

ПОРТРЕТ МОЛОДОГО ПОТРЕБИТЕЛЯ НА РЫНКЕ НЕДВИЖИМОСТИ

Балтина А.С.¹, Красавина Н.Ю.² Email: Baltina17101@scientifictext.ru

¹Балтина Анна Сергеевна – магистрант;
²Красавина Надежда Юрьевна - магистрант,
кафедра экономики и управления строительством и рынком недвижимости,
Высшая школа экономики и менеджмента
Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б.Н. Ельцина,
г. Екатеринбург

Аннотация: в статье анализируются результаты авторского исследования, проведенного с целью выявления предпочтений в выборе жилой недвижимости среди студентов и молодого поколения разных стран. В данном исследовании приняло участие 290 респондентов, из которых более 60% являются студентами. Рассматривая современный рынок недвижимости, можно сделать вывод о том, что на сегодняшний день в мире наблюдается его нестабильность. В связи с этим в статье представлены результаты исследования, которые следует учитывать при принятии управленческих решений в девелопменте недвижимости.

Ключевые слова: молодой потребитель, рынок недвижимости, жилье.

A PROFILE OF THE YOUNG CONSUMER ON THE REAL ESTATE MARKET

Baltina A.S.¹, Krasavina N.Yu.²

¹Baltina Anna Sergeevna - Graduate student;
²Krasavina Nadezhda Yurievna - Graduate student,
DEPARTMENT OF ECONOMICS AND MANAGEMENT OF CONSTRUCTION AND REAL ESTATE MARKET,
HIGHER SCHOOL OF ECONOMICS AND MANAGEMENT
URAL FEDERAL UNIVERSITY NAMED AFTER THE FIRST PRESIDENT OF RUSSIA B.N. YELTSIN,
YEKATERINBURG

Abstract: the article analyzes the results of the author's research which was conducted to identify preferences in the selection of residential property among students and young people from different countries. 290 respondents participated in this research, where more than 60% of them are students. Considering the modern real estate market, we can make a conclusion that it is instable all over the world. In this regard, the article presents the results of the research that should be taken into account making management decisions in the field of real estate development.

Keywords: young consumer, real estate market, accommodation.

Продолжительное время считалось, что важнейшим критерием при разработке и управлении бизнес-плана являются финансовые показатели проекта. Чтобы бизнес развивался успешно, требовались увеличение ассортимента товаров и низкая цена (по сравнению с конкурентами), при этом мало кто интересовался поведением потребителей.

Поведение потребителей – это поведение граждан, которые имеют намерение приобрести или заказать товар или услугу для использования исключительно в личных, домашних, семейных или иных нужд, которые не связаны с осуществлением предпринимательской деятельности [2].

Современный рынок товаров и услуг строится на клиентоориентированном подходе, следовательно, для принятия управленческого решения следует особое внимание уделять предпочтению потребителя.

Рассматривая рынок недвижимости, можно сделать вывод о том, что на сегодняшний день в мире наблюдается его нестабильность. Ввиду вышеизложенного, для выявления тенденций развития рынка, мы провели исследование с целью выявления предпочтений в выборе жилой недвижимости среди студентов и молодого поколения разных стран.

В данном исследовании приняло участие более 300 человек из разных стран мира, преимущественно женского пола (64,2%). Возраст большинства опрошенных находится в диапазоне от 18 до 22 лет. Географически опрос охватил 67% России. Из них 169 респондентов проживают непосредственно на территории Свердловской области. Семейное положение у большей половины опрошенных - холост/не замужем (55,2%). 30% респондентов состоят в отношениях, но еще не зарегистрировали их официально.

Рассматривая сферу деятельности респондентов, можно сделать вывод о том, что больше половины опрошенных являются студентами - 36,6 являются не работающими, 29% трудоустроены. В основном сфера деятельности респондентов научная и преподавательская, после нее идут социально-экономическая и коммерческий бизнес.

Среднемесячный доход участников опроса представлен на рисунке 1. На сегодняшний день 46,7% (на рисунке это 26,6% плюс 20,1%) опрошенных имеют среднемесячный доход от 1 до 20 тысяч рублей. Это

частично обусловлено тем, что среди числа опрошенных больше половины являются студентами (как работающими, так и временно нетрудоустроенными).

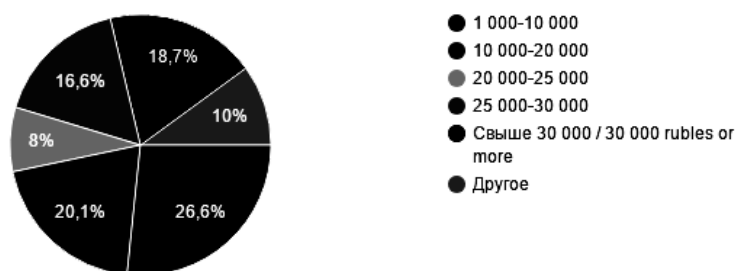


Рис. 1. Среднемесячный доход в рублях

В опросе возраст вступления в брак не был ограничен исследователями. Исследование показало, что преимущественно опрошенные респонденты планируют вступление в брак от 25 до 27 лет, а планируемое количество детей после вступления в брак составляет от 2 до 3 детей, 13,5% планирует иметь более 3 детей, и только 8% планируют одного ребенка.

Так же, в рамках исследования был задан вопрос о планируемом доходе через 3-5 лет, который представлен на рисунке 2. На диаграмме видно, что 25,3% респондентов планируют получать доход свыше 100 тысяч рублей, 18,4% планируют зарабатывать от 40 до 55 тысяч рублей, а 18,8% респондентов планируют получать от 55 до 70 тысяч рублей.

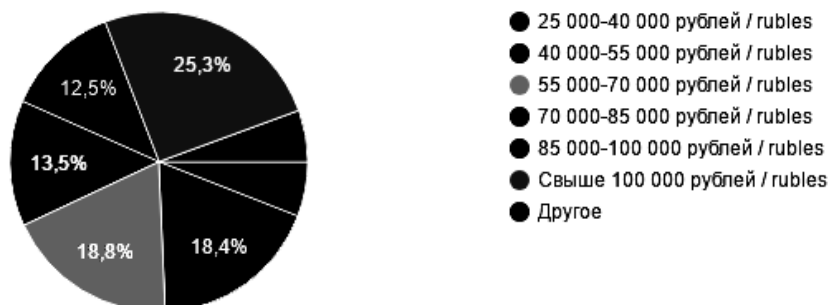


Рис. 2. Планируемый доход через 3-5 лет

Рассматривая рынок недвижимости, следует принимать во внимание миграцию населения. Из числа опрошенных, 40,3% респондентов не планируют переезжать жить в другую страну и почти половина опрошенных планируют свое будущее проживание в том городе, в котором они проживают на данный момент. Но стоит также отметить, что 37,2% еще не определились в том, переедут ли они на постоянное место жительства в другой город или нет.

В рамках исследования респондентам был задан вопрос о текущих условиях проживания. На данный момент времени 27,6% опрошенных проживают в общежитии, 26,2% проживают с родителями и только 22,4% имеют собственное жилье. На вопрос «Устраивает ли вас ваше нынешнее жилье?» - 67,6% опрошенных ответили, что устраивает.

Важным в рамках исследования являлся вопрос условий проживания, которые разнятся у каждой из групп: у тех респондентов, которые проживают в общежитии, - это 12 м², постоянный шум, недорогая оплата жилья и близкое расположение к учебе/работе. Если усредненно рассматривать остальные ответы, то метраж квартиры составляет около 35-45 м², средний диапазон оплаты жилья в месяц составляет 5-15 тысяч рублей в месяц, по расположению близко к учебе/работе. Преимущественно, большинство жалуется на шум (как от соседей, так и с улицы), безопасность и экологичность района, состояние дома и на проблему с парковочными местами.

В ходе исследования выяснилось, что почти 90% респондентов планируют в будущем приобретать жилье в собственность, большинство из них планирует сделать это через 1-5 лет. Из них, 46% опрошенных планируют покупать одно- или двухкомнатную квартиру, а 30% планируют покупать дом.

В заключительном блоке исследования были выделены важнейшие критерии при выборе жилья, которые отдаются: цене, отсутствию шумов, безопасности и экологии района, состоянию дома. Транспортная доступность занимает предпоследнее место из ряда упомянутых в исследовании факторов. Следует еще добавить, что респонденты планируют приобретать жилье за счет ипотеки либо собственными средствами.

Полученные данные в результате опроса сформировали портрет молодого потребителя на рынке недвижимости в современных условиях. Это молодые люди, планирующие создание семьи и

приобретение собственного жилья в течение ближайших пяти лет, имеющие достаточно низкий уровень дохода. Из этого следует, что при выборе жилья самым важным критерием для них является его стоимость, что подтвердили результаты проведенного исследования.

Подводя итог, можно сделать вывод о том, что при принятии решения в сфере девелопмента недвижимости, следует уделить внимание таким факторам как стоимость объекта недвижимости, шумоизоляция помещения, безопасность и экологичность района.

Список литературы / References

1. Котлер Ф., Армстронг Г., Вонг В., Сондерс Д. Основы маркетинга. 5-е европейское изд.: Пер. с англ. М.:ООО"И.Д. Вильямс", 2013. 271-308 с.
2. Superior seller. Универсальный продавец. Информационный бизнес-портал. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://superiorseller.com/> (дата обращения: 30.04.2017).