.Р.* Зарубежный опыт финансового обеспечения жилищной политики // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. 2011. № 4. С. 127–131. URL: <http://elibrary.ru/item.asp?id=17009616> (12.04.2014).
19. *Сабиров И.С., Мурафа А.А., Каримова М.А.* Оценка экономического местоположения в проектах девелопмента // Известия Казанского государственного архитектурно-строительного университета. 2011. № 2 (16). С. 295–298. URL: <http://elibrary.ru/item.asp?id=16451769> (08.04.2014).
20. *Смирнова О.П.* Применение системного подхода к формированию основных направлений жилищной политики региона // Сборник научных трудов вузов России «Проблемы экономики, финансов и управления производством». 2011. № 30. С. 49–53. URL: <http://elibrary.ru/item.asp?id=17706761> (11.04.2014).
21. *Шелихова Е.В., Гладкая Е.Д.* Механизмы финансового обеспечения концепции жилищного строительства // Экономика строительства и городского хозяйства. 2007. Т. 3. № 3. С. 121–126. URL: <http://elibrary.ru/item.asp?id=13104122> (14.04.2014).

*Zhulkova Yu.N.*

**Analysis of Nizhny Novgorod Estate Market:  
The Creation and Implementation of Construction Products**

*Zhulkova, Yuliya N.* — Ph.D., Senior Lecturer, Department of Real Estate, Investments, Consulting, and Analysis, Nizhny Novgorod State University of Architecture and Civil Engineering.

E-mail: [zhulkova@mail.ru](mailto:zhulkova@mail.ru)

**Annotation**

The article shows the appropriateness of a new cluster-based approach to housing policy. Such an approach, according to the author, will create a breakthrough in social and economic development regarding effective realization of the free land plots and improvement of quality of life of the population. Systematic approach to the creation of qualitative and quantitative acceleration of processes of housing building determines the methodological suitability of using the cluster-based approach in housing policy, which at the moment doesn't show significant achievements in ensuring citizens' access to affordable housing.

**Keywords**

Social and economic development, housing policy, cluster mechanism.

**References:**

1. Закон Nizhegorodskoi oblasti ot 08.08.2012 № 106-Z «Ob utverzhdenii Programmy sotsial'no-ekonomicheskogo razvitiia Nizhegorodskoi oblasti na 2012–2015 gody». *Ministerstvo ekonomiki Nizhegorodskoi oblasti* [Ofitsial'nyi sait]. URL: <http://minec.government-nnov.ru/?id=13254> (20.07.2014).
2. Postanovlenie Pravitel'stva Nizhegorodskoi oblasti ot 17.04.2006 № 127 «Ob utverzhdenii Strategii razvitiia Nizhegorodskoi oblasti do 2020 goda». *Spravochno-pravovaia sistema «Konsul'tant plius»*. URL: <http://base.consultant.ru/regbase/cgi/online.cgi?req=doc;base=RLAW187;n=34456> (20.07.2014).
3. Artashina I.A., Zhul'kova Iu.N., Krutova N.Iu. *Klasternyi mekhanizm realizatsii zhilishchnoi politiki regiona*. Nizhnii Novgorod: NIMB, 2013.
4. Akhmadieva G.G. Metodicheskie podkhody k otsenke effektivnosti upravleniia razvitiem territorii. *GBU «Tsentr perspektivnykh ekonomicheskikh issledovaniy Akademii nauk Respubliki Tatarstan»*, 2011, 2, pp. 77–84. URL: <http://elibrary.ru/item.asp?id=16402936> (14.05.2014).
5. Bolee poloviny klientov gotovy prodat' kvartiru, chtoby uekhat' za gorod. *Kholding «MIEL' — Investitsii v maloetazhnoe stroitel'stvo»* [Ofitsial'nyi sait]. 29.07.2011. URL: <http://www.miel.ru/lenta/detail/3074/> (20.08.2012).
6. Vasin S.M., Tkachenko I.V., Popova I.V. Problemy realizatsii regional'noi politiki maloetazhnogo zhilishchnogo stroitel'stva v regionakh. *Izvestiia Penzenskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta im. V.G. Belinskogo*, 2012, 28, pp. 281–287. URL: <http://elibrary.ru/item.asp?id=18241548> (14.05.2014).
7. *Gipermarket nedvizhimosti Nizhnego Novgoroda i oblasti* [Spravochnoe elektronnoe izdanie]. URL: <http://www.gipermn.ru/kottedzhnye-poselki.html> (05.07.2012).
8. Danilova S. Developery otkazyvaiutsia stroit' kottedzhi. *Vedomosti*, 22.05.2013. URL: [http://www.vedomosti.ru/realty/news/12312491/developery\\_otkazyvayutsya\\_stroit\\_kottedzhi](http://www.vedomosti.ru/realty/news/12312491/developery_otkazyvayutsya_stroit_kottedzhi) (17.05.2014).
9. Zherdeva O.V. K voprosu formirovaniia i otsenki marketingovogo potentsiala territorii. *Izvestiia Sankt-Peterburgskogo universiteta ekonomiki i finansov*, 2007, 2, pp. 237–240. URL: <http://elibrary.ru/item.asp?id=12689821> (10.04.2014).
10. Zalkind L.O. Voprosy zhilishchnoi politiki na mestnom urovne. *Ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny: fakty, tendentsii, prognoz*, 2010, 1, pp. 92–98. URL: <http://elibrary.ru/item.asp?id=13081727> (10.04.2014).
11. Ismailov M.I. Ekonomiko-sotsial'nye aspekty i perspektivy regional'noi zhilishchnoi politiki Rostovskoi oblasti. *Terra Economicus*, 2008. T. 6. No 4–2. Pp. 329–331. URL: <http://elibrary.ru/item.asp?id=18757414> (10.04.2014).
12. Kovaleva L.M. Problemy realizatsii gosudarstvennoi zhilishchnoi politiki v Brianskoii oblasti i perspektivy ikh resheniia. *Vestnik Brianskogo gosudarstvennogo universiteta*, 2011, 3, pp. 93–96. URL: [http://www.brgu.ru/bank/zhurnal/vestnik\\_3.pdf](http://www.brgu.ru/bank/zhurnal/vestnik_3.pdf) (06.04.2014).
13. Kolomeitseva M.A. Zhilishchnaia obespechennost' kak odin iz osnovnykh faktorov uluchsheniia kachestva zhizni naseleniia. *Sotsial'no-ekonomicheskie iavleniia i protsessy*, 2010, 6, pp. 83–86. URL: <http://elibrary.ru/item.asp?id=15539039> (10.04.2014).
14. Krygina A.M. Perspektivy razvitiia regional'noi sotsial'noi zhilishchnoi politiki. *Fundamental'nye issledovaniia*, 2013, 4-4, pp. 812–817. URL: <http://elibrary.ru/item.asp?id=18860616> (10.04.2014).

15. *Ministerstvo ekonomiki Nizhegorodskoi oblasti* [Ofitsial'nyi sait]. URL: <http://minec.government-nnov.ru/> (12.02.2014).
16. Morozova T.I. Issledovanie regional'noi struktury rynkov zhil'ia v Privolzhskom federal'nom okruge. *Regional'naiia ekonomika: teoriia i praktika*, 2012, 2, pp. 56–60. URL: <http://www.fin-izdat.ru/journal/region/detail.php?ID=47478> (06.04.2014).
17. Nepomniashchii A.M. Osobennosti realizatsii zhilishchnoi politiki gosudarstva na munitsipal'nom urovne. *Gosudarstvennoe i munitsipal'noe upravlenie. Uchenye zapiski SKAGS*, 2013, 1, pp. 32–39. URL: <http://elibrary.ru/item.asp?id=19049630> (12.04.2014).
18. Sabirdzhanov F.R. Zarubezhnyi opyt finansovogo obespecheniia zhilishchnoi politiki. *Vestnik Saratovskogo gosudarstvennogo sotsial'no-ekonomicheskogo universiteta*, 2011, 4, pp. 127–131. URL: <http://elibrary.ru/item.asp?id=17009616> (12.04.2014).
19. Sabirov I.S., Murafa A.A., Karimova M.A. Otsenka ekonomicheskogo mestopolozheniia v proektakh developmenta. *Izvestiia Kazanskogo gosudarstvennogo arkhitekturno-stroitel'nogo universiteta*, 2011, 2 (16), pp. 295–298. URL: <http://elibrary.ru/item.asp?id=16451769> (08.04.2014).
20. Smirnova O.P. Primenenie sistemnogo podkhoda k formirovaniu osnovnykh napravlenii zhilishchnoi politiki regiona. *Sbornik nauchnykh trudov vuzov Rossii «Problemy ekonomiki, finansov i upravleniia proizvodstvom»*, 2011, 30, pp. 49–53. URL: <http://elibrary.ru/item.asp?id=17706761> (11.04.2014).
21. Shelikhova E.V., Gladkaia E.D. Mekhanizmy finansovogo obespecheniia kontseptsii zhilishchnogo stroitel'stva. *Ekonomika stroitel'stva i gorodskogo khoziaistva*. 2007. T. 3. No 3. Pp. 121–126. URL: <http://elibrary.ru/item.asp?id=13104122> (14.04.2014).