

15 марта 2010 г.

Пресс-релиз по результатам проекта
[«Волгоградский Омнибус»](#)

Потребительское поведение волгоградцев в отношении приобретения жилья активизируется

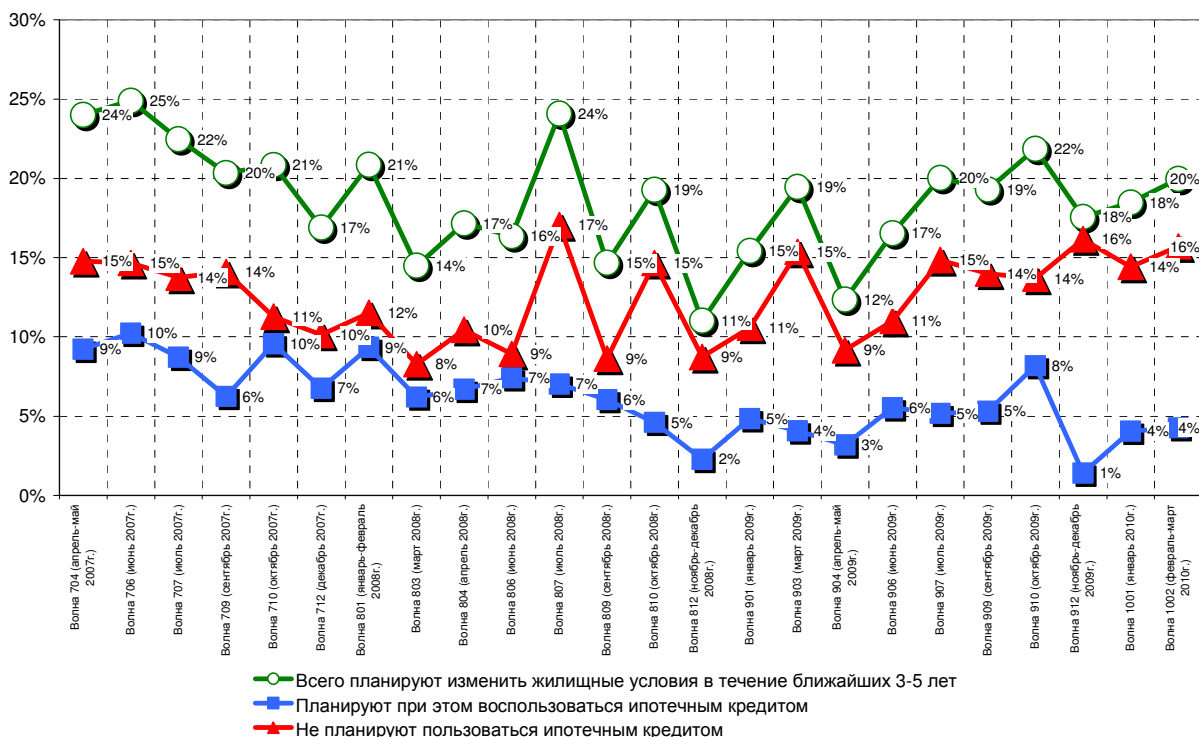
Начиная с апреля 2007 года [Центр социологических и маркетинговых исследований «Аналитик»](#) в рамках проекта [«Волгоградский Омнибус»](#) проводит регулярный опрос жителей Волгограда, посвященный оценке положения на рынке компаний, предлагающих жилье, и оценке планов волгоградцев по изменению жилищных условий.

По результатам замеров, которыми Центр «Аналитик» располагает на сегодняшний день, можно сделать следующие выводы:

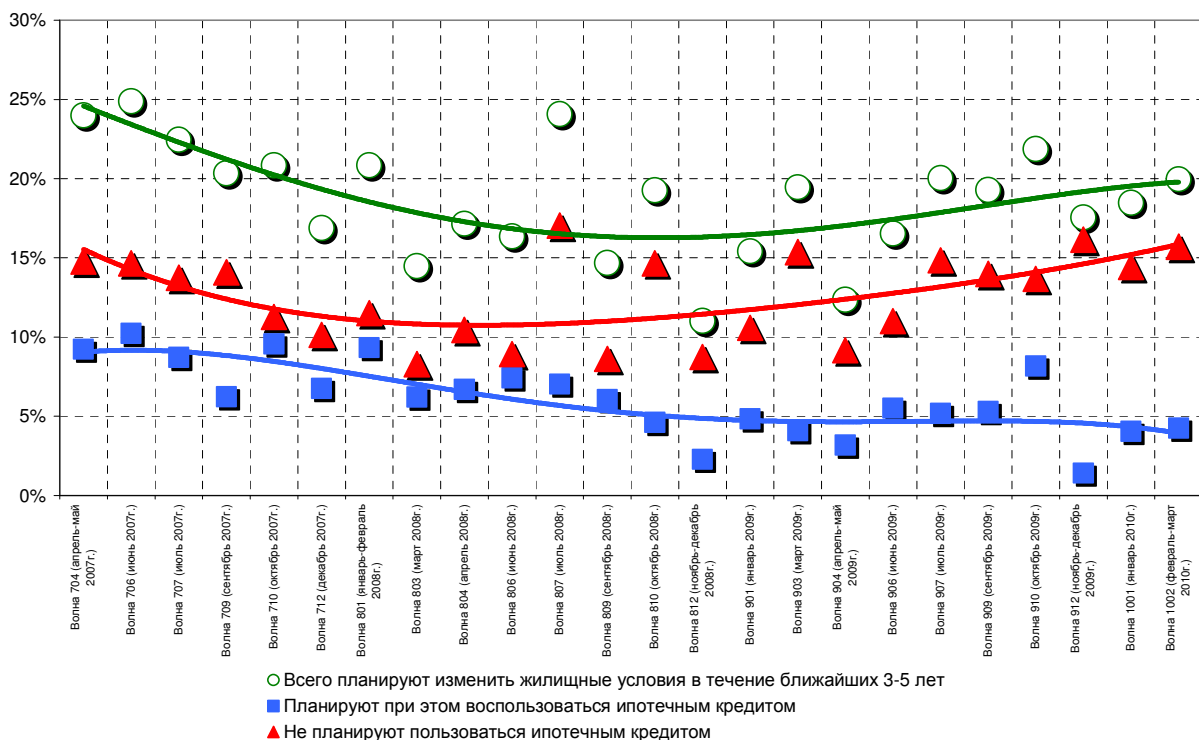
- 1. Горожан, планирующих покупку квартиры, становится больше.** Наименьшее количество положительных ответов на вопрос «планируете ли Вы в ближайшие 3–5 лет изменить свои жилищные условия?» наблюдалось в ноябре-декабре 2008 года. В апреле-мае 2007 года этот показатель был равен 24 %, далее наблюдалось постепенное снижение количества положительных ответов, а в опросе, проведенном в ноябре-декабре 2008 года, было получено значение, близкое к 11%. Опираясь на результаты последних исследований, можно говорить о положительной динамике. В результатах опросов, проведенных в предыдущем и нынешнем году, наблюдается постепенный рост количества респондентов, планирующих в ближайшие 3-5 лет изменить жилищные условия. По итогам последнего исследования, проведенного в феврале-марте 2010 года, этот показатель оказался равен 20%.
- 2. Волгоградцы, планирующие покупку квартиры, скорее предпочтут уже построенный дом или вторичный рынок.** С начала проведения исследований (с апреля 2007 года) вдвое снизилось количество положительных ответов на вопрос о планах покупки квартиры в строящемся доме (с 5% до 2%). При этом количество респондентов, планирующих купить квартиру в уже построенном доме или на вторичном рынке жилья, практически не изменилось с начала исследования и составило около 5%–6% от общего числа опрошенных.
- 3. Собираясь приобретать жилье, волгоградцы все реже планируют использовать ипотечный кредит.** На протяжении всего периода исследования количество волгоградцев, планирующих воспользоваться ипотечным кредитом, становится меньше. В апреле-мае 2007 года этот показатель был равен 9%, в феврале-марте 2010 года он составил только 4%.

Опираясь на результаты проведенного исследования, можно говорить о постепенном выравнивании ситуации на рынке жилья. Волгоградцы готовы покупать квартиры, однако для большинства из них жилье на первичном рынке остается все так же недоступным. При этом многие из жителей города уверены, что смогут добиться цели, опираясь только на собственные возможности.

###



а) Распределения ответов респондентов на вопросы о планах в отношении изменения жилищных условий



а) Тенденции изменения ответов респондентов на вопросы о планах в отношении изменения жилищных условий

Рис. 1. Закономерности изменения представлений жителей Волгограда о собственных планах по изменению жилищных условий

Таблица 1. Распределения ответов респондентов на вопросы о планах в отношении изменения жилищных условий (средние значения)¹

Скажите, планируете ли Вы в ближайшие 3–5 лет изменить свои жилищные условия, и если «да», то каким образом?	Апрель-декабрь 2007 г.	Январь-декабрь 2008 года	Январь-декабрь 2009 года	Январь-февраль 2010 г.
Покупка новой квартиры в строящемся доме	5%	3%	3%	2%
Покупка новой квартиры в уже построенном доме	5%	3%	4%	5%
Покупка квартиры на вторичном рынке жилья	7%	6%	6%	6%
Другое	5%	5%	5%	6%
Не планирую менять жилье	72%	76%	76%	74%
Затрудняюсь ответить	6%	7%	7%	7%
Общий итог	100%	100%	100%	100%

Таблица 2. Распределения ответов респондентов на вопросы об уровне известности и доверия компаниям, предлагающим жилье на первичном рынке Волгограда

##	НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	Первая названная компания (Top of Mind)	Знание без подсказки (Unaided Awareness)	Узнавание с подсказкой (Aided Awareness)	Запоминание рекламы (Ad Recall)	Готовность обратиться в компанию
2	Авто-С	0%	0%	2%	0%	0%
3	Ариороса	0%	2%	7%	2%	0%
4	БСК-84	0%	0%	1%	0%	0%
5	Волгоградский завод ЖБИ №1	47%	63%	94%	40%	29%
6	Волжские паруса	9%	19%	48%	13%	5%
7	Вымпел	2%	6%	16%	3%	1%
8	Диамант	5%	17%	66%	34%	5%
9	Домострой	2%	12%	46%	19%	4%
10	Евробилд	0%	1%	4%	0%	0%
11	Квартстрой	2%	3%	16%	4%	1%
12	Ком-Билдинг	1%	5%	15%	4%	1%
13	Регионстройинвест	0%	1%	12%	6%	0%
14	Росойл	0%	4%	20%	7%	1%
15	Торговый дом "БИС"	1%	2%	14%	5%	0%
16	Флагман	0%	6%	31%	8%	0%
17	Юниж-Строй	3%	9%	47%	15%	3%
18	Другие	4%	8%	8%	2%	1%
19	Не знаю строительных компаний, таких компаний нет	24%	24%	0%	23%	49%

¹ Процентные показатели рассчитаны от общего числа жителей Волгограда в возрасте от 16 до 60 лет