

Вестник Евразийской науки / The Eurasian Scientific Journal <https://esj.today>

2024, Том 16, № s5 / 2024, Vol. 16, Iss. s5 <https://esj.today/issue-s5-2024.html>

URL статьи: <https://esj.today/PDF/09FAVN524.pdf>

5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (экономические науки)

Ссылка для цитирования этой статьи:

Огородник, Я. С. Экономические вызовы и жилищные стратегии: взгляд студентов Финансового университета на ипотеку / Я. С. Огородник // Вестник евразийской науки. — 2024. — Т. 16. — № s5. — URL: <https://esj.today/PDF/09FAVN524.pdf>

For citation:

Ogorodnik Ya.S. Economic challenges and housing strategies: financial university students' views on mortgages. *The Eurasian Scientific Journal*. 2024;16(s5): 09FAVN524. Available at: <https://esj.today/PDF/09FAVN524.pdf>. (In Russ., abstract in Eng.)

УДК 338

Огородник Ярослав Сергеевич

ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», Москва, Россия
E-mail: yaroslavogorodnik@mail.ru

Научный руководитель: **Капустина Надежда Валерьевна**

ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», Москва, Россия
Профессор кафедры «Экономической безопасности и управления рисками»
Доктор экономических наук, доцент
E-mail: NVKapustina@fa.ru
РИНЦ: https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=584779

Экономические вызовы и жилищные стратегии: взгляд студентов Финансового университета на ипотеку

Аннотация. Статья посвящена анализу жилищных стратегий молодых москвичей, сфокусированных на понимании причин популярности ипотеки среди этой группы населения. Исследование рассматривает факторы, влияющие на выбор молодых людей в пользу ипотечного кредитования, и анализирует их мотивацию, ожидания и страхи, связанные с ипотекой. В статье изучаются социально-экономические факторы, влияющие на принятие решения о получении ипотеки, включая уровень доходов, цены на жилье, доступность кредитования и систему государственной поддержки. Кроме того, исследуется влияние культурных и психологических факторов, таких как традиционные представления о собственной недвижимости, страх отставания от сверстников и стремление к улучшению качества жизни. Статья предлагает оценку преимуществ и рисков ипотечного кредитования для молодых москвичей и дает рекомендации по улучшению жилищной политики, направленной на обеспечение доступа к собственному жилью для этой группы населения. Автор акцентирует внимание на том, что изучение потребителей — один из наиболее востребованных видов исследований, ведь именно потребители, покупая товары компании, приносят ей прибыль. Неудивительно, что потребитель находится в центре внимания всех исследователей. Изучая своих клиентов, их желания, предпочтения, продавцы товаров и услуг могут предложить им то, в чем они нуждаются. При этом они смогут удовлетворить потребности своих клиентов. При выборе метода сбора данных исследование было проведено путем анализа мнений экспертов, то есть студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации. Для сбора данных будут использованы методы интервьюирования и анкетирования экспертов, а также анализ статистических данных и научной литературы.

Ключевые слова: молодежь; жилищные стратегии; ипотека; кредитование физических лиц; рост цен на недвижимость; аренда жилья; государственные программы; льготная ипотека; рынок недвижимости

Введение

Студенты, как и другие социальные группы, являются одним из самых важных механизмов даже не только в экономической, но и в других сферах общественной жизни, как политическая, социальная и т. д. Жилищная проблема касается каждого человека, в том числе и студентов, которым предстоит столкнуться с этим. Так, они формируют жилищные стратегии, в которых заключается анализ рынка недвижимости в Москве в поисках выгодного жилья. Проблема заключается в том, что в Москве наблюдается высокий рост цен на недвижимость, также учитывая не выгодный съём жилья, после чего большинство студентов решают брать ипотеку.

В целом, жильё является одним из необходимых элементов государства, который непосредственно связан с уровнем социальной жизни населения и отражает социальную политику страны. Также, здесь затрагиваются государственные программы, в том числе ипотечные, которых, к сожалению, не так много в нашей стране. Проблема «Жилищных стратегий москвичей: почему молодые люди говорят «да» ипотеке?» имеет социальную значимость, ведь исторически жилищная проблема всегда существовала и охватывала все социальные группы, включая студенческую молодёжь.

Данная проблема отражает глобальные нежелательные явления, это такие последствия как отсутствие жилищных стратегий молодых людей, не контролируемый уровень инфляции на недвижимость, не принятые меры государством по жилищной поддержке (добавление льготных ипотечных программ), плохая социально-жилищная политика московского региона и снижение уровня жизни в нём. Также, это аморальное поведение, девиация и демотивация, которые могут повлиять на студентов г. Москвы и представителей молодёжи в целом.

Актуальность выбранной темы заключается в том, что исследование может помочь легче понять и проанализировать важность жилищных стратегий студентов в московском регионе, решение многих социально-жилищных проблем посредством данной социальной группой и определение их мыслей и стратегий касательно ипотечного кредита.

Цель исследования: понять и дать ответ на вопрос: «Почему молодые люди говорят «да» ипотеке?» чтобы определить жилищные стратегии студентов, почему они берут ипотеку и для каких целей, что также может помочь разработать перспективные программы государством в целях поддержки населения.

Теоретическим объектом исследования являются студенты Финансового университета г. Москвы, как целая социальная группа. Жилищные стратегии москвичей.

Эмпирическим объектом исследования являются студенты Финансового университета г. Москвы, которые имеют уже какие-то мысли, жилищные стратегии, также опыт со съёмом жилья и ипотекой.

Предметом исследования являются особенности (факторы) жилищных стратегий москвичей на примере студентов Финансового университета при правительстве Российской Федерации.

1. Методы и материалы

Проведение исследования через качественные или количественные методы с помощью таких инструментов, как опросы или глубинные интервью, позволяет определить мнение и выбор информанта, изучить плюсы и минусы ипотечного кредита. Особенно через глубинное

интервью можно наблюдать за эмоциональной составляющей человека, так и узнать его опыт и будущие стратегии.

Метод глубинного интервью обладает многими достоинствами, как упоминалось ранее: наблюдение за эмоциями опрошенных, получение более подробной новой информации, где можно узнать, с какими ситуациями или проблемами сталкивался человек, возможность задать дополнительные вопросы и т. д.

Проанализировав концептуальную модель исследования, было проведено глубинное интервью в период с марта 2024 г. по апрель 2024 г., где были заданы вопросы информантам по теме курсового проекта. Выборка является репрезентативной, в неё включены как информанты мужского, так и женского пола в диапазоне 18–25 лет. Поиск информантов проводился через социальные связи либо нахождением случайных индивидов в Финансовом университете. Глубинное интервью включает в себя темы для обсуждения:

1. Знания и представления информантов об ипотеке.
2. Планирование жилищных стратегий студентами.
3. Анализа рынка недвижимости и мнение экспертов.
4. Рассмотрение рефинансирования ипотеки.

Выборка экспертов исследования формировалась через следующие критерии:

- a. Обладают или имеются у индивида жилищные стратегии (в случае если у индивида не имеются жилищные стратегии, это было бы не информативным для исследования).
- b. Изучение его отношения к ипотеке, а также его намерений по отношению к ипотечному кредиту (анализ того, брал ли индивид ипотеку, либо планирует взять в будущей перспективе).
- c. Обладают ли эксперты мнением или анализом рынка недвижимости (в случае если информант не делился мнением в блоке рынка недвижимости, такое глубинное интервью является не информативным).
- d. Изучение у индивидов отношение к рефинансированию ипотеки (определение рефинансирования давалось в глоссарии, в случае если опрошенный не хотел отвечать на вопрос или умышленно пропускал блок о рефинансировании, то такое интервью являлось не информативным).

При проведении беседы с экспертами все глубинные интервью были записаны на диктофон в целях для интерпретации и анализа результатов посредством метода транскрипции интервью.

Теоретико-методологическую основу исследования составили публикации следующих авторов: Е. А. Ремезова, И.В. Сухорукова [1], А.В. Кияшко [2], А.М. Коротков [3], Д.Д. Иванов [4], А.И. Амиров, Р.М. Сиразетдинов [5], Л.А. Лейфер, А.А. Аюбян [6], В.В. Пухова [7], Л.Р. Туктарова, С.Д. Лунева [8], Л.М. Капустина, Т.Л. Сысоева [9], А.В. Вавилина, П.В. Ханенков, А.П. Цыпин [10].

2. Результаты и обсуждения

Социология потребления прежде всего обуславливается через консьюмеризм. Здесь имеет место быть спрос на выгодную ипотеку жилья и формирование жилищных стратегий. Область социологии потребления исследует прежде всего поведение человека. Также, данная

область соприкасается с другими науками о человеке и обществе — экономика, психология, социология и т. д.

Есть несколько методов исследования мнения потребителей:

1. Наблюдения.
2. Опросы.
3. Глубинные интервью
4. Проективные методики.
5. Фокус группы (специально направленные и созданные для исследования группы).

В процессе разработки продуктов или услуг критически важно учитывать разнообразные личностные характеристики потребителей. Пол, возраст, социальный статус, настроение и привычки формируют уникальные профили целевых групп. В частности, в контексте анализа причин, по которым молодежь проявляет интерес к ипотечным услугам, соответствующие характеристики возрастных и социальных групп, а также пол начинают играть ключевую роль.

Один из аспектов потребительского поведения, который не следует упускать из виду, — это психология покупателя. Стремление удовлетворить базовые потребности, и жажда реализации желаний становятся основными двигателями потребительских решений. Для маркетологов и бизнесменов понимание этих мотивов имеет первостепенное значение. Если покупка направлена на удовлетворение основных потребностей, то мотивы этой категории потребителей довольно очевидны. Однако исследование мотивов желаний требует более глубокого анализа, так как они могут быть многослойными и сложными.

Согласно ряду исследований, женская аудитория в значительной степени доминирует в сферах покупок, поскольку именно женщины чаще всего отвечают за решения в семейной экономике. Это накладывает отпечаток на рекламные стратегии, которые ориентируются преимущественно на женское восприятие. Возрастные особенности также имеют большое значение: в зависимости от целевой аудитории маркетологи выбирают разные подходы. Для детских товаров актуальна психология детей, для модной одежды — молодых людей, а для бытовой техники и продуктов питания — взрослых. Молодежь и молодые семьи, как правило, составляют значительную часть спроса на ипотеку и аренду жилья, что обуславливает необходимость адаптации предложений под их потребности.

При этом потребители с низким и средним доходом, такие как студенты, акцентируют внимание на цене в первую очередь, хотя качество также играет свою роль в их выборах, что создает контекст, в котором ценовая доступность становится решающим фактором.

Некоторые мотивы хорошо понятны и очевидны. Базовые потребности таких, как получение пищи или воды, всегда будут актуальны и требуют минимальной интерпретации с точки зрения маркетинга. Эти мотивы называют заявленными, так как они напрямую связаны с характеристиками товара или услуги. В случае с покупкой жилья или ипотекой на первый план выходит понятная потребность в крыше над головой.

Важно помнить, что потребители, обладая разнообразными личными и социальными мотивами, выбирают не только товары или услуги, но целенаправленно стремятся к удовлетворению своих желаний и решению актуальных задач. Таким образом, понимание потребительских мотивов должно быть многоуровневым и комплексным, чтобы обеспечить наиболее эффективные подходы к ведению бизнеса и маркетинговым стратегиям.

Надо отметить, что в основе всех потребляемых товаров и услуг людьми выступают чувства и эмоции человека. Если рассматривать разделение эмоций Пола Экмана, то он выделял следующие: радость, печаль, злость, интерес, отвращение, страх и удивление. Все эти эмоции, которые я описал выше, являются основой наших разнообразных и чувственных переживаний, что говорит о поведенческой экономике (бихевиоризме). Прежде чем приступать к формированию предпринимательской или маркетинговой стратегии, надо сначала понять, как устроено мышление людей. Например, предлагая клиенту подарок или специальное предложение, хороший способ вызвать у человека положительные эмоции, общение с ним и осуществить продажи.

Говоря об ипотеке, то прошлый 2023 год стал рекордным для рынка ипотечного кредита, об этом пишет РБК. Были оформлены жилищные кредиты на сумму 7,8 триллионов рублей. Но банки ужесточили оформление ипотеки для россиян. Теперь ключевая ставка ЦБ в конце прошлого года поднялась до 16 %, минимальный первоначальный взнос составил не менее 30 % и банки ввели комиссии для застройщиков при выдаче ипотеки по всем льготным программам. Также, скоро истекают две популярные льготные программы — выдача семейной ипотеки и ипотека с государственной поддержкой (1 июля 2024 года). Эксперты РБК считают, что в России, как и в Москве, необходимы новые ипотечные программы для определённых возрастных и профессиональных групп, в поддержке которых заинтересовано государство. Многие представители молодёжной группы отказываются заключать брак и заводить детей из-за отсутствия своего постоянного жилья, а также, некоторые считают, что наличие недвижимости — это главное условие, которое должно быть при вступлении в брак. Эксперты РБК прогнозируют, что в этом году будет заметное снижение темпов кредитования по сравнению с прошлым годом. Можно отметить некий тренд на переселение и проживание в крупных городах, где невыгодная и недоступная ипотека выступает против этого тренда.

Министр финансов Антон Силуанов оценил, что расходы бюджета на продление программы семейной ипотеки до 2030 года прогнозируются на уровне 1,5 трлн рублей. Если говорить про этот год, то расходы бюджета составят 260 млрд рублей. И как отметил министр финансов, ипотека является одним из основных инструментов для улучшения жилищных условий граждан, что свидетельствует о необходимости в дальнейшем новых государственных программ.

Таким образом, мы видим, что изучение потребителей — один из наиболее востребованных видов исследований, ведь именно потребители, покупая товары компании, приносят ей прибыль. Неудивительно, что потребитель находится в центре внимания всех исследователей. Изучая своих клиентов, их желания, предпочтения, продавцы товаров и услуг могут предложить им то, в чем они нуждаются. При этом они смогут удовлетворить потребности своих клиентов.

К психологическим факторам потребления относятся свойства личности и психические процессы, сюда же можно отнести психические состояния и вид деятельности, посредством которых личность реагирует на влияние культуры, социальных групп, тренды, хайп, рекламу и т. д. То есть, психологические факторы являются ключевым аспектом влияния других групп факторов.

Также, здесь надо учитывать и психологические особенности личности, которые оказывают влияние на потребление. Итогом этого влияния становятся будущие намерения потребителя относительно товара, его лояльность, вектор ощущений от потребления, которыми он поделится с другими людьми.

Подводя итоги, социология потребления подразумевает и во многом определяет отношения между продавцами и покупателями, восприятие и понимание товаров.

Опираясь на глубинное интервью, можно будет оценить и проанализировать желание студентов брать ипотеку, либо же наоборот, отказ от ипотеки. Некоторые из индивидов предпочтут съём жилья или покупку недвижимости, также стоит обратить внимание на оценку рынка недвижимости глазами молодёжи.

В первую очередь, говоря об ипотеке и проанализировав полученные данные с глубинного интервью, можно выделить две группы индивидов, которые выражают своё отношение к ипотеке (рис. 1):



Рисунок 1. Отношение молодежи к ипотеке (составлено автором)

Отвечая на вопрос: «Стали бы вы брать ипотеку в перспективе (в будущей жилищной стратегии?)», информанты дали следующие ответы:

- а) либо не стали брать вообще;
- б) взяли бы ипотеку в будущей перспективе;

На примере ответов респондентов можно понять:

1. «Ну если брать примерно мне в своей ситуации, я бы на данный момент, если бы была бы возможность взять ипотеку, я бы наверное все-таки взял на дальнейшую перспективу».
2. «Все зависит от обстоятельств, думаю, что да».

Противоположный ответ:

1. «Ну, я не сторонник ипотек, не любитель быть кому-то должен. Я бы скорее копил бы и купил бы квартиру, чем взял бы ипотеку».
2. «Конечно, хочется без какой-то ипотеки, без аренды сразу же получить свою квартиру и как в качестве собственности. Но часто варианты ограничены».

Рассматривая вопросы: «Обращали бы вы внимание на банк, у которого собирались брать ипотеку?» и «Если бы вы брали ипотеку, обращали бы вы внимание на ипотечную ставку?», то практически все опрошенные однозначно согласились и дали положительный ответ («На самом деле, в любом случае, если брать, например, тот же самый пример, если брать кредит, все-таки нужно смотреть на оценки отзыва, банк и так далее, подобное, где люди все-таки, наверное, будут более или менее довольны»; «И скорее всего, да, я бы обращал внимание, потому что у каждого банка все-таки есть какие-то плюсы, какие-то минусы»; «Ну ипотечную ставку, ну естественно, да, неохотно тоже, конечно, переплачивать какие-то лишние деньги»).

Обращая внимание на вопрос: «Вы бы сами оплачивали ипотеку или с родителями? Совместно?», большинство опрошенных дали ответ самостоятельно, то есть без чьей-либо помощи («Конечно, сам. Сейчас я живу и буду чем-то оплачивать ипотеку. Если буду брать её.»)

На вопросы «Как вы думаете, на что чаще всего опираются клиенты при выборе ипотеке?» и «Как вы думаете, с какими трудностями или проблемами сталкиваются или могут столкнуться клиенты при выборе ипотеки?», многие информанты дали ответ в форме ипотечной ставки и опоры на банк, у которого собираются брать ипотеку. Отмечая второй вопрос, многие респонденты также выделили выплату денег за ипотеку и не выгодные условия, с которыми может столкнуться индивид:

«— А как вы думаете, на что чаще всего опираются клиенты при выборе ипотеки?

— Возможно, как раз таки на кредитную ставку, ипотечный процент и банк.

— Как ты думаешь, какими трудностями или проблемами сталкиваются, или могут столкнуться к клиенту при выборе и потеке?

— Ну как раз таки при выборе банка, возможно, также оплата ипотеки».

Рассмотрим жилищные стратегии студентов. На вопрос «По вашему мнению, эффективнее и выгоднее брать ипотеку, чем аренда жилья?», большинство опрошенных отметило, что ипотека выгоднее, чем съём жилья, скорее всего это связано с тем, что по итогу выплаты ипотеки, если ещё с выгодной процентной ставкой, индивид станет собственником недвижимости и далее он может ей пользоваться и распоряжаться в своих целях («Зависит, как в этом случае, от конкретного предложения. Потому что если ты нашел какую-то хорошую квартиру для того, чтобы снимать и ты планируешь оставаться в этом месте и проживать в ней всю жизнь до конца, то он понимает, что это будет даже выгоднее. Но в целом ипотека предлагает более выгодные условия»).

Спрашивая у экспертов «Стали бы вы приобретать недвижимость без ипотеки?», то большинство ответило стали, если будут такие возможности или деньги («Смотря, как будет с работой. Если бы я бы подзаработал денег, то, конечно, приятнее овладеть сразу и имеете уже прямо сейчас»; «Ну, я думаю, что, конечно, я бы хотел бы накопить такой капитал, чтобы не задумываться ни про аренду, ни про ипотеку и приобрел бы, так какое-то жильё»; «Стала бы, опять же, все зависит от моего будущего заработка»).

Уделим внимание рынку недвижимости. Задавая вопрос «По вашему мнению, что сейчас происходит с рынком недвижимости в Москве?», стоит отметить, что все высказались про высокие цены как на аренду, так и на стоимость недвижимости и подъём ипотечной ставки в этом году («Я не скажу, что достаточно погружен в эту сферу, но, насколько я слышал, по рассказам, что рынок перегрет, а недвижимость дорожает. В принципе, это происходит на протяжении всей истории, но сейчас она дорожает катастрофически. А съём жилья также, дорожает. Я уже испытал на себе, пока листал сайты, Циан, реклама и т. д.»); «Возможно, очень высокие проценты на ипотеку, как раз, также сложно купить жильё»; «Рынок недвижимости довольно-таки в последнее время был нестабилен, и, как я знаю, рынок недвижимости он только растёт, никогда не падает. И рынок очень сильно, довольно подскочил в своей цене, как бы»; «Ну, все квартиры, апартаменты, жильё, постоянно дорожает, нужно, например, строится метро, соответственно, там, где построили новую станцию метро, автоматически все квартиры, апартаменты удваиваются в цене. Ну, много разных предложений есть разные жильё и комплексы, куча интересных районов, но, конечно, что касается цены, то ситуация грустная»).

Захватывая вопрос «Связали бы свою будущую деятельность со сферой недвижимости (например, сдавали бы квартиру жильцам)?», практически все информанты связали бы с этим свою деятельность, либо занимались этим в будущей перспективе («Это очень привлекательный вариант. Ну и в жизни, я думаю, каждый бы с удовольствием сдавал бы три квартиры в центре Москвы и в жизни доходы никогда не помешают, но все опирается в банальную проблему и надо эти три квартиры сначала занять»; «Ну, конечно, я думаю, что это очень эффективно, у тебя имеется допустим, каких-то три апартамента и квартиры, и ты

допустим, их сдаешь и имеешь с этого пассивный доход, то, конечно, это очень привлекательно, и как раз одна из сфер, которую мы рассматривали, это приобрести какое-то вот жильё или даже несколько, и сдавать их такое жильё и получать пассивный доход, либо в дальнейшем продажа. Поэтому, я думаю, что вполне я бы связал»).

Перейдем к рассмотрению рефинансирования ипотеки. К вопросу «Стали бы вы рефинансировать свою ипотеку на длительный срок, чтобы снизить итоговую стоимость жилья и уменьшить переплату по ипотеке?», где определение рефинансирования дано в глоссарии, информанты подошли к этому вопросу не однозначно, какая-то часть индивидов считает, что рефинансирование выгодно, опираясь на условия рефинансирования ипотеки, другая часть смотрит в сторону того, что рефинансирование не является выгодным и это также зависит от процента самой ипотеки и условий нового договора об ипотеке:

1. «Звучит выгодно, да, конечно, надо мне знакомиться, проконсультироваться у какого-то хорошего финансового менеджера, и последний раз выплатить».

2. «Ну, конечно..., да, вообще люди стараются либо там снизить итоговую стоимость и уменьшить там переплату. Поэтому я на нее реально бы на это согласился».

Другая точка зрения:

1. «Мне кажется нет, потому что с моей точки зрения все-таки ипотека, это все-таки какая-то нагрузка на человека, не только в плане финансов, но и моральное, потому что все то давление, которое приходит на человека, из-за того, что на нем висит какой-то груз мало того, что ты должен выплачивать какие-то деньги банку, это все-таки моральное нагрузка и человека это очень сильно подкашивает, и он от этого может просто выгореть».

2. «Если бы мне были выгодные условия, то, возможно, да. А если нет, то тогда я уже оставил все как есть и продолжал выплачивать ипотеку, которую уже брал».

3. «Мне кажется, я не стал бы ее рефинансировать. Тут смотря, какие выгодные условия. Да, если на выгодных условиях, конечно».

Выводы

В заключении стоит отметить, что жилищные стратегии москвичей, как и студентов нужно рассматривать как с одной, так и с другой точки зрения. Надо выделить, что для успешной реализации своей жилищной стратегии необходимо подходить обдуманно к данному вопросу, составить план, выделять различные методы, благодаря которым и строится ваша тактика будущего жилья. Также необходимо понимать, в каких целях вы приобретаете жильё, с целью сдавать её в аренду, либо для собственного проживания в ней или получение инвестиций с жилья и успешная продажа. Здесь предложены практические рекомендации по формированию жилищных стратегий у москвичей, в особенности это касается студентов (рекомендации представлены в форме составленного плана и были созданы на основе эмпирических данных курсовой работы):

1. Отсутствие какого-то заработка или дохода у человека, то первоначально надо спланировать и создать себе график, который был бы удобен индивиду. В особенности это касается студентов, у которых отсутствует общежитие, им надо продумать свои часы так, чтобы успевать обучаться в высшем учебном заведении и работать. Если рассматривать работу, то можно опираться на дистанционный формат. Только после этого можно рассматривать съём жилья (также надо учитывать такие факторы как транспорт, метро, наличие поблизости магазинов, торговых центров и прочее).

2. Если у индивида имеется уже работа и у него есть постоянный доход, то здесь уместна финансовая стратегия откладывания «лишних денег» для накопления капитала. После, капитал можно будет целесообразно инвестировать в своих целях, как например, накопить на ипотеку, либо открыть свой бизнес, чтобы после увеличить свой доход прибылью и накопить на недвижимость (все шаги лучше выполнять с советами взрослых либо с людьми, у которых уже имеется опыт в этой сфере).

3. Когда вы накопили определённую сумму, то одним из потенциальных вариантов будет ипотека, которая по итогу будет выгоднее, чем съём жилья, так как недвижимость по итогу оплаты будет принадлежать именно вам. Но здесь также важно учесть несколько факторов одним из которых является ипотечная ставка. Лучше рассчитать свою ипотеку с помощью приложения (ипотечный калькулятор), которое покажет сколько в результате вы переплатите за ипотеку за определённый период. Также, такое приложение посоветует вам выбрать банк с самой выгодной для вас ипотекой, либо даже найдёт программу лояльности, либо специальную программу по ипотеке. Проанализировав, индивид сам должен задуматься, выгоден ли ему ипотечный процент и условия, которые предоставляются банком, возможно, стоит взять ипотеку в следующем году, спрогнозировав снижение ипотечной ставки. Все данные шаги плана опять же стоит реализовывать с консультацией своих родных и близких, знакомых, люди, которые знают и имеют опыт в сфере недвижимости, а в крайнем случае можно обратиться к специалисту либо финансовому менеджеру. Как напоминание, внимательно читать договор и его условия по ипотеке, что и касается съёма жилья, приобретения недвижимости и т. д.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ремезова, Е.А. Исследование взаимосвязующих фондового рынка и рынка недвижимости / Е.А. Ремезова, И.В. Сухорукова // Современные аспекты экономики. — 2021. — № 4(284). — С. 58–66. — EDN OSNKAR.
2. Кияшко, А.В. Экономическая оценка эффективности инвестирования в фондовый рынок и рынок жилой недвижимости / А.В. Кияшко // Инновации. Наука. Образование. — 2021. — № 48. — С. 113–121. — EDN SCVYXL.
3. Коротков, А.М. Общие черты и различия в развитии рынка недвижимости и рынка капитала / А.М. Коротков // Скиф. Вопросы студенческой науки. — 2023. — № 9(85). — С. 93–98. — EDN BXIXCZ.
4. Иванов, Д.Д. Экономический анализ состояния и оценка развития инвестиционно-строительного рынка и рынка недвижимости Московской области / Д.Д. Иванов // Вестник евразийской науки. — 2023. — Т. 15, № 54. — EDN DNPEGS.
5. Амиров, А.И. Основные тенденции развития инвестиционно-строительного рынка и рынка недвижимости в республике Татарстан / А.И. Амиров, Р.М. Сиразетдинов // Экономика строительства и жилищно-коммунального хозяйства. — 2023. — № 2(3). — С. 5–12. — EDN HCUUUR.
6. Лейфер, Л.А. Методы анализа состояния рынка недвижимости: индикаторы рынка и характеристики ликвидности объектов / Л.А. Лейфер, А.А. Аюбян // Имущественные отношения в Российской Федерации. — 2023. — № 6(261). — С. 20–36. — EDN LDDKYF.

7. Пухова, В.В. Система развития первичного рынка жилой недвижимости в условиях проектного финансирования / В.В. Пухова // Известия Байкальского государственного университета. — 2021. — Т. 31, № 1. — С. 90–97. — DOI 10.17150/2500-2759.2021.31(1).90-97. — EDN VJSUGN.
8. Туктарова, Л.Р. Влияние факторов внешней среды на уровень арендной платы рынка коммерческой недвижимости / Л.Р. Туктарова, С.Д. Лунева // Проблемы развития предприятий: теория и практика. — 2022. — № 1-1. — С. 249–254. — DOI 10.46554/PEDTR-21-2022-1-pp.249. — EDN AUZOHR.
9. Капустина, Л.М. К вопросу о разработке коммуникационных инструментов для продвижения на рынке недвижимости / Л.М. Капустина, Т.Л. Сысоева // Естественно-гуманитарные исследования. — 2022. — № 44(6). — С. 428–430. — EDN PDMHWU.
10. Вавилина, А.В. Статистический анализ динамики стоимости квартир на вторичном рынке жилой недвижимости города Москвы / А.В. Вавилина, П.В. Ханенков, А.П. Цыпин // Регион: системы, экономика, управление. — 2023. — № 1(60). — С. 165–172. — DOI 10.22394/1997-4469-2023-60-1-165-172. — EDN HUIJMOK.

Ogorodnik Yaroslav Sergeevich

Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia
E-mail: yaroslavogorodnik@mail.ru

Academic adviser: **Kapustina Nadezhda Valerievna**

Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia
E-mail: NVKapustina@fa.ru

RSCI: https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=584779

Economic challenges and housing strategies: financial university students' views on mortgages

Abstract. The article is devoted to the analysis of housing strategies of young Muscovites, focused on understanding the reasons for the popularity of mortgages among this population group. The study examines the factors influencing the choice of young people in favor of mortgage lending, and analyzes their motivation, expectations and fears related to mortgages. The article examines the socio-economic factors influencing the decision to obtain a mortgage, including income levels, housing prices, access to credit and the system of state support. In addition, the influence of cultural and psychological factors, such as traditional ideas about one's own real estate, fear of falling behind peers and the desire to improve the quality of life, is being investigated. The article offers an assessment of the benefits and risks of mortgage lending for young Muscovites and provides recommendations for improving housing policy aimed at ensuring access to their own housing for this population group. The author focuses on the fact that consumer research is one of the most in-demand types of research, because it is consumers who, by buying the company's goods, bring it profit. It is not surprising that the consumer is the focus of attention of all researchers. By studying their customers, their desires, preferences, sellers of goods and services can offer them what they need. At the same time, they will be able to meet the needs of their customers. When choosing the data collection method, the study was conducted by analyzing the opinions of experts, that is, students of the Financial University under the Government of the Russian Federation. Methods of interviewing and questioning experts, as well as analysis of statistical data and scientific literature will be used to collect data.

Keywords: youth; housing strategies; mortgages; lending to individuals; rising real estate prices; rental housing; government programs; preferential mortgages; real estate market