

## МАЛОЭТАЖНОЕ СТРОИТЕЛЬСТВО КАК СПОСОБ УДОВЛЕТВОРЕНИЯ ПОТРЕБНОСТЕЙ В ЖИЛОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

Представлены результаты работы по изучению удовлетворенности пользователей жилой недвижимости. Анализ данных исследования удовлетворенности пользователей в жилье проводился с помощью определения коэффициента удовлетворенности. Исследование предназначено для широкого круга лиц – от ученых до застройщиков – с целью разработки программ продвижения жилой недвижимости, жилищного строительства, а также для изучения рынка жилой недвижимости.

*Ключевые слова:* удовлетворенность, жилье, потребители, сегментирование, загородный дом, коэффициент удовлетворенности.

Проблема жилья в России имеет несколько аспектов. С одной стороны, это доступность жилья для населения, с другой – проблема улучшения жилищных условий. Более того, по мнению автора, улучшение жилищных условий невозможно при отсутствии качества строительства, качества строительных материалов и хороших мест постройки.

Улучшение жилищных условий, а также покупка жилья для многих новосибирцев остается нерешенной проблемой, даже несмотря на развитие ипотечного кредитования. Это связано и с высокими ценами на жилье, и низкими доходами. Компания «Ситех», проведя исследование, получила данные о том, что способны улучшить свои жилищные условия всего 7 % опрошенных, а желали бы улучшить около 70 %. При опросе Центра стратегических исследований «Росгосстрах» жителей городов России было выяснено, что только 69 % населения удовлетворены состоянием своего жилья<sup>1</sup>.

С появлением на рынке новых материалов строительства, новых технологий возведения домов, снижается себестоимость строительства индивидуальных домов, следовательно, у потенциальных потребителей появляется возможность удовлетворить свои потребности в жилье загородными индивидуальными домами, которые становятся доступными для более широких слоев населения.

Малоэтажное загородное строительство не только становится все более очевидной альтернативой городской квартире по соотношению цены и комфорта проживания, но и способно в значительной степени внести серьезный вклад в формирование рынка доступного жилья.

Органы власти пытаются решить проблему жилья, реализуя различного рода программы, направленные на повышение доступности жилья для населения<sup>2</sup>. Успех реализации всех программ во многом определяется степенью удовлетворения потребности в жилье категорий населения с различным уровнем дохода.

---

<sup>1</sup> Новостройки Новосибирска: жилье эконом-класса. URL: <http://magadan.promin.ru/conferences/79>.

<sup>2</sup> Долгосрочная целевая программа обеспечения жильем молодых семей в Новосибирской области на 2011–2015 годы. URL: <http://www.minstroy.nso.ru/Documentation/Pages/programs.aspx>; Государственная поддержка молодых семей из областного бюджета Новосибирской области при приобретении жилья на первичном рынке. URL: <http://www.minstroy.nso.ru/deyatelnost/Pages/default.aspx>; Доступное и комфортное жилье – гражданам России. URL: <http://www.minstroy.nso.ru/deyatelnost/Pages/default.aspx>.

Цель статьи – определить, какие потребности существуют у горожан и какие характеристики не устраивают обладателей (далее пользователей) жилья.

С целью определения причин неудовлетворенности населения имеющимся жильем был проведен опрос жителей Новосибирска весной 2012 г. Взят метод выборочной совокупности «Снежный ком», и определена выборка в размере 250 человек. Генеральной совокупностью послужила численность населения Новосибирской области, имеющая собственную жилую недвижимость и доход.

Выборка методом «Снежного кома» – это разновидность типовой выборки, применяемой в случае необходимости контакта с небольшой специфической группой. При использовании выборки методом «Снежного кома» каждого респондента после анкетирования просят порекомендовать одного или несколько их знакомых. Данный метод основан на том, что почти каждый представитель целевой группы может назвать еще одного или нескольких человек, которые в эту группу входят. В результате число опрошенных растет, как снежный ком. Отличается метод достаточно большой свободой по месту проведения. Однако при этом необходимо, чтобы соблюдались комфортные для респондента условия, чтобы обеспечить опрос требуемой длительности [1. С. 141].

Так как для опроса требовались пользователи либо потенциальные потребители загородных домов с определенным субъективным мнением, а также граждане, имеющие доход, то это и послужило критерием отбора респондентов.

По результатам проведенного исследования пользователей жилья Новосибирска можно разделить на несколько групп, которые отличаются доходами, степенью удовлетворенности, степенью комфортности проживания, местом проживания и другими важными факторами.

Один из сегментов сформировался из 67 % опрошенных жителей города, которые живут в квартире в черте города. Из них имеют загородный дом только 38 %, оставшиеся 62 % планируют приобрести загородную недвижимость.

Устраивает жилье, в котором живут горожане, только 66 % опрошенных. Характеристики, по которым не устраивает жилье, являются площадь, количество комнат, а также планировка. В меньшей степени пользователи городских квартир отмечают этажность, материал строительства, изолированность комнат, соседей и количество парковочных мест.

Определяя важность различных критериев при выборе квартиры в городе, рассчитаем общий коэффициент удовлетворенности пользователей жилья, так как понимание приоритетов – это логическая отправная точка.

Индекс удовлетворенности потребителей (ИУП) есть индикатор, синтезирующий информацию о восприятии клиентом качества продукции и услуг, предоставляемых производителем. ИУП дает информацию с точки зрения клиента, одновременно измеряя ощущения и ожидания и позволяя определить профили и тенденции в отношении качества, выявить приоритеты среди возможностей улучшения и мотивировать их достижение. Индекс учитывает относительную значимость свойств продукции и услуг, предоставляемых потребителю.

Вычисление ИУП ведется на основе оценок, сделанных пользователями относительно некоторого набора критериев выбора, разработанного для этой цели. Результаты оценок этих показателей взвешиваются с помощью весовых коэффициентов, а сумма этого взвешивания представляет собой величину ИУП. Автор взял подход для расчетов, при котором рассчитывается индекс с учетом весовых коэффициентов [1. С. 292].

Для этого на основе оценок важности рассчитываются весовые коэффициенты характеристик, для вычисления которых просто складываются все оценки важности (табл. 1). Затем оценка важности каждого показателя выражается как процент от полученной суммы.

Основными критериями при выборе жилья в городе как мужчины, так и женщины выделили следующие: местоположение, наличие развитой инфраструктуры, транспортную доступность и цену. Критерий «цена» при опросе оказался самым важным при выборе для пользователей городских квартир, в то время как площадь, планировка и проживание в городе имеют меньшую значимость.

После определения весовых коэффициентов определяется взвешенная оценка удовлетворенности (табл. 2). Каждая оценка удовлетворенности умножается на соответствующий ей весовой коэффициент. Полная взвешенная оценка получается при сложении всех взвешенных оценок.

Таблица 1

Расчет весовых коэффициентов  
критериев городской жилой недвижимости

Критерии жилья	Оценка важности, балл	Весовой коэффициент, %
Цена	4,74	13,80
Транспортная доступность	4,49	13,08
Местоположение	4,49	13,07
Наличие развитой инфраструктуры	4,48	13,05
Площадь	4,35	12,67
Планировка	4,28	12,46
Проживание в городе	3,99	11,62
Этажность	3,52	10,25
Сумма	34,34	100

Таблица 2

Расчет коэффициента удовлетворенности

Критерии жилья	Оценка удовлетво- ренности, балл	Весовой коэффициент, %	Взвешенная оценка
Транспортная доступность	4,92	13,08	0,64
Местоположение	4,79	13,07	0,63
Наличие развитой инфраструктуры	4,75	13,05	0,62
Планировка	4,87	12,46	0,61
Площадь	4,75	12,67	0,6
Проживание в городе	4,36	11,62	0,51
Этажность	4,92	10,25	0,5
Цена	3,56	13,80	0,49
Полная взвешенная средняя			4,6
Коэффициент удовлетворенности			92 %

Таблица 3

Зависимость важности критериев выбора квартиры от дохода

Критерий	Доход, тыс. руб. на 1 члена семьи			
	до 20	20–30	30–40	свыше 40
Местоположение	✓	✓	✓	
Желание жить в городе			✓	
Наличие развитой инфраструктуры		✓		✓
Площадь				✓
Этажность				
Планировка				✓
Транспортная доступность	✓			
Цена	✓	✓	✓	

Таким образом, средняя оценка удовлетворенности для опрошенных жителей Новосибирска в своем жилье равна 92 %. Это говорит о полной удовлетворенности их уровня жизни за

исключением некоторых характеристик. Данный расчет может быть применим для той категории пользователей жилья, которые вошли в выборку.

Анализируя критерии выбора квартиры в зависимости от дохода, можно отметить наиболее важные (табл. 3).

Для пользователей с доходом до 20 тыс. руб. на 1 члена семьи важными при выборе квартиры являются местоположение, транспортная доступность и цена. С увеличением дохода важность местоположения и цена не меняется за исключением последней группы с доходом свыше 40 тыс. руб. Для данного сегмента наиболее важными являются наличие развитой инфраструктуры, площадь и планировка.

Несмотря на то, что многие критерии не удовлетворяют горожан, мнения о желании поменять квартиру на загородный дом разделились в следующей пропорции: 58 % ответило, что не хотели бы, так как далеко добираться до работы, а 42 % согласны на переезд за город, так как желание свежего воздуха, отсутствия соседей и суеты являются для них существенным фактором. Следует отметить, что отношение к загородной жизни можно отнести к стереотипному восприятию, которое несложно изменить с помощью комплекса мероприятий.

В большей степени 64 % горожане не хотят менять квартиру на дом в черте города, так как считают, что это дороже и не приведет к улучшению экологического состояния, 36 % считают, что смена квартиры на дом в черте города избавит их от соседей, удешевит проживание и позволит иметь земельный участок.

Сумма коммунальных платежей проживающих в квартире в городе устраивает частично. Так ответило 40 % опрошенных, 30 % ответило, что их не устраивает сумма платежа. Только 30 % удовлетворяет сумма платежей за коммунальные услуги.

Состояние многоквартирных домов 42 % жителей Новосибирска оценили на 4 балла из 5 и 29 % на 3 балла из 5, что говорит об удовлетворительном состоянии домов.

Улучшение жилищных условий во многом определяется доходами потребителей. Влияние дохода горожан на намерения приобрести загородный дом отражено на рис. 1.

Можно сделать вывод, что на приобретение дома влияет доход свыше 40 тыс. руб. на 1 члена семьи. В остальных группах мнения о том, приобретать или не приобретать загородную недвижимость, распределились в соотношении 50 на 50.

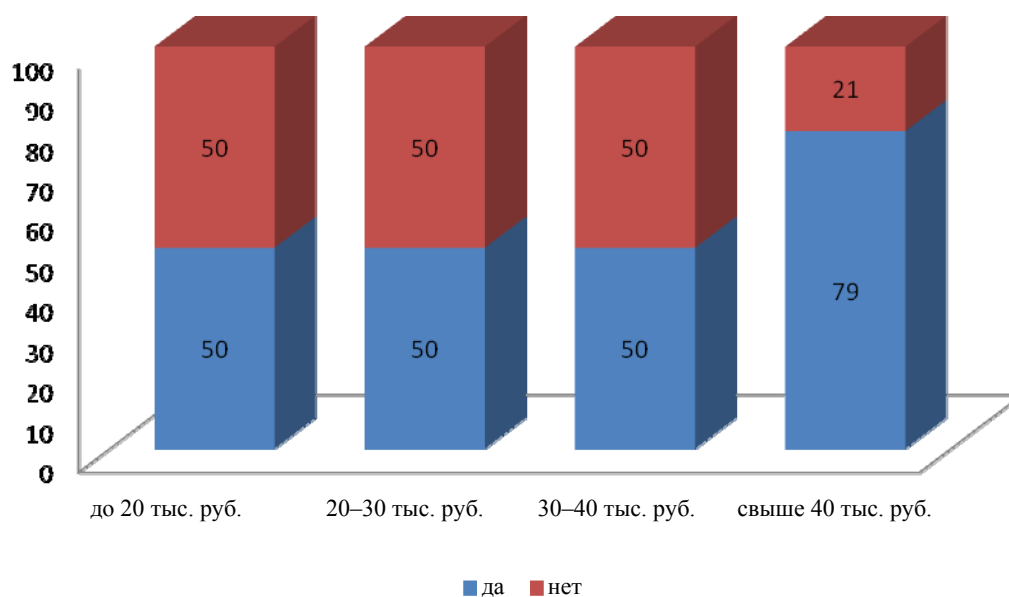


Рис. 1. Намерения горожан приобрести загородный дом в зависимости от дохода

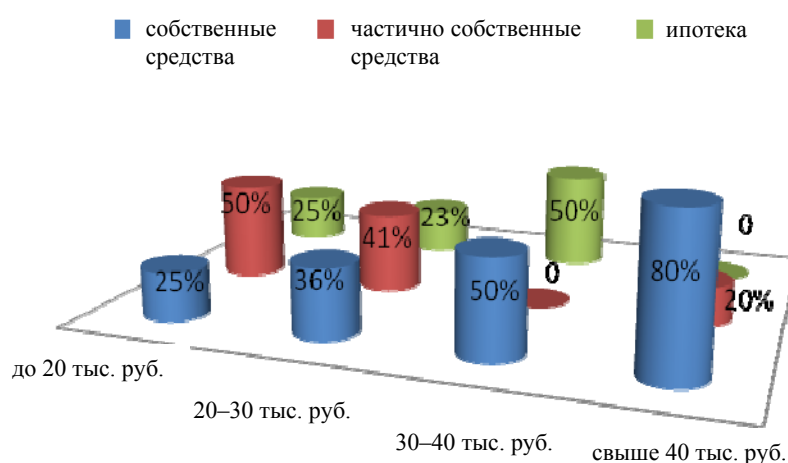


Рис. 2. Способ оплаты в зависимости от дохода

Таблица 4

## Сегментирование пользователей жилья по доходу

Доход, тыс. руб. на 1 члена семьи	Описание
До 20	Люди, живущие в типовых панельных многоквартирных домах в среднем с 2–3 комнатами, имеющие открытые парковочные места в Октябрьском, Дзержинском и Ленинском районах
От 20 до 30	Люди, живущие как в типовых, так и улучшенной планировки панельных и кирпичных многоквартирных домах в среднем с 2–3 комнатами, имеющие открытые парковочные места и гаражи в Октябрьском, Дзержинском, Ленинском и Советском районах. Также только данный сегмент проживает в монолитных домах
От 30 до 40	Люди, живущие в типовых, улучшенной планировки, а также повышенной комфортности панельных и кирпичных многоквартирных домах в среднем с 3 комнатами и больше, имеющие открытые парковочные места в Октябрьском, Ленинском, Советском, Калининском и Железнодорожном районах
Свыше 40	Люди, живущие в улучшенной планировки панельных и кирпичных многоквартирных домах в многокомнатных квартирах, имеющие открытые и закрытые парковочные места в Октябрьском, Центральном, Советском и Калининском (пятый микрорайон) районах

При намерении приобрести индивидуальный дом различалось отношение жителей Новосибирска к способу оплаты: 50 % опрошенного населения с доходом до 20 тыс. руб. на 1 члена семьи предпочитает рассчитываться частично собственными средствами, а частично – средствами, взятыми в кредит в банке (см. рис. 2).

Потенциальные потребители загородной недвижимости с доходом более 40 тыс. руб. ипотеку не рассматривают как способ оплаты за покупку дома, предпочитают рассчитываться собственными средствами.

В зависимости от возраста потенциальные потребители жилья распределились по опросу в следующей зависимости: чем старше, тем меньше есть желание приобретать загородный

дом. Из группы доходности от 20 до 30 лет планируют приобрести дом 59 % опрошенных, от 30 до 40 лет – 49 %, от 40 до 50 лет меньше проявляют желание иметь загородный дом – 44 %. Горожане старше 50 лет отказываются от покупки индивидуальных домов.

В целом, разделив всех пользователей жилья по доходу, можно выделить 4 сегмента (табл. 4).

Итак, в Новосибирске основная часть опрошенных (более 50 %) имеет квартиры с 2–3 комнатами, живет в панельных и кирпичных типовых либо улучшенной планировки домах, имеет открытые парковочные места.

Для застройщиков жилья Новосибирской области, как и для других областей, важно, насколько их позиционирование жилья совпадает с потребностями потребителей. Для определения уровня жилищных условий, а также выявления важности критериев выбора был проведен опрос пользователей индивидуальных загородных домов. Исследование было проведено методом «снежного кома», выбранного в первом исследовании. Было опрошено 106 человек, имеющих загородные индивидуальные дома в Новосибирской области.

Из всего количества домов только в 73 % имеются все инженерные коммуникации: водоснабжение, канализацию, электроэнергию и отопление; в 27 % домов нет канализации; в 57 % имеется центральное отопление, газовое – в 27 %. Состояние коммуникаций собственники жилья оценивают в большинстве (41 %) в 4 балла из 5, 28 % – в 3 балла из 5. Это говорит о среднем состоянии коммуникаций в индивидуальных домах.

Проживающие за городом (73 %) не хотели бы менять дом на квартиру в черте города. Сумма платежей за коммунальные услуги устраивает 46 % опрошенных, частично устраивает 42 %. В среднем они оплачивают 5 200 руб. ежемесячно.

Важные критерии при выборе загородных домов для различных групп населения представлены в табл. 5.

Для потенциальных потребителей с доходом до 30 тыс. руб. при выборе дома наиболее важно оказалось наличие земельного участка, транспортная доступность и цена. Это объясняется сравнительно малыми финансовыми средствами. Для людей с доходом от 30 до 40 тыс. руб. одним из важных критериев является экологичность места проживания, что при опросе горожан также является одним из главных критериев выбора квартиры. Для людей с высокими доходами критерии выбора иные: местоположение, площадь дома и наличие вблизи водоема. Наличие земельного участка важно для любой группы доходности.

Основными объектами социальной инфраструктуры в пределах мест проживания являются магазины, школы, салоны, парикмахерские, детские сады. В меньшей степени вблизи жилья имеются центры оплаты коммунальных услуг, поликлиники, кафе, спортивные центры.

Пользователи загородных домов имеют земельный участок в среднем 10 соток.

Таблица 5

Зависимость важности критериев выбора дома от дохода

Критерий	Доход, тыс. руб. на 1 члена семьи			
	До 20	20–30	30–40	Свыше 40
Местоположение				✓
Экологичность места проживания			✓	✓
Площадь дома				✓
Наличие вблизи водоема				✓
Наличие в доме мест отдыха				
Наличие земельного участка	✓	✓	✓	✓
Экологичность технологий строительства				
Транспортная доступность	✓	✓		
Цена	✓	✓	✓	
Удаленность от города Новосибирска				

Таблица 6

## Сегментирование пользователей загородных домов по доходу

Доход, тыс. руб. на 1 члена семьи	Описание
До 20	Люди, имеющие 1–2-этажные дома со средней площадью 100 м <sup>2</sup> , с количеством комнат от 2 до 5, построенных из кирпича, панели, дерева или сибита, имеющие гараж либо открытые парковочные места. Дома находятся в таких направлениях, как Морозово, Ордынский р-н, пос. Боровое, пос. Новый и т. д.
От 20 до 30	Люди, имеющие 1–2-этажные дома со средней площадью 100 м <sup>2</sup> , с количеством комнат от 3 до 5, построенных из кирпича или дерева, имеющие гараж. Дома находятся в таких направлениях, как пос. Боровое, Мочище, к. Мочище, Верх-Тула, Зеленая горка, Кольцово, Кудряши и т. д.
От 30 до 40	Люди, имеющие 2–3-этажные дома со средней площадью 150 м <sup>2</sup> , с количеством комнат от 3 до 5, построенных из кирпича или дерева, имеющие гараж. Дома находятся в различных поселках и направлениях
Свыше 40	Люди, имеющие 2–3-этажные дома со средней площадью 270 м <sup>2</sup> , с количеством комнат от 4 до 6, построенных из кирпича, имеющие гараж. Дома находятся в таких направлениях, как пос. Боровое, Мочище, Зеленая горка, 8 марта, Южный, Ордынский р-н и т. д.

В черте города Новосибирска работает основная часть опрошенных – 69 %, не работают вообще 17 %. В среднем до работы добираются за 43 минуты и имеют семью в среднем из 3–4 человек.

В целом, разделив всех пользователей загородных домов по доходу, можно выделить 4 сегмента (табл. 6).

Обладатели загородных домов в основном имеют дома из кирпича и дерева, имеют гараж, открытые парковочные места либо оставляют автомобили возле дома. Основная часть домов имеет от 3 до 5 комнат.

По проведенному опросу можно сделать вывод, что жители Новосибирска в основном не имеют загородных домов, но большая часть хотела бы его приобрести. К ним относятся горожане в возрасте от 20 до 30 лет. В основном потенциальные потребители загородных домов желали бы рассчитаться за покупку собственными средствами без взятия ипотеки. Основными причинами отсутствия желания переезжать в загородный дом у горожан оказалось долгое время добираться до работы, что говорит о полной трудоспособности населения. Да и частные дома в черте города мало привлекают жителей квартир Новосибирска, так как считают, что это обходится дороже, а состояние экологичности места проживания не меняется.

Наиболее важными критериями выбора квартиры как для мужчин, так и для женщин оказались местоположение, развитая инфраструктура, транспортная доступность и цена. Для людей с более высокими доходами важны критерии площадь, этажность и планировка.

Частично устраивает жителей города плата за коммунальные услуги, оценка дома, где они проживают, – 4 по 5-балльной системе.

Все больше людей с каждым годом отдает предпочтение собственному дому и отказывается от жизни в городских квартирах. Это объясняется желанием отстраниться от городской суеты, иметь свой земельный участок и дышать свежим воздухом. Развитие малоэтажного строительства может удовлетворить потребности, которые существуют у жителей городских квартир.

Развитие малоэтажного строительства в совокупности с государственной поддержкой и тенденциями относительно критериев экологичности в выборе жилья дают основания строить положительные прогнозы.

**Список литературы**

1. Буяльская А. К., Клейменова Н. А., Горевая М. И. Маркетинговые исследования: Учеб. пособие для вузов. Новосибирск: Сибпринт, 2010. 404 с.

*Материал поступил в редколлегию 09.08.2012*

**I. A. Schmidt**

**LOW-RISE CONSTRUCTION  
AS A WAY TO MEET THE DEMAND FOR RESIDENTIAL PROPERTY**

The work presents the results of investigation of satisfaction expressed by users with regard to residential real estate. Analysis of customer satisfaction data in housing through satisfaction coefficient. The study can be used by various persons from scientists and developers to develop programs to promote residential real estate, housing, as well as the real estate market.

*Keywords:* customer satisfaction, home, consumers, segmentation, country house, the rate of customer satisfaction.