

Потребительское поведение на рынке жилой недвижимости

Научный руководитель – Мальцева Наталья Владимировна

Лескова Кристина Александровна

Студент (бакалавр)

Тюменский государственный университет, Финансово-экономический институт, Тюмень,
Россия

E-mail: kristina.pastukova@inbox.ru

Актуальность темы исследования обосновывается тем, что рынок недвижимости - уникальная отрасль, в которой задействовано сразу несколько сфер деятельности, а именно: сфера строительства (включая застройщиков, строителей, электриков, инженеров и т.д.), агентства по продаже недвижимости, инвесторы. Рынок недвижимости является значимым фактором экономического развития, поэтому важно обеспечить его эффективное функционирование [3].

Основным источником существования рынка недвижимости являются потребители. В связи с этим совершенствование рыночных механизмов предполагает подробное изучение потребительского поведения покупателей жилья посредством социологических методов, которые позволяют выявить намерения потенциальных потребителей о выходе на рынок жилья, их основные предпочтения, уровень удовлетворённости жилищными условиями, причины, побуждающие людей откладывать покупку жилья [5, с.32-35].

Необходимость изучения потребительского поведения на рынке жилой недвижимости заключается в разработке практических рекомендаций для субъектов рынка. Результаты исследования будут полезны для полного понимания предпочтений и возможностей потребителей на сегодняшний день, например, какой тип недвижимости преобладает в спросе, в каком районе более предпочтительна покупка недвижимости. Данная информация поможет девелоперам создать уникальный продукт, пользующий спросом. Для агентств недвижимости результаты будут также актуальны, поскольку им необходимо знать своего клиента для осуществления сделок.

В январе 2021 года нами было проведено социологическое исследование по теме: «Потребительское поведение на рынке жилой недвижимости». Объектом исследования стали жители юга Тюменской области в возрасте от 18 до 55+ лет, объем выборки 384 человека. Предмет исследования - потребительское поведение жителей юга Тюменской области на рынке жилой недвижимости. Метод исследования: анкетный опрос жителей юга Тюменской области. Тип выборочной совокупности: квотная выборка с пропорциональным распределением по полу и возрасту. Изначально заданный общий объем выборки был рассчитан по югу Тюменской области, а затем в каждой группе распределен пропорционально имеющимся статистическим данным о численности отдельных возрастных групп в населении от 18 до 55+ лет, а также о распределении его по полу. Для определения соотношения котируемых признаков использовались данные Федеральной службы государственной статистики о соотношении по полу и возрасту населения населенных пунктов Юга Тюменской области за 2020 год.

Результаты исследования показали, что большая часть опрошенных удовлетворены своими жилищными условиями, и фактор наличия собственности не влияет на этот показатель. Показатели удовлетворенности своими жилищными условиями практически идентичны у тех, кто имеет жилье в собственности, так и кто не имеет. На сегодняшний день

планируют покупку недвижимости 39% от числа опрошенных, 19% не так давно уже приобрели недвижимость, 42% не планируют покупку недвижимости. При чем, как показали результаты опроса, большая часть опрошенных имеют долгосрочное планирование. От полу года до 5-10 лет, всего 5% планируют покупку в ближайшие месяцы. Также, фактор совместного проживания показал, что самые активные на рынке недвижимости пары в браке без детей, самая не я активна группа «один/одна с ребенком». Половина опрошенных планируют покупку недвижимости в пределах 2,5-3,5 млн. руб. Больше половины, а именно 80%, предпочитают квартиру, 14 % частный дом.

Среди причин, по которым респонденты не хотят приобретать недвижимость с помощью ипотечного кредитования, можно выделить следующие: слишком высокий процент по кредиту (38% опрошенных), большая эмоциональная нагрузка (24%), нежелание брать на себя кредитные обязательства (24%), наличие возможности приобрести недвижимость за собственные средства (14%), отсутствие возможности получить ипотечное кредитование» (7%), желание приобрести недвижимость в рассрочку от застройщика (7%). Главной причиной того, что потенциальные потребители не выходят на рынок недвижимости, является отсутствие денежных средств, а также мнение о том, что цены на жилье неоправданно высокие. Кроме того, более половины опрошенных уже имеют статус собственника жилой недвижимости. Для данной группы было предложено несколько гипотетических вариантов, из-за которых они могли бы выйти на рынок. Самым распространенный ответ: «улучшение материального положения». Таким образом, можно сделать вывод о том, что при условии улучшения материального положения на рынок бы вышло намного больше потенциальных потребителей.

Источники и литература

- 1) Баикина, Ю. О. Предпочтения социальных групп на рынке жилой недвижимости г. Тюмени //Социология. Экономика. Политика. – 2019. – С. 17.
- 2) Былорыбкина, С. А. Ценовая политика рынка недвижимости [Электронный ресурс] / Учебно-методическое пособие. Издательство "Юстицинформ", 2017. – 151 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/526628> (дата обращения 12.04.2020)
- 3) Гуляихин, В. Н. Недвижимость как фактор развития экономики [Электронный ресурс] / Издательство "Юстицинформ". 2018. – 282с.– Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/44545#authors> (дата обращения 12.10.2020)
- 4) Деркач О. Д. Потребительское поведение россиян на рынке недвижимости в условиях снижения качества жизни //Научный Журнал «Дискурс». – 2016.–2 (2). – С. 308-313.
- 5) Жариков, И. С. Технический факторный анализ инвестиционной деятельности на рынке недвижимости //Вестник научных конференций. – 2016. – №. 3-2. – С. 32-35.