



Центр стратегических исследований

Оглавление

Основные результаты исследования.....	5
1. Желание респондентов улучшить жилищные условия.....	9
1.1. Доля респондентов, желающих улучшить жилищные условия в городах опроса.....	9
1.2. Потенциальный объем рынка недвижимости в городах опроса в ближайшие годы.....	9
1.3. Доля респондентов, желающих улучшить жилищные условия в зависимости от уровня дохода.....	10
1.4. Доля респондентов, желающих улучшить жилищные условия в зависимости от пола.....	11
1.5. Доля респондентов, желающих улучшить жилищные условия в зависимости от возраста.....	11
2. Способы получения квартиры.....	12
2.1. Способ получения квартиры по городам опроса.....	12
2.2. Способы получения квартиры в зависимости от уровня дохода.....	13
2.3. Способ получения квартиры в зависимости от пола.....	14
2.4. Способы получения квартиры в зависимости от возраста.....	14
3. Сроки, в течение которых респонденты намерены улучшить жилищные условия.....	15
3.1. Сроки, в течение которых респонденты намерены приобрести квартиру.....	15
3.2. Сроки, в течение которых респонденты намерены улучшить жилищные условия по городам опроса.....	15
3.3. Сроки, в течение которых респонденты намерены приобрести квартиру по городам опроса.....	16
3.4. Сроки, в течение которых респонденты намерены улучшить жилищные условия в зависимости от уровня дохода.....	17
3.5. Сроки, в течение которых респонденты намерены приобрести квартиру (купить или обменять с доплатой) в зависимости от уровня дохода.....	17
3.6. Средний срок, в течение которого респонденты намерены улучшить жилищные условия в зависимости от уровня дохода.....	18
3.7. Средний срок, в течение которого респонденты намерены приобрести квартиру в зависимости от уровня дохода.....	18
3.8. Сроки, в течение которых респонденты намерены улучшить жилищные условия в зависимости от пола.....	19
3.9. Сроки, в течение которых респонденты намерены приобрести квартиру в зависимости от пола.....	19
3.10. Средний срок, в течение которого респонденты намерены улучшить жилищные условия в зависимости от пола.....	20
3.11. Средний срок, в течение которого респонденты намерены приобрести квартиру в зависимости от пола.....	20
3.12. Сроки, в течение которых респонденты намерены улучшить жилищные условия в зависимости от возраста.....	20
3.13. Сроки, в течение которых респонденты намерены приобрести квартиру в зависимости от возраста.....	21
3.14. Средний срок, в течение которого респонденты намерены улучшить жилищные условия в зависимости от возраста.....	21
3.15. Средний срок, в течение которого респонденты намерены приобрести квартиру в зависимости от возраста.....	22
4. Площадь, которую рассчитывают получить респонденты в результате улучшения жилищных условий.....	22
4.1. Площадь, которую планируют приобрести респонденты.....	23
4.2. Площадь, которую рассчитывают получить респонденты по городам опроса.....	23
4.3. Площадь, которую планируют приобрести респонденты по городам опроса.....	24



Центр стратегических исследований

4.4. Площадь, которую рассчитывают получить респонденты, в зависимости от уровня дохода	25
4.5. Площадь, которую планируют приобрести респонденты, в зависимости от уровня дохода	25
4.6. Средняя площадь, которую рассчитывают получить респонденты, в зависимости от уровня дохода	26
4.7. Средняя площадь, которую планируют приобрести респонденты, в зависимости от уровня дохода	26
4.8. Площадь, которую рассчитывают получить респонденты, в зависимости от пола.....	27
4.9. Площадь, которую рассчитывают приобрести респонденты, в зависимости от пола	27
4.10. Средняя площадь, которую рассчитывают получить респонденты, в зависимости от пола	28
4.11. Средняя площадь, которую рассчитывают приобрести респонденты, в зависимости от пола	28
4.12. Площадь, которую рассчитывают получить респонденты, в зависимости от возраста.....	28
4.13. Площадь, которую рассчитывают приобрести респонденты, в зависимости от возраста	29
4.14. Средняя площадь, которую рассчитывают получить респонденты, в зависимости от возраста	29
4.15. Средняя площадь, которую рассчитывают приобрести респонденты, в зависимости от возраста	30
5. Способ получения необходимой суммы на улучшение жилищных условий	30
5.1. Способ получения необходимой суммы на улучшение жилищных условий по городам опроса	31
5.2. Способ получения необходимой суммы на улучшение жилищных условий в зависимости от уровня дохода.....	32
5.3. Способ получения необходимой суммы на улучшение жилищных условий в зависимости от пола	32
5.4. Способ получения необходимой суммы на улучшение жилищных условий в зависимости от возраста	32
6. Сумма, которую респонденты намерены потратить на приобретение квартиры	33
6.1. Сумма, которую респонденты намерены потратить на приобретение квартиры по городам опроса	33
6.2. Сумма, которую респонденты намерены потратить на приобретение квартиры в зависимости от уровня дохода	34
6.3. Средняя сумма, которую респонденты намерены потратить на приобретение квартиры в зависимости от уровня дохода	35
6.4. Сумма, которую респонденты намерены потратить на приобретение квартиры в зависимости от пола	35
6.5. Средняя сумма, которую респонденты намерены потратить на приобретение квартиры в зависимости от пола	36
6.6. Сумма, которую респонденты намерены потратить на приобретение квартиры в зависимости от возраста	36
6.7. Средняя сумма, которую респонденты намерены потратить на приобретение квартиры в зависимости от возраста	37
7. Оценка респондентами приемлемости уровня цен на жилье	37
7.1. Оценка респондентами, которые намерены приобрести квартиру, приемлемости уровня цен на жилье.....	38
7.2. Доля респондентов, которые считают уровень цен на недвижимость приемлемым по городам опроса	38
7.3. Доля респондентов, намеренных приобрести квартиру, которые считают уровень цен на недвижимость приемлемым по городам опроса	38



Центр стратегических исследований

9.4. Доля респондентов, которые приобрели недвижимость за последний год, в зависимости от возраста	53
10. Процент годового дохода респондентов, который составили расходы на приобретение недвижимости	53
10.1. Процент годового дохода респондентов, который составили расходы на приобретение недвижимости по городам опроса	54
10.2. Процент годового дохода респондентов, который составили расходы на приобретение недвижимости в зависимости от уровня дохода	54
10.3. Средний процент годового дохода респондентов, который составили расходы на приобретение недвижимости в зависимости от уровня дохода	55
10.4. Процент годового дохода респондентов, который составили расходы на приобретение недвижимости в зависимости от пола	55
10.5. Средний процент годового дохода респондентов, который составили расходы на приобретение недвижимости в зависимости от пола	56
10.6. Процент годового дохода респондентов, который составили расходы на приобретение недвижимости в зависимости от возраста	56
10.7. Средний процент годового дохода респондентов, который составили расходы на приобретение недвижимости в зависимости от возраста	57



Центр стратегических исследований

Основные результаты исследования

Опрос, на основании результатов которого сделано настоящее исследование, проводился осенью 2006 года по 34 городам России, объем выборки составил 12120 человек. Результаты исследования позволяют сделать следующие выводы.

Каждый третий россиянин хочет улучшить свои жилищные условия. Наибольший относительный спрос на новое жилье имеется в Иркутске, Хабаровске и Барнауле – в этих городах более 40% семей желают получить новое жилье.

Если не брать в расчет социальные программы бесплатного предоставления жилья, то по абсолютному числу потенциальных сделок по покупке квартир или по обмену с доплатой лидируют крупные города-миллионники – Москва, Санкт-Петербург, Екатеринбург и Новосибирск. В остальных городах проведения исследования количество возможных операций по приобретению жилья в ближайшие два-три года составляет менее 100 тысяч. Потенциальный объем сделок по приобретению квартир по городам опроса оценивалось на основании численности жителей города, а также доли респондентов, которые готовы приобрести недвижимость – купить или обменять с доплатой.

С повышением дохода растет желание обзавестись новой квартирой (бесплатно или приобрести ее). Наивысшей точки оно достигает в группе с доходом от 20 до 50 тысяч рублей в месяц на члена семьи. Среди мужчин больше желающих получить новую квартиру, чем среди женщин – 38% против 31%. Стремление улучшить жилищные условия снижается с возрастом, что напрямую связано с финансовыми возможностями респондентов. Больше всего желающих среди молодых – до 30 лет, однако средний возраст, на который приходится наибольший спрос на недвижимость, составляет 37 лет.

Более подробная информация представлена в пункте 1.

Наиболее распространенным способом получения квартиры является покупка (36%) и обмен с доплатой (28%). Больше всего «социальные» программы развиты в Москве, Хабаровске и Липецке – там более 20% респондентов намерены улучшить жилищные условия посредством получения бесплатной квартиры от города или предприятия.

С ростом дохода повышается доля тех, кто намерен приобрести квартиру и одновременно падает доля населения, желающего обменять ее или получить бесплатно. Мужчины отдают незначительное предпочтение покупке как способу получения квартиры, а женщины – обмену или бесплатному получению жилья. Вполне вероятно, что здесь сказывается более высокая доля женщин среди пожилых граждан.

С возрастом респонденты все меньше покупают квартиру и все больше выбирают обмен или бесплатные социальные программы.

Более подробная информация представлена в пункте 2.

Наиболее вероятный срок, в течение которого респонденты смогут улучшить свои жилищные условия, составляет 3-5 лет - 18% заявили об этом. В среднем, срок «ожидания» квартиры составляет 3,8 лет.

В Воронеже, Красноярске и Омске жители готовы улучшить жилищные условия быстрее, чем в остальных городах – среднее время «ожидания» составляет 3 года. При росте благосостояния оно сокращается и составляет в верхней имущественной группе 2,9 лет. 35% респондентов этой группы намерены приобрести новую квартиру в течение ближайшего года. Разница между средними сроками «ожидания» квартиры для мужчин и женщин незначительна и составляет два с половиной месяца. Время «ожидания» квартиры с возрастом сокращается, т.е. респонденты старше 60 лет планируют получение новой квартиры в течение года-двух, респонденты, моложе 40 лет рассчитывают на новую жилплощадь через 3-5 лет.

Для респондентов, которые намерены приобрести квартиру (купить или обменять с доплатой), средний срок «ожидания» сделки также составляет 3,8 лет. Дольше всего покупку не-



Центр стратегических исследований

движимости придется ожидать жителям Тольятти и Тюмени – почти 5 лет. Респонденты, среднемесячный доход которых превышает 50 000 рублей на члена семьи, смогут купить жилье через 3 года, для остальных имущественных групп срок «ожидания» больше. Для женщин среднее время «ожидания» приобретения недвижимости составляет 3,7 лет, для мужчин – 3,9 лет. С возрастом оно сокращается – для респондентов моложе 40 лет это 3,9 лет, для тех, кто старше 60 – 2,3 года.

Более подробная информация представлена в пункте 3.

В среднем, респонденты рассчитывают получить квартиру площадью 80 кв. метров. На самую большую рассчитывают респонденты, проживающие в Краснодаре (94 кв.м.) и Казани (90 кв.м.). С ростом дохода увеличивается средняя площадь, которую хотят получить респонденты – в нижней имущественной группе это 70 кв. м, в верхней – 115 кв. метров. Доля женщин преобладает в ответах о небольшой площади, до 70 кв. м., мужчины рассчитывают на большую площадь, более 70 кв. метров. С возрастом средняя площадь, на которую рассчитывают респонденты сокращается. Максимальная площадь приходится на возрастную группу от 30 до 40 лет. Именно этот возраст является средним для намерений приобрести квартиру.

В среднем, респонденты рассчитывают купить квартиру, площадью 80 кв. метров. Жители Ульяновска, Челябинска и Кемерово хотят приобрести квартиру площадью 90 кв. м., москвичи – 88 кв. метров. По имущественным группам желаемая средняя площадь растет при повышении благосостояния и достигает 105 кв. метров в верхней группе.

Мужчины в среднем хотят купить квартиру площадью 90 кв. м., для женщин этот показатель ниже и составляет 75 кв. метров. С возрастом средняя площадь, которую хотят приобрести респонденты, сокращается, что связано с уменьшением потребностей в большой жилплощади.

Более подробная информация представлена в пункте 4.

Для получения суммы, необходимой для приобретения нового жилья более 42% респондентов, желающих улучшить жилищные условия за деньги, намерены взять ипотечный кредит в банке. Доля респондентов, которые намерены накопить необходимую сумму, составляет 24%. С ростом дохода сокращается доля тех, кто намерен взять ипотечный кредит (в нижней имущественной группе это 60%, в верхней – 28%) и растет доля тех, кто намерен накопить необходимую сумму (в нижней группе – 28%, в верхней – 55%). Больше всего рассчитывают на ипотеку жители следующих городов: Барнаул, Новокузнецк, Ульяновск, Тольятти и Ижевск – более 65% опрошенных. Женщины отдают предпочтение ипотеке, тогда как мужчины надеются накопить нужную сумму своими силами. В каждой возрастной группе на ипотеку рассчитывают не менее 50% респондентов. Однако, есть два провала – в возрасте 30-40 лет, когда люди активно зарабатывают средства и менее заинтересованы в кредитах, а также в верхней возрастной группе – после 60 лет, когда возможность вступить в ипотеку достаточно мала.

Более подробная информация представлена в пункте 5.

Средняя сумма, которую респонденты намерены потратить на улучшение жилищных условий, составляет порядка 52 тысяч долларов по курсу в среднем 26,9 рублей. С ростом дохода в 15 раз сумма, которую готовы потратить респонденты, растет только в 2,5 раза, и в верхней имущественной группе составляет 70,9 тысяч долларов. По городам больше всего намерены потратить в Самаре (82,6 тыс. долл.), Санкт-Петербурге (73,5 тыс. долл.), Москве (66,3 тыс. долл.) и в Красноярске (63,4 тыс. долл.). Женщины намерены потратить меньше, нежели мужчины – средняя сумма для женщин составляет 45,4 тыс. долл., для мужчин – 61,8 тыс. долларов. С возрастом сумма, которую респонденты готовы потратить снижается, что соответствует общему снижению финансовой активности. Больше всего собираются потратить те, кто хочет улучшить жилищные условия в возрасте до 30 лет – 58,5 тыс. долларов.

Более подробная информация представлена в пункте 6.



Центр стратегических исследований

На сегодняшний день только 9% респондентов в целом по выборке считает нынешний уровень цен на недвижимость приемлемым для себя. В некоторых городах ситуация обстоит лучше – в Астрахани 21% респондентов находят уровень цен приемлемым, в Перми, Казани и Набережных Челнах – 14%. Один из самых низких уровней приемлемости – в Москве и Санкт-Петербурге – на уровне 7%, иными словами, несмотря на достаточно высокий уровень жизни, цены на недвижимость слишком высоки.

Доля тех, кто считает цены на жилье приемлемыми, увеличивается с ростом благосостояния. Если в нижней имущественной группе она составляет 5%, то в верхней – 49%. Мужчины выше оценивают свою способность купить квартиру – уровень цен считают приемлемым 13% мужчин, и только 8 % женщин. С возрастом оценка приемлемости падает. Среди респондентов в возрасте до 30 лет, практически каждый шестой считает уровень цен приемлемым для себя.

Среди респондентов, которые хотят купить квартиру или обменять ее с доплатой, оценка уровня приемлемости цен на недвижимость выше, чем в целом по выборке – 12% считают их приемлемыми. Самые тяжелые условия для покупки квартиры наблюдаются во Владивостоке и Москве – менее 6% жителей города, намеренных приобрести жилье, считают уровень цен на недвижимость приемлемым. В Воронеже, Красноярске, Новокузнецке и Волгограде, напротив, более 20% этой группы рассматривают уровень цен как приемлемый. С ростом дохода растет доля респондентов, которые считают уровень цен приемлемым. Так, в группе с дохода от 20 до 50 тысяч рублей таких людей 13%, в верхней имущественной группе, с доходами от 50 тысяч рублей – 40%.

В разбивке по полу, оценка приемлемости цен на квартиры также выше, чем в целом по выборке – 15% мужчин и 11% женщин считают цены доступными. С возрастом доля людей, которые считают цены приемлемыми, падает. В возрастных группах оценка приемлемости цен ниже среди тех, кто намерен купить квартиру, чем в целом по выборке.

Более подробная информация представлена в пункте 7.

Средняя процентная ставка по рублевому ипотечному кредиту, которую респонденты по стране в целом считают приемлемой, составляет 7,8%. Самые большие возможные ставки зафиксированы в Иркутске (9%), Самаре (8,9%) и Уфе (8,7%). В Москве, Оренбурге и Санкт-Петербурге, напротив, респонденты указали самые низкие приемлемые процентные ставки – 7,2%, 7,3% и 7,4% соответственно. Колебания приемлемой процентной ставки в зависимости от изменения уровня дохода незначительные, меньше одного процента: в нижней имущественной группе 7,4%, в верхней – 8,2%. Разница в возрасте слабо повлияла на процентные ставки – колебания составили также менее одного процента: для возраста моложе 30 лет 8,3%, для тех, кто старше 60 лет – 7,2%. Приемлемые процентные ставки для мужчин и женщин практически совпадают, разница составляет одну десятую процента. (7,7% и 7,8% соответственно).

Для респондентов, которые хотят купить квартиру или обменять ее с доплатой, средняя приемлемая процентная ставка по ипотечному рублевому кредиту составляет 8,1%. Для жителей некоторых городов приемлемая процентная ставка превышает 9% - Самара, Ярославль, Иркутск и Новокузнецк. Мужчины и женщины в равной степени расценивают процентные ставки, и разница составляет одну десятую процента – 8% для мужчин и 8,1% для женщин. Как и среди всех опрошенных, гендерные, возрастные и имущественные различия не оказывают существенного влияния на колебания приемлемой процентной ставки по ипотечному кредиту. Однако, для тех, кто намерен улучшить жилищные условия за деньги, т.е. купить квартиру или обменять с доплатой, приемлемые процентные ставки в среднем находятся на более высоком уровне, чем в целом по выборке.

Более подробная информация представлена в пункте 8.

За последний год 6,4% респондентов приобрели недвижимость. Больше всего недвижимость покупали жители Омска (10% населения), Красноярска (9,9%), Тольятти (9,7%), Перми (9,3%), Екатеринбурга (9%) и Набережных Челнов (9%). Доля людей с доходами от



Центр стратегических исследований

20 тысяч рублей до 50 тысяч рублей на члена семьи в месяц, которые купили недвижимость за последний год, составила 14%. В верхней имущественной группе, где доходы в месяц превышают 50 тыс. рублей на члена семьи, эта доля составила почти 39%. Мужчины в последний год чаще покупали недвижимость, чем женщины – их доля составила 7,4% против 6,1%. Самой многочисленной возрастной группой, в которой респонденты купили жилье, стала группа от 30 до 40 лет – там таких людей 10%. Средний возраст, когда респонденты покупают недвижимость, составляет 41 год.

Более подробная информация представлена в пункте 9.

Расходы на приобретение недвижимости составляют значительную часть бюджета респондентов – у 25% расходы на покупку квартиры составили более 30% годового дохода. В среднем, среди тех, кто приобрел квартиру, доля расходов составляет 26,8% доходов за год. В городах, в которых проводился опрос, зафиксированы отклонения от среднего значения, как в большую, так и в меньшую стороны. Так, в Ижевске, Красноярске, Самаре и Ульяновске расходы на покупку квартиры составили 31% годового дохода. В Владивостоке, Ростове-на-Дону, Ярославле и Оренбурге доля расходов колебалась в районе 20% от доходов. В двух верхних имущественных группах с доходами свыше 20 тысяч рублей, доля расходов на новую квартиру составляет от 27 до 32%, что соответствует доле расходов на недвижимость в экономически развитых странах – от 15 до 30%. Расхождение между средними расходами мужчин и женщин на приобретение квартиры незначительное – у мужчин 27,6%, у женщин – 26,2%. Разница между средними расходами крайних возрастных групп составляет три процента - 26,8% для тех, кто младше 30 лет, и 29,8% для тех, кто старше 60 лет.

Более подробная информация представлена в пункте 10.



Центр стратегических исследований

1. Желание респондентов улучшить жилищные условия (в % от числа респондентов)



1.1. Доля респондентов, желающих улучшить жилищные условия в городах опроса (в % от числа респондентов, определивших с ответом)

Астрахань	28,1%	Новосибирск	31,8%
Барнаул	41,1%	Омск	33,6%
Владивосток	39,1%	Оренбург	37,2%
Волгоград	32,0%	Пенза	30,9%
Воронеж	35,1%	Пермь	34,8%
Екатеринбург	37,5%	Ростов-на-Дону	35,5%
Ижевск	39,6%	Рязань	25,7%
Иркутск	52,6%	Самара	27,1%
Казань	35,5%	Санкт-Петербург	32,5%
Кемерово	38,2%	Саратов	34,5%
Краснодар	38,5%	Тольятти	32,9%
Красноярск	36,0%	Тюмень	34,5%
Липецк	35,6%	Ульяновск	33,1%
Москва	29,7%	Уфа	35,7%
Набережные Челны	33,1%	Хабаровск	44,7%
Нижний Новгород	26,1%	Челябинск	35,7%
Новокузнецк	36,8%	Ярославль	29,5%

1.2. Потенциальный объем рынка недвижимости в городах опроса в ближайшие годы

Город	Потенциальный объем сделок по продаже недвижимости, шт.	Город	Потенциальный объем сделок по продаже недвижимости, шт.
Астрахань	24 779	Новосибирск	99 269
Барнаул	53 785	Омск	75 770
Владивосток	49 503	Оренбург	37 750



Центр стратегических исследований

Волгоград	59 669	Пенза	35 456
Воронеж	64 117	Пермь	74 822
Екатеринбург	120 659	Ростов-на-Дону	83 551
Ижевск	61 134	Рязань	30 234
Иркутск	62 935	Самара	73 366
Казань	71 386	Санкт-Петербург	358 704
Кемерово	45 677	Саратов	76 655
Краснодар	54 997	Тольятти	51 743
Красноярск	76 584	Тюмень	30 152
Липецк	33 811	Ульяновск	49 886
Москва	603 486	Уфа	81 099
Набережные Челны	32 552	Хабаровск	42 845
Нижний Новгород	87 376	Челябинск	78 153
Новокузнецк	48 283	Ярославль	39 767

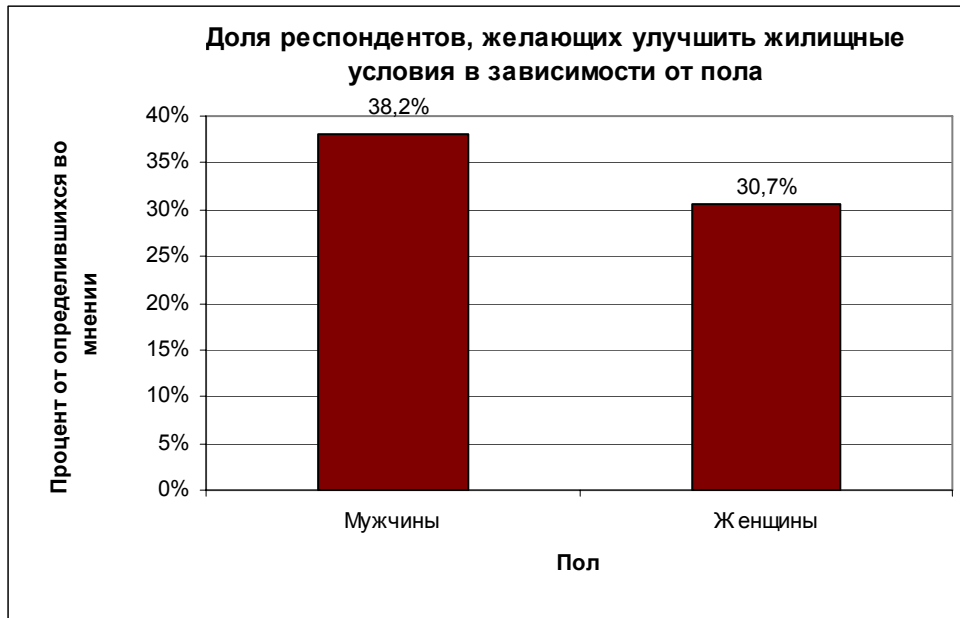
1.3. Доля респондентов, желающих улучшить жилищные условия в зависимости от уровня дохода
(в % от числа респондентов, определившихся с ответом)



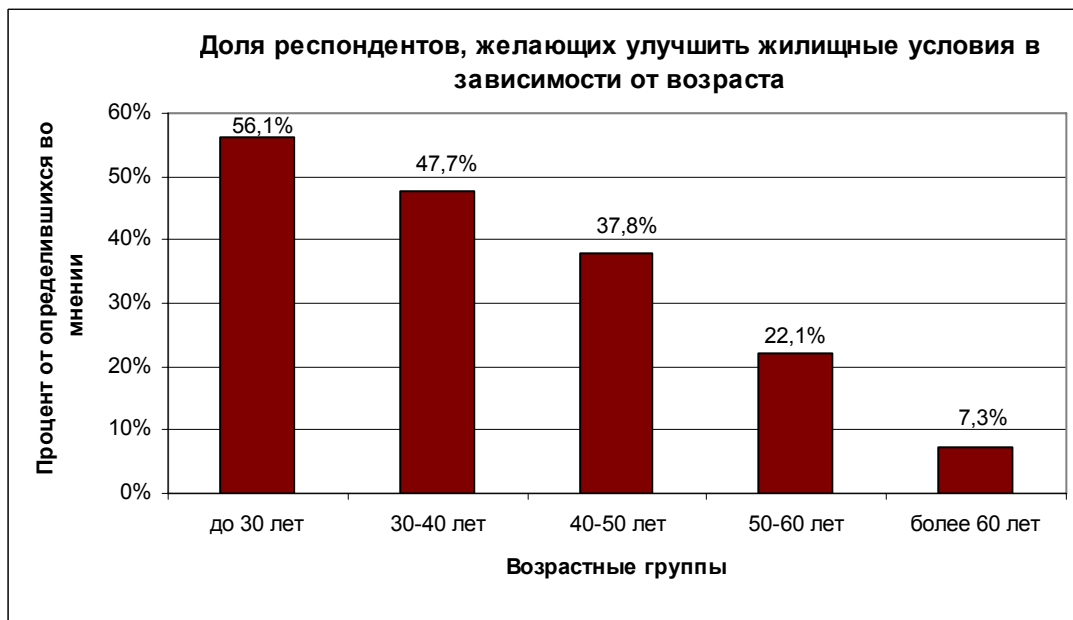


Центр стратегических исследований

1.4. Доля респондентов, желающих улучшить жилищные условия в зависимости от пола (в % от числа респондентов, определившихся с ответом)



1.5. Доля респондентов, желающих улучшить жилищные условия в зависимости от возраста (в % от числа респондентов, определившихся с ответом)





Центр стратегических исследований

2. Способы получения квартиры

(в % от числа респондентов, желающих улучшить жилищные условия и определившихся с ответом)



2.1. Способ получения квартиры по городам опроса

(в % от числа респондентов, желающих улучшить жилищные условия и определившихся с ответом)

	Куплю	Обменяю с доплатой	Получу от города бесплатно или с доплатой	Жилье мне предоставит предприятие - бесплатно или с доплатой
Астрахань	47,6%	36,5%	7,9%	7,9%
Барнаул	47,8%	43,5%	6,5%	2,2%
Владивосток	52,8%	37,1%	4,5%	5,6%
Волгоград	47,9%	38,0%	8,5%	5,6%
Воронеж	52,6%	34,2%	10,5%	2,6%
Екатеринбург	50,5%	36,3%	9,9%	3,3%
Ижевск	41,9%	52,7%	4,3%	1,1%
Иркутск	54,8%	36,5%	6,1%	2,6%
Казань	44,2%	39,0%	11,7%	5,2%
Кемерово	45,1%	42,9%	4,4%	7,7%
Краснодар	55,3%	29,8%	11,7%	3,2%
Красноярск	61,5%	32,1%	2,6%	3,8%
Липецк	42,4%	37,6%	8,2%	11,8%
Москва	41,6%	30,2%	22,1%	6,0%
Набережные Челны	41,6%	42,9%	5,2%	10,4%
Нижний Новгород	44,1%	45,6%	5,9%	4,4%
Новокузнецк	50,0%	38,4%	7,0%	4,7%
Новосибирск	43,5%	50,7%	2,9%	2,9%



Центр стратегических исследований

Омск	43,7%	42,3%	7,0%	7,0%
Оренбург	50,6%	33,7%	10,8%	4,8%
Пенза	41,7%	47,2%	5,6%	5,6%
Пермь	49,3%	45,1%	4,2%	1,4%
Ростов-на-Дону	62,4%	27,1%	4,7%	5,9%
Рязань	44,4%	41,3%	9,5%	4,8%
Самара	59,7%	26,9%	7,5%	6,0%
Санкт-Петербург	48,9%	41,5%	6,7%	3,0%
Саратов	52,2%	34,8%	3,3%	9,8%
Тольятти	55,6%	40,3%	2,8%	1,4%
Тюмень	58,5%	29,2%	4,6%	7,7%
Ульяновск	50,7%	44,0%	2,7%	2,7%
Уфа	45,7%	42,4%	6,5%	5,4%
Хабаровск	42,7%	35,9%	8,7%	12,6%
Челябинск	48,7%	37,2%	9,0%	5,1%
Ярославль	39,4%	48,5%	7,6%	4,5%

2.2. Способы получения квартиры в зависимости от уровня дохода
(в % от числа респондентов, желающих улучшить жилищные условия и определившихся с ответом)

Среднемесячный доход на члена семьи, рублей	Куплю	Обменяю с доплатой	Получу от государства бесплатно или с доплатой	Жилье мне предоставит предприятие - бесплатно или с доплатой
до 3 400	31,8%	42,7%	16,6%	8,9%
3 400-9 000	42,6%	37,3%	13,9%	6,3%
9 000-20 200	52,7%	36,4%	6,7%	4,3%
20 200-50 000	53,5%	41,6%	3,5%	1,3%
свыше 50 000	76,9%	18,1%	4,0%	0,9%



Центр стратегических исследований

2.3. Способ получения квартиры в зависимости от пола
(в % от числа респондентов, желающих улучшить жилищные условия и определившихся с ответом)



2.4. Способы получения квартиры в зависимости от возраста
(в % от числа респондентов, желающих улучшить жилищные условия и определившихся с ответом)

	Куплю	Обменяю с доплатой	Получу от города бесплатно или с доплатой	Жилье мне предоставит предприятие - бесплатно или с доплатой
до 30 лет	55,7%	29,3%	7,9%	7,1%
30-40 лет	47,6%	39,9%	9,0%	3,6%
40-50 лет	36,4%	47,2%	12,1%	4,4%
50-60 лет	43,5%	36,2%	16,2%	4,1%
более 60 лет	27,5%	49,9%	22,7%	0,0%



Центр стратегических исследований

3. Сроки, в течение которых респонденты намерены улучшить жилищные условия (в % от числа респондентов, которые хотят улучшить жилищные условия)



3.1. Сроки, в течение которых респонденты намерены приобрести квартиру (в % от числа респондентов, которые хотят купить квартиру и определились с ответом)



3.2. Сроки, в течение которых респонденты намерены улучшить жилищные условия по городам опроса (в % от числа респондентов, определившихся с ответом)

	в течение ближайшего года	через год-два	через 3-5 лет	через 5-10 лет	более 10 лет	В среднем, лет
Астрахань	28,9%	15,6%	40,0%	11,1%	4,4%	3,3
Барнаул	24,4%	24,4%	37,2%	12,8%	1,3%	3,1
Владивосток	30,3%	21,2%	28,8%	12,1%	7,6%	3,4
Волгоград	15,1%	18,9%	37,7%	22,6%	5,7%	4,2



Центр стратегических исследований

Воронеж	15,5%	36,2%	34,5%	13,8%	0,0%	3
Екатеринбург	22,1%	23,5%	35,3%	19,1%	0,0%	3,3
Ижевск	25,7%	22,9%	32,9%	11,4%	7,1%	3,5
Иркутск	17,9%	25,3%	42,1%	13,7%	1,1%	3,3
Казань	22,4%	26,9%	34,3%	9,0%	7,5%	3,5
Кемерово	24,3%	21,4%	34,3%	14,3%	5,7%	3,6
Краснодар	26,2%	20,0%	21,5%	16,9%	15,4%	4,4
Красноярск	22,5%	38,0%	26,8%	8,5%	4,2%	2,9
Липецк	24,6%	17,5%	28,1%	24,6%	5,3%	4
Москва	13,1%	34,6%	29,0%	15,0%	8,4%	3,9
Набережные Челны	23,6%	23,6%	36,4%	10,9%	5,5%	3,4
Нижний Новгород	20,4%	27,8%	29,6%	16,7%	5,6%	3,6
Новокузнецк	21,9%	21,9%	29,7%	17,2%	9,4%	4
Новосибирск	19,0%	19,0%	36,2%	19,0%	6,9%	4,1
Омск	30,6%	25,8%	25,8%	16,1%	1,6%	3
Оренбург	22,1%	23,5%	22,1%	20,6%	11,8%	4,3
Пенза	16,1%	26,8%	30,4%	17,9%	8,9%	4,1
Пермь	30,5%	23,7%	25,4%	18,6%	1,7%	3,1
Ростов-на-Дону	26,4%	18,1%	31,9%	13,9%	9,7%	3,9
Рязань	28,6%	26,2%	28,6%	11,9%	4,8%	3,1
Самара	21,1%	26,3%	26,3%	14,0%	12,3%	4,1
Санкт-Петербург	14,4%	23,3%	31,1%	23,3%	7,8%	4,4
Саратов	31,7%	26,7%	20,0%	13,3%	8,3%	3,4
Тольятти	18,3%	20,0%	28,3%	25,0%	8,3%	4,4
Тюмень	11,3%	28,3%	28,3%	22,6%	9,4%	4,4
Ульяновск	16,9%	32,2%	33,9%	16,9%	0,0%	3,2
Уфа	22,7%	27,3%	28,8%	16,7%	4,5%	3,5
Хабаровск	24,7%	17,3%	27,2%	23,5%	7,4%	4,1
Челябинск	23,3%	24,7%	27,4%	15,1%	9,6%	3,9
Ярославль	16,3%	32,6%	16,3%	27,9%	7,0%	4,2

3.3. Сроки, в течение которых респонденты намерены приобрести квартиру по городам опроса (в % от числа респондентов, которые хотят купить квартиру и определились с ответом)

	в течение ближайшего года	через год-два	через 3-5 лет	через 5-10 лет	более 10 лет	В среднем, лет
Астрахань	20,6%	17,6%	44,1%	14,7%	2,9%	3,6
Барнаул	25,0%	25,0%	33,3%	15,0%	1,7%	3,2
Владивосток	32,6%	19,6%	28,3%	13,0%	6,5%	3,3
Волгоград	11,6%	23,3%	39,5%	20,9%	4,7%	4,1
Воронеж	15,9%	38,6%	31,8%	13,6%	0,0%	3,0
Екатеринбург	16,7%	24,1%	40,7%	18,5%	0,0%	3,5
Ижевск	20,0%	25,0%	35,0%	11,7%	8,3%	3,8
Иркутск	17,6%	25,7%	41,9%	14,9%	0,0%	3,3
Казань	22,0%	22,0%	41,5%	9,8%	4,9%	3,4
Кемерово	18,5%	25,9%	35,2%	14,8%	5,6%	3,7
Краснодар	32,6%	17,4%	19,6%	10,9%	19,6%	4,4
Красноярск	22,2%	40,7%	25,9%	5,6%	5,6%	2,8



Центр стратегических исследований

Липецк	27,5%	17,5%	27,5%	22,5%	5,0%	3,8
Москва	15,1%	34,2%	27,4%	15,1%	8,2%	3,8
Набережные Челны	23,8%	28,6%	35,7%	9,5%	2,4%	3,0
Нижний Новгород	17,8%	26,7%	31,1%	17,8%	6,7%	3,9
Новокузнецк	21,2%	19,2%	30,8%	19,2%	9,6%	4,2
Новосибирск	14,9%	17,0%	40,4%	21,3%	6,4%	4,3
Омск	30,4%	30,4%	19,6%	19,6%	0,0%	2,9
Оренбург	23,5%	25,5%	21,6%	19,6%	9,8%	4,0
Пенза	9,3%	25,6%	34,9%	23,3%	7,0%	4,4
Пермь	23,4%	27,7%	29,8%	17,0%	2,1%	3,3
Ростов-на-Дону	25,9%	16,7%	37,0%	11,1%	9,3%	3,8
Рязань	27,3%	24,2%	33,3%	12,1%	3,0%	3,1
Самара	16,3%	27,9%	27,9%	16,3%	11,6%	4,2
Санкт-Петербург	13,0%	23,4%	32,5%	24,7%	6,5%	4,3
Саратов	28,3%	26,4%	20,8%	15,1%	9,4%	3,6
Тольятти	16,7%	16,7%	29,2%	27,1%	10,4%	4,8
Тюмень	8,3%	25,0%	27,8%	27,8%	11,1%	4,9
Ульяновск	14,8%	35,2%	35,2%	14,8%	0,0%	3,1
Уфа	24,5%	24,5%	26,4%	18,9%	5,7%	3,6
Хабаровск	22,6%	11,3%	34,0%	28,3%	3,8%	4,2
Челябинск	29,2%	18,8%	31,3%	14,6%	6,3%	3,5
Ярославль	12,1%	36,4%	18,2%	27,3%	6,1%	4,1

3.4. Сроки, в течение которых респонденты намерены улучшить жилищные условия в зависимости от уровня дохода
(в % от числа респондентов, определившихся с ответом)

Среднемесячный доход на члена семьи, рублей	в течение ближайшего года	через год-два	через 3-5 лет	через 5-10 лет	более 10 лет
до 3 400	34,6%	18,1%	31,1%	8,4%	7,7%
3 400-9 000	16,0%	26,5%	29,9%	19,2%	8,4%
9 000-20 200	17,3%	29,6%	31,0%	16,2%	5,9%
20 200-50 000	25,8%	25,5%	28,1%	15,8%	4,8%
свыше 50 000	34,2%	24,2%	24,6%	14,2%	2,8%

3.5. Сроки, в течение которых респонденты приобрести квартиру (купить или обменять с доплатой) в зависимости от уровня дохода
(в % от числа респондентов, которые хотят приобрести квартиру и определились с ответом)

Среднемесячный доход на члена семьи, рублей	в течение ближайшего года	через год-два	через 3-5 лет	через 5-10 лет	более 10 лет
до 3 400	34,1%	17,6%	36,4%	6,6%	5,3%
3 400-9 000	14,8%	24,6%	31,9%	19,9%	8,8%
9 000-20 200	17,7%	29,1%	30,3%	16,8%	6,0%
20 200-50 000	25,7%	27,5%	27,1%	17,9%	1,9%
свыше 50 000	33,2%	24,1%	25,5%	14,2%	3,0%

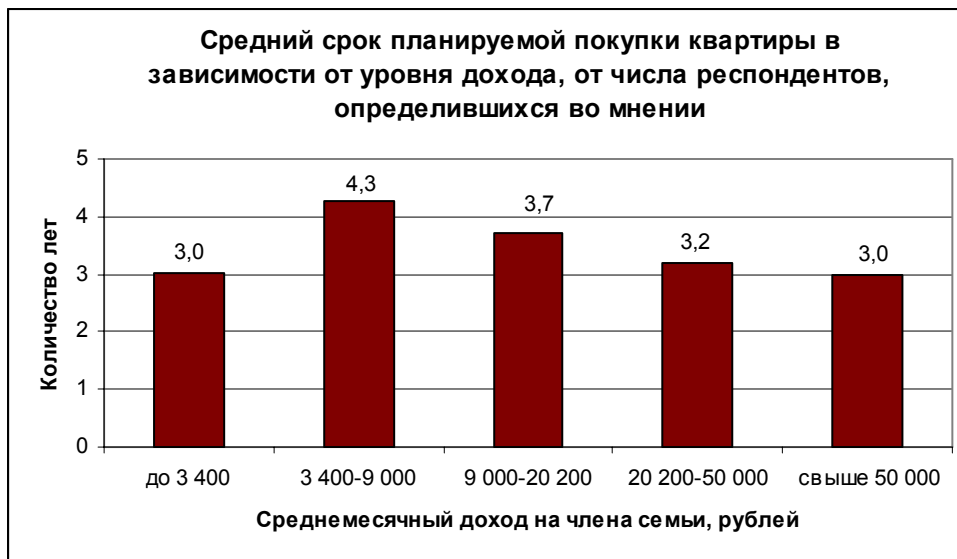


Центр стратегических исследований

3.6. Средний срок, в течение которого респонденты намерены улучшить жилищные условия в зависимости от уровня дохода
(в % от числа респондентов, определившихся с ответом)



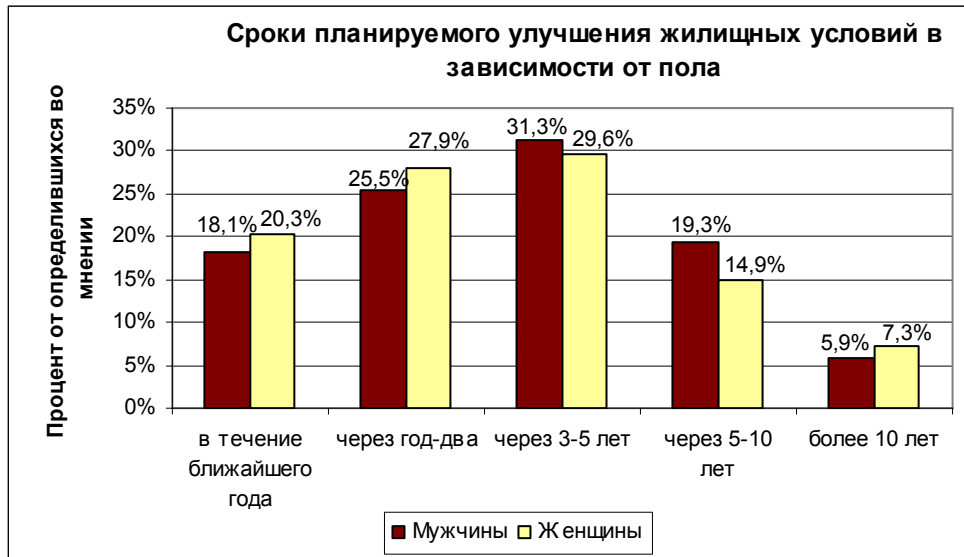
3.7. Средний срок, в течение которого респонденты намерены приобрести квартиру в зависимости от уровня дохода
(в % от числа респондентов, которые намерены купить квартиру и определились с ответом)



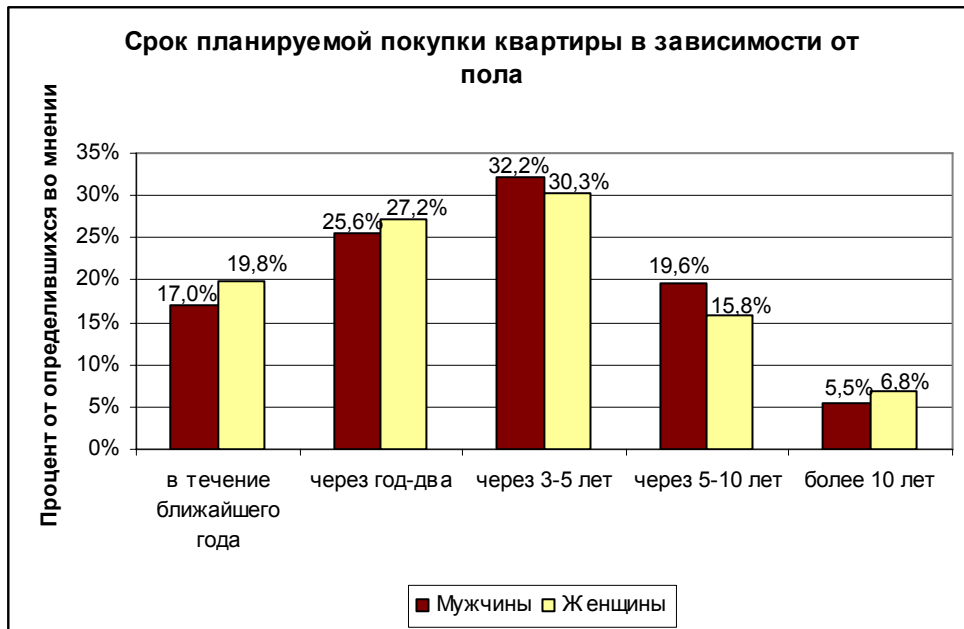


Центр стратегических исследований

3.8. Сроки, в течение которых респонденты намерены улучшить жилищные условия в зависимости от пола
(в % от числа респондентов, определившихся с ответом)



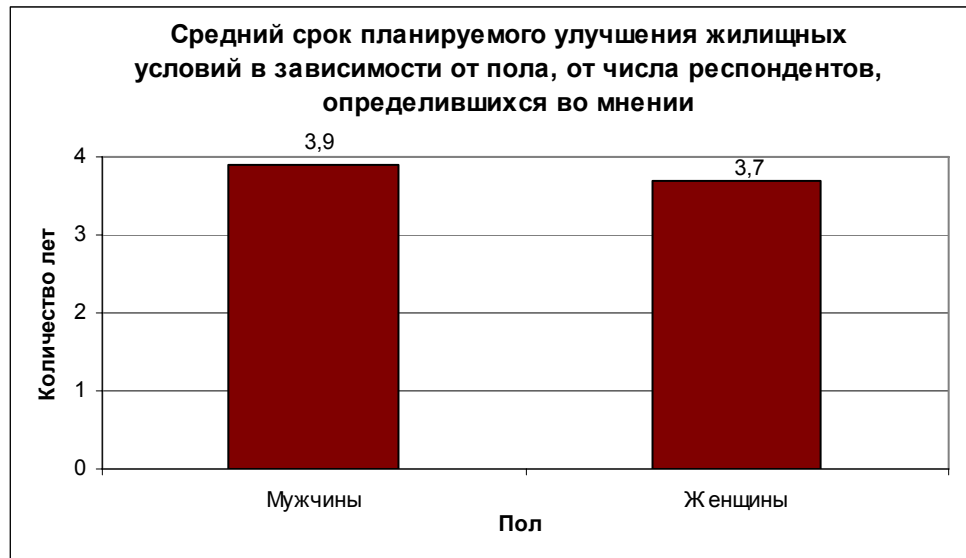
3.9. Сроки, в течение которых респонденты намерены приобрести квартиру в зависимости от пола
(в % от числа респондентов, которые хотят купить квартиру и определились с ответом)



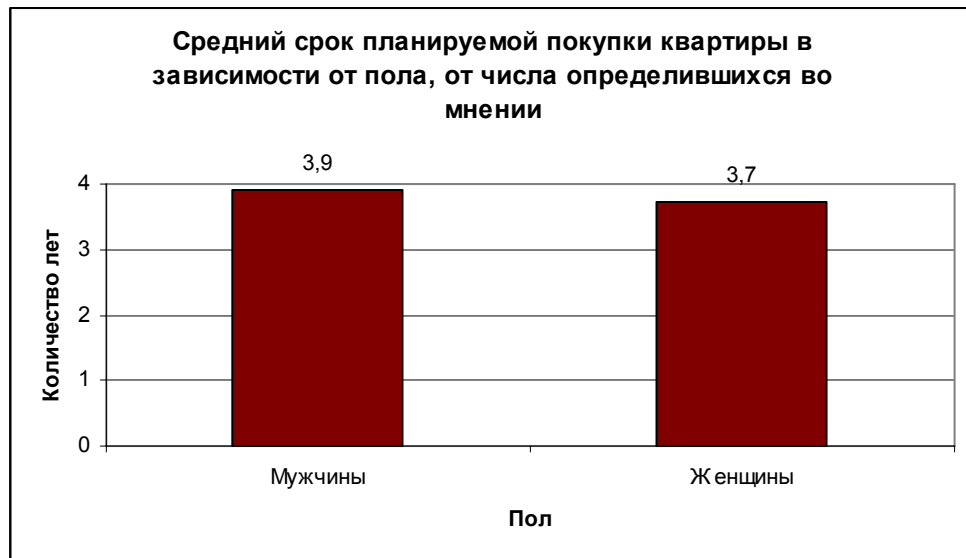


Центр стратегических исследований

3.10. Средний срок, в течение которого респонденты намерены улучшить жилищные условия в зависимости от пола
(в % от числа респондентов, определившихся с ответом)



3.11. Средний срок, в течение которого респонденты намерены приобрести квартиру в зависимости от пола
(в % от числа респондентов, которые хотят купить квартиру и определились с ответом)



3.12. Сроки, в течение которых респонденты намерены улучшить жилищные условия в зависимости от возраста
(в % от числа респондентов, определившихся с ответом)

	в течение ближайшего года	через год-два	через 3-5 лет	через 5-10 лет	более 10 лет
до 30 лет	17,5%	28,1%	29,8%	18,1%	6,6%
30-40 лет	19,5%	23,9%	31,8%	17,0%	7,8%



Центр стратегических исследований

40-50 лет	22,5%	22,1%	33,1%	17,1%	5,2%
50-60 лет	20,4%	30,6%	29,1%	10,7%	9,2%
более 60 лет	26,9%	47,2%	15,4%	6,6%	3,9%

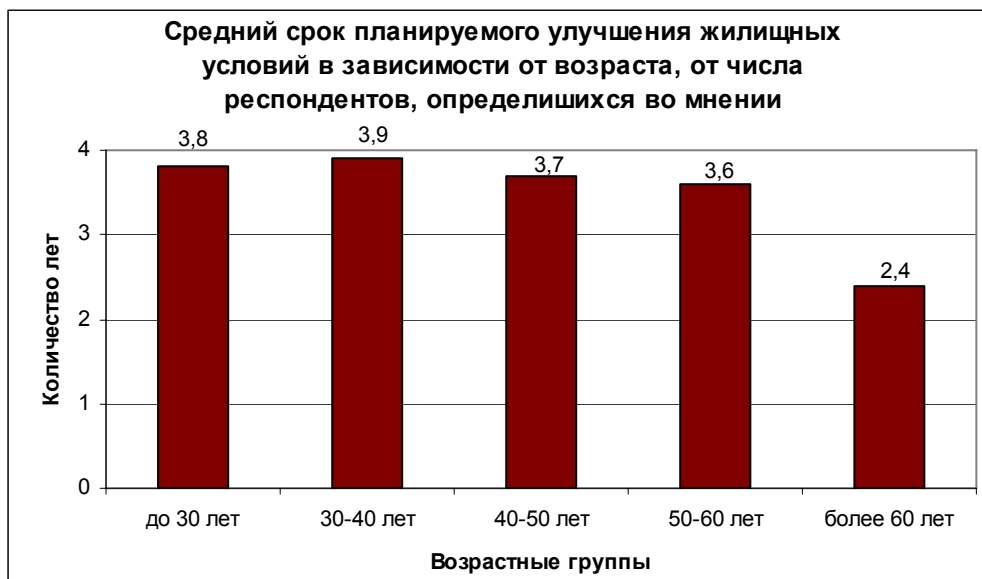
3.13. Сроки, в течение которых респонденты намерены приобрести квартиру в зависимости от возраста

(в % от числа респондентов, которые хотят купить квартиру и определились с ответом)

	в течение ближайшего года	через год-два	через 3-5 лет	через 5-10 лет	более 10 лет
до 30 лет	17,5%	27,5%	30,0%	18,2%	6,8%
30-40 лет	19,9%	23,5%	32,4%	16,5%	7,7%
40-50 лет	20,7%	21,4%	34,9%	19,3%	3,6%
50-60 лет	17,3%	30,9%	31,1%	15,2%	5,5%
более 60 лет	22,9%	56,5%	12,5%	2,9%	5,2%

3.14. Средний срок, в течение которого респонденты намерены улучшить жилищные условия в зависимости от возраста

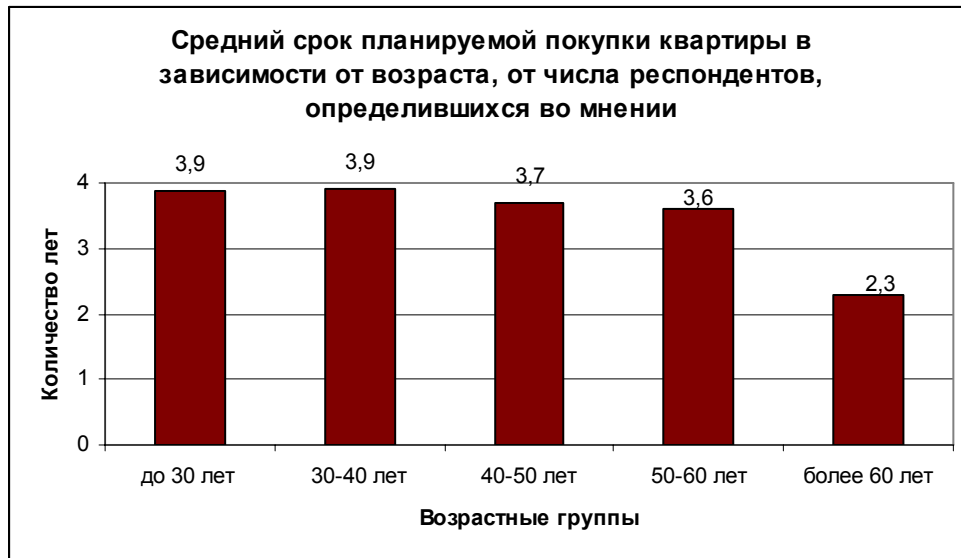
(в % от числа респондентов, определившихся с ответом)



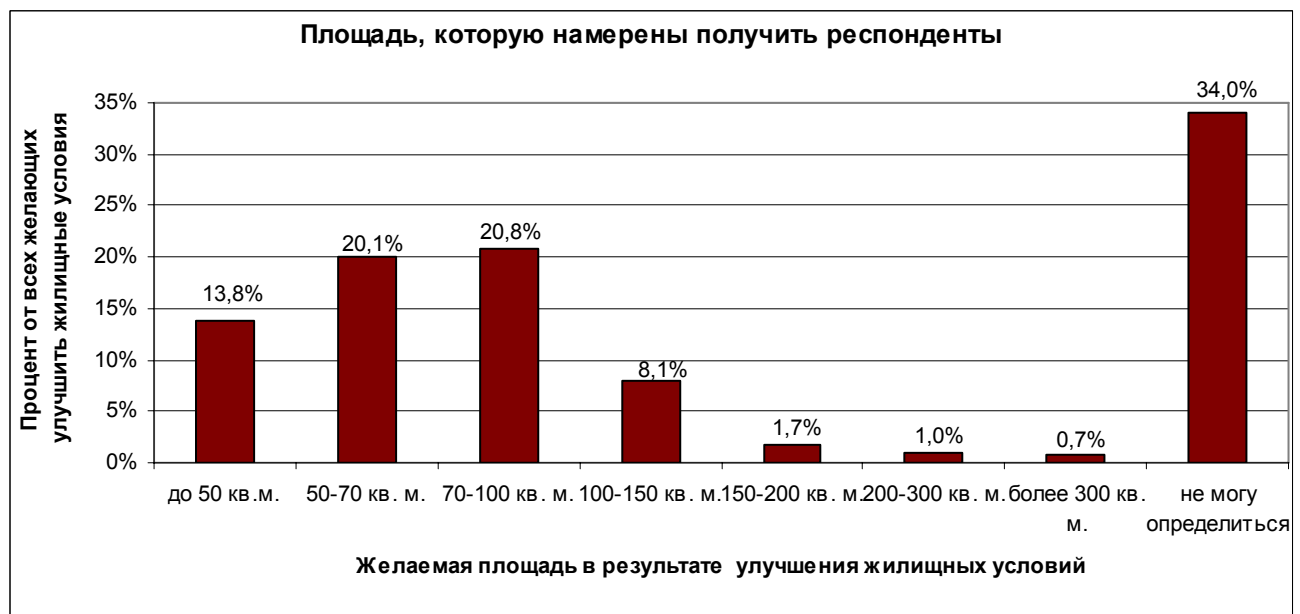


Центр стратегических исследований

3.15. Средний срок, в течение которого респонденты намерены приобрести квартиру в зависимости от возраста
(в % от числа респондентов, которые хотят купить квартиру и определились с ответом)



4. Площадь, которую рассчитывают получить респонденты в результате улучшения жилищных условий
(в % от числа респондентов, желающих улучшить жилищные условия)





Центр стратегических исследований

4.1. Площадь, которую планируют приобрести респонденты
(в % от числа респондентов, которые хотят купить квартиру и определились с ответом)



4.2. Площадь, которую рассчитывают получить респонденты по городам опроса
(в % от числа респондентов, желающих улучшить жилищные условия и определившихся с ответом)

	до 50 кв.м.	50-70 кв. м.	70-100 кв. м.	100-150 кв. м.	150-200 кв. м.	200-300 кв. м.	более 300 кв. м.	В среднем, кв.м
Астрахань	22,0%	36,0%	22,0%	18,0%	0,0%	2,0%	0,0%	76,6
Барнаул	14,9%	44,6%	21,6%	13,5%	1,4%	0,0%	4,1%	83,7
Владивосток	28,8%	30,0%	27,5%	8,8%	1,3%	2,5%	1,3%	76,4
Волгоград	21,7%	35,0%	33,3%	6,7%	1,7%	1,7%	0,0%	73,4
Воронеж	15,8%	36,8%	34,2%	11,8%	0,0%	1,3%	0,0%	75,6
Екатеринбург	17,3%	29,3%	37,3%	12,0%	4,0%	0,0%	0,0%	78,3
Ижевск	27,6%	23,7%	28,9%	17,1%	0,0%	1,3%	1,3%	78,9
Иркутск	20,6%	24,5%	33,3%	16,7%	3,9%	1,0%	0,0%	81,4
Казань	15,3%	27,8%	33,3%	11,1%	8,3%	4,2%	0,0%	90
Кемерово	32,4%	28,2%	15,5%	16,9%	1,4%	2,8%	2,8%	83
Краснодар	9,7%	27,8%	33,3%	22,2%	1,4%	4,2%	1,4%	94,1
Красноярск	16,7%	33,3%	34,8%	9,1%	4,5%	0,0%	1,5%	80,6
Липецк	17,8%	39,7%	28,8%	9,6%	4,1%	0,0%	0,0%	74,6
Москва	17,8%	30,5%	34,7%	12,7%	0,8%	1,7%	1,7%	82,2
Набережные Челны	21,1%	38,6%	28,1%	10,5%	1,8%	0,0%	0,0%	71,7
Нижний Новгород	18,3%	36,7%	30,0%	11,7%	1,7%	1,7%	0,0%	76,5
Новокузнецк	27,1%	25,4%	27,1%	13,6%	3,4%	0,0%	3,4%	83,2
Новосибирск	33,9%	33,9%	17,9%	10,7%	1,8%	1,8%	0,0%	70,1
Омск	22,7%	34,8%	24,2%	12,1%	3,0%	1,5%	1,5%	79,8



Центр стратегических исследований

Оренбург	15,7%	38,6%	21,4%	17,1%	4,3%	1,4%	1,4%	84,9
Пенза	28,1%	31,3%	32,8%	6,3%	0,0%	1,6%	0,0%	69,6
Пермь	24,6%	30,8%	33,8%	6,2%	1,5%	3,1%	0,0%	75,2
Ростов-на-Дону	25,0%	31,7%	31,7%	8,3%	3,3%	0,0%	0,0%	72,2
Рязань	31,9%	27,7%	29,8%	10,6%	0,0%	0,0%	0,0%	68
Самара	27,7%	21,3%	23,4%	21,3%	6,4%	0,0%	0,0%	81,5
Санкт-Петербург	22,6%	20,9%	37,4%	12,2%	5,2%	0,9%	0,9%	82,7
Саратов	29,2%	36,1%	22,2%	11,1%	0,0%	0,0%	1,4%	70,7
Тольятти	18,9%	26,4%	35,8%	15,1%	1,9%	1,9%	0,0%	80,8
Тюмень	21,0%	27,4%	32,3%	9,7%	6,5%	3,2%	0,0%	83,7
Ульяновск	29,3%	24,1%	25,9%	12,1%	1,7%	1,7%	5,2%	87,7
Уфа	16,2%	44,1%	27,9%	11,8%	0,0%	0,0%	0,0%	71,4
Хабаровск	12,0%	39,1%	32,6%	12,0%	3,3%	1,1%	0,0%	79,3
Челябинск	18,8%	29,0%	30,4%	11,6%	4,3%	4,3%	1,4%	88,6
Ярославль	28,3%	33,3%	25,0%	5,0%	1,7%	3,3%	3,3%	81,1

4.3. Площадь, которую планируют приобрести респонденты по городам опроса (в % от числа респондентов, которые хотят купить квартиру и определились с ответом)

	до 50 кв. м.	50-70 кв. м.	70-100 кв. м.	100-150 кв. м.	150-200 кв. м.	200-300 кв. м.	более 300 кв. м.	В среднем, кв. м.
Астрахань	23,5%	35,3%	17,6%	20,6%	0,0%	2,9%	0,0%	78,7
Барнаул	16,1%	46,4%	26,8%	7,1%	1,8%	0,0%	1,8%	75,0
Владивосток	27,6%	34,5%	24,1%	10,3%	0,0%	3,4%	0,0%	73,8
Волгоград	20,0%	40,0%	27,5%	7,5%	2,5%	2,5%	0,0%	75,4
Воронеж	14,6%	37,5%	37,5%	10,4%	0,0%	0,0%	0,0%	73,2
Екатеринбург	16,7%	31,5%	35,2%	13,0%	3,7%	0,0%	0,0%	78,1
Ижевск	24,6%	24,6%	30,8%	16,9%	0,0%	1,5%	1,5%	80,8
Иркутск	15,1%	26,0%	35,6%	16,4%	5,5%	1,4%	0,0%	85,5
Казань	14,3%	31,0%	33,3%	11,9%	7,1%	2,4%	0,0%	86,0
Кемерово	29,6%	27,8%	13,0%	20,4%	1,9%	3,7%	3,7%	89,7
Краснодар	10,4%	31,3%	37,5%	14,6%	2,1%	2,1%	2,1%	88,8
Красноярск	20,0%	36,0%	28,0%	12,0%	4,0%	0,0%	0,0%	75,4
Липецк	15,2%	41,3%	28,3%	8,7%	6,5%	0,0%	0,0%	77,2
Москва	14,1%	24,4%	39,7%	16,7%	1,3%	2,6%	1,3%	87,8
Набережные Челны	21,4%	35,7%	28,6%	14,3%	0,0%	0,0%	0,0%	72,1
Нижний Новгород	18,4%	34,7%	30,6%	12,2%	2,0%	2,0%	0,0%	78,2
Новокузнецк	26,1%	21,7%	30,4%	15,2%	4,3%	0,0%	2,2%	83,2
Новосибирск	40,5%	33,3%	11,9%	11,9%	2,4%	0,0%	0,0%	65,4
Омск	19,6%	39,1%	28,3%	13,0%	0,0%	0,0%	0,0%	71,6
Оренбург	11,6%	44,2%	18,6%	18,6%	4,7%	0,0%	2,3%	86,0
Пенза	27,1%	29,2%	37,5%	6,3%	0,0%	0,0%	0,0%	68,0
Пермь	27,3%	27,3%	36,4%	4,5%	2,3%	2,3%	0,0%	73,5
Ростов-на-Дону	25,0%	27,3%	38,6%	6,8%	2,3%	0,0%	0,0%	71,7
Рязань	21,9%	31,3%	34,4%	12,5%	0,0%	0,0%	0,0%	72,3
Самара	27,0%	24,3%	21,6%	18,9%	8,1%	0,0%	0,0%	81,6
Санкт-Петербург	20,9%	23,1%	37,4%	14,3%	4,4%	0,0%	0,0%	79,5



Центр стратегических исследований

Саратов	27,1%	35,6%	23,7%	11,9%	0,0%	0,0%	1,7%	72,8
Тольятти	14,0%	27,9%	39,5%	14,0%	2,3%	2,3%	0,0%	83,3
Тюмень	17,9%	23,1%	41,0%	7,7%	7,7%	2,6%	0,0%	85,4
Ульяновск	28,3%	23,9%	28,3%	10,9%	0,0%	2,2%	6,5%	90,2
Уфа	13,0%	46,3%	29,6%	11,1%	0,0%	0,0%	0,0%	72,0
Хабаровск	10,2%	40,7%	33,9%	10,2%	3,4%	1,7%	0,0%	80,2
Челябинск	17,0%	27,7%	31,9%	12,8%	4,3%	6,4%	0,0%	89,9
Ярославль	30,0%	30,0%	27,5%	2,5%	2,5%	5,0%	2,5%	81,6

4.4. Площадь, которую рассчитывают получить респонденты, в зависимости от уровня дохода (в % от числа респондентов, желающих улучшить жилищные условия и определившихся с ответом)

Среднемесячный доход на члена семьи, рублей	до 50 кв.м.	50-70 кв. м.	70-100 кв. м.	100-150 кв. м.	150-200 кв. м.	200-300 кв. м.	более 300 кв. м.
до 3 400	35,2%	34,5%	19,1%	7,2%	1,9%	0,6%	1,6%
3 400-9 000	24,1%	31,7%	31,7%	9,9%	1,5%	0,4%	0,7%
9 000-20 200	17,4%	30,9%	32,6%	12,9%	3,5%	2,1%	0,5%
20 200-50 000	10,0%	26,1%	37,6%	19,1%	1,5%	4,9%	0,8%
свыше 50 000	4,5%	11,6%	39,5%	25,4%	11,3%	5,1%	2,6%

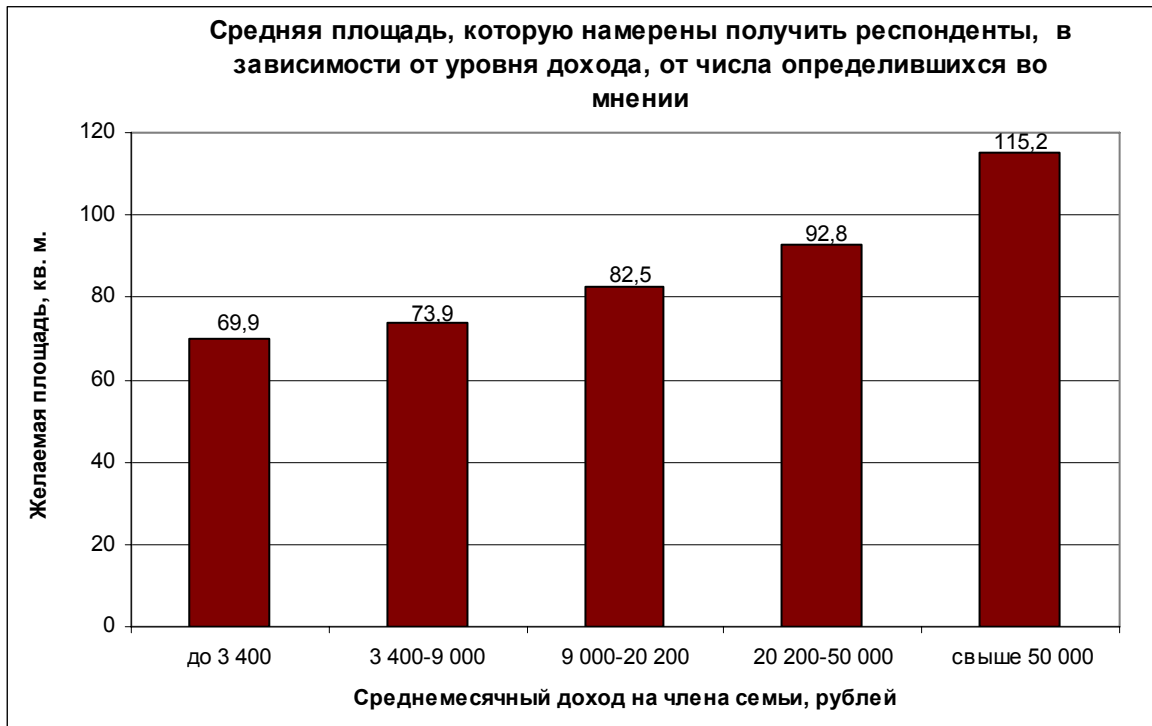
4.5. Площадь, которую планируют приобрести респонденты, в зависимости от уровня дохода (в % от числа респондентов, которые хотят купить квартиру, и определились с ответом)

Среднемесячный доход на члена семьи, рублей	до 50 кв.м.	50-70 кв. м.	70-100 кв. м.	100-150 кв. м.	150-200 кв. м.	200-300 кв. м.	более 300 кв. м.
до 3 400	36,2%	35,2%	21,2%	5,2%	1,2%	0,5%	0,4%
3 400-9 000	24,5%	30,6%	33,0%	9,8%	1,6%	0,4%	0,2%
9 000-20 200	15,6%	30,9%	33,7%	14,0%	3,4%	1,9%	0,5%
20 200-50 000	8,9%	23,3%	39,6%	22,4%	1,8%	3,8%	0,3%
свыше 50 000	5,2%	13,3%	41,0%	26,3%	11,5%	2,8%	0,0%

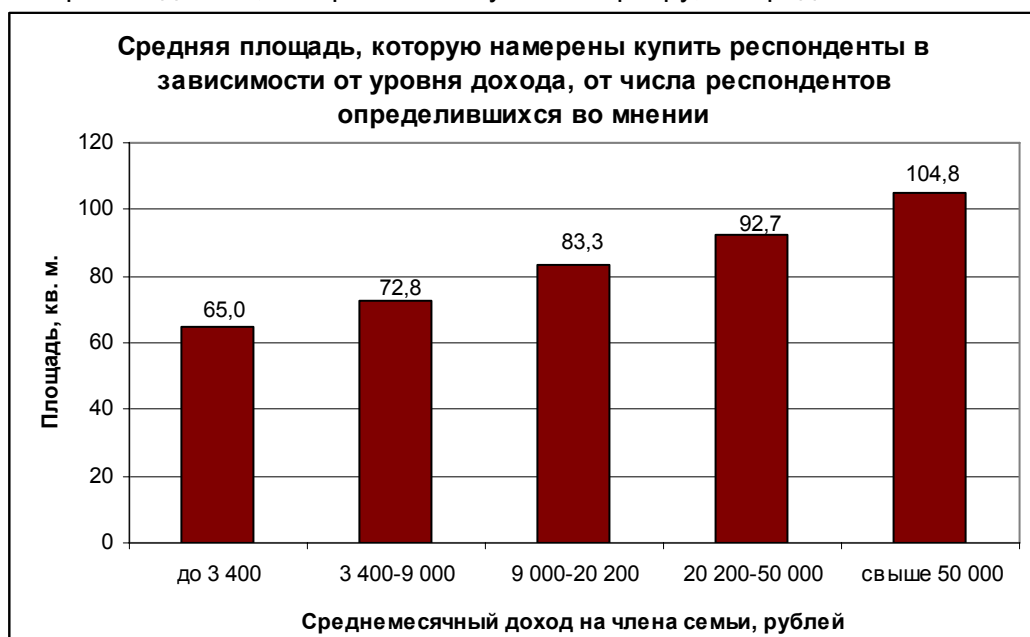


Центр стратегических исследований

4.6. Средняя площадь, которую рассчитывают получить респонденты, в зависимости от уровня дохода
(в % от числа респондентов, желающих улучшить жилищные условия и определившихся с ответом)



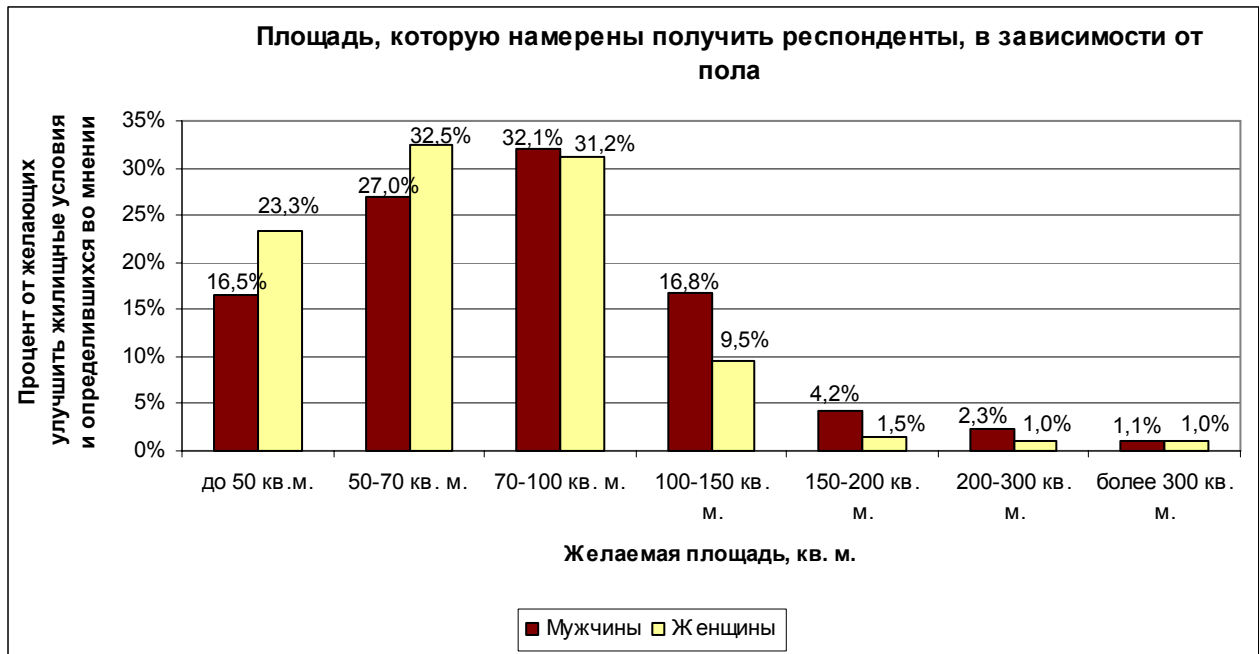
4.7. Средняя площадь, которую планируют приобрести респонденты, в зависимости от уровня дохода
(в % от числа респондентов, которые хотят купить квартиру, и определились с ответом)



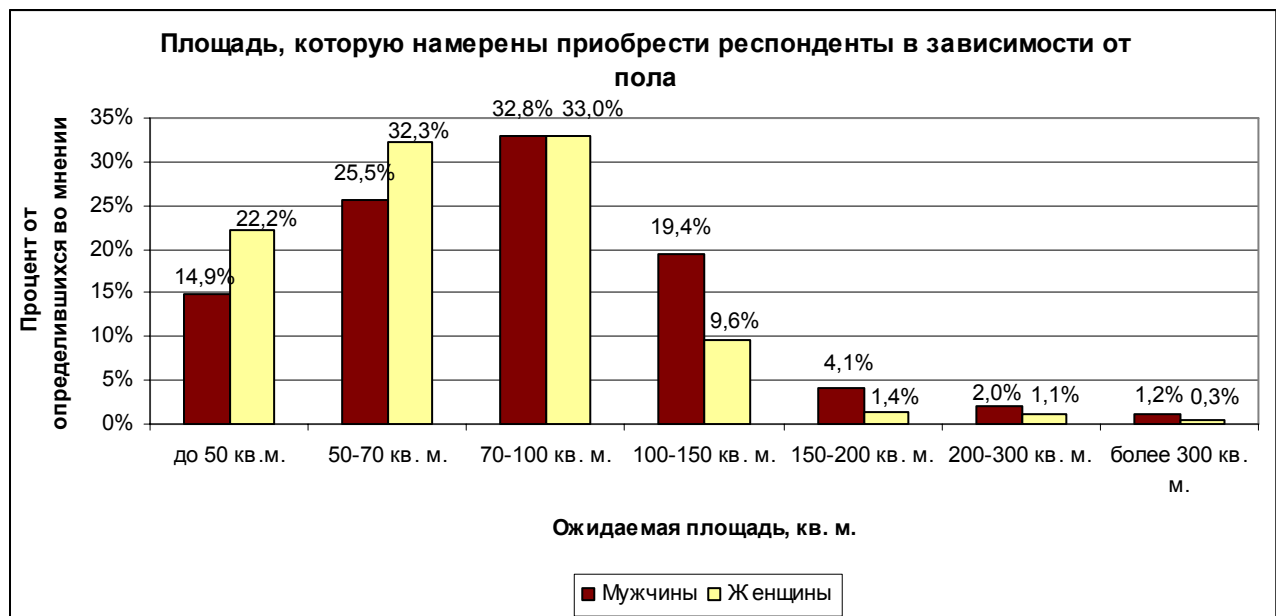


Центр стратегических исследований

4.8. Площадь, которую рассчитывают получить респонденты, в зависимости от пола (в % от числа респондентов, желающих улучшить жилищные условия и определившихся с ответом)



4.9. Площадь, которую рассчитывают приобрести респонденты, в зависимости от пола (в % от числа респондентов, которые хотят купить квартиру, и определились с ответом)



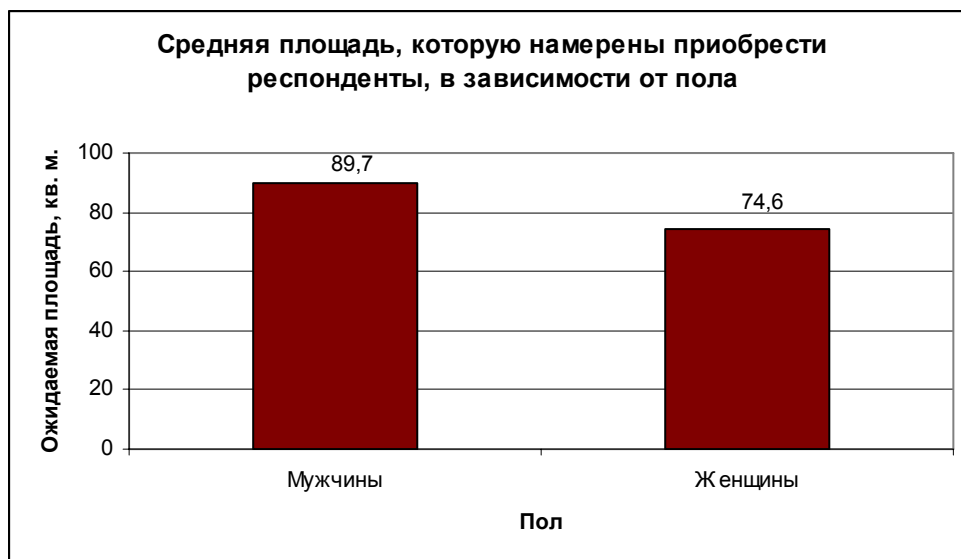


Центр стратегических исследований

4.10. Средняя площадь, которую рассчитывают получить респонденты, в зависимости от пола (в % от числа респондентов, желающих улучшить жилищные условия и определившихся с ответом)



4.11. Средняя площадь, которую рассчитывают приобрести респонденты, в зависимости от пола (в % от числа респондентов, которые хотят купить квартиру, и определились с ответом)



4.12. Площадь, которую рассчитывают получить респонденты, в зависимости от возраста (в % от числа респондентов, желающих улучшить жилищные условия и определившихся с ответом)

	до 50 кв. м.	50-70 кв. м.	70-100 кв. м.	100-150 кв. м.	150-200 кв. м.	200-300 кв. м.	более 300 кв. м.
до 30 лет	18,2%	31,7%	33,8%	10,7%	2,5%	1,6%	1,5%
30-40 лет	17,1%	26,8%	33,2%	14,6%	4,5%	2,0%	1,9%



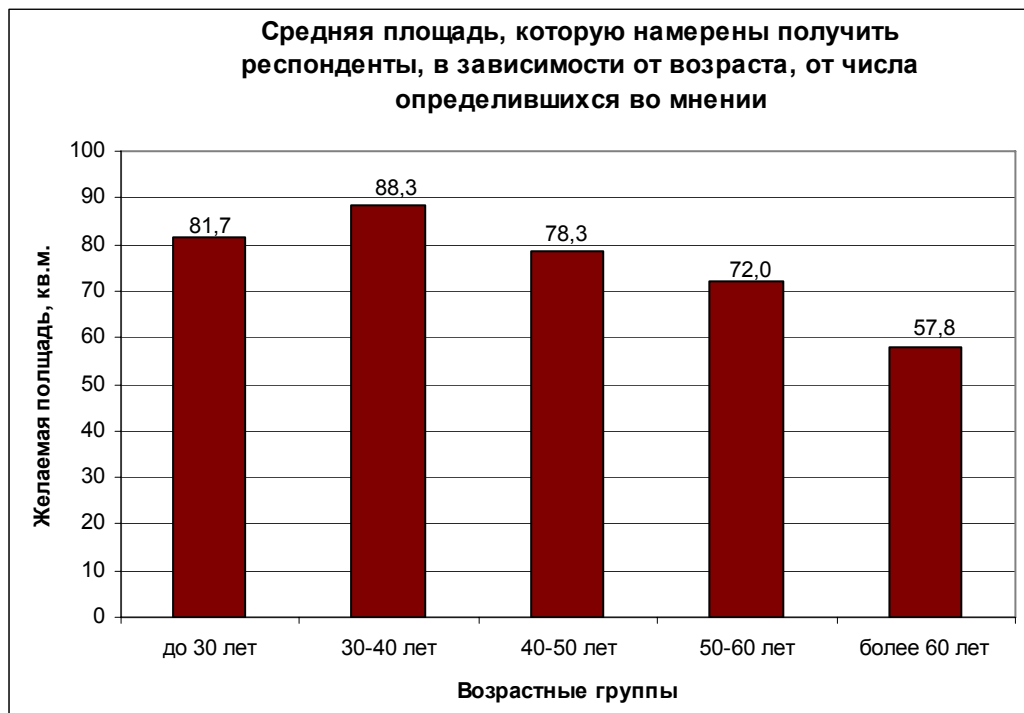
Центр стратегических исследований

40-50 лет	22,1%	28,5%	31,4%	14,7%	1,4%	1,8%	0,1%
50-60 лет	24,6%	35,5%	25,7%	12,2%	1,5%	0,5%	0,0%
более 60 лет	43,3%	33,6%	21,2%	1,8%	0,0%	0,0%	0,0%

4.13. Площадь, которую рассчитывают приобрести респонденты, в зависимости от возраста (в % от числа респондентов, которые хотят купить квартиру, и определились с ответом)

	до 50 кв.м.	50-70 кв. м.	70-100 кв. м.	100-150 кв. м.	150-200 кв. м.	200-300 кв. м.	более 300 кв. м.
до 30 лет	18,8%	30,2%	35,2%	11,4%	2,6%	1,2%	0,5%
30-40 лет	16,2%	27,6%	32,4%	15,9%	4,3%	1,7%	1,8%
40-50 лет	19,0%	29,7%	30,8%	17,0%	1,3%	2,1%	0,2%
50-60 лет	21,9%	34,3%	30,2%	12,0%	0,8%	0,7%	0,0%
более 60 лет	45,4%	23,4%	31,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%

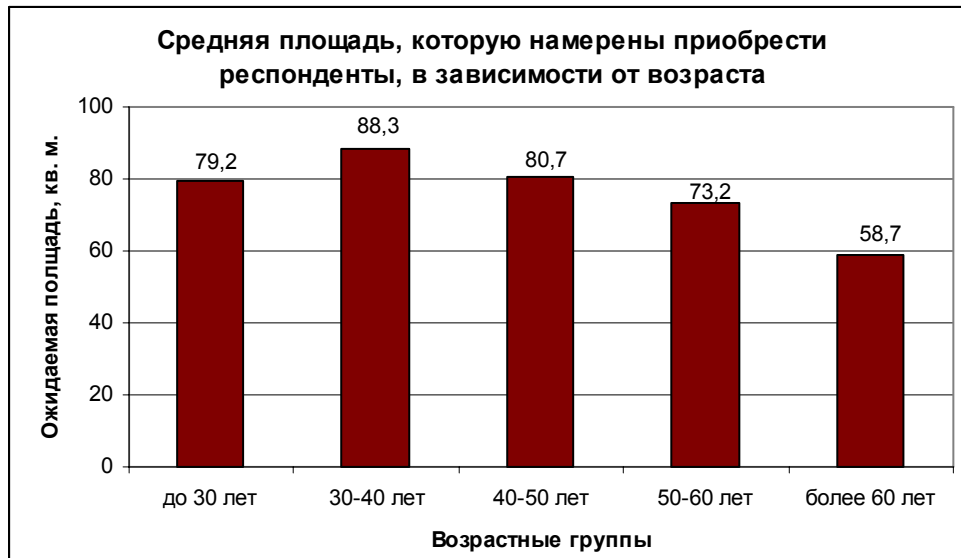
4.14. Средняя площадь, которую рассчитывают получить респонденты, в зависимости от возраста (в % от числа респондентов, желающих улучшить жилищные условия и определившихся с ответом)





Центр стратегических исследований

4.15. Средняя площадь, которую рассчитывают приобрести респонденты, в зависимости от возраста
(в % от числа респондентов, которые хотят купить квартиру, и определились с ответом)



5. Способ получения необходимой суммы на улучшение жилищных условий
(в % от числа респондентов, желающих улучшить жилищные условия)





Центр стратегических исследований

5.1. Способ получения необходимой суммы на улучшение жилищных условий по городам опроса (в % от числа респондентов, желающих улучшить жилищные условия и определившихся с ответом)

	Накоплю	Возьму в долг у друзей и знакомых	Получу кредит на работе	Возьму в банке ипотечный кредит
Астрахань	29,2%	2,8%	5,6%	62,5%
Барнаул	19,0%	3,8%	6,7%	70,5%
Владивосток	38,3%	6,4%	3,2%	52,1%
Волгоград	34,9%	6,0%	7,2%	51,8%
Воронеж	36,1%	2,4%	4,8%	56,6%
Екатеринбург	32,4%	2,0%	8,8%	56,9%
Ижевск	23,5%	4,1%	7,1%	65,3%
Иркутск	32,1%	2,9%	6,6%	58,4%
Казань	35,2%	6,6%	4,4%	53,8%
Кемерово	24,5%	1,0%	11,2%	63,3%
Краснодар	38,8%	3,1%	5,1%	53,1%
Красноярск	26,9%	6,5%	7,5%	59,1%
Липецк	29,6%	6,1%	8,2%	56,1%
Москва	30,1%	8,7%	10,4%	50,9%
Набережные Челны	29,3%	3,3%	9,8%	57,6%
Нижний Новгород	32,0%	0,0%	4,0%	64,0%
Новокузнецк	20,9%	3,3%	6,6%	69,2%
Новосибирск	22,2%	6,2%	11,1%	60,5%
Омск	24,4%	3,8%	6,4%	65,4%
Оренбург	31,3%	3,1%	4,2%	61,5%
Пенза	30,5%	4,9%	9,8%	54,9%
Пермь	30,1%	5,4%	6,5%	58,1%
Ростов-на-Дону	34,7%	6,1%	8,2%	51,0%
Рязань	26,0%	11,0%	8,2%	54,8%
Самара	26,0%	5,5%	9,6%	58,9%
Санкт-Петербург	41,9%	6,1%	6,8%	45,3%
Саратов	33,7%	1,1%	6,7%	58,4%
Тольятти	26,2%	0,0%	8,3%	65,5%
Тюмень	33,3%	3,7%	11,1%	51,9%
Ульяновск	30,2%	2,3%	1,2%	66,3%
Уфа	31,4%	6,7%	4,8%	57,1%
Хабаровск	38,2%	8,2%	9,1%	44,5%
Челябинск	28,0%	9,0%	7,0%	56,0%
Ярославль	26,4%	6,9%	5,6%	61,1%



Центр стратегических исследований

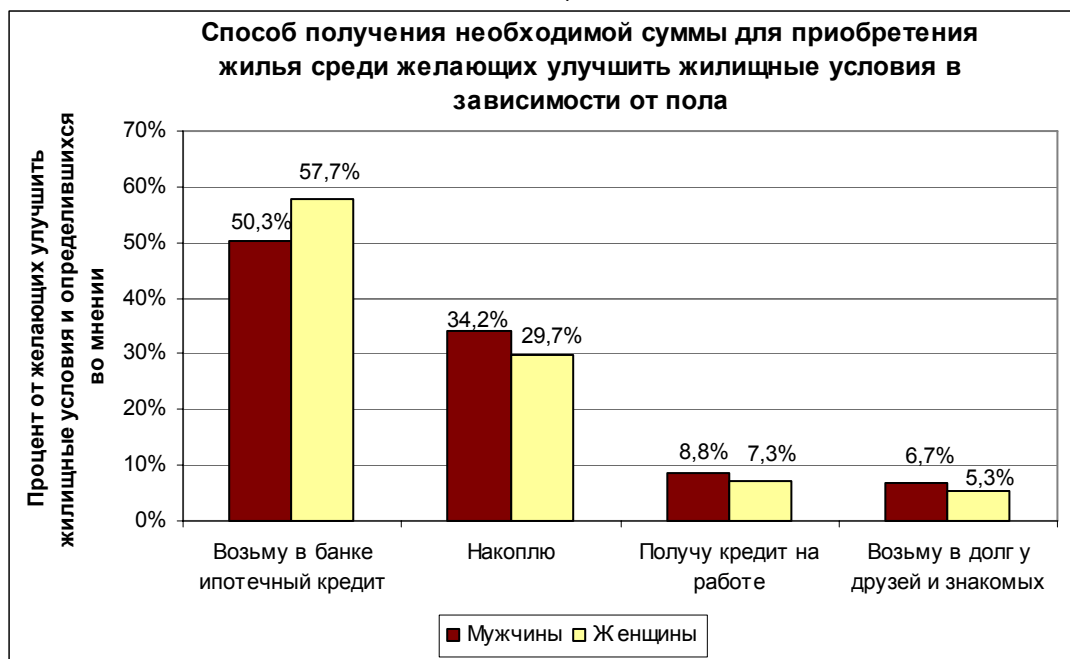
5.2. Способ получения необходимой суммы на улучшение жилищных условий в зависимости от уровня дохода

(в % от числа респондентов, желающих улучшить жилищные условия и определившихся с ответом)

Среднемесячный доход на члена семьи, рублей	Накоплю	Возьму в долг у друзей и знакомых	Получу кредит на работе	Возьму в банке ипотечный кредит
до 3 400	28,7%	5,5%	5,4%	60,4%
3 400-9 000	29,1%	6,6%	6,3%	58,0%
9 000-20 200	31,0%	5,0%	7,5%	56,5%
20 200-50 000	35,0%	8,0%	13,8%	43,2%
свыше 50 000	55,4%	2,1%	14,3%	28,2%

5.3. Способ получения необходимой суммы на улучшение жилищных условий в зависимости от пола

(в % от числа респондентов, желающих улучшить жилищные условия и определившихся с ответом)



5.4. Способ получения необходимой суммы на улучшение жилищных условий в зависимости от возраста

(в % от числа респондентов, желающих улучшить жилищные условия и определившихся с ответом)

	Накоплю	Возьму в долг у друзей и знакомых	Получу кредит на работе	Возьму в банке ипотечный кредит
до 30 лет	31,0%	5,0%	7,0%	57,0%
30-40 лет	34,1%	7,7%	9,4%	48,9%
40-50 лет	26,9%	4,6%	8,4%	60,1%
50-60 лет	32,4%	4,6%	9,0%	53,9%
более 60 лет	37,7%	14,1%	0,7%	47,4%



Центр стратегических исследований

6. Сумма, которую респонденты намерены потратить на приобретение квартиры
(в % от числа респондентов, желающих улучшить жилищные условия и определившихся с ответом)



6.1. Сумма, которую респонденты намерены потратить на приобретение квартиры по городам опроса
(в % от числа респондентов, желающих улучшить жилищные условия и определившихся с ответом)

	до 10 тыс. долл.	10-20 тыс. долл.	20-30 тыс. долл.	30-50 тыс. долл.	50-70 тыс. долл.	70-100 тыс. долл.	100-200 тыс. долл.	более 200 тыс. долл.	Средняя сумма, тыс. долл.
Астрахань	31,3%	25,0%	18,8%	12,5%	6,3%	0,0%	6,3%	0,0%	29,1
Барнаул	18,5%	25,9%	22,2%	7,4%	7,4%	7,4%	7,4%	3,7%	43,9
Владивосток	11,4%	11,4%	8,6%	8,6%	40,0%	17,1%	2,9%	0,0%	51,1
Волгоград	11,8%	29,4%	29,4%	17,6%	5,9%	5,9%	0,0%	0,0%	28,3
Воронеж	30,4%	17,4%	13,0%	17,4%	8,7%	4,3%	0,0%	8,7%	43,3
Екатеринбург	29,0%	29,0%	16,1%	6,5%	0,0%	3,2%	9,7%	6,5%	44,7
Ижевск	31,0%	20,7%	17,2%	13,8%	10,3%	3,4%	0,0%	3,4%	32,1
Иркутск	19,0%	11,9%	19,0%	16,7%	16,7%	7,1%	0,0%	9,5%	51,8
Казань	38,9%	11,1%	16,7%	11,1%	0,0%	5,6%	5,6%	11,1%	50,9
Кемерово	29,0%	9,7%	6,5%	25,8%	12,9%	9,7%	3,2%	3,2%	43,6
Краснодар	11,5%	19,2%	26,9%	15,4%	7,7%	7,7%	7,7%	3,8%	47,8
Красноярск	13,3%	10,0%	10,0%	26,7%	16,7%	6,7%	6,7%	10,0%	63,4
Липецк	19,2%	30,8%	7,7%	11,5%	11,5%	0,0%	3,8%	15,4%	59,2
Москва	17,9%	10,7%	10,7%	21,4%	10,7%	3,6%	17,9%	7,1%	66,3
Набережные Челны	26,3%	31,6%	21,1%	5,3%	5,3%	0,0%	5,3%	5,3%	36,8



Центр стратегических исследований

Нижний Новгород	15,8%	15,8%	26,3%	21,1%	10,5%	0,0%	5,3%	5,3%	44,4
Новокузнецк	29,2%	25,0%	16,7%	12,5%	0,0%	4,2%	0,0%	12,5%	46,3
Новосибирск	27,3%	18,2%	9,1%	22,7%	13,6%	0,0%	4,5%	4,5%	41,3
Омск	36,4%	18,2%	9,1%	9,1%	13,6%	0,0%	0,0%	13,6%	49,7
Оренбург	30,0%	10,0%	10,0%	20,0%	15,0%	10,0%	5,0%	0,0%	39,4
Пенза	30,8%	15,4%	23,1%	0,0%	0,0%	23,1%	7,7%	0,0%	41,7
Пермь	33,3%	20,8%	8,3%	16,7%	8,3%	4,2%	4,2%	4,2%	38,5
Ростов-на-Дону	47,4%	5,3%	15,8%	15,8%	10,5%	5,3%	0,0%	0,0%	25,6
Рязань	31,6%	21,1%	15,8%	10,5%	5,3%	0,0%	10,5%	5,3%	44,4
Самара	12,5%	6,3%	12,5%	12,5%	18,8%	12,5%	6,3%	18,8%	82,6
Санкт-Петербург	5,7%	11,4%	14,3%	14,3%	20,0%	11,4%	14,3%	8,6%	73,5
Саратов	27,0%	13,5%	18,9%	18,9%	10,8%	0,0%	5,4%	5,4%	43
Тольятти	33,3%	20,0%	20,0%	6,7%	0,0%	0,0%	13,3%	6,7%	48
Тюмень	18,2%	18,2%	18,2%	22,7%	4,5%	4,5%	0,0%	13,6%	54,4
Ульяновск	27,8%	33,3%	16,7%	5,6%	0,0%	16,7%	0,0%	0,0%	27,8
Уфа	26,1%	13,0%	13,0%	17,4%	13,0%	8,7%	4,3%	4,3%	45,6
Хабаровск	17,0%	12,8%	14,9%	23,4%	14,9%	8,5%	6,4%	2,1%	46,8
Челябинск	14,8%	22,2%	7,4%	14,8%	14,8%	14,8%	3,7%	7,4%	55,6
Ярославль	26,7%	13,3%	26,7%	6,7%	13,3%	6,7%	0,0%	6,7%	41,8

6.2. Сумма, которую респонденты намерены потратить на приобретение квартиры в зависимости от уровня дохода
(в % от числа респондентов, желающих улучшить жилищные условия и определившихся с ответом)

Среднемесячный доход на члена семьи, рублей	до 10 тыс. долл.	10-20 тыс. долл.	20-30 тыс. долл.	30-50 тыс. долл.	50-70 тыс. долл.	70-100 тыс. долл.	100-200 тыс. долл.	более 200 тыс. долл.
до 3 400	41,0%	13,5%	19,2%	12,9%	5,7%	5,7%	0,8%	1,2%
3 400-9 000	22,9%	17,7%	14,5%	17,4%	9,9%	6,2%	7,4%	4,1%
9 000-20 200	18,7%	18,3%	13,4%	13,7%	12,3%	5,9%	8,5%	9,1%
20 200-50 000	12,9%	10,7%	15,0%	20,1%	16,8%	4,7%	10,1%	9,8%
свыше 50 000	22,0%	0,0%	16,9%	7,4%	21,3%	9,7%	12,9%	9,8%



Центр стратегических исследований

6.3. Средняя сумма, которую респонденты намерены потратить на приобретение квартиры в зависимости от уровня дохода
(в % от числа респондентов, желающих улучшить жилищные условия и определившихся с ответом)



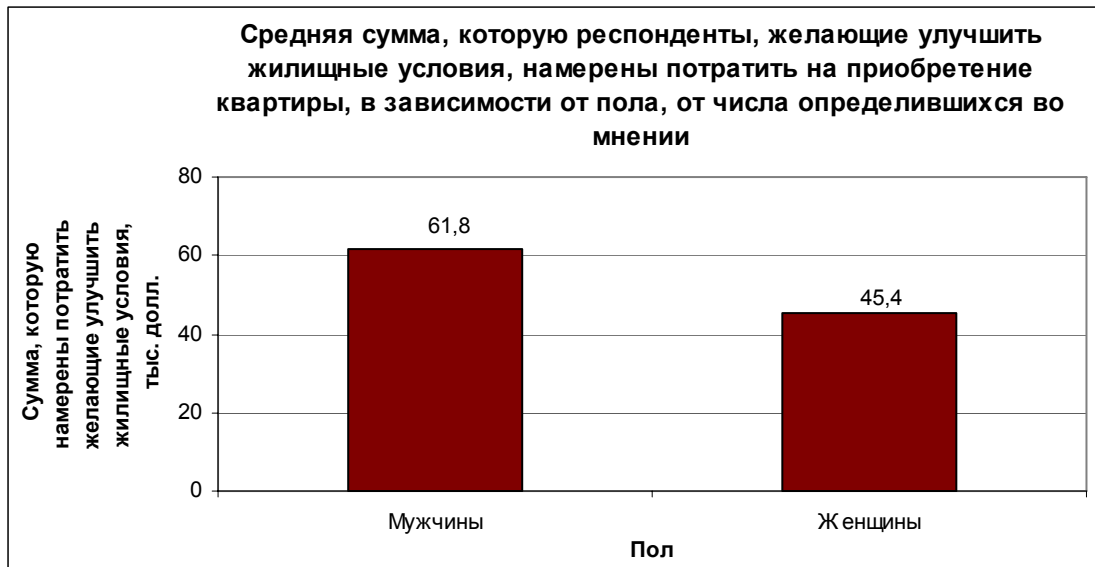
6.4. Сумма, которую респонденты намерены потратить на приобретение квартиры в зависимости от пола
(в % от числа респондентов, желающих улучшить жилищные условия и определившихся с ответом)





Центр стратегических исследований

6.5. Средняя сумма, которую респонденты намерены потратить на приобретение квартиры в зависимости от пола
(в % от числа респондентов, желающих улучшить жилищные условия и определившихся с ответом)



6.6. Сумма, которую респонденты намерены потратить на приобретение квартиры в зависимости от возраста
(в % от числа респондентов, желающих улучшить жилищные условия и определившихся с ответом)

	до 10 тыс. долл.	10-20 тыс. долл.	20-30 тыс. долл.	30-50 тыс. долл.	50-70 тыс. долл.	70-100 тыс. долл.	100-200 тыс. долл.	более 200 тыс. долл.
до 30 лет	20,2%	14,9%	14,6%	14,5%	11,1%	6,4%	9,9%	8,3%
30-40 лет	21,8%	14,0%	18,0%	13,6%	10,1%	7,2%	8,4%	6,8%
40-50 лет	17,4%	17,0%	12,5%	21,7%	18,3%	3,8%	4,3%	5,0%
50-60 лет	25,7%	20,1%	9,5%	18,6%	8,2%	7,3%	6,4%	4,1%
более 60 лет	44,9%	21,1%	12,5%	13,7%	4,6%	0,0%	0,0%	3,2%

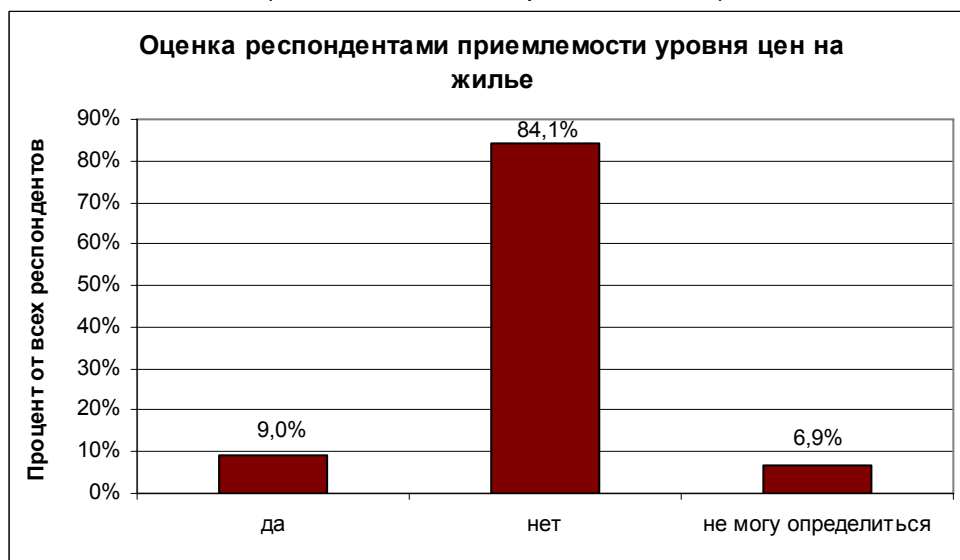


Центр стратегических исследований

6.7. Средняя сумма, которую респонденты намерены потратить на приобретение квартиры в зависимости от возраста
(в % от числа респондентов, желающих улучшить жилищные условия и определившихся с ответом)



7. Оценка респондентами приемлемости уровня цен на жилье (в % от числа всех респондентов)





Центр стратегических исследований

7.1. Оценка респондентами, которые намерены приобрести квартиру, приемлемости уровня цен на жилье
(в % от числа респондентов, которые хотят купить квартиру и определились с ответом)



7.2. Доля респондентов, которые считают уровень цен на недвижимость приемлемым по городам опроса
(в % от числа всех респондентов, определившихся с ответом)

Астрахань	21,2%	Новосибирск	13,0%
Барнаул	6,8%	Омск	12,9%
Владивосток	6,9%	Оренбург	6,0%
Волгоград	13,1%	Пенза	13,0%
Воронеж	11,9%	Пермь	14,4%
Екатеринбург	10,9%	Ростов-на-Дону	11,5%
Ижевск	9,1%	Рязань	11,2%
Иркутск	9,9%	Самара	8,2%
Казань	14,2%	Санкт-Петербург	7,1%
Кемерово	8,3%	Саратов	11,2%
Краснодар	8,1%	Тольятти	11,1%
Красноярск	11,2%	Тюмень	13,8%
Липецк	12,1%	Ульяновск	12,0%
Москва	7,5%	Уфа	8,4%
Набережные Челны	14,1%	Хабаровск	9,2%
Нижний Новгород	6,6%	Челябинск	10,7%
Новокузнецк	12,1%	Ярославль	10,3%

7.3. Доля респондентов, намеренных приобрести квартиру, которые считают уровень цен на недвижимость приемлемым по городам опроса
(в % от числа респондентов, которые хотят купить квартиру и определились с ответом)

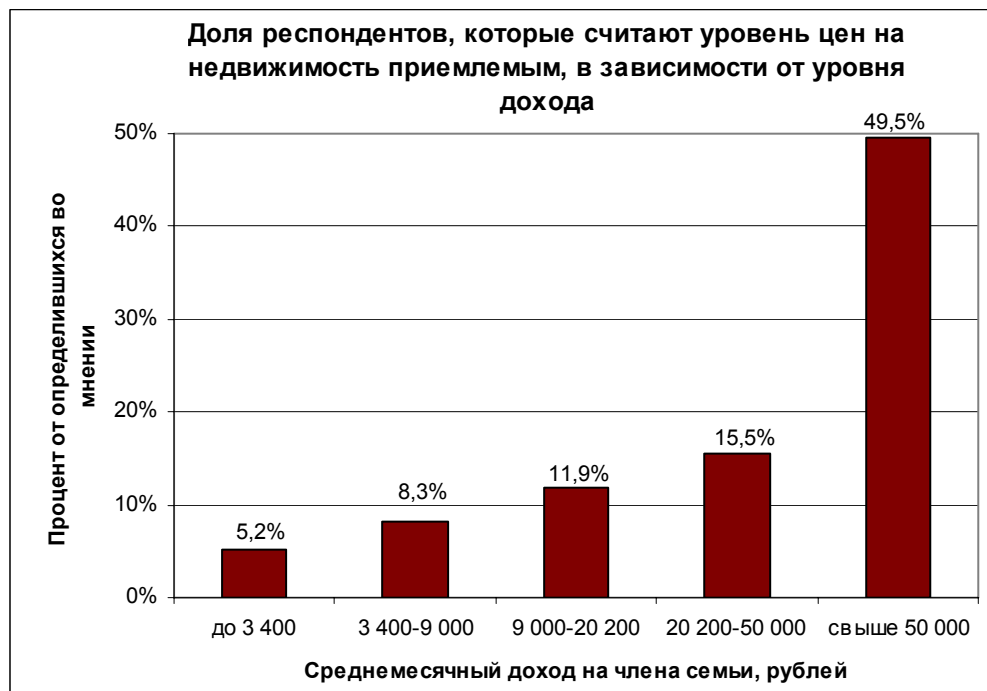
Астрахань	19,6%	Новосибирск	11,5%
Барнаул	13,7%	Омск	15,8%
Владивосток	5,7%	Оренбург	8,1%



Центр стратегических исследований

Волгоград	20,4%	Пенза	18,3%
Воронеж	27,0%	Пермь	15,9%
Екатеринбург	17,1%	Ростов-на-Дону	9,1%
Ижевск	8,3%	Рязань	10,2%
Иркутск	15,5%	Самара	15,8%
Казань	17,5%	Санкт-Петербург	10,0%
Кемерово	11,0%	Саратов	19,7%
Краснодар	6,9%	Тольятти	14,9%
Красноярск	22,4%	Тюмень	11,5%
Липецк	14,8%	Ульяновск	17,6%
Москва	5,9%	Уфа	10,8%
Набережные Челны	19,6%	Хабаровск	17,1%
Нижний Новгород	6,9%	Челябинск	18,8%
Новокузнецк	22,5%	Ярославль	15,1%

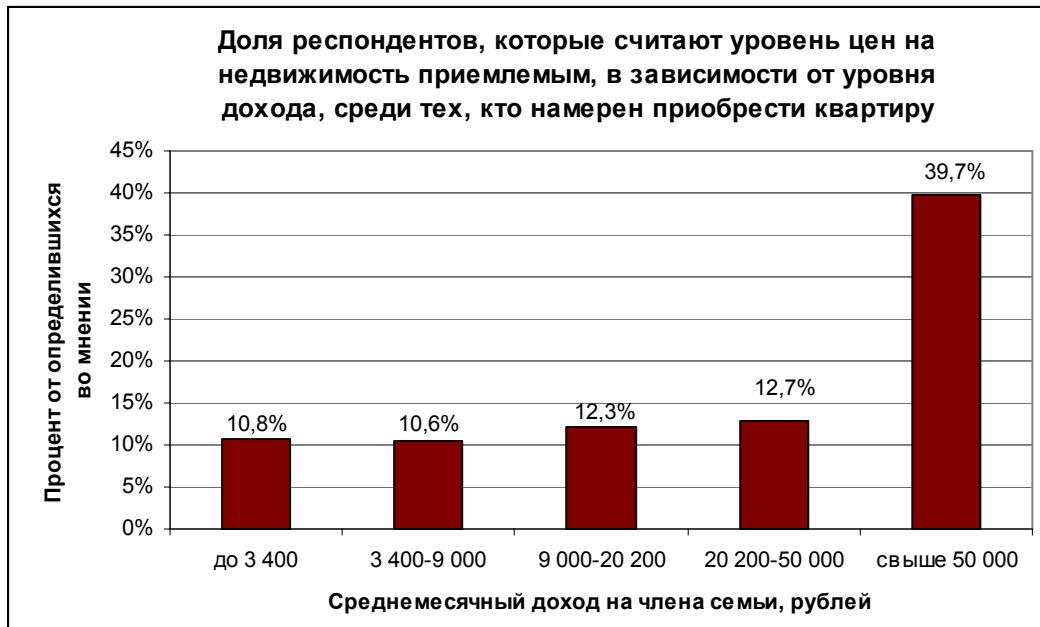
7.4. Доля респондентов, которые считают уровень цен на недвижимость приемлемым в зависимости от уровня дохода
(в % от числа всех респондентов, определивших с ответом)





Центр стратегических исследований

7.5. Доля респондентов, намеренных приобрести квартиру, которые считают уровень цен на недвижимость приемлемым в зависимости от уровня дохода
(в % от числа респондентов, которые хотят купить квартиру и определились с ответом)



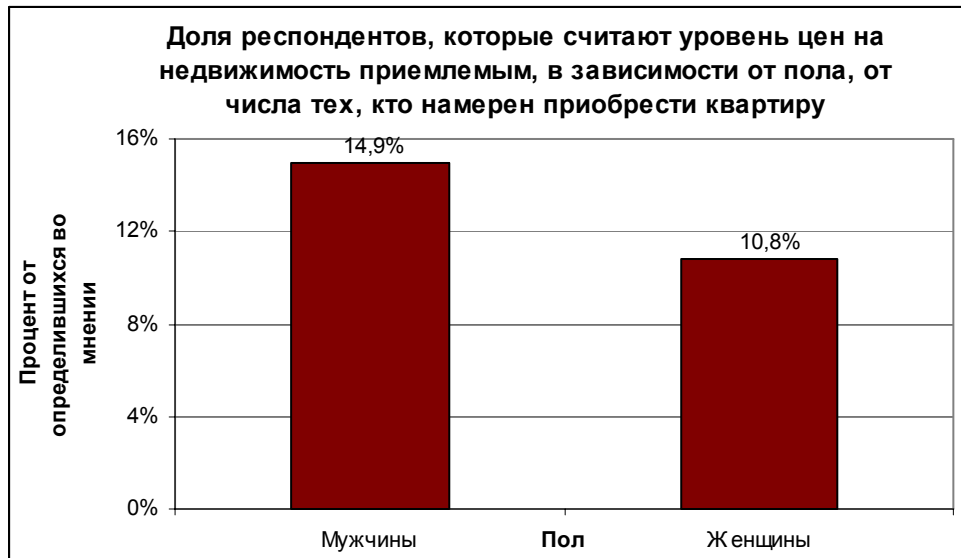
7.6. Доля респондентов, которые считают уровень цен на недвижимость приемлемым в зависимости от пола
(в % от числа всех респондентов, определившихся с ответом)



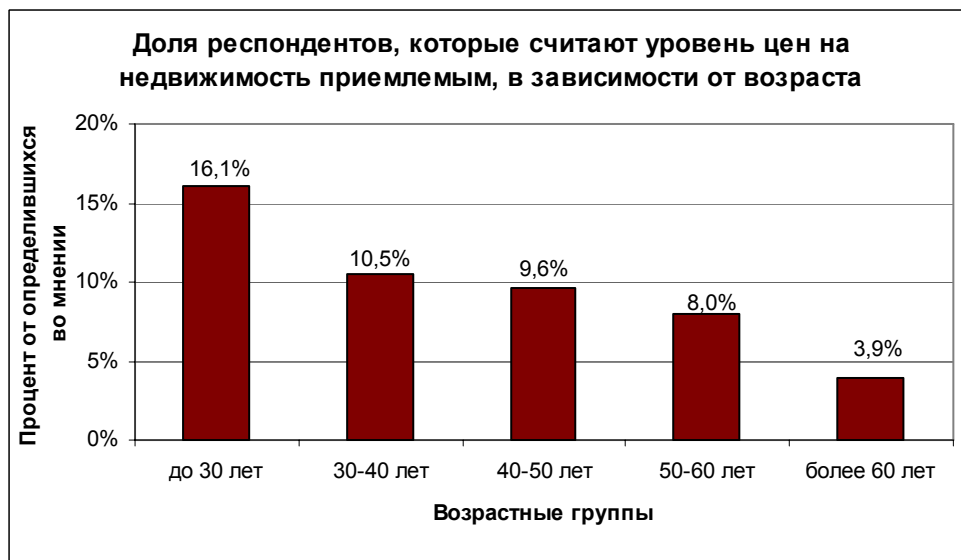


Центр стратегических исследований

7.7. Доля респондентов, намеренных приобрести квартиру, которые считают уровень цен на недвижимость приемлемым в зависимости от пола
(в % от числа респондентов, которые хотят купить квартиру и определились с ответом)



7.8. Доля респондентов, которые считают уровень цен на недвижимость приемлемым в зависимости от возраста
(в % от числа всех респондентов, определившихся с ответом)





Центр стратегических исследований

7.9. Доля респондентов, намеренных приобрести квартиру, которые считают уровень цен на недвижимость приемлемым в зависимости от возраста
(в % от числа респондентов, которые хотят купить квартиру и определились с ответом)



8. Приемлемая для респондентов процентная ставка по рублевому кредиту на приобретение недвижимости
(в % от всех респондентов, определившихся с ответом)





Центр стратегических исследований

8.1. Приемлемая для респондентов, намеренных купить квартиру, процентная ставка по рублевому кредиту на приобретение недвижимости
(в % от числа респондентов, которые хотят купить квартиру и определились с ответом)



8.2. Приемлемая для респондентов процентная ставка по рублевому кредиту на приобретение недвижимости по городам опроса
(в % от числа всех респондентов, определившихся с ответом)

	до 5%	6-10%	11-15%	16-20%	21-25%	более 25%	В среднем
Астрахань	40,7%	42,5%	12,4%	2,7%	0,9%	0,9%	7,9%
Барнаул	36,8%	45,1%	13,9%	3,5%	0,0%	0,7%	8,0%
Владивосток	39,0%	50,4%	9,2%	0,7%	0,0%	0,7%	7,5%
Волгоград	45,9%	31,5%	17,1%	1,8%	0,0%	3,6%	8,3%
Воронеж	44,0%	36,2%	15,5%	1,7%	1,7%	0,9%	8,0%
Екатеринбург	33,8%	41,5%	18,5%	4,6%	0,0%	1,5%	8,6%
Ижевск	30,7%	48,5%	16,8%	2,0%	1,0%	1,0%	8,4%
Иркутск	24,6%	49,2%	19,0%	4,8%	0,8%	1,6%	9,0%
Казань	38,6%	50,0%	7,9%	1,8%	0,0%	1,8%	7,7%
Кемерово	44,5%	38,0%	13,1%	3,6%	0,0%	0,7%	7,8%
Краснодар	47,6%	38,9%	8,7%	4,0%	0,0%	0,8%	7,5%
Красноярск	37,5%	44,6%	15,2%	1,8%	0,0%	0,9%	7,9%
Липецк	35,7%	44,6%	13,4%	6,3%	0,0%	0,0%	8,2%
Москва	48,4%	40,3%	10,0%	0,9%	0,5%	0,0%	7,2%
Набережные Челны	35,5%	51,2%	10,7%	0,8%	0,8%	0,8%	7,8%
Нижний Новгород	43,0%	37,0%	17,0%	1,0%	1,0%	1,0%	7,9%
Новокузнецк	32,8%	45,3%	18,0%	2,3%	0,8%	0,8%	8,3%
Новосибирск	35,3%	43,7%	16,8%	1,7%	0,0%	2,5%	8,3%
Омск	35,0%	54,5%	8,1%	0,8%	0,0%	1,6%	7,7%
Оренбург	49,6%	37,8%	9,4%	3,1%	0,0%	0,0%	7,3%
Пенза	40,0%	41,0%	18,0%	1,0%	0,0%	0,0%	7,7%
Пермь	35,5%	43,5%	18,5%	1,6%	0,0%	0,8%	8,1%



Центр стратегических исследований

Ростов-на-Дону	43,0%	40,2%	11,2%	3,7%	0,9%	0,9%	7,9%
Рязань	42,5%	40,6%	13,2%	2,8%	0,0%	0,9%	7,8%
Самара	24,7%	48,4%	21,5%	4,3%	0,0%	1,1%	8,9%
Санкт-Петербург	46,0%	39,0%	13,9%	0,5%	0,0%	0,5%	7,4%
Саратов	38,7%	39,5%	17,6%	1,7%	1,7%	0,8%	8,2%
Тольятти	31,8%	48,1%	15,5%	3,9%	0,8%	0,0%	8,2%
Тюмень	40,2%	44,4%	10,3%	2,6%	1,7%	0,9%	7,9%
Ульяновск	39,3%	36,6%	17,0%	7,1%	0,0%	0,0%	8,3%
Уфа	28,2%	45,6%	21,4%	2,9%	1,0%	1,0%	8,7%
Хабаровск	49,6%	33,8%	11,3%	3,0%	1,5%	0,8%	7,7%
Челябинск	31,9%	46,9%	15,9%	3,5%	0,9%	0,9%	8,4%
Ярославль	44,4%	37,8%	14,4%	1,1%	1,1%	1,1%	7,8%

8.3. Приемлемая для респондентов, намеренных купить квартиру, процентная ставка по рублевому кредиту на приобретение недвижимости по городам опроса
(в % от числа респондентов, которые хотят купить квартиру и определились с ответом)

	до 5%	6-10%	11-15%	16-20%	21-25%	более 25%	В среднем
Астрахань	39,3%	39,3%	10,7%	7,1%	3,6%	0,0%	8,6%
Барнаул	36,2%	44,8%	17,2%	1,7%	0,0%	0,0%	7,9%
Владивосток	37,0%	50,0%	8,7%	2,2%	0,0%	2,2%	7,9%
Волгоград	35,5%	41,9%	9,7%	6,5%	0,0%	6,5%	9,2%
Воронеж	38,1%	33,3%	21,4%	2,4%	4,8%	0,0%	8,8%
Екатеринбург	27,3%	49,1%	14,5%	9,1%	0,0%	0,0%	8,7%
Ижевск	33,3%	52,4%	14,3%	0,0%	0,0%	0,0%	7,6%
Иркутск	20,0%	51,7%	20,0%	6,7%	0,0%	1,7%	9,3%
Казань	35,3%	50,0%	11,8%	2,9%	0,0%	0,0%	7,8%
Кемерово	38,5%	40,4%	13,5%	5,8%	0,0%	1,9%	8,4%
Краснодар	46,7%	33,3%	13,3%	4,4%	0,0%	2,2%	8,1%
Красноярск	35,3%	41,2%	23,5%	0,0%	0,0%	0,0%	8,0%
Липецк	43,2%	43,2%	8,1%	5,4%	0,0%	0,0%	7,6%
Москва	45,8%	42,4%	8,5%	1,7%	1,7%	0,0%	7,4%
Набережные Челны	34,4%	53,1%	9,4%	3,1%	0,0%	0,0%	7,7%
Нижний Новгород	24,4%	51,2%	22,0%	0,0%	2,4%	0,0%	8,6%
Новокузнецк	27,7%	44,7%	19,1%	4,3%	2,1%	2,1%	9,2%
Новосибирск	34,9%	39,5%	20,9%	2,3%	0,0%	2,3%	8,6%
Омск	22,9%	65,7%	8,6%	2,9%	0,0%	0,0%	8,0%
Оренбург	43,2%	40,5%	13,5%	2,7%	0,0%	0,0%	7,6%
Пенза	34,4%	50,0%	15,6%	0,0%	0,0%	0,0%	7,7%
Пермь	31,7%	51,2%	17,1%	0,0%	0,0%	0,0%	7,8%
Ростов-на-Дону	54,5%	36,4%	9,1%	0,0%	0,0%	0,0%	6,8%
Рязань	34,5%	48,3%	10,3%	6,9%	0,0%	0,0%	8,1%
Самара	30,0%	26,7%	33,3%	6,7%	0,0%	3,3%	9,9%
Санкт-Петербург	39,4%	47,0%	12,1%	0,0%	0,0%	1,5%	7,7%
Саратов	31,9%	48,9%	12,8%	2,1%	2,1%	2,1%	8,6%
Тольятти	29,3%	48,8%	17,1%	4,9%	0,0%	0,0%	8,4%
Тюмень	46,7%	43,3%	6,7%	0,0%	3,3%	0,0%	7,4%
Ульяновск	36,6%	22,0%	31,7%	9,8%	0,0%	0,0%	9,3%



Центр стратегических исследований

Уфа	26,8%	43,9%	29,3%	0,0%	0,0%	0,0%	8,5%
Хабаровск	47,4%	34,2%	15,8%	0,0%	2,6%	0,0%	7,7%
Челябинск	25,0%	54,5%	15,9%	4,5%	0,0%	0,0%	8,4%
Ярославль	33,3%	36,7%	20,0%	3,3%	3,3%	3,3%	9,4%

- 8.4. Приемлемая для респондентов процентная ставка по рублевому кредиту на приобретение недвижимости в зависимости от уровня дохода
(в % от числа всех респондентов, определившихся с ответом)

Среднемесячный доход на члена семьи, рублей	до 5%	6-10%	11-15%	16-20%	21-25%	более 25%
до 3 400	47,6%	40,2%	9,0%	2,0%	0,2%	1,0%
3 400-9 000	42,7%	41,2%	13,7%	1,5%	0,3%	0,6%
9 000-20 200	37,4%	43,2%	15,4%	2,6%	0,6%	0,8%
20 200-50 000	39,2%	44,2%	13,6%	2,0%	0,4%	0,5%
свыше 50 000	31,2%	50,3%	15,5%	1,1%	0,7%	1,1%

- 8.5. Приемлемая для респондентов, намеренных купить квартиру, процентная ставка по рублевому кредиту на приобретение недвижимости в зависимости от уровня дохода
(в % от числа респондентов, которые хотят купить квартиру и определились с ответом)

Среднемесячный доход на члена семьи, рублей	до 5%	6-10%	11-15%	16-20%	21-25%	более 25%
до 3 400	30,0%	51,6%	16,2%	0,6%	0,5%	1,1%
3 400-9 000	39,4%	42,3%	14,7%	2,4%	0,3%	1,0%
9 000-20 200	33,3%	45,9%	15,2%	3,5%	1,4%	0,7%
20 200-50 000	41,1%	44,8%	11,2%	1,8%	0,8%	0,3%
свыше 50 000	38,6%	44,3%	17,1%	0,0%	0,0%	0,0%



Центр стратегических исследований

8.6. Средняя приемлемая для респондентов процентная ставка по рублевому кредиту на приобретение недвижимости в зависимости от уровня дохода (в % от числа всех респондентов, определившихся с ответом)



8.7. Средняя приемлемая для респондентов, намеренных купить квартиру, процентная ставка по рублевому кредиту на приобретение недвижимости в зависимости от уровня дохода (в % от числа респондентов, которые хотят купить квартиру и определились с ответом)





Центр стратегических исследований

8.8. Приемлемая для респондентов, намеренных купить квартиру, процентная ставка по рублевому кредиту на приобретение недвижимости в зависимости от пола (в % от числа всех респондентов, определившихся с ответом)





Центр стратегических исследований

8.9. Приемлемая для респондентов, намеренных купить квартиру, процентная ставка по рублевому кредиту на приобретение недвижимости в зависимости от пола
(в % от числа респондентов, которые хотят купить квартиру и определились с ответом)



8.10. Средняя приемлемая для респондентов процентная ставка по рублевому кредиту на приобретение недвижимости в зависимости от пола
(в % от числа всех респондентов, определившихся с ответом)





Центр стратегических исследований

8.11. Средняя приемлемая для респондентов, намеренных купить квартиру, процентная ставка по рублевому кредиту на приобретение недвижимости в зависимости от пола (в % от числа респондентов, которые хотят купить квартиру и определились с ответом)



8.12. Приемлемая для респондентов процентная ставка по рублевому кредиту на приобретение недвижимости в зависимости от возраста (в % от числа всех респондентов, определившихся с ответом)

	до 5%	6-10%	11-15%	16-20%	21-25%	более 25%
до 30 лет	36,5%	41,1%	17,5%	3,1%	0,5%	1,3%
30-40 лет	39,7%	43,6%	14,0%	1,7%	0,8%	0,2%
40-50 лет	42,7%	42,1%	12,4%	2,3%	0,1%	0,3%
50-60 лет	42,7%	44,8%	10,4%	1,1%	0,2%	0,7%
более 60 лет	51,0%	36,6%	10,4%	0,8%	0,3%	1,0%

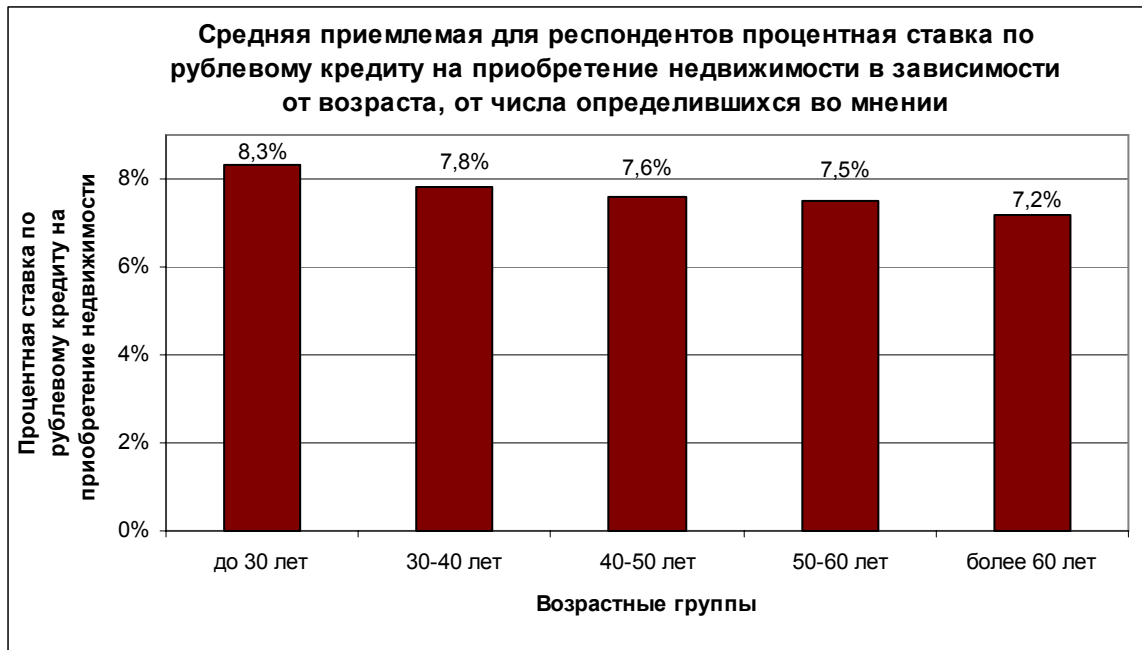
8.13. Приемлемая для респондентов, намеренных купить квартиру, процентная ставка по рублевому кредиту на приобретение недвижимости в зависимости от возраста (в % от числа респондентов, которые хотят купить квартиру и определились с ответом)

	до 5%	6-10%	11-15%	16-20%	21-25%	более 25%
до 30 лет	33,9%	45,0%	15,7%	3,6%	0,6%	1,2%
30-40 лет	37,4%	44,0%	13,9%	2,8%	1,8%	0,1%
40-50 лет	37,9%	45,1%	14,6%	1,8%	0,4%	0,2%
50-60 лет	40,5%	43,8%	13,1%	0,9%	0,0%	1,7%
более 60 лет	35,7%	44,2%	14,6%	2,2%	1,3%	1,9%

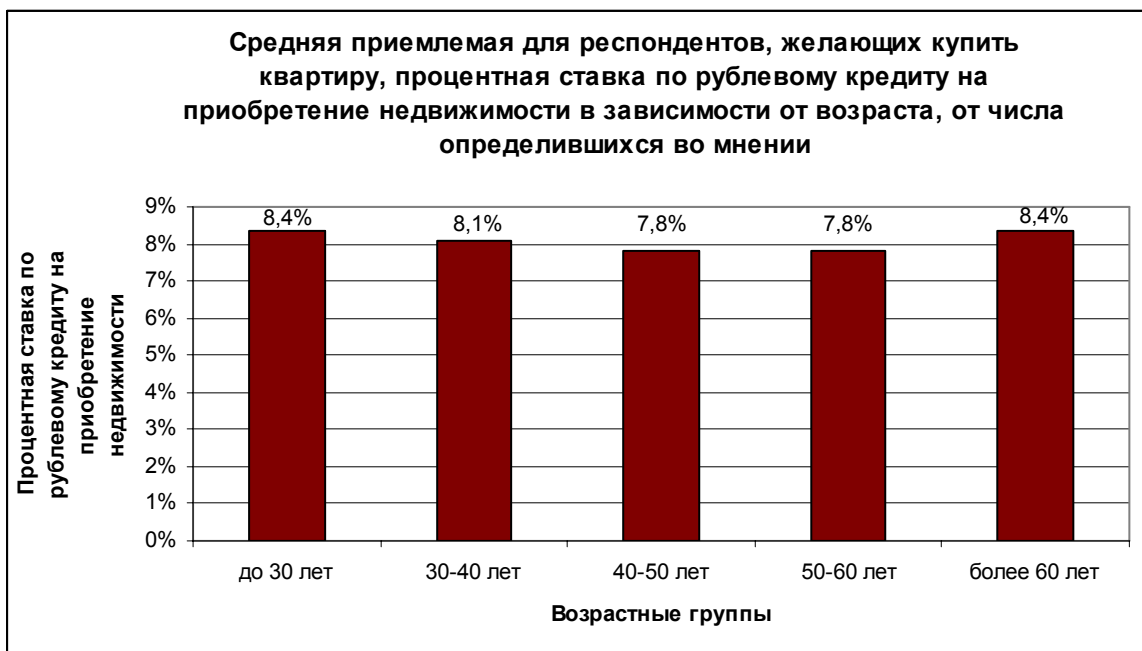


Центр стратегических исследований

8.14. Средняя приемлемая для респондентов процентная ставка по рублевому кредиту на приобретение недвижимости в зависимости от возраста (в % от числа всех респондентов, определившихся с ответом)



8.15. Средняя приемлемая для респондентов, намеренных купить квартиру, процентная ставка по рублевому кредиту на приобретение недвижимости в зависимости от возраста (в % от числа респондентов, которые хотят купить квартиру и определились с ответом)





Центр стратегических исследований

9. Покупка недвижимости респондентами за последний год
(в % от числа всех респондентов)



9.1. Доля респондентов, которые приобрели недвижимость за последний год, по городам опроса
(в % от числа всех респондентов, определившихся с ответом)

Астрахань	7,0%	Новосибирск	5,6%
Барнаул	7,0%	Омск	10,0%
Владивосток	6,9%	Оренбург	5,4%
Волгоград	5,6%	Пенза	4,3%
Воронеж	4,7%	Пермь	9,3%
Екатеринбург	9,0%	Ростов-на-Дону	4,6%
Ижевск	6,7%	Рязань	4,7%
Иркутск	7,0%	Самара	7,0%
Казань	7,4%	Санкт-Петербург	8,2%
Кемерово	5,3%	Саратов	5,3%
Краснодар	6,7%	Тольятти	9,7%
Красноярск	9,9%	Тюмень	8,8%
Липецк	5,7%	Ульяновск	8,1%
Москва	4,7%	Уфа	6,6%
Набережные Челны	9,0%	Хабаровск	6,6%
Нижний Новгород	5,6%	Челябинск	5,0%
Новокузнецк	8,7%	Ярославль	6,0%

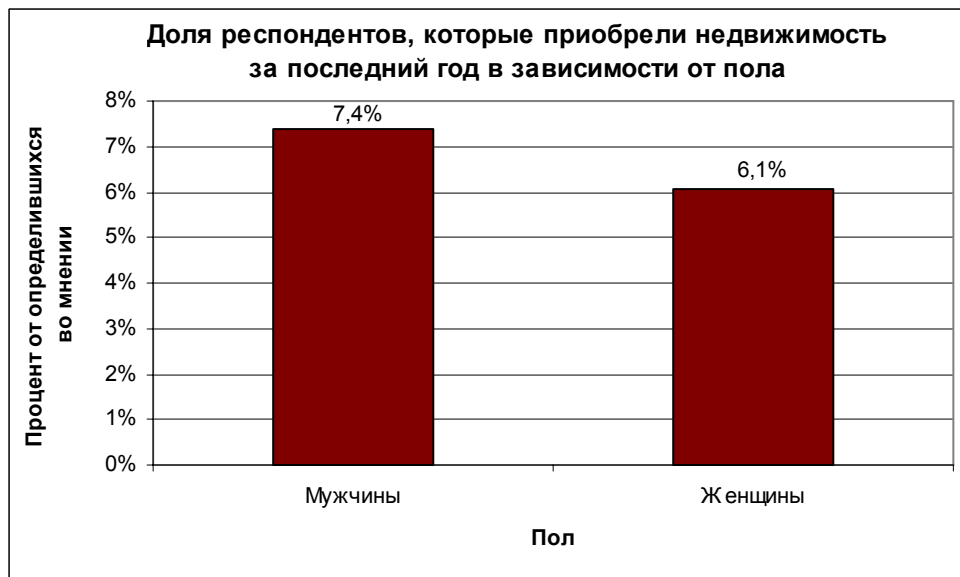


Центр стратегических исследований

9.2. Доля респондентов, которые приобрели недвижимость за последний год, в зависимости от уровня дохода
(в % от числа всех респондентов, определившихся с ответом)



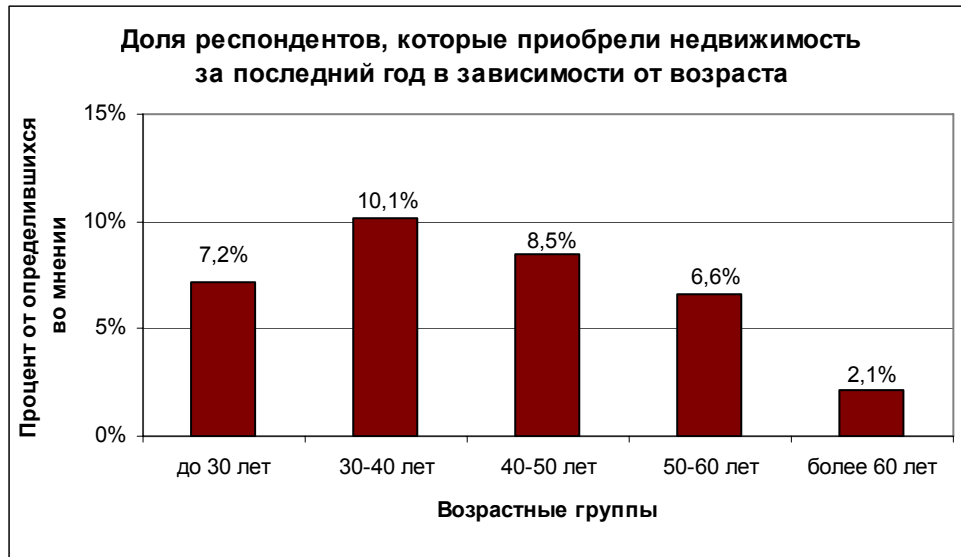
9.3. Доля респондентов, которые приобрели недвижимость за последний год, в зависимости от пола
(в % от числа всех респондентов, определившихся с ответом)





Центр стратегических исследований

9.4. Доля респондентов, которые приобрели недвижимость за последний год, в зависимости от возраста
(в % от числа всех респондентов, определившихся с ответом)



10. Процент годового дохода респондентов, который составили расходы на приобретение недвижимости
(в % от числа тех, кто покупал недвижимость)





Центр стратегических исследований

10.1. Процент годового дохода респондентов, который составили расходы на приобретение недвижимости по городам опроса
(в % от числа тех, кто покупал недвижимость и определился с ответом)

	до 5%	5-10%	10-15%	15-20%	20-25%	25-30%	более 30%	В среднем
Астрахань	0,0%	20,0%	20,0%	0,0%	0,0%	0,0%	60,0%	25,0%
Барнаул	0,0%	14,3%	14,3%	14,3%	0,0%	0,0%	57,1%	25,4%
Владивосток	0,0%	11,1%	33,3%	22,2%	0,0%	0,0%	33,3%	20,6%
Волгоград	0,0%	0,0%	10,0%	10,0%	20,0%	10,0%	50,0%	27,8%
Воронеж	0,0%	0,0%	20,0%	0,0%	0,0%	20,0%	60,0%	29,0%
Екатеринбург	16,7%	0,0%	8,3%	8,3%	0,0%	8,3%	58,3%	25,8%
Ижевск	10,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	10,0%	80,0%	31,1%
Иркутск	0,0%	0,0%	25,0%	25,0%	0,0%	0,0%	50,0%	25,0%
Казань	25,0%	0,0%	0,0%	0,0%	12,5%	0,0%	62,5%	25,6%
Кемерово	10,0%	10,0%	10,0%	0,0%	0,0%	0,0%	70,0%	26,9%
Краснодар	9,1%	9,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	81,8%	29,6%
Красноярск	0,0%	0,0%	9,1%	0,0%	9,1%	9,1%	72,7%	31,1%
Липецк	0,0%	0,0%	16,7%	33,3%	0,0%	0,0%	50,0%	25,4%
Москва	14,3%	0,0%	7,1%	21,4%	0,0%	21,4%	35,7%	23,5%
Набережные Челны	0,0%	0,0%	0,0%	20,0%	20,0%	10,0%	50,0%	28,3%
Нижний Новгород	0,0%	16,7%	16,7%	0,0%	16,7%	16,7%	33,3%	23,3%
Новокузнецк	12,5%	6,3%	6,3%	0,0%	18,8%	18,8%	37,5%	24,2%
Новосибирск	0,0%	11,1%	0,0%	0,0%	22,2%	0,0%	66,7%	29,2%
Омск	6,3%	0,0%	18,8%	6,3%	6,3%	0,0%	62,5%	26,9%
Оренбург	0,0%	20,0%	20,0%	20,0%	0,0%	0,0%	40,0%	21,5%
Пенза	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	50,0%	25,0%	25,0%	26,9%
Пермь	0,0%	8,3%	8,3%	8,3%	8,3%	16,7%	50,0%	27,1%
Ростов-на-Дону	0,0%	20,0%	20,0%	60,0%	0,0%	0,0%	0,0%	14,5%
Рязань	0,0%	12,5%	0,0%	12,5%	25,0%	12,5%	37,5%	25,3%
Самара	0,0%	0,0%	11,1%	0,0%	11,1%	0,0%	77,8%	31,1%
Санкт-Петербург	5,6%	5,6%	0,0%	0,0%	0,0%	11,1%	77,8%	30,9%
Саратов	0,0%	0,0%	28,6%	0,0%	14,3%	14,3%	42,9%	25,7%
Тольятти	0,0%	7,1%	7,1%	7,1%	0,0%	0,0%	78,6%	30,2%
Тюмень	0,0%	16,7%	8,3%	0,0%	8,3%	8,3%	58,3%	26,9%
Ульяновск	0,0%	0,0%	6,7%	13,3%	0,0%	0,0%	80,0%	31,2%
Уфа	9,1%	9,1%	9,1%	9,1%	0,0%	0,0%	63,6%	26,0%
Хабаровск	0,0%	7,7%	0,0%	23,1%	7,7%	0,0%	61,5%	27,9%
Челябинск	16,7%	0,0%	0,0%	0,0%	16,7%	33,3%	33,3%	25,2%
Ярославль	0,0%	20,0%	40,0%	0,0%	0,0%	0,0%	40,0%	20,5%

10.2. Процент годового дохода респондентов, который составили расходы на приобретение недвижимости в зависимости от уровня дохода
(в % от числа тех, кто покупал недвижимость и определился с ответом)

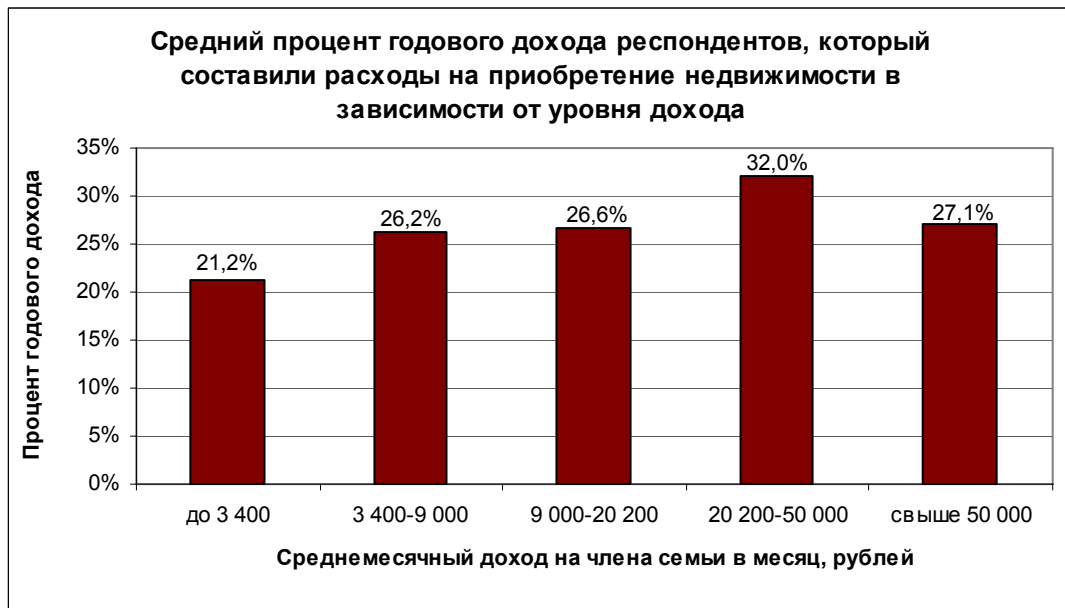
Среднемесячный доход на члена семьи, рублей	до 5%	5-10%	10-15%	15-20%	20-25%	25-30%	более 30%
до 3 400	17,8%	7,2%	8,2%	21,1%	2,7%	4,2%	38,8%
3 400-9 000	9,8%	5,7%	5,8%	6,6%	7,1%	11,0%	53,9%



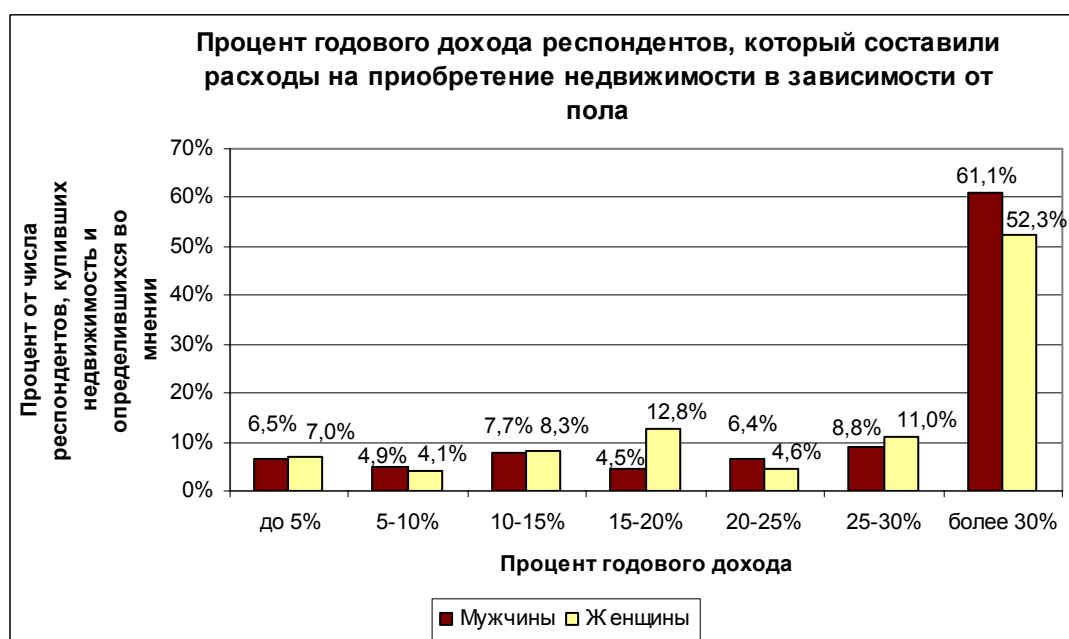
Центр стратегических исследований

9 000-20 200	5,4%	3,1%	13,0%	9,5%	4,8%	8,8%	55,4%
20 200-50 000	0,0%	0,0%	2,4%	3,1%	3,9%	18,7%	71,8%
свыше 50 000	0,0%	8,5%	6,6%	16,5%	4,1%	8,5%	55,8%

10.3. Средний процент годового дохода респондентов, который составили расходы на приобретение недвижимости в зависимости от уровня дохода (в % от числа тех, кто покупал недвижимость и определился с ответом)



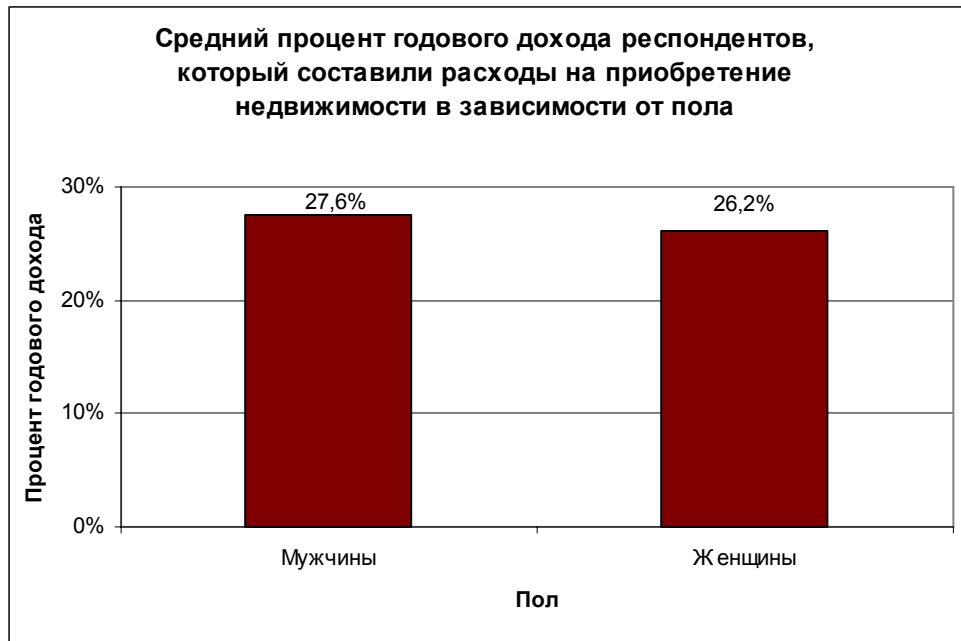
10.4. Процент годового дохода респондентов, который составили расходы на приобретение недвижимости в зависимости от пола (в % от числа тех, кто покупал недвижимость и определился с ответом)





Центр стратегических исследований

10.5. Средний процент годового дохода респондентов, который составили расходы на приобретение недвижимости в зависимости от пола
(в % от числа тех, кто покупал недвижимость и определился с ответом)



10.6. Процент годового дохода респондентов, который составили расходы на приобретение недвижимости в зависимости от возраста
(в % от числа тех, кто покупал недвижимость и определился с ответом)

	до 5%	5-10%	10-15%	15-20%	20-25%	25-30%	более 30%
до 30 лет	5,4%	7,2%	7,5%	10,5%	4,6%	5,0%	59,7%
30-40 лет	5,9%	1,8%	7,7%	9,3%	4,3%	14,4%	56,6%
40-50 лет	2,7%	8,2%	3,0%	6,1%	7,1%	7,4%	65,5%
50-60 лет	16,2%	0,7%	14,0%	12,3%	4,7%	17,3%	34,9%
более 60 лет	0,0%	0,0%	11,7%	8,7%	8,4%	0,0%	71,2%



Центр стратегических исследований

10.7. Средний процент годового дохода респондентов, который составили расходы на приобретение недвижимости в зависимости от возраста (в % от числа тех, кто покупал недвижимость и определился с ответом)

