

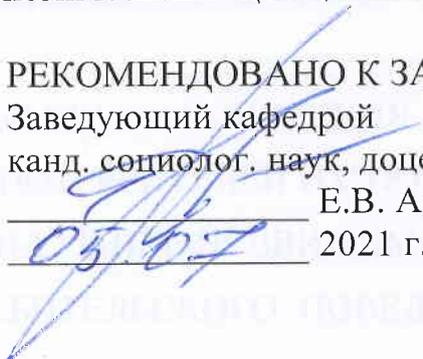
МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«ТЮМЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ
Кафедра общей и экономической социологии

РЕКОМЕНДОВАНО К ЗАЩИТЕ В ГЭК

Заведующий кафедрой

канд. социол. наук, доцент


Е.В. Андрианова

05.07 2021 г.

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

магистерская диссертация

**ИССЛЕДОВАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ ПРИ ВЫБОРЕ
ОБЪЕКТОВ ЖИЛОЙ НЕДВИЖИМОСТИ**

39.04.01 Социология

Магистерская программа «Экономическая социология»

Выполнила работу
студентка 2 курса
очной формы обучения



Филиппова Татьяна
Михайловна

Научный руководитель
доктор социол. наук,
профессор



Давыденко Владимир
Александрович

Рецензент
канд. социол. наук, доцент, доцент
кафедры социологии и технологий
государственного и муниципального
управления Уральского федерального
университета имени первого
Президента России Б.Н. Ельцина



Тарасова Анна
Николаевна

Тюмень
2021

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ НА РЫНКЕ ЖИЛОЙ НЕДВИЖИМОСТИ.....	10
1.1. СОВРЕМЕННЫЕ КОНЦЕПЦИИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ.....	10
1.2. ФАКТОРЫ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ.....	18
1.3. МОДЕЛИ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ И СТРУКТУРА ПРОЦЕССА ПОКУПКИ НА РЫНКЕ НЕДВИЖИМОСТИ.....	22
ГЛАВА 2. ОСОБЕННОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ НА РЫНКЕ ЖИЛОЙ НЕДВИЖИМОСТИ	30
2.1. МЕТОДИКА И МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ.....	30
2.2. МАССОВЫЙ ОПРОС.....	41
2.3. ФОТО ВИЗУАЛИЗАЦИЯ.....	57
2.4. СОЦИАЛЬНОЕ КАРТОГРАФИРОВАНИЕ	71
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	83
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....	88
СПИСОК ИЛЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРИАЛА.....	99
ПРИЛОЖЕНИЯ 1. ПРОГРАММА ИССЛЕДОВАНИЯ.....	111
ПРИЛОЖЕНИЯ 2. АНКЕТА-ИНТЕРВЬЮ.....	122
ПРИЛОЖЕНИЯ 3. ЛИНЕЙНЫЕ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ОТВЕТОВ.....	128
ПРИЛОЖЕНИЯ 4. АНАЛИЗ ОТКРЫТЫХ ВОПРОСОВ.....	151
ПРИЛОЖЕНИЯ 5. ВИЗУАЛЬНЫЕ НАБЛЮДЕНИЯ ТЕРРИТОРИЙ.....	169

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы: на сегодняшний день одним из ключевых и значимых секторов экономики является рынок недвижимости, который ориентирован на высокую стоимость национального богатства. В экономической системе объекты жилой недвижимости занимают одно из важных мест, оказывая влияние на социальные интересы общества и способствуя повышению уровня благосостояния и качества жизни населения.

Потребительское поведение на рынке жилья неоднозначно и имеет характерные отличия от других рынков в связи с важностью покупки и принятия решений всеми членами семьи. С одной стороны, развитие рынка недвижимости характеризуется особенностью – каждый объект жилья принципиально уникален, что свидетельствует о низкой степени повторных покупок. С другой стороны, современная структура потребностей индивидов меняется из-за информационных потоков, отражая действие достаточно схожего социального механизма потребления. Так, становится понятной *актуальность темы исследования:* выявление особенностей и факторов потребительского поведения на региональном рынке недвижимости.

Научная проблема: потребители при выборе жилья руководствуются не только собственными желаниями, но и подвергаются влиянию социума, особенно заметно в институте семьи. Но не только семья навязывает свои предпочтения индивиду, но также и социальные, культурные факторы, разного рода сообщества, способные оказывать воздействие на решение потребителя.

Вовлечение индивидов в социальную повседневность, с точки зрения потребления локальных пространств жителями благоустроенной территории средствами постройки нового жилья на заброшенных территориях, но с полным отсутствием ориентации на инфраструктурный дизайн для полноценной жизни.

Эмпирическая проблема: на российском рынке недвижимости существует большое количество различных предложений, отражаемых на рисунке 1.1 и рисунке 1.2 (см. Иллюстративный материал). В России и в

Тюменской области в период с 2020 года по 2025 год прогнозируется увеличение объемов ввода многоквартирных жилых домов застройщиками на 53,4% и 22,5% соответственно (таблица 1.1 и таблица 1.2, см. Иллюстративный материал), что говорит о возможном избытке рынка недвижимости.

В первом полугодии 2019 года на рынке Тюменской области зафиксировано снижение потребительской активности: сокращение сделок с недвижимостью составило 20% по сравнению с первым полугодием 2018 года. Количество предложений на первичном и вторичном рынках увеличилось: до 15000 квартир. В среднем за 2019 год цены на жилье выросли на 15% на вторичном и на 12% на первичном рынке (по сравнению с 2018 годом), по причине сохранения активных средств застройщиков, и увеличения себестоимости строительного производства.

Ситуация 2020 года изменила ситуацию. В первом полугодии 2020 года по сравнению с 2019 годом на рынке недвижимости Тюмени наблюдается повышение потребительской активности на 18% на первичном рынке, и на 13% на вторичном рынке, обусловленная развитием ипотечного кредитования при помощи активизации государственных программ с целью поддержки. Помесячный объем продаж на первичном рынке жилья в Тюмени за 2020 год представлен на рисунке 1.3 (см. Иллюстративный материал). Объем предложения начал падать в 2-3 кварталах 2020 года в связи с высокими темпами вымывания квартир с рынка, в то время как возведение новых объектов усилилось в осенний период (4-6 объектов или 1500-2000 квартир). Объем предложения на вторичном рынке достиг максимума в более чем 20 тысяч квартир, но к концу 2020 года он снова снизился на 15% [Предварительные итоги рынка..., с. 11-13]. Средняя стоимость 1 м² в 2020 году выросла на 15% и составила 77 125 рублей по причине создания новых объектов жилья, цены которых на 10-15% превышали среднерыночные. Помесячная динамика цены 1 м² на рынке недвижимости в Тюмени за 2020 год представлена на рисунке 1.4 (см. Иллюстративный материал) [Динамика цен...]. Государственная программа приближается к завершению (01.07.2021) и, спрос

на жилую недвижимость снова имеет тенденцию к снижению.

Для рынка недвижимости такая ситуация – снижение спроса на жилье при наличии широкого объема предложения является *неблагоприятной*. Кроме того, новые строительные проекты на первичном рынке указывают, что у основных участников рынка есть потенциал для увеличения объемов ввода. Поэтому необходимо выяснить актуальные факторы потребления, которые сподвигнут население к желаемой покупке.

Цель выпускной квалификационной работы: выявление факторов потребления, определяющих процесс планирования покупки недвижимости, как основы для привлечения потенциальных покупателей и формирования будущего спроса на жилую недвижимость.

Для реализации поставленной цели были обозначены и решены **задачи:**

1. Проанализированы современные социологические и экономические концепции потребительского поведения.
2. Рассмотрены факторы потребительского поведения.
3. Выявлены предпочтения потребителей, предъявляемые к жилью через модели поведения и установлена структура процесса покупки жилья.
4. Представлена концептуальная схема исследования.
5. Определена степень привлекательности, удовлетворенности жилым фондом и инфраструктурой микрорайона.
6. Определены сильные и слабые стороны размещения микрорайона.
7. Установлено территориально-содержательное наполнение микрорайона.

Теоретический предмет: степень влияния факторов потребительского поведения на решение в отношении объектов недвижимости.

Теоретический объект: потребительское поведение на рынке жилой недвижимости.

Эмпирический объект: жители микрорайона ММС старше 18 лет.

ММС – (машинно-мелиоративная станция или поселок Мелиораторов).

Главной гипотезой выступает предположение о том, что современная

недвижимость изменила образ жизни (потребительство) практически каждого потребителя, по причине преобразования структуры потребностей.

Научная новизна: *теоретическая новизна* заключается в сочетании разных социологических, экономических и маркетинговых подходов для построения стратегии потребительского поведения на рынке недвижимости и в становлении модели использования фотографии как объекта социального познания. *Эмпирическая новизна* заключается в получении новой информации методами массового опроса (анкетирования), наблюдения, фото-визуализации, социального картографирования и введении этой информации в исследовательский дискурс.

Краткая характеристика обзора научной литературы: *современные концепции потребительского поведения:* Беккер Г.; Бодрийар Ж.; Брюггер У.; Веблен Т.; Кастельс М.; Кнорр-Цетина К.; Лефевр А.; Лейбенстайн Х.; Радаев В.В.; Шкаратан О. И.; Ackerman F.; Boorstin D.J.; Bourdieu P.L.; Boorstin D.J.; Galbraith J.K.; Duesenberry J.S.; Goodwin E.; Kiron D.

Характеристика и факторы потребительского поведения: Дорохова Ю.В.; Блэкуэлл Р.Д.; Миниард П.У.; Энджел Дж.Ф.; Ястремская П.В.; Gibler К.М.; Nelson S.L.; Al-Nahdi T.S.; Ajzen I.; Bakar A.H.A.; Craik F.I.M.; Michael J.W.; Eagly A.H.; Chaiken S.; Chen W.Y.; Holbrook M.B., Hirschman E.C.; Jim C.Y.; Kassartjian H.; George A.; Ghazzawi O.H.; Ross I.; Rossides D.W.

Модели поведения потребителей: Жук В.И.; Boehm T.P.; Guest R.S.; Lancaster K.J.; Levy D., Murphy L., Lee C.K.; Howard J.A., Sheth J.N.; Engel J.F.; Kollat D.T.; Blackwell R.D.; Nicosia P.M.; Tu Y. A.; Goldfinch J. *Структура процесса покупки на рынке недвижимости:* Алешина И.В.; Ламбен Ж.Ж.; Родионова Т.; Титова В.А.; Трушина Ю.А.; Чернопятков А.М.; Johnson M.D.

Краткая характеристика методов исследования: наличие нескольких методов исследования в сочетании разных подходов в социологии (экономическая, визуальная, локальная, региональная, городская и социально-пространственная), позволили получить количественные и качественные результаты, формируя полноценное изучение и раскрытие темы исследования.

Количественный метод – поквартирный массовый опрос в форме личных интервью жителей ММС. Качественные методы – фото визуализация (оценка социального привлекательности пространства микрорайона на основе анализа фотодокументов), наблюдение (выявление и сравнение характеристик нового и старого жилого фондов) и социальное картографирование (анализ территориально-содержательного наполнения микрорайона).

Краткая характеристика эмпирической базы: выборочная совокупность 202 человек, репрезентирующая работающее население старше 18 лет, проведенного в 2020-2021 годы в оффлайн формат в городе Тюмени. Обследование основывалось на многоступенчатой выборке. Контрольные параметры выборки: представленность всех типов жилья и всех типов семей. Отношение к условиям жизни и к деятельности человека в этих условиях фиксировалось с помощью простых оценочных шкал.

Положения, выносимые на защиту:

1. Жители старых домов микрорайона в большей степени готовы рассматривать ММС в качестве нового места жительства по причине увеличения площади, количества комнат, а также улучшения качества жилья.
2. Жители, которые проживают в новостройках, и (или) приобрели квартиру в течение последних 5 лет, удовлетворены приобретенным жильем, но в меньшей степени удовлетворены микрорайоном ММС, чем жители старых домов.
3. Факторы привлекательности микрорайона ММС имеют разную значимость для жителей в зависимости от социально-демографического фактора (возраст индивида).
4. Потребители принимают решение о покупке жилья в микрорайоне ММС на основании привлекательной цены квартиры, по сравнению с ценами жилья в других районах города.
5. Новый и старый жилые фонды имеют различия в характеристиках, сказывающиеся на комфортной среде проживания целого микрорайона: возраст дома в эксплуатации (состояние отделки дома) и его этажность; тип дворовой

территории и паркинга; состояние детской игровой площадки; благоустройство придомовой территории.

6. Микрорайон ММС – проект первоначального жилья для молодых семей с детьми дошкольного и школьного возраста.

7. Микрорайон ММС – проект, не вызывающий желание жить, по причине отсутствия атмосферы домашнего уюта на территории целого района (наличие только современных детско-игровых и спортивных площадок).

8. Микрорайон ММС – проект несоответствия заявленных требований в физической среде микрорайона к реальным (экологически чистого район проживания, вдали от городской суеты, но типичный по благоустройству и со всей необходимой инфраструктурой в шаговой доступности).

Теоретическая значимость: заключается в раскрытии основных понятий по тематике потребительского поведения на рынке недвижимости, систематизации знаний и представлений об особенностях потребительского поведения на рынке недвижимости, проверке выдвинутых гипотез.

Практическая значимость: полученные в ходе исследования реальные результаты могут быть использованы:

1. Органами государственного и муниципального управления с целью улучшения социального пространства микрорайона ММС.

2. Коммерческими организациями – застройщиками, занимающимися строительством объектов жилой недвижимости эконом-класса, для повышения рентабельности производства.

3. Потенциальными потребителями для принятия решения вложения финансовых ресурсов в покупку жилья в данном микрорайоне.

Личный вклад автора: участие в «геомаркетинговом исследовании и оценке потенциала места» № 3п00076-20-2, обработка полученных и изложенных результатов, их анализ и обсуждение, а также совместно с соавторами написание научных статей и **апробация результатов исследования:** принята в печать: Давыденко В.А. «Развитие сельской территории: новый микрорайон между городом и посёлком» (в двух частях) /

В.А. Давыденко, Е.В. Андрианова, Т.М. Филиппова // Siberian Socium. 2021. Том 5. №3. Имеется справка о внедрении. Реальные результаты исследования были использованы в стратегическом планировании строительства новых жилых объектов недвижимости.

Выводы: проведенные исследования, во-первых, позволили получить информацию об актуальных на сегодняшний характеристиках в жилье эконом- и комфорт класса, определяя какие основные потребности возникают у людей к рынку недвижимости, формирующие желание жить в микрорайоне. Так, выбирая жилье сегодня, люди учитывают, в первую очередь, такие *характеристики*, как: цена квартиры, немаловажным является социальная престижность и удобное расположение микрорайона с развитой инфраструктурой; благоустройство территории и оригинальная архитектура жилых домов; удобная планировка квартиры с наличие балкона/лоджии. Во-вторых, установить привлекательность микрорайона, определяя сильные и слабые стороны размещения и территориально-содержательное наполнение микрорайона. Сейчас ММС «омолаживается»: в новые дома чаще въезжают семейные пары, но пустыри, заросли, канавы еще имеются на его территории. Хотя ММС формально получил статус города, но средства коммуникация и социальная инфраструктура, необходимые для полноценной жизни, не приобрели адекватного территориально-содержательного наполнения.

Предложения: реальные полученные результаты исследований полезны заказчику (девелоперской организации) для строительства нового жилого комплекса на территории исследуемого микрорайона.

В ходе подготовки выпускной квалификационной работы использовались приемы абстрактного мышления, анализа, синтеза, а также средства и методы саморазвития, самореализации, творческого потенциала.

Формулирование выводов и разработка рекомендаций по результатам проведенного исследования осуществлялись с учетом возможных действий в нестандартных ситуациях и ответственности за принятые решения.