

УДК 658.8

DOI: 10.34670/AR.2020.32.94.076

## Анализ теоретических основ поведения покупателей на рынке элитной недвижимости

**Щербинина Елена Александровна**

Выпускник магистратуры,  
Санкт-Петербургский государственный университет,  
199034, Российская Федерация, Санкт-Петербург,  
Университетская наб., 7/9;  
e-mail: shcherbinina.e.a@gmail.com

### Аннотация

За последние десятилетия рынок недвижимости России претерпел значительные изменения. Предложение на современном рынке недвижимости все больше ориентируется на потребителя, психология которого кардинально изменилась. К покупателю пришло осознанное, рациональное, продуманное решение о покупке, в основе которого лежит четкое понимание собственных предпочтений и представлений о желаемом жилье и его назначении. Кроме того, предложение на рынке недвижимости коррелирует со структурой доходов населения и существующим классовым различием. Так, в связи с увеличением прослойки людей, причисляющих себя к среднему или элитному классу, рынок реагирует на эту тенденцию растущим количеством проектов недвижимости бизнес-класса или элит-класса, соответственно. Современный рынок недвижимости строится на клиентоориентированном подходе. Следовательно, актуальность и необходимость исследования поведения покупателей, в частности, на рынке элитной недвижимости, является очевидной. Именно спрос на элитное жилье диктует соответствующее предложение.

В статье рассматриваются особенности элитной недвижимости и связанные с этим особенности поведения ее покупателей, а также факторы, влияющие на поведение покупателей на рынке элитной недвижимости, в том числе в условиях экономического кризиса.

### Для цитирования в научных исследованиях

Щербинина Е.А. Анализ теоретических основ поведения покупателей на рынке элитной недвижимости // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2020. Том 10. № 5А. С. 516-521. DOI: 10.34670/AR.2020.32.94.076

### Ключевые слова

Элитная недвижимость, рынок элитного жилья, поведение покупателя, потребительское поведение, специфика потребительского выбора.

## Введение

Поведение покупателей на рынке элитной недвижимости по своей сути представляет собой поведение граждан, которые имеют намерение приобрести недвижимость элитного класса для использования исключительно в личных, домашних, семейных или иных нужд, которые не связаны с осуществлением предпринимательской деятельности. Поведение покупателей на рынке элитной недвижимости обусловлено, прежде всего, ее спецификой.

## Основная часть

Согласно «Единой классификация многоквартирных жилых новостроек», особенности элитной недвижимости в сравнении с другим классом жилья повышенной комфортности – недвижимость бизнес-класса – представлены в таблице 1. При этом в составе элитной недвижимости выделим два типа: премиум-класс и элит-класс, которые также имеют свои отличия.

**Таблица 1 – Специфические особенности элитной недвижимости, определяющие поведение покупателя на рынке**

Критерий	Недвижимость бизнес-класса	Элитная недвижимость	
		Премиум-класс	Элит-класс
Расположение	Центр или близлежащие районы	Исторический центр, экологически благоприятные престижные районы	Исторический центр, престижные районы
Внутренняя отделка квартир	Улучшенная отделка «под ключ» или без отделки (черновая)	Эксклюзивная отделка с применением высококачественных материалов или без отделки (полная подготовка под чистовую отделку)	Эксклюзивная отделка по авторскому дизайн-проекту с применением эксклюзивных отделочных материалов) или без отделки (полная подготовка под чистовую отделку)
Внутренняя отделка общественных зон	Высококачественная отделка (декоративная штукатурка, керамическая плитка, искусственный камень)	Эксклюзивная отделка в соответствии с дизайн-проектом	Эксклюзивная отделка в соответствии с дизайн-проектом
Количество квартир на этаже	4-5	2-3	1-2
Количество квартир в доме	Не принципиально, может доходить до 500	Не более 150	Не более 50
Архитектурная проработка проекта	Индивидуальный проект с подчеркнутой дизайнерской проработкой архитектурного облика	Архитектурный проект от известного архитектора или бюро. Дорогие материалы в отделке входной группы и общественных зон. Высокая репутация застройщика	Обязательно привлечение известного архитектора или архитектурного бюро, создание индивидуального авторского проекта. Глубокая проработка внешних элементов здания с учетом рельефа и окружающего участка ландшафта. Дорогие материалы в отделке входной группы и общественных зон.

Критерий	Недвижимость бизнес-класса	Элитная недвижимость	
		Премиум-класс	Элит-класс
			Высокая репутация застройщика
Параметры паркинга	Закрытый наземный или небольшой подземный паркинг, в среднем 1 м/м на квартиру	Закрытый подземный отапливаемый паркинг, в среднем 1,5 -2 м/м на квартиру. Доступ для жителей: квартира-лифт-паркинг	Закрытый подземный отапливаемый паркинг, предпочтительно с мойкой и экспресс-автосервисом, не менее 2 м/м на квартиру. Доступ для жителей: квартира-лифт-паркинг. Наличие гостевого паркинга
Придомовая территория	Возможно, огороженная территория с ландшафтным дизайном	Желательно огороженная территория с ландшафтным дизайном, малые архитектурные формы	Огороженная территория, благоустроенные внутренние дворы с ландшафтным дизайном, малые архитектурные формы

Составлено по «вложение в недвижимость в кризис. [Электронный ресурс]» [Единая классификация многоквартирных жилых новостроек..., www].

А.Н. Ларионовым и Е.В. Нежниковой выделено несколько типов предпочтений покупателей в зависимости от класса приобретаемой недвижимости (эконом-класс, бизнес-класс, элитное жилье (премиум-класс) и элит-класс (супер-элит)): функциональный спрос; «присоединение к большинству», «эффект сноба»; «демонстративное потребление». Тип «Эффект сноба», свойственный при покупке элитного жилья премиум-класса, заключается в максимизации по качеству без существенных ограничений по бюджету. Тип «Демонстративное потребление», свойственный при покупке элитного жилья (супер-элит), заключается в ориентации на приобретение недвижимости наивысшего качества по наибольшей цене [Ларионов, Нежnikова, 2015].

Ограниченное количество предложения на рынке элитного жилья обуславливает небольшое количество рассматриваемых потребителем вариантов. Так, по исследованиям А.И. Уховой, покупатели элитного жилья рассматривают в среднем 5 вариантов объектов недвижимости, тогда как покупатели жилья бизнес-класса – 6-10 вариантов, а покупатели жилья эконом-класса – более 15 вариантов [Ухова, 2015, 173].

Кроме того, А.И. Уховой исследована зависимость источников получения информации в процессе выбора объекта недвижимости от его класса. Так, при покупке жилья элитного класса, покупатель пользуется преимущественно неформальными вербальными маркетинговыми коммуникациями, то есть информацией от знакомых, переданной через третьих лиц и т.д. Тогда как покупатели эконом-жилья или жилья бизнес-класса преимущественно используют специализированные печатные и интернет-издания, а также агентства недвижимости [Ухова, 2015, 174].

Как отмечает А.Ю. Посельский, на поведение покупателей на рынке элитной недвижимости оказывает достаточно весомое влияние окружающая макроэкономическая обстановка в стране и в мире. Так, рост тарифов на обслуживание и ремонт недвижимости, коммунальные услуги, которые находятся в прямой зависимости от площади жилья, снижают спрос на крупногабаритные квартиры [Посельский, 2018].

Г.Л. Панченко отмечает влияние благоприятной конъюнктуры на мировых рынках энергоносителей (в частности, нефти и газа) на увеличение доходов населения, что приводит к

росту спроса на рынке недвижимости, в том числе элитной недвижимости. При этом причинами приобретения недвижимости в такие периоды становится не только личное потребление, но и инвестиционные интересы (последующая перепродажа или аренда) [Панченко, 2017, 38].

Кроме того, благоприятная государственная политика также способствует росту спроса на рынке недвижимости. Например, развитие ипотечного кредитования и снижение ипотечных ставок увеличило процент приобретаемого в кредит элитного жилья за последние 5 лет с 5% до 30% [Бушухин, www].

И, наоборот, в периоды экономических кризисов, при сокращении доходов населения, спрос на недвижимость падает, что особенно отражается на элитной недвижимости. Ожидание снижения стоимости недвижимости, как правило, приводит к откладыванию приобретения жилья. С другой стороны, элитная недвижимость в период кризиса становится привлекательной для инвесторов с целью сохранения денежных средств [Вложение в недвижимость..., www]. Также факторами, влияющими на поведение покупателей на рынке элитной недвижимости, в последние годы являются изменения курсов валют, депозитных ставок [Бушухин, www].

Согласно статистике, портрет покупателя элитной недвижимости в последние годы изменился. Так, доля в 60% покупателей в сегменте элит-класса приходится на возраст до 40 лет, а каждый десятый покупатель моложе 30 лет. Тогда как ранее возраст покупателя элитной недвижимости находился в диапазоне от 50 до 60 лет. При этом увеличилась доля женщин в структуре покупателей элитного жилья. Согласно статистике, основной род деятельности покупателей элитного жилья – работники банковского сектора, юристы, люди, занятые в строительной отрасли, нефте- и газодобыче, госсекторе. Отдельно выделяется группа молодых клиентов, заработавших капитал в сфере IT и digital, в том числе на росте курсов криптовалют [Кто приобретает элитное..., www].

Пандемия 2020 года внесла коррективы в поведение покупателей элитной недвижимости, в частности, требования к соблюдению санитарно-эпидемиологических норм, мер защиты, соблюдению здорового образа жизни, бесконтактных лифтов и систем умного дома, многоступенчатых систем очистки воды и воздуха; требование гибкости ценовой политики в условиях кризиса, скидок и индивидуальных предложений; требования к максимальной приватности на территории и личному пространству: охраняемые внутренние приватные дворы, эксплуатируемые кровли, дополнительные балконы; появление механизма продажи квартир онлайн и новых инструментов для выбора жилья в удаленном режиме [Кто приобретает элитное..., www].

## Заключение

Таким образом, на поведение покупателей элитной недвижимости оказывает влияние, как специфика такого класса жилья, так и внешние факторы, связанные с экономической ситуацией в стране или в мире. Поэтому достаточно важно иметь представление, как об актуальных тенденциях на рынке элитного жилья, так и о возможном поведении потребителей в тех или иных условиях.

## Библиография

1. Ларионов А.Н., Нежникова Е.В. Оценка привлекательности объектов жилищного строительства для конечного потребителя методом анализа иерархий // Недвижимость: экономика, управление. - 2015. - № 1. - С. 20-22.
2. Панченко Г.Л. Факторы развития экономических отношений на рынке жилой недвижимости // Социально-

- экономические явления и процессы. - 2017. - Т. 12. - № 4. - С. 37-42.
3. Ухова А.И. Оценка покупательского поведения на рынке первичной жилой недвижимости // Проблемы современной экономики. – 2015. - №9. - С.170-176.
  4. Бушухин И. Екатерина Батынкова о современных трендах на рынке элитной недвижимости (интервью) [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://realty.rbc.ru/news/5b165fde9a79477eed3ef725> (дата обращения: 25.07.2020).
  5. Вложение в недвижимость в кризис. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.vipflat.ru/tendencii-i-senu/kto-segodnya-rokueraet-kvartiry>, дата обращения (24.07.2020).
  6. Единая классификация многоквартирных жилых новостроек [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://nngm.ru/docs/edinaya-klassifikatsiya-mnogokvartirnyh-zhilyh-novostroek/> (дата обращения: 24.07.2020).
  7. Кто приобретает элитное жилье: портрет покупателя. Режим доступа: [https://finance.rambler.ru/realty/35838662/?utm\\_content=finance\\_media&utm\\_medium=read\\_more&utm\\_source=copylink](https://finance.rambler.ru/realty/35838662/?utm_content=finance_media&utm_medium=read_more&utm_source=copylink), дата обращения (25.07.2020)
  8. Обзор рынка недвижимости в России: товарный и рекламный аспекты [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://adindex.ru/specprojects/market4/realty-5.phtml> (дата обращения: 24.07.2020).
  9. Посельский А.Ю. Формирование предпочтений покупателя в сфере недвижимости [Электронный ресурс] // Вектор экономики. – 2018. - №10. – Режим доступа: <http://vectoreconomy.ru/images/publications/2018/10/marketingandmanagement/Poselskiy.pdf> (дата обращения: 26.07.2020).
  10. Real Estate 2020: Building the future [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.pwc.com/sg/en/real-estate/assets/pwc-real-estate-2020-building-the-future.pdf> (дата обращения: 25.07.2020).

## **Analysis of the theoretical foundations of buyer behavior in the luxury real estate market**

**Elena A. Shcherbinina**

Graduate of the master's program,  
Saint Petersburg state University,  
199034, 7/9 Universitetskaya nab., Saint Petersburg, Russian Federation;  
e-mail: shcherbinina.e.a@gmail.com

### **Abstract**

Over the past decades, the Russian real estate market has undergone significant changes. The offer in the modern real estate market is increasingly focused on the consumer, whose psychology has changed dramatically. The buyer came to a conscious, rational, thoughtful decision to buy, which is based on a clear understanding of their own preferences and ideas about the desired housing and its purpose. In addition, the supply in the real estate market correlates with the structure of income of the population and the existing class difference. Thus, due to the increase in the number of people who consider themselves to be in the middle or elite class, the market responds to this trend with a growing number of real estate projects of business class or elite class, respectively. The modern real estate market is based on a client-oriented approach. Therefore, the relevance and need to study the behavior of buyers, in particular, in the luxury real estate market, is obvious. It is the demand for luxury housing that dictates the appropriate offer.

The article discusses the features of luxury real estate and related features of buyer behavior, as well as factors that affect the behavior of buyers in the luxury real estate market, including in the conditions of economic crisis.

Elena A. Shcherbinina

**For citation**

Shcherbinina E.A. (2020) Analiz teoreticheskikh osnov povedeniya pokupatelei na rynke elitnoi nedvizhimosti [Analysis of the theoretical foundations of buyer behavior in the luxury real estate market]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], 10 (5A), pp. 516-521. DOI: 10.34670/AR.2020.32.94.076

**Keywords**

Luxury real estate, luxury housing market, buyer behavior, consumer behavior, specifics of consumer choice.

**References**

1. Larionov A. N., Nezhnikova E. V. Evaluation of attractiveness of housing construction objects for the final consumer by the method of hierarchy analysis // real Estate: economy, management. - 2015. - № 1. - P. 20-22.
2. Panchenko G. L. Factors of development of economic relations in the residential real estate market // Socio-economic phenomena and processes, 2017, Vol. 12, No. 4, Pp. 37-42.
3. Ukhova A. I. Evaluation of consumer behavior in the market of primary residential real estate // Problems of modern economy, 2015, no. 9, Pp. 170-176.
4. Bushukhin I. Ekaterina batynkova on modern trends in the elite real estate market (interview) [Electronic resource]. - Access mode: <https://realty.rbc.ru/news/5b165fde9a79477eed3ef725> (accessed: 25.07.2020).
5. Investing in real estate in a crisis. [Electronic resource]. - Access mode: <https://www.vipflat.ru/tendencii-i-ceny/kto-segodnya-pokupaet-kvartiry>, accessed on (24.07.2020).
6. Unified classification of multi-apartment residential new buildings [Electronic resource]. - Access mode: <https://nngm.ru/docs/edinaya-klassifikatsiya-mnogokvartirnyh-zhilyh-novostroek/> (accessed: 24.07.2020).
7. Who buys luxury housing: portrait of the buyer. Access mode: [https://finance.rambler.ru/realty/35838662/?utm\\_content=finance\\_media&utm\\_medium=read\\_more&utm\\_source=copylink](https://finance.rambler.ru/realty/35838662/?utm_content=finance_media&utm_medium=read_more&utm_source=copylink), accessed 25.07.2020)
8. Review of the real estate market in Russia: commodity and advertising aspects [Electronic resource]. - Access mode: <https://adindex.ru/specprojects/market4/realty-5.phtml> (accessed: 24.07.2020).
9. Poselsky A. Yu. Formation of buyer's preferences in real estate [Electronic resource] // Vector of economy. - 2018. - №10. - access Mode: <http://vectoreconomy.ru/images/publications/2018/10/marketingandmanagement/Poselskiy.pdf> (accessed: 26.07.2020).
10. Real Estate 2020: Building the future [Electronic resource]. - Mode of access: <https://www.pwc.com/sg/en/real-estate/assets/pwc-real-estate-2020-building-the-future.pdf> (date accessed: 25.07.2020).