

DOI: 10.17516/2782-2214-0070

EDN: LNGRUL

УДК 339.13

RESEARCH OF REAL ESTATE MARKET PARTICIPANTS

Viktor V. Nikitin*, Andrey V. Voloshin

Siberian Federal University, Krasnoyarsk, Russian Federation

Abstract. The article identifies the main participants of the real estate market, reveals the essence of the participants' activities, their significance in general and specifically for the real estate market. The essence of the primary and secondary real estate markets is revealed. The focus of the scientific article is on the primary real estate market and specifically on the activities of construction organizations or developers. The individual goals of real estate market participants are revealed, the tasks and tools of interaction in the system of market relations are described. The features and methods of interaction of market entities are disclosed and specified. For each market entity, some of the interaction tools that they use in practice are indicated. The criteria of efficiency of activity for each of the participants of the real estate market are defined. The regulatory and technical framework within the framework of the interaction of some of the market entities is given. The author's scheme of interaction of real estate market participants has been developed, which details the specifics of the relationship between the organization and the subjects of the real estate market, such as: the state, real estate buyers, professional participants, sales agencies, consulting and marketing for developers, commercial banks. The reverse influence of real estate market participants on the activities of construction organizations is revealed with the detailing of their interaction tools.

Keywords: real estate, real estate market, primary real estate, construction organizations, developers, interaction of market entities.

Citation: Nikitin, V. V., Voloshin, A. V. (2022). Research of real estate market participants. In: Trade, service, food industry. Vol. 2(4). Pp. 270-280. DOI: 10.17516/2782-2214-0070. – EDN: LNGRUL



ИССЛЕДОВАНИЕ УЧАСТНИКОВ РЫНКА НЕДВИЖИМОСТИ

Виктор Викторович Никитин*, Андрей Владимирович Волошин

Сибирский федеральный университет, Красноярск, Российская Федерация

Аннотация. Определены основные участники рынка недвижимости, раскрыта сущность их деятельности, а также значение в целом и конкретно для указанного рынка. Показана специфика рынков первичной и вторичной недвижимости. Обозначен фокус на рынок первичной недвижимости и конкретно на деятельность строительных организаций или девелоперов. Представлены индивидуальные цели участников рынка недвижимости, описаны задачи и инструменты взаимодействия в системе рыночных отношений. Раскрыты и конкретизированы особенности и методы взаимодействия субъектов рынка, для каждого из которых указаны отдельные инструменты взаимодействия, применяемые ими на практике. Определены критерии эффективности деятельности каждого из участников рынка недвижимости. Приведена нормативно-техническая база в рамках взаимодействия некоторых субъектов рынка. Разработана авторская схема взаимодействия участников рынка недвижимости, в которой детализированы особенности взаимоотношений между организацией и субъектами

© Siberian Federal University. All rights reserved

*Corresponding author E-mail address: nvv130201@mail.ru

рынка недвижимости, такими как государство, покупатели недвижимости, профессиональные участники, агентства по продажам, консалтинг и маркетинг для девелоперов, коммерческие банки. Раскрыто обратное влияние участников рынка недвижимости на деятельность строительных организаций с детализацией инструментов их взаимодействия.

Ключевые слова: недвижимость, рынок недвижимости, первичная недвижимость, строительные организации, застройщики, девелоперы, взаимодействие субъектов рынка.

Цитирование: Никитин, В. В. Исследование участников рынка недвижимости / В. В. Никитин, А. В. Волошин // Торговля, сервис, индустрия питания. – 2022. – № 2(4). – С. 270-280. – DOI: 10.17516/2782-2214-0070. – EDN: LNGRUL



Введение. Недвижимость играет важную роль как в жизни современного человека, так и в деятельности бизнеса. Выступая предметом потребления для одних субъектов и средством производства для других, недвижимость занимает важное место среди элементов рыночной экономики. Рынок недвижимости является частью национального богатства России. Государство отслеживает состояние дел на нем и разрабатывает специальные программы по его развитию [1, 2].

Рынок недвижимости включает в себя комплекс правовых, культурных, экономических отношений, связанных с распределением, обменом или потреблением недвижимого имущества [3]. Для него характерны все те экономические категории, которые встречаются на любом другом рынке: спрос, предложение и цена. Представляют данные категории участники рынка недвижимости.

Материалы и методы. Теоретической основой данного научного исследования выступили труды следующих авторов: Н. В. Журавлев, Г. Б. Дергачев, А. Н. Асаул, П. Г. Грабовый, В. А. Горемыкин, Г. А. Брюханов, Т. В. Власенко, В. А. Афанасьев, А. И. Солоунский, А. И. Трушкевич, М. А. Гладких, А. В. Татарова, Н. Е. Симонова, Г. М. Стерник, М. А. Берстнев, Ю. В. Давиденко, С. А. Хамдамбеков, Н. Б. Лубсанова, С. Г. Захарова, В. Н. Хлыстун, С. Н. Лугуева, Т. В. Чибикова, Н. А. Бреславцева, В. А. Горемыкин. Нормативно-правовой базой в рамках исследования взаимодействия участников рынка недвижимости выступили следующие источники: Градостроительный кодекс Российской Федерации, Государственная программа «Обеспечение доступным и комфортным жильем, Единый государственный реестр недвижимости.

Полученные результаты и их обсуждение. Исследование взаимодействия участников рынка будет сконцентрировано на действии одного из субъектов, каковым выступают строительные организации. Предметом исследования станут экономические отношения, возникающие между участниками рынка недвижимости: строительными организациями, государством, покупателями недвижимости, профессиональными участниками, агентствами по продажам, коммерческими банками, а также консалтингом и маркетингом для девелоперов. Рассмотрим перечисленных участников подробнее.

Строительная организация (предприятие) – это производственная система, во главе которой находится управляющий субъект, организующий работу по возведению объектов недвижимости [4]. На практике к деятельности строительного предприятия часто привлекаются профессиональные организации, которые специализируются на выполнении какой-либо определенной работы в рамках производственного процесса. Деятельность застройщиков во многом регламентируется государством. Процесс возведения объекта недвижимости обеспечивается соблюдением СНиПов, а отношения, связанные с землей, на которой строится здание, регулируется кадастровыми органами.

Государство существенно влияет не только на застройщиков, но и на рынок недвижимости в целом: осуществляет правовое регулирование деятельности участников рынка недвижимости, обеспечивает нормативно-техническое регулирование стороны возведения объектов жилого и нежилого имущества, а также осуществляет правовую и экономическую поддержку участников рынка. Реализация программы «Льготной ипотеки» в 2021 году привела к ощутимым последствиям на рынке – многократно увеличился спрос, а за ним и цены на жилье. В итоге некоторые покупатели выгодно приобрели, а некоторые продали свое имущество.

Под покупателями недвижимости подразумеваются физические или юридические лица, которые приобретают право собственности на жилую или нежилую недвижимость с целью ее эксплуатации [5]. В процессе отношений, возникающих при покупке недвижимости, покупатель может меняться. Это может быть физическое лицо, приобретающее недвижимость в собственность, или инвестор, который ставит строительной организации задачу и финансирует возведение объекта, или же коммерческие банки, которые берут на себя посредническую роль между «покупателем» и «продавцом». Взаимодействие покупателя с объектом недвижимости может привести к возникновению особых ситуаций, поиск решений в которых не обойдется без привлечения профессиональных участников.

Профессиональные участники рынка реализуют свои услуги для удовлетворения специфической потребности покупателей при операциях с имуществом. Специфика обусловлена вариативностью операций с недвижимостью. К таким участникам относятся: оценщики, юридические фирмы, специализирующиеся на недвижимости, риелторы, биржи недвижимости, страховые компании и др. Особенность деятельности этих участников в том, что они оказывают услуги преимущественно «покупателям» [6].

Агентства по продажам обеспечивают выполнение цели строительных организаций – получение прибыли, стимулируя свою деятельность процентом от полученной прибыли застройщика. Существует модель, при которой агентство получает фиксированный доход за выполнение задач, но опять же, он обеспечен прибылью строительной организации. Главным инструментом данных участников рынка является отдел продаж, в котором осуществляются прямые продажи. Результаты деятельности этих агентств четко измеримы – количество совершенных сделок, количество привлеченной прибыли, уровень торга и др. [7, 8].

Консалтинг и маркетинг для девелоперов – это агентства, которые могут выполнять различные маркетинговые и управленческие задачи в рамках организации системы продаж. Зачастую роль этих участников заключается в комплексном брендинге для уникальных строящихся проектов, но бывают и другие задачи. Например, разработка сайтов, обучение отдела продаж, внедрение CRM-системы, Digital-продвижение и др. [9].

Коммерческие банки играют особую роль на рынке недвижимости, выполняя функцию некоего финансового трамплина для покупателей. Их цель – получение максимально возможной маржинальной прибыли от своей деятельности. Это достигается посредством выдачи специального кредита – ипотеки. Стоит отметить, что на деятельность банков влияет государство – за счет государственных программ, а также через регулирование ключевой ставки ЦБ РФ [10, 11, 12].

Участники рынка недвижимости взаимодействуют между собой в рамках многогранной системы. Каждый из участников ведет свою деятельность с конкретной целью, решает определенные задачи с использованием доступных ему инструментов и определяет эффективность деятельности по критериям. Описание данных категорий даст понять особенности функционирования и взаимодействия субъектов рынка (табл. 1).

Таблица 1. Участники рынка недвижимости
Table 1. Real estate market participants

Участник рынка недвижимости	Цель	Задача	Инструмент взаимодействия	Критерии
1	2	3	4	5
Государство	Удовлетворение потребностей экономики и населения в жилом и нежилом недвижимом имуществе	1. Правовое регулирование деятельности участников рынка недвижимости	1. Нормативно-правовая база, регулирующая деятельность участников рынка недвижимости	Объем ввода кв.м. жилого и нежилого имущества. Количество ветхого жилья, требующего расселения. Жилищная обеспеченность населения. Количество кв.м. на рынке вторичного жилья
		2. Нормативно-техническое регулирование стороны возведения объектов жилого и нежилого имущества	2. Технологических стандарты. Контроль за их соблюдением. Система мониторинга Росстройнадзор	
		3. Правовая и экономическая поддержка участников рынка	3. Государственная программа «Обеспечение доступным и комфортным жильем...», ФЗ-214, ФЗ-218, государственная программа «Молодая семья», льготная ипотека	
Строительные организации	Получение прибыли	1. Возведение объектов жилой и нежилой недвижимости	1. Организация строительных работ самостоятельно, с привлечением подрядчиков, или по смешанной схеме	Прибыль за отчетный период, показатели доходности, показатели затрат. Показатели рентабельности. Количество сделок на 4-х основных этапах продаж. Количество не проданных квартир после сдачи объекта
		2. Осуществление продажи жилых и нежилых помещений собственными силами, или с привлечением агентств	2. Отдел по продажам в структуре организации или на аутсорсинге	
		3. Обслуживание объектов после сдачи	3. Управляющая компания	

1	2	3	4	5
Агентства по продажам недвижимости	Получение процента с прибыли от продаж недвижимости	1. Поиск клиента и заключение сделки об оказании услуг по продаже недвижимого имущества	1. WOM-маркетинг, тендерные торги, ABM-маркетинг, различные инструменты Digital-маркетинга	Прибыль за отчетный период, показатели доходности, показатели затрат. Количество сделок на 4-х основных этапах продаж. Количество не проданных квартир после сдачи объекта. Доля агентства в структуре прибыли от продаж недвижимого имущества строительной организации. Издержки по организации работы агентства
		2. Организация работы агентства по продажам в соответствии с договором об оказании услуг	2. Организация бизнес-процессов: нормативно-правовая база, регламенты, планы и т.п. Составление планов продаж	
		3. Выполнение плана продаж	3. Договор об оказании услуг	
Профессиональные участники: - оценщики; - риэлторы; - юридические фирмы; - страховые компании; - и др.	Получение дохода посредством оказания посреднических или дополнительных услуг	1. Размещения предложения об оказании услуг в открытых источниках	1. Интернет, широкоформатная реклама, почтовые рассылки, узконаправленный геотаргетинг и т.п.	Количество заключенных сделок с клиентом. Величина дохода
		2. Заключение договора на оказание определенных профессиональных услуг	2. Заключение договора об оказании услуги. Договор подряда. Договор ГПХ	
		3. Оказание профессиональных услуг	3. Оценка стоимости квартиры, Юридическое сопровождение, оформление страховки, подбор квартиры и др.	

1	2	3	4	5
Покупатели недвижимости	Эксплуатация недвижимого имущества. Качественного, соответствующего их требованиям имущества	1. Выбор объекта недвижимости, соответствующего потребительским ожиданиям	1. Интернет, физические и бумажные носители, услуги риэлтеров	Стоимость приобретения недвижимого имущества. Процент, уплаченный профессиональному участнику. Сумма, начисленная к проценту по кредиту
		2. Совершение сделки по приобретению недвижимого имущества	2. Оформление договора купли-продажи. И остальных сопутствующих документов	
		3. Регистрация недвижимости в государственных органах	3. Свидетельство о госрегистрации права собственности. Выписка из ЕГРН	
Коммерческие банки	Маржинальный доход от ипотечного кредитования	1. Прирост кредитного портфеля за счет кредитования	1. Инвестиционная деятельность банка	Чистая процентная маржа, чистая комиссионная маржа, стоимость риска
		2. Получение долгосрочного дохода	2. Выдача большего количества и суммы кредитов	
		3. Привлечение денежных средств физических и (или) юридических лиц	3. Установление высокого процента по вкладу	
Консалтинг и маркетинг для девелоперов	Получение прибыли от оказания услуг	1. Поиск клиента и заключение сделки об оказании услуг по продаже недвижимого имущества	1. WOM-маркетинг, тендерные торги, ABM-маркетинг, различные инструменты Digital-маркетинга	Прибыль за отчетный период, показатели доходности, показатели затрат. Доля агентства в структуре прибыли от продаж недвижимого имущества строительной организации. Издержки по организации работы агентства
		2. Составление перечня работ	2. Организация бизнес-процессов: нормативно-правовая база, регламенты, планы и т.п. Составление маркетингового плана	
		3. Выполнение плана, достижение эффективности заданного порога эффективности	3. Договор об оказании услуг	

Описание участников рынка недвижимости и обозначение сущности их деятельности показывает, что между субъектами существует взаимосвязь, посредством которой они организуют свою деятельность [13]. Раскрытие особенностей данных связей – ключ к комплексному пониманию взаимодействия участников рынка недвижимости. Специфика статьи позволяет сконцентрироваться на изучении связей, которые возникают вокруг строительных организаций.

Схема, представленная на рис. 1, демонстрирует соотнесенность субъектов рынка со строительными организациями, которые обозначены в центре. В два столбца включены одни и те же участники, однако назначение столбцов разное: слева показано влияние участников рынка на строительные организации, справа – влияние строительных организаций на субъекты.

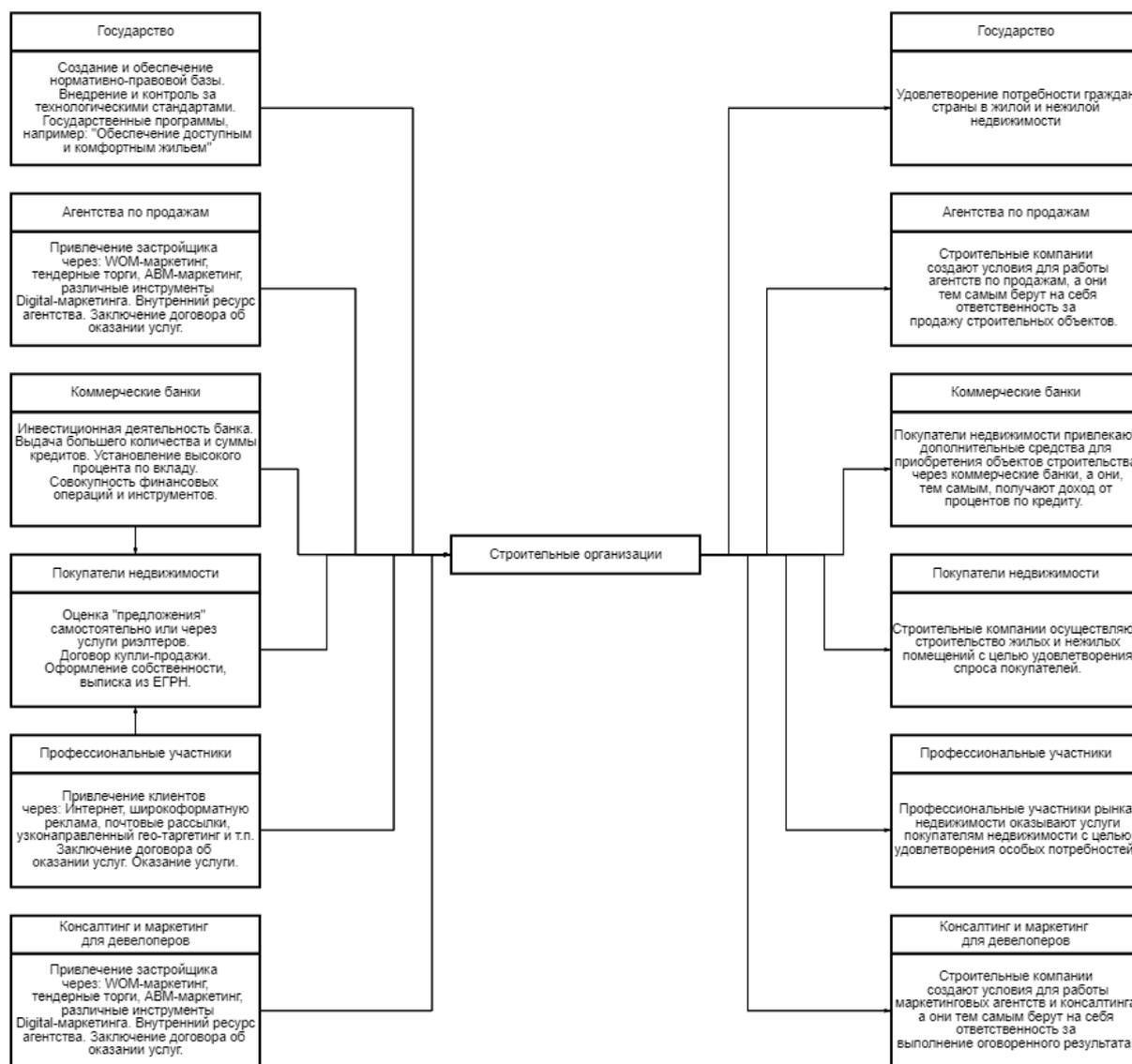


Рисунок 1. Схема взаимодействия участников рынка недвижимости
 Figure 1. The scheme of interaction of real estate market participants

Основное и наиболее прямое направление влияния государства на строительные организации – создание условий для правового и технологического регулирования деятельности застройщиков. Такого рода «стандартизация» позволяет обеспечить

качество и надежность строящихся объектов. Взамен строительные организации обеспечивают постоянное наполнение «жилого фонда» и, как уже было упомянуто ранее, увеличивают «национальное богатство страны» [14-17].

Продажа вновь построенной недвижимости часто обеспечивается соответствующими агентствами, особенно если застройщик не крупный или в структуре строительной организации нет собственного отдела продаж. В таком случае агентство по продажам обеспечивает выполнение цели строительной организации – получение прибыли. Застройщики, их количество, активность и другие показатели – условия для работы агентств по продажам. Чем больше на рынке девелоперов, тем больше процентов от их прибыли получают агентства [18, 20-22].

Коммерческие банки, а именно ипотечное кредитование, – важнейший элемент функционирования рынка недвижимости. Без него покупатели были бы скованы необходимостью платить большую сумму денег «здесь и сейчас». Развитие рынка шло бы в несколько раз медленнее, если вообще происходило бы. Строительные организации, наоборот, «призывают» к использованию финансовых продуктов банков. При том, что около 50% всех сделок на рынке происходит с привлечением средств ипотечного кредитования, влияние коммерческих банков на строительные организации очевидно [19].

Влияние покупателей на деятельность строительных организаций возможно описать следующим образом. Покупатели – это спрос, строительные организации – предложение, встречаясь на рынке они формируют цену. Вместе эти субъекты образуют основу функционирования рынка. Стоит отметить, что покупатель оказывает прямое влияние на конечную цену объектов недвижимости, поскольку корректирует ее посредством торга [20-22].

Профессиональные участники обеспечивают полноценное функционирование покупателей на рынке недвижимости, предоставляя специализированные услуги. И лишь некоторые такие субъекты напрямую работают с девелоперами. Например, риелторские агентства могут заключать договоры о продвижении (среди своей базы) квартир застройщиков, получая процент от продажи. Строительные организации влияют на профессиональных участников косвенно [23, 24].

Функции консалтинга и маркетинга для застройщиков похожи на функции агентств по продажам. Их общая цель – получить проценты с прибыли от продажи объектов недвижимости. Отличаются инструменты, с которыми работают субъекты. Инструментарий консалтинга и маркетинга для девелоперов значительно шире, чем у агентств по продажам [25].

Выводы и дискуссионные вопросы. Таким образом, рассмотрев субъекты, представленные на рынке недвижимости, а также форматы их взаимодействия, авторы исследования пришли к выводу, что наиболее значимыми участниками являются строительные организации, покупатели и государство. Строительные организации представляют собой «предложение», покупатели образуют «спрос», а государство создает условия для функционирования экономической системы. Изъятие из системы одного из участников приведет к неполноценному функционированию рынка или вообще его устранению. Тогда как вывод из системы других участников не приведет к угрозе исчезновения рыночных отношений.

Библиографический список

1. Асаул, А. Н. Экономика недвижимости [Текст] / А. Н. Асаул. – М., 2013. – 416 с.
2. Дергачев, Г. Б. Государственное регулирование рынка недвижимости: особенности и проблемы [Текст] / Г. Б. Дергачев // Экономика и социум: современные модели развития. – 2017. – № 16. – С. 99-109.

3. Журавлев, Н. В. Экономическая сущность недвижимости в рыночной экономике [Текст] / Н. В. Журавлев // Социально-экономические явления и процессы.– 2012.– № 1. –С. 68-71.
4. Грабовый, П. Г. Экономика и управление недвижимостью [Текст] / П. Г. Грабовый. – М., 2012. –С. 27.
5. Горемыкин, В. А. Экономика недвижимости: в 2 томах. Том 2. Рынок земельных участков и управление недвижимостью [Текст] / В. А. Горемыкин. – М., 2016. – 537 с.
6. Брюханова, Г. А. Состояние рынка недвижимости на современном этапе [Текст] / Г. А. Брюханова // Вестник научных достижений: экономика и право.– 2019.– С. 285-288.
7. Власенко, Т. В. Классификация объектов недвижимости на рынке [Текст] / Т. В. Власенко, Ю. В. Тимченко // Экономика и экология территориальных образований. – 2018.– № 1.– С. 61-64.
8. Афанасьев, В. А. Организация и управление в строительстве [Текст] / В. А. Афанасьев. – М., 1998. – 316 с.
9. Солунский, А. И. Девелопмент в коммерческой недвижимости [Текст] / А. И. Солунский. – М., 2010. – 72 с.
10. Трушкевич, А. И. Организация и управление строительством [Текст] / А. И. Трушкевич. – М., 1989. – 270 с.
11. Анализ рынка первичной недвижимости г. Красноярска [Текст] / М. А. Гладких, Г. Б. Дергачев, О. П. Тищенко, А. И. Ярвиц // Проблемы экономики и менеджмента. –2020. – С. 995-997.
12. Татарова, А. В. Оценка недвижимости и управление собственностью. [Текст] / А. В. Татарова. – М., 2003. – 69 с.
13. Симонова, Н. Е. Подходы и инструменты анализа рынка недвижимости для целей управления деятельностью строительных компаний. [Текст] / Н. Е. Симонова, Р. Ю. Симонов // Экономика и менеджмент недвижимости.– 2017.– № 2.– С. 20-24.
14. Стерник, Г. М. Анализ рынка недвижимости для профессионалов [Текст] / Г. М. Стерник, С. Г. Стерник. – М., 2009. – 606 с.
15. Берстнев, М. А. Рынок розничной торговли автомобилями: участники и особенности их взаимодействия [Текст] / М. А. Берстнев, А. В. Волошин // Торговля, сервис, индустрия питания. – 2021. – Том 1, № 1 – С. 1-11.
16. Давиденко, Ю. В. Участники рынка недвижимости [Текст] / Давиденко Ю. В. // Молодежь и системная модернизация страны. – 2020. – Том 1. – С. 172-173.
17. Хамдамбеков, С. А. Участники рынка жилой недвижимости [Текст] / С. А. Хамдамбеков, А. Н. Пестряков // Управление экономикой, системами, процессами. – 2021. – С. 241-244.
18. Градостроительный кодекс Российской Федерации. Федеральный закон от 29 декабря 2004 года № 190-ФЗ [Электронный ресурс] // URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_51040 (дата обращения: 17.03.2022).
19. Лубсанова, Н. Б. Развитие экономических механизмов государственного регулирования локальных рынков жилья в условиях бюджетных ограничений [Текст] / Н. Б. Лубсанова. – Москва: ИНФРА-М, 2018. – 353 с.
20. Захарова, С. Г. Оценка регулирования жилой недвижимости [Текст] /С. Г. Захарова, А. Н. Мельцева // Власть. – 2016. – № 8. – С. 67-73.
21. Хлыстун, В. Н. Сущность, содержание и основные методы государственного регулирования рынка недвижимости [Текст] / В. Н. Хлыстун // Актуальные вопросы экономики и управления. – М.: Буки-Веди, 2015. – С. 4-10.

22. Лугуева, С. Н. Рынок жилой недвижимости [Текст] / С. Н. Лугуева // Актуальные вопросы современной экономики. – 2014. – № 4. – С. 442-446.
23. Чибикова, Т. В. Понятие, сущность и структура рынка недвижимости. [Текст] / Т. В. Чибикова // Омский научный вестник. – 2015. – № 1. – С. 190-195.
24. Бреславцева, Н. А. Рынок недвижимости – основа формирования рынка риелторских услуг [Текст] / Н. А. Бреславцева, С. В. Рябоконт // Инженерный вестник Дона. – 2011. – Т. 15, № 1. – С. 526-539.
25. Горемыкин, В. А. Инновационное развитие жилищной сферы России [Текст] / В. А. Горемыкин, Н. В. Родионова // Вопросы региональной экономики. – 2012. – № 4(13). – С. 3-12.

References

1. Asaul, A. N. (2013). Real estate economics. Moscow, 416 p.
2. Dergachev, G. B. (2017). State regulation of the real estate market: features and problems. Economy and society: modern models of development. 16. 99-109.
3. Zhuravlev, N. V. (2012). The economic essence of real estate in the market economy. Socio-economic phenomena and processes. 1. 68-71.
4. Grabovy, P. G. (2012). Economics and real estate management. Moscow, p. 27.
5. Goremykin, V. A. (2016). Real estate Economics: in 2 volumes. Vol. 2. Land market and real estate management. Moscow, 537 p.
6. Bryukhanova, G. A. (2019). The state of the real estate market at the present stage Bulletin of scientific achievements: economics and law. 285-288.
7. Vlasenko, T. V., Timchenko, Yu. V. (2018). Classification of real estate objects on the market. Economics and ecology of territorial entities. 1. 61-64.
8. Afanasyev, V. A. (1998). Organization and management in construction. Moscow, 316 p.
9. Solunsky, A. I. (2010). Development in commercial real estate. Moscow, 72 p.
10. Trushkevich, A. I. (1989). Organization and management of construction. Moscow, 270 p.
11. Gladkikh, M. A., Dergachev, G. B., Tishchenko, O. P., Yarovits, A. I. (2020). Analysis of the primary real estate market in Krasnoyarsk. Problems of economics and management. 995-997.
12. Tatarova, A. V. (2003). Real estate valuation and property management. Moscow, 69 p.
13. Simonova, N. E., Simonov, R. Yu. (2017). Approaches and tools of real estate market analysis for the purposes of managing the activities of construction companies. Economics and management of real estate. 2. 20-24.
14. Sternik, G. M., Sternik, S. G. (2009). Analysis of the real estate market for professionals. Moscow, 606 p.
15. Berstenev, M. A., Voloshin, A. V. (2021). The car retail market: participants and features of their interaction. Trade, service, food industry. 1(1). 1-11.
16. Davidenko, Yu. V. (2020). Real estate market participants. Youth and systemic modernization of the country. 1. 172-173.
17. Khamdambekov, S. A., Pestryakov, A. N. (2021). Participants of the residential real estate market. Management of economics, systems, processes. 241-244.
18. Urban Planning Code of the Russian Federation. Federal Law No. 190-FZ of December 29, 2004. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_51040 (date of address: 03/17/2022).
19. Lubsanova, N. B. (2018). Development of economic mechanisms of state regulation of local housing markets under budgetary constraints. Moscow: INFRA-M, 353 p.

20. Zakharova, S. G., Maltsev, A. N. (2016). Assessment of residential real estate regulation. *Power*. 8. 67-73.
21. Khlystun, V. N. (2015). The essence, content and main methods of state regulation of the real estate market. *Actual issues of economics and management*. Moscow: Buki-Vedi, 4-10.
22. Lugeva, S. N. (2014). Residential real estate market. *Topical issues of modern economics*. 4. 442-446.
23. Chibikova, T. V. (2015). The concept, essence and structure of the real estate market. *Omsk Scientific Bulletin*. 1. 190-195.
24. Breslavtseva, N. A., Ryabokon, S. V. (2011). The real estate market is the basis for the formation of the real estate services market. *Engineering Bulletin of the Don*. Vol. 15, No. 1. 526-539.
25. Goremykin, V. A., Rodionova, N. V. (2012). Innovative development of the housing sector of Russia. *Issues of regional economy*. 4(13). 3-12.