

УДК: 314.174

Региональные особенности рынка недвижимости Приморского края

Ким Ангелина Георгиевна,
Кандидат экономических наук, профессор
E-mail: angelina.kim@vvsu.ru
Тел:89025241767

Романова Анна Андреевна, Щербакова Яна Максимовна
бакалавры кафедры маркетинга и торговли
E-mail: ms.anya.romanova.90@mail.ru; anaageeva166@gmail.com
Тел:89147045605;89243322251

*Владивостокский государственный университет
Россия, Владивосток*

Ул. Гоголя 41, г. Владивосток, Приморский край, Россия, 690014

В данной статье представлены результаты исследования в виде онлайн – анкетирования, проведенном на территории Приморского края в 2023 г. На основании данного исследования были выявлены важные тенденции рынка недвижимости Приморского края и особенности его продвижения: высокая рекламная активность проявляется в социальных сетях и в сети интернет; снижение базисной стоимости недвижимости, как инструмент привлечения внимания снизило свою эффективность; расположение края влияет на предпочтение потребителей в данном сегменте рынка. Результаты анкетирования и изучение рынка недвижимости, являются обоснованием актуальности проводимого исследования, полученных выводах и последующих рекомендациях. Данные рекомендации разработаны для агентств недвижимости и для привлечения и удержания клиентов данного сегмента, которые включают в себя: использование уникальных предложений для жителей края, улучшение экологической среды вокруг объектов недвижимости, использование интернет – рекламы, видео-демонстрирование объекта недвижимости в реальном времени, работа с отзывами клиентов, принимать участие в мероприятиях, связанных с недвижимостью, проведение конкурсов на своих интернет – ресурсах и продвигать недвижимость с акцентом на её локацию.

Ключевые слова и словосочетания: недвижимость, рынок недвижимости, рынок недвижимости Приморского края, особенности продвижения, анализ вторичной информации, рекламное продвижение

This article presents the results of a desk study in the form of an online questionnaire conducted on the territory of PrimorskyKrai in 2023 and in which 101 respondents took part. Based on this study, important trends in the real estate market of PrimorskyKrai and the features of its promotion were identified: large advertising activity is manifested in social networks and on the Internet, discounts for 2023 as a tool for attracting attention have decreased their effectiveness, the location of the edge affects the preference of consumers in this market segment. The results of the survey and the study of the real estate market are the justification for the relevance of the study, the conclusions obtained and subsequent recommendations. These recommendations are developed for real estate agencies and to attract and retain customers of this segment, which include: using unique offers for residents of the region, improving the environmental environment around real estate, using Internet advertising, video demonstration of real estate in real time, working with customer reviews, taking part in events related to real estate, holding contests on their Internet resources and promoting real estate with an emphasis on its location.

Введение:

Уникальная локализация Приморского края способствует активному развитию рынка недвижимости. Расположение рядом с морем и просторные территории являются неоспоримыми преимуществами для застройщиков. Тем не менее, есть некоторые осложнения, связанные с его месторасположением.

В связи с этим можно провести параллель и с рекламным рынком, где возможно найти свою целевую аудиторию, но при этом налагаются некоторые затруднения при взаимодействии с ней. Например, отмечается тенденция превышения предложения над спросом, что затрудняет работу рекламных агентств.

Исследование рынка недвижимости Приморского края и особенностей его продвижения на данный момент является актуальной темой. Это связано с существенным снижением спроса на недвижимость и миграцией населения, что свидетельствует о нежелании людей устраивать свою жизнь на территории края.

Целью данной статьи является выявление особенностей и составление рекомендаций по продвижению недвижимости на территории Приморского края.

Методика исследования:

Реферативный анализ теоретической базы и актуальных публикаций по проблеме исследования, а также статистических данных и сведений официальных интернет-источников позволил провести детальное исследование динамики рынка недвижимости Приморского края.

Анализ данных позволил оценить потребительское поведение на рынке недвижимости Приморского края. Были выявлены основные предпочтения и требования покупателей, а также факторы, влияющие на их решение о приобретении недвижимости. Это позволило определить особенности рынка и выработать стратегию продвижения товара или услуги.

Применение метода экстраполяции позволило выявить изменения потребительского поведения при приобретении недвижимости в будущем. На основании этого были сделаны рекомендации по продвижению недвижимости в Приморском крае, включая использование различных маркетинговых инструментов, анализ конкурентной среды и уникальных особенностей региона.

Результаты исследования:

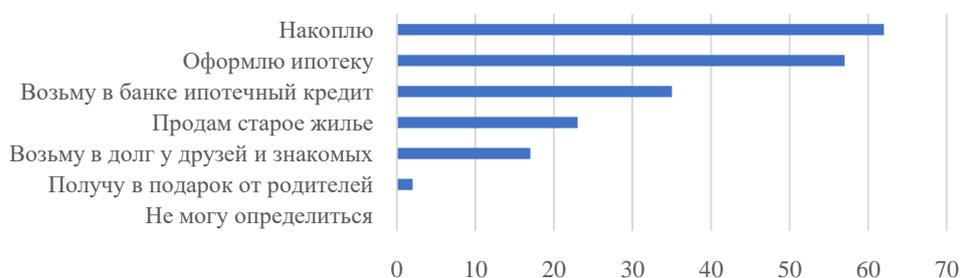
Рынок недвижимости — это средство обмена (перераспределения) имущества между участниками рынка при наличии конкуренции, спроса, предложения. Любая сделка с недвижимостью сопровождается оценкой стоимости недвижимости. [1]

Для определения факторов, которые являются ключевыми при продвижении недвижимости в Приморском крае, необходимо провести всесторонний анализ ситуации. Анализ рынка недвижимости Приморского края, проведенный с использованием популярных платформ, таких как Avito, Farpost, Google, Yandex, Дом.клик, позволяет сделать вывод о заметном росте этого сегмента экономики в последние годы. Рынок недвижимости Приморского края состоит из вторичного и первичного секторов.

Согласно данным сервисов Restate и НайдиДом, цены на вторичном рынке стабилизировались по сравнению с мартом 2022 года, и к марту 2023 года стоимость одного квадратного метра уменьшилась на 70 986 рублей, что составляет 142 543 рубля за квадратный метр в среднем. [2] На первичном рынке также можно наблюдать стабилизацию цен с марта 2022 года, и к марту 2023 года стоимость одного квадратного метра уменьшилась на 37 924 рубля, а средняя стоимость на первичном рынке составила 169 716 рублей за квадратный метр. [3]

Для более глубокого анализа рынка недвижимости, был проведен опрос потенциальных клиентов.

Проведенный опрос показал, что большинство респондентов выразили свою намеренность



накопить средства для приобретения жилья, при этом оформление ипотечного кредита в банке также пользуется значительным интересом. (Рис.1)

Рис. 1-Способы приобретения жилья потребителями в Приморском крае, n=101;

Fig. 1- Ways of purchasing housing by consumers in PrimorskyKrai, n=101

Относительно типа недвижимости, большая часть респондентов предпочла бы готовую квартиру в новостройке, в то время как меньшинство не было привязано к конкретному типу недвижимости. (Рис. 2)

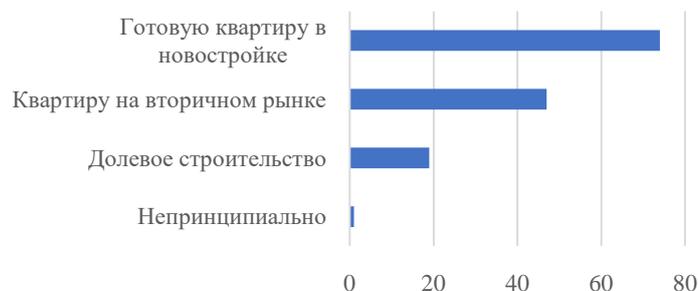


Рис. 2 -Выбор респондентами вида жилья для приобретения, n=101;

Fig. 2- Respondents' choice of the type of housing to purchase, n=101

При выборе квартиры в новостройке, большинство респондентов нашли привлекательным наличие большого выбора вариантов планировки, а наименее привлекательным оказался фактор избежания ремонта. (рис.3)

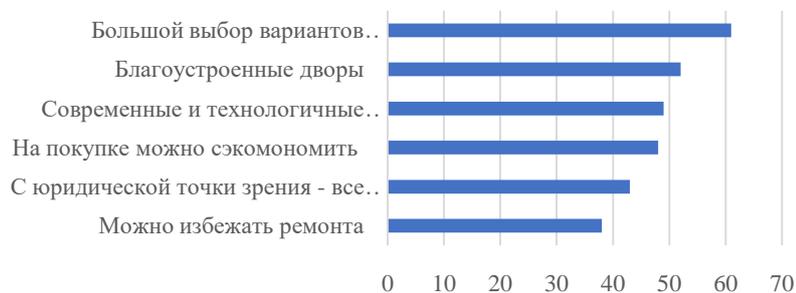


Рис. 3- Степень привлекательности качеств для респондентов, при покупке квартиры в новострое, n=101;

Fig. 3- The degree of attractiveness of qualities for respondents when buying an apartment in a new building, n=101

В отношении источников получения информации, большинство респондентов обращают внимание на рекламу в поисковых и социальных сетях. (Рис.4)



Рис.4- Виды платформ, на которых респонденты наиболее часто обращают внимание на рекламу, n=101;

Fig.4 - Types of platforms on which respondents most often pay attention to advertising, n=101.

Также были выявлены критерии, по которым респонденты выбирают застройщика недвижимости. Так, наиболее важным критерием выбора оказался такой фактор как «Приемлемые цены», на втором месте оказался такой фактор как «Качество работы», наименее важным критерием стал «Быстрота сдачи квартир» (Рис.5)

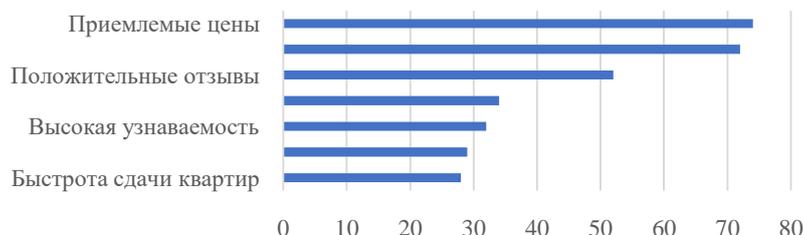


Рис. 5- Критерии, влияющие на выбор застройщиков респондентами, n=101;

Fig. 5 - Criteria influencing the choice of developers by respondents, n=101

Согласно проведенному опросу, были выявлены определенные предпочтения, которые следует учитывать при разработке стратегии продвижения на рынке недвижимости:

1. Респонденты обращают внимание на рекламу в интернете и соц. сетях, что подтверждает необходимость усиления присутствия через эти каналы;

2. Большинство опрошенных считает, что «скидки - не имеют реальной экономической выгоды», поэтому данное рекламное средство уже не приносит ожидаемых результатов, и следует обратить внимание на другие факторы, которые более значимы для потребителей.;

3. Кроме того, важно представлять в рекламе те преимущества, которые привлекают наибольшее число людей. Например, в случае недвижимости наличие парковочных мест играет значительную роль для большинства потенциальных покупателей.

Далее, для разработки стратегии развития на рынке недвижимости необходимо также учитывать факторы, связанные с миграцией населения и причинами отказа от покупки недвижимости.

Существует несколько причин, которые можно выделить как основные факторы, влияющие на поведение потребителей рынка недвижимости в Приморском крае. Одним из таких факторов является социо-экономическая ситуация в регионе. Несмотря на развитие инфраструктуры и туристического потенциала Приморского края, экономика данного региона все еще остается неустойчивой. Низкие доходы населения, нестабильность на рынке труда, нехватка перспективных рабочих мест – все это создает некоторые ограничения для потенциальных покупателей недвижимости.

Другим важным фактором, оказывающим влияние на поведение потребителей, является рост цен на жилье. В последние годы стоимость недвижимости стремительно увеличивается, что делает ее недоступной для большинства населения. Покупка жилья часто становится непосильной задачей для молодых семей, а также для людей с низким уровнем дохода. Это приводит к тому, что потребители предпочитают арендовать жилье или оставаться в съемном жилье, вместо покупки собственного жилья. [12]

Еще одним фактором, влияющим на поведение потребителей, является изменение приоритетов в жизни молодого поколения. Большинство молодых людей все более заинтересованы в развитии карьеры, получении образования, а также личной мобильности и гибкости. Покупка недвижимости может ограничить эти возможности, поэтому часть молодых людей предпочитает арендовать жилье или выбирать другие регионы для осуществления своих планов. [13]

Основополагающим фактором при продвижении на рынке недвижимости являются особенности регионального рынка. Такие характеристики непосредственно влияют на стратегию продвижения. В случае Приморского края, существуют как положительные, так и отрицательные особенности:

1. Приморский край привлекателен благодаря своей уникальной локации на побережье Японского и Тихого океанов, что является привлекательным для любителей морских прогулок и пляжного отдыха;

2. Большая площадь объектов недвижимости в этом регионе может заинтересовать семьи с детьми или людей, нуждающихся в просторном помещении для работы или хобби;

3. Развитая инфраструктура Приморского края предоставляет людям широкие возможности для труда, отдыха и развлечений;

4. Высокий уровень качества жизни: Приморский край является одним из наиболее привлекательных и комфортных регионов России, где людям доступны различные формы досуга и развлечений.

5. Разнообразии типов недвижимости: в Приморском крае доступны как квартиры, так и коттеджи, дачи и таунхаусы, что позволяет подобрать оптимальный вариант для покупки или аренды.

6. Высокая стоимость: некоторые объекты недвижимости в Приморском крае могут быть дороже, чем в других регионах.

7. Ограниченность предложения: в некоторых районах Приморского края предложение недвижимости ограничено, что может повысить ее стоимость и создать проблему для тех, кто ищет определенный тип недвижимости.

8. На рынке недвижимости Приморского края может отсутствовать достаточное количество новых проектов и строительства, что может привести к дефициту жилья.

9. Конкуренцию со стороны других крупных городов: Приморский край вынужден конкурировать с другими крупными городами, такими как Москва и Санкт-Петербург, в привлечении инвесторов и туристов.

10. В Приморском крае имеются экологические проблемы, включая загрязнение воды и воздуха, которые влияют на привлекательность региона для тех, кто ищет место для жизни или вложения денег.

11. Некоторые районы Приморского края имеют низкий уровень социально-экономического развития, что влияет на привлекательность и спрос на недвижимость в этих районах.

Все перечисленные особенности желательно учитывать агентствам по недвижимости и застройщикам при продвижении.

Заключение:

На основе эмпирических методов исследования спроса на недвижимость в регионе, выявлены ключевые зависимости изменений рынка не только от ценовых факторов, но и предпочтений в потребительском поведении населения, на формирование которого оказывают воздействие и мотивационные инструменты — гибкие системы скидок, рассрочки, проведение маркетинговых кампаний и рекламных акций, направленных на изменение восприятия стоимости недвижимости среди населения и снижение психологических барьеров при покупке жилья.

Практическая значимость : предложены агентствам недвижимости программные продукты лояльности для постоянных клиентов, включающее бонусы, скидки и специальные предложения по продвижению услуг. Кроме того, учитывая демографические характеристики населения, предусмотреть в деятельности агентств, углубленное изучение изменений приоритетов молодого поколения и на этой основе актуализировать разработку программ, направленных на улучшение жилищных условий молодежи;

1. Рынок недвижимости: характеристика и особенности.[Электронный ресурс]. URL:<http://1-ocenka.ru/content/rynok-nedvizhimosti-kharakteristika-i-osobennosti>

2. Курс экономики./ Под ред. Б. А. Райзберга.— ИНФРА-М, 2015. — 720 с.

3. Агрегатор и база недвижимости. Цифровая платформа [Электронный ресурс].URL: <https://primorskiy-kray.restate.ru/graph/>

4. Динамика цен на продажу квартир [Электронный ресурс]. URL: <https://vladivostok.naydidom.com/tseny/adtype-kupit>
5. Ценовой пузырь на рынке недвижимости в Приморье достиг своего предела и вот-вот лопнет [Электронный ресурс]// Интернет-издание «Московская газета»: [сайт]. URL: <https://mskgazeta.ru/obshchestvo/cenovoj-puzyr-na-rynke-nedvizhimosti-v-primor-e-dostig-svoego-predela-i-vot-vot-lopnet--10088.html>
6. «В другом месте будет лучше» Почему люди уезжают из Приморья [Электронный ресурс]. URL: <https://konkurent.ru/article/57526>
7. Ярыгина Анна Юрьевна, Абакумов Роман Григорьевич Инструменты продвижения объектов недвижимости на рынке и методы оценки эффективности затрат на продвижение // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2018. №4 (30). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/instrumenty-prodvizheniya-obektov-nedvizhimosti-na-rynke-i-metody-otsenki-effektivnosti-zatrat-na-prodvizhenie> (дата обращения: 15.03.2023).
8. Ким Ангелина Георгиевна, Локша Анна Владимировна Практический маркетинг: стратегия продвижения на рынке недвижимости // АНИ: экономика и управление. 2019. №1 (26). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/prakticheskiy-marketing-strategiya-prodvizheniya-na-rynke-nedvizhimosti> (дата обращения: 15.03.2023).
9. Шейнина Марьяна Александровна Методы продвижения в сети Интернет на высококонкурентном рынке жилой недвижимости // Практический маркетинг. 2020. №6 (280). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metody-prodvizheniya-v-seti-internet-na-vysokokonkurentnom-rynke-zhiloy-nedvizhimosti> (дата обращения: 15.03.2023).
10. Буряк Наталья Юрьевна СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ КОММУНИКАЦИЙ В СФЕРЕ НЕДВИЖИМОСТИ // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2021. №5 (55). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-tendentsii-razvitiya-kommunikatsiy-v-sfere-nedvizhimosti> (дата обращения: 15.03.2023).
11. Денисова Юлия Валерьевна Новые технологии управления маркетингом на рынке недвижимости // Современные инновации. 2018. №6 (28). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/novye-tehnologii-upravleniya-marketingom-na-rynke-nedvizhimosti> (дата обращения: 15.03.2023).
12. «Приморье массово покидают люди: что им не нравится»[Электронный ресурс]. URL:<https://vladivostok1.ru/text/politics/2023/10/02/72749189/>
13. Социальная и экономическая характеристика процессов внутренней миграции в Приморском крае: влияние миграции на экономику, рынок труда и популяционные процессы (2019-2020) : монография / Ю. В. Разумова, Т. В. Варкулевич, А. Г. Ким [и др.]. – Владивосток : Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, 2020. – 160 с. – ISBN 978-5-9736-0616-9. – EDN UNSGBD.(55) URL:<https://www.elibrary.ru/item.asp?edn=unsgbd> (дата обращения 12.11.2023).