

Шилова Наталья Николаевна, д.э.н., профессор
Тюменский индустриальный университет
Shilova Natalia Nikolaevna, Dr. of Economics, Professor
Tyumen Industrial University

Кузьмина Полина Алексеевна, студент
Тюменский индустриальный университет
Kuzmina Polina Alekseevna, student
Tyumen Industrial University

**АРЕНДА VS ИПОТЕКА: ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ВЫБОР ПОТРЕБИТЕЛЯ
В УСЛОВИЯХ ВЫСОКОЙ СТАВКИ РЕФЕНАНСИРОВАНИЯ
RENT VS MORTGAGE: CONSUMER ECONOMIC CHOICE
IN HIGH-RATE REFINANCING**

Аннотация. Статья посвящена сравнительному анализу экономической целесообразности аренды жилья и ипотеки в условиях высокой процентной ставки. На основе анализа данных по ключевым регионам России выявлены основные факторы, влияющие на выбор потребителя. Особое внимание уделено сравнению ежемесячных платежей. Результаты исследования показывают, что в крупных городах аренда остается предпочтительным вариантом, а в регионах покупка более выгодная.

Abstract. This article provides a comparative analysis of the economic feasibility of renting and mortgaging in the context of high interest rates. Based on data analysis from key regions of Russia, the article identifies the main factors influencing consumer choices. Special attention is given to comparing monthly payments. The results of the study show that in major cities, renting remains the preferred option, while in the regions, purchasing is more advantageous.

Ключевые слова: Аренда недвижимости, покупка недвижимости, ипотека, экономический выбор, потребительское поведение, ключевая ставка, высокие ставки.

Keywords: Real estate rental, real estate purchase, mortgage, economic choice, consumer behavior, key rate, high rates.

В 2026 году решение о выборе между арендой и ипотекой по-прежнему определяется комплексом экономических факторов: уровнем ключевой ставки, инфляционными процессами, стоимостью жилья и параметрами ипотечного кредитования.

В российских реалиях аренда преимущественно воспринимается как временная мера, в отличие от западной практики, где она давно стала полноценной альтернативой собственному жилью. Представители поколений Y и Z, составляющие основу спроса на жильё, чаще предпочитают аренду в молодом возрасте, ценя гибкость и мобильность. При этом ипотека остаётся более затратным вариантом на старте, а ключевым недостатком арендного рынка в России по-прежнему является его недостаточная институциональная зрелость.

Аренда и ипотека привлекают разные категории людей. В России наличие собственного жилья считается показателем социального статуса, и в зрелом возрасте проживание в съёмных квартирах не является общепринятой практикой, отмечает Оксана Полякова, замдиректора департамента аренды «Инком-Недвижимости». Она подчёркивает, что рынок аренды жилья в России пока недостаточно развит для того, чтобы пожизненное арендование было психологически комфортным [6].

Ипотека вызывает повышенную озабоченность стабильностью работы, так как заёмщик должен регулярно выплачивать взносы и проценты, считает Ярослав Дарусенков, руководитель департамента консалтинга и аналитики агентства «Азбука жилья». Тем не менее, при грамотном планировании бюджета ипотека вполне доступна.



Аренда предоставляет повышенную гибкость, позволяя выбрать жильё вблизи места работы и оперативно менять его при смене карьерных обстоятельств. Это объясняет, почему молодое поколение, даже располагая финансовыми ресурсами, не всегда стремится к приобретению собственной недвижимости.

Потребительские решения на рынке жилья формируются под влиянием множества факторов, которые определяют их мотивацию, предпочтения, стратегии принятия решений и восприятие маркетинговых инструментов. Эти факторы условно делятся на внутренние и внешние, а также включают экономические, социальные, личностные и психологические аспекты.

1. Экономические факторы. Одним из наиболее значимых факторов, влияющих на поведение потребителей, являются экономические условия, в том числе: – уровень доходов потенциальных покупателей; – доступность ипотечного кредитования (процентные ставки, сроки, первоначальный взнос); – уровень инфляции и курсовая стабильность; – прогнозы на рынке недвижимости; – государственные субсидии и программы поддержки. Экономическая нестабильность или повышение ключевой ставки ЦБ напрямую сказываются на спросе: потребители откладывают покупку жилья или отказываются от приобретения более дорогих объектов. В свою очередь, улучшение макроэкономической ситуации и льготные условия ипотеки стимулируют рост активности покупателей [1].

2. Социальные факторы. Социальное окружение оказывает значительное влияние на покупательские решения. В первую очередь, это:

- семейное положение (например, создание семьи или рождение ребенка часто становится поводом к смене жилья);
- уровень образования и занятости;
- мнение родственников, друзей, коллег;
- жизненный стиль и социальный статус.

Так, для молодых семей приоритетом может стать близость к детским садам, школам и паркам, а для деловых людей – удобная транспортная доступность и престиж района [2].

3. Личностные факторы. К личностным особенностям потребителя относятся:

- возраст и жизненный цикл семьи;
- индивидуальные предпочтения (например, наличие лоджии, этажность, вид из окна);
- склонность к риску;
- эмоциональная восприимчивость;
- предыдущий опыт покупки недвижимости.

Личностные факторы обуславливают уникальность восприятия каждого потребителя и невозможность выработки универсального подхода для всех клиентов [3].

4. Психологические факторы. На поведение потребителей также влияют: – мотивация (стремление к безопасности, престижу, комфорту);

- восприятие (особенно важен первый контакт с объектом и риелтором);
- убеждения и установки (например, представление о «правильной» квартире);
- уровень доверия к агентству или застройщику.

С точки зрения маркетинга особенно важно учитывать эмоциональные реакции клиента. Объекты недвижимости часто приобретаются не только как место проживания, но и как символ стабильности, статуса или мечты, а значит, логические доводы должны быть подкреплены правильной эмоциональной подачей рекламных материалов [4].

5. Информационные факторы. В условиях высокой информационной насыщенности значительную роль играют:

- источники информации (интернет порталы, социальные сети, рекомендации);
- доверие к риелторам и юридическим консультантам;
- прозрачность и доступность данных о недвижимости;
- качество онлайн-контента (фотографии, 3D-тур, отзывы и рейтинги) [4].

Чем выше уровень информированности клиента, тем дольше может быть процесс принятия решения, но тем больше шансов на формирование долгосрочного доверия к бренду.



По данным ЦБ РФ, средний уровень ключевой ставки в 2026 году ожидается в диапазоне 13–15 %. При этом возможны разные сценарии: базовый предполагает снижение ставки к концу года до 12–13 %; оптимистичный (при улучшении геополитической ситуации и снижении экспортных дисконтов) допускает снижение до 10 % к концу года; а проинфляционный (при сохранении высокого внутреннего спроса и ограниченного предложения) может привести к ставке 14–16 %. Ставки по рыночной ипотеке обычно составляют ключевую ставку плюс 3–4 процентных пункта. Таким образом, в 2026 году они могут варьироваться от 15–16 % (при оптимистичном сценарии) до 18–20 % (при проинфляционном). С 2026 года вводятся новые условия льготных программ – например, по семейной ипотеке: теперь действует правило «одна семья – одна льготная ипотека», а также вводятся требования об обязательных созаёмщиках-супругах.

В 2026 году ожидания по арендным ставкам варьируются: эксперты прогнозируют их увеличение от 7 до 17% ежегодно либо на уровне инфляции (4–5%). При этом для качественного жилья в крупных городах рост ставок может превысить средние показатели. Среди ключевых факторов, влияющих на арендный рынок, выделяются сезонные колебания (например, рост спроса в туристических регионах летом), увеличение расходов арендодателей (коммунальные платежи, налоги), а также возможное снижение спроса на аренду в случае смягчения условий ипотечного кредитования.

Таблица 1

Разница аренды и платежа по льготной ипотеке под 6,5% для однокомнатных квартир

Город	Средний бюджет однушки, млн руб.	Мин. первый взнос, тыс. руб.	Ставка аренды*, тыс. руб.	Платеж по льготной ипотеке на 20 лет, тыс.руб	Разница аренда и ипотека на 20 лет, тыс.руб	Платеж по льготной ипотеке на 10 лет, тыс.руб.	Разница аренда и ипотека на 10 лет, тыс.руб	Сколько месяцев копить на первон. взнос
Тюмень	2,89	578	15,9	17,2	-1,34	26,3	10,35	10,85
Москва	8	1600	40,7	47,7	-7,02	72,7	-31,97	20,43
Сочи	5,24	2237	28,7	22,4	6,32	34,1	-5,39	59,11
Краснодар	2,18	436	18,9	13	5,9	19,8	-0,9	10,45
Воронеж	2,11	422	17,3	12,6	4,72	19,2	-1,87	12,06
Липецк	1,88	376	15,7	11,2	4,49	17,1	-1,38	10,13
Санкт-Петербург	5,21	1042	27,6	31,1	-3,48	47,3	-19,73	19,51
Казань	3,51	702	18,8	20,9	-2,14	31,9	-13,08	17,84
Владивосток	4,01	1011	20,8	22,4	-1,56	34,1	-13,26	19,09
Новосибирск	3,07	614	19,2	18,3	0,89	27,9	-8,69	14,67

*Ставка аренды рассчитана для предложений в домах, построенных после 2000 г [5].

Из таблицы 1 заметно, что в дорогих городах (Москва, СПб) аренда пока выгоднее, но накопить на взнос сложно. В регионах ипотека часто дешевле аренды, что делает покупку привлекательной.

В 2026 году выбор между арендой жилья и его покупкой в ипотеку выходит за рамки обычных личных предпочтений, превращаясь в сложную финансовую стратегию, определяемую макроэкономическими условиями. Ежемесячные расходы по рыночной ипотеке, по примерным расчетам, в 2–2,5 раза превышают стоимость аренды аналогичного объекта. Так, если платеж по ипотеке на квартиру стоимостью 7 млн рублей при ставке 15–16% годовых достигает 90–92 тысяч рублей в месяц, то аренда сопоставимого жилья обойдется в 35–45 тысяч рублей. При этом следует учитывать, что арендные ставки подвержены инфляционному росту, но аннуитетные платежи по ипотеке, напротив, фиксируются на весь срок кредитования, что в условиях высокой инфляции постепенно снижает реальную долговую нагрузку.



Существуют и риски: при аренде они связаны с возможным повышением ставок и изменением условий договора со стороны собственника, тогда как ипотека несет в себе риск значительной переплаты по процентам и потенциальную потерю жилья в случае невыплаты кредита. Фундаментальное различие кроется в праве собственности: ипотека после полного погашения кредита передает жилье в собственность заемщика, в то время как аренда не дает такой возможности, несмотря на многолетние платежи. Сейчас гибкость является явным преимуществом аренды, позволяя быстро менять место жительства, что особенно актуально для тех, кто стремится к мобильности, например, при смене работы или переезде в другой город. Ипотека же накладывает большие ограничения, требуя одобрения банка и затрудняя быструю смену объекта.

Аренда может оказаться более выгодной стратегией, если ключевая ставка остается высокой, делая ипотеку недоступной или экономически нецелесообразной, если потребитель не имеет долгосрочных планов на владение недвижимостью, или если первостепенное значение имеет гибкость и возможность быстрой миграции. В свою очередь, ипотека может быть оправдана при наличии возможности воспользоваться льготными программами (даже с учетом ужесточения условий), при ожидании значительного снижения ключевой ставки в будущем с целью рефинансирования, или если у заемщика есть достаточный первоначальный взнос и стабильный доход, позволяющий комфортно обслуживать кредит без ущерба для других финансовых обязательств.

Таким образом, в 2026 году выбор между арендой и ипотекой в значительной степени будет определяться индивидуальной ситуацией потребителя, динамикой ключевой ставки, уровнем инфляции и доступностью субсидированных ипотечных программ. При высоких ипотечных ставках аренда остается более доступным и гибким вариантом, особенно для тех, кто не готов к долгосрочным обязательствам или ожидает улучшения условий кредитования. Однако, если произойдет смягчение денежно-кредитной политики и ставки снизятся, спрос на ипотеку, вероятно, вырастет, что может оказать влияние на рынок аренды и ценообразование на жилье. Для принятия взвешенного решения рекомендуется провести детальный расчет всех значимых факторов, включая личные финансовые возможности, краткосрочные и долгосрочные планы, а также макроэкономические прогнозы, и при необходимости обратиться за консультацией к финансовому эксперту.

Список литературы:

1. Акулова, И. И. Исследование и учет потребительских предпочтений на рынке жилой недвижимости как основа формирования эффективной градостроительной политики // Жилищное строительство. – 2017. – № 4.
2. Сегментирование покупателей жилой недвижимости по искомым выгодам и уровню инновационности / С. В. Александровский, Е. В. Артюшина, Д. А. Фоменков, М. А. Шушкин // Жилищное строительство. – 2020. – № 8. – С. 27-39.
3. Щербинина, Е. А. Анализ теоретических основ поведения покупателей на рынке элитной недвижимости // Economics: Yesterday, Today and Tomorrow. – 2020. – Vol. 10. – Issue 5A.
4. Назаркина, В. А. Психологическая сегментация потребителей рынка коммерческой недвижимости: методический и практический аспекты // Управленец. – 2023. – Т. 14, № 4. – С. 100-114. – DOI: 10.29141/2218-5003-2023-14-4-7
5. ЦИАН [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.cian.ru> (дата обращения: 08.04.2026).
6. ИНКОМ-Недвижимость [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.incom.ru> (дата обращения: 08.04.2026)

