

ЖИТЛОВЕ ПИТАННЯ ПРЕДСТАВНИКІВ СЕРЕДНЬОГО КЛАСУ В УКРАЇНІ

АНАСТАСІЯ КОЛОМІЄЦЬ,
керівник дослідницьких проектів,
Research & Branding Group

У цій статті Research&Branding Group продовжує знайомити Вас із результатами масштабного дослідження “Стиль життя середнього класу”. Середній клас обрано не випадково, оскільки загальновідомим є те, що саме цей прошарок суспільства є найбільш споживчо активним. Дана стаття продовжує серію публікацій про вивчення матеріального становища, купівельної спроможності та моделей споживчої поведінки соціальної групи, яка ще формується, але вже є досить привабливою для виробника.

Цього разу ми висвітлюємо один із найважливіших аспектів життєдіяльності середнього класу – житловий, а саме найближчі плани щодо зміни й поліпшення житлових умов, витрати середнього класу на побутові потреби, а також такі ключові моменти, як плани з придбання нерухомості та ставлення середнього класу до програм кредитування.

Проект “Стиль життя середнього класу” – це національне хвильове маркетингове дослідження українських роздрібних ринків, що ґрунтується на періодичних опитуваннях респондентів у містах України з населенням понад 200 тис. осіб.

Компанія Research&Branding Group провела першу хвилю зазначеного проекту, що надалі стане регулярним і здійснюватиметься двічі на рік: навесні й восени. У кожному сезонному опитуванні беруть участь 1200 респондентів. Саме таку кількість цільової аудиторії компанія опитала у листопаді 2007р.

Сукупність учасників опитування формувалася методом “сніжної грудки” у кожному з міст дослідження. Опитування проводилися методом особистого інтерв'ю face-to-face за формалізованою анкетною, що містить близько 200 питань. Для інтерв'ю відбиралися респонденти, дохід домогосподарств яких становив понад 1500 грн на одного члена родини. Від хвилі до хвилі змін у складі та структурі анкети не планується, що дозволить відстежити динаміку розвитку тих чи тих тенденцій.

Отже, якщо поглянути на рис. 1, то ми побачимо, що найбільша частка представників середнього класу (64,6% респондентів) на момент проведення опитування проживала у приватизованих квартирах багатоквартирних будинків. Власні будинки, котеджі та дачі мали 14,8% домогосподарств, а у придбаних у

власність квартирах живуть 9% респондентів. Немала частка опитаних, а саме 7%, змушена винаймати квартиру, тоді як у гуртожитках проживає 2,2% респондентів.

Можна зробити попередній висновок: переважна більшість представників середнього класу проживає у приватизованих квартирах, що залишилися ще з радянських часів або перейшли у спадок, тобто вони найближчим часом не здобуватимуть нерухомість у власність. Частка мешканців придбаних квартир або будинків є набагато нижчою.

Щоб здобути уявлення про загальну площу житла, що є основним для респондентів, погляньмо на рис. 2. Більшість опитаних (37,1%) проживає у квартирах або будинках площею 40-59 м²; у помешканнях площею 60-79 м² проживає 27,4% домогосподарств; у менших квартирах (менше від 40 м²) – 16,6% представників середнього класу; у більших за розмірами квартирах і будинках (відповідно, 80-99 м² і 100-120 м²) мешкають 10,7% і 4,9%, відповідно.

При цьому з рис. 3 видно, що більшість родин мають у своїх квартирах/будинках дві або три кімнати (це зазначили 41,2% і 32,6% респон-

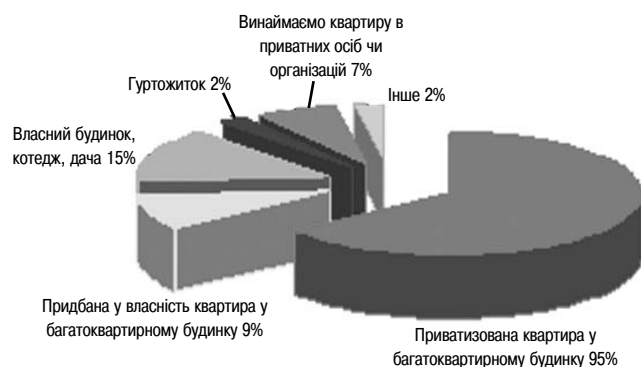


Рис. 1. Місце проживання респондентів на даний момент.

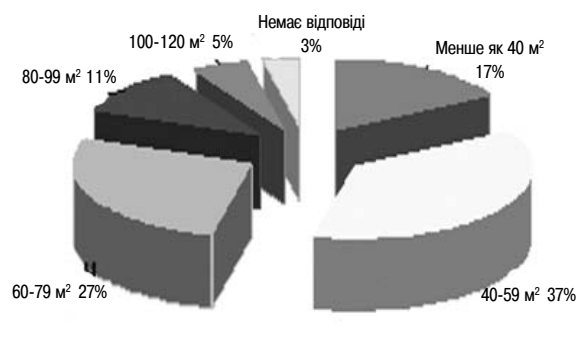


Рис. 2. Основна житлова площа домогосподарства.

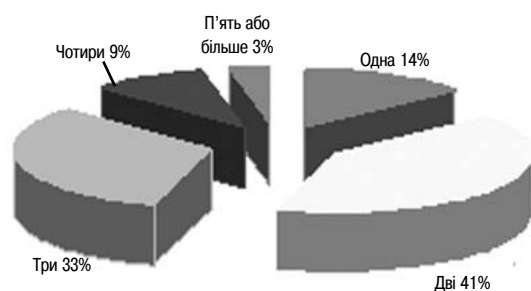


Рис. 3. Кількість житлових кімнат у квартирі/будинку респондентів.

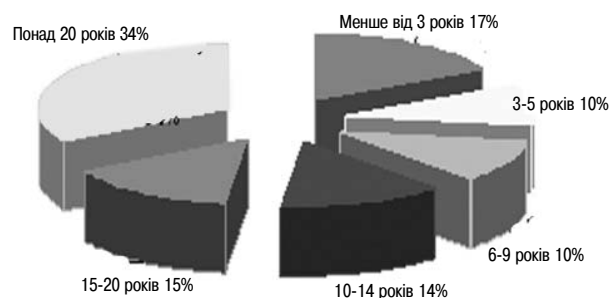


Рис. 4. Тривалість проживання у теперішніх квартирах/будинках.

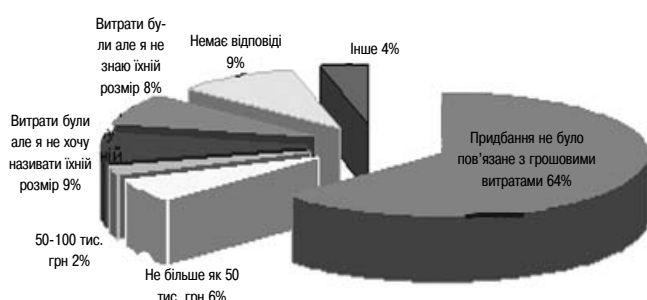


Рис. 5. Чи було пов'язане придбання квартири з грошовими витратами з боку респондентів.

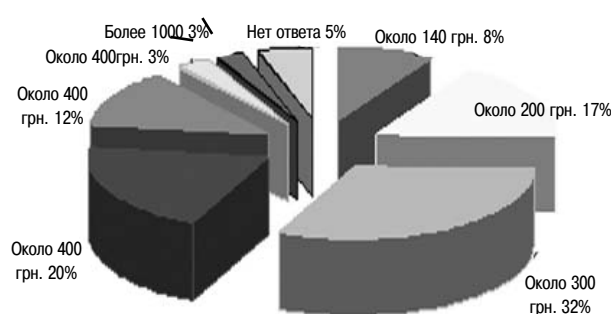


Рис. 6. Скільки грошей у Вашій родині витрачається на поточне утримання житла?

дентів, відповідно); в однокімнатних мешкають 13,5% опитаних. Що ж до більших за розмірами квартир, то в чотирикімнатних живуть 9,3% домогосподарств, а частка родин, які проживають у п'яти й більше кімнатах, становить 3,2%.

Згідно з даними опитування понад 20 років у своїй квартирі або будинку мешкають 34% опитаних. Звідси видно, що більшість представників середнього класу проживає у квартирах, що залишилися з радянських часів або перейшли у спадок (у справедливості цього твердження додатково можна переконатися, аналізуючи рис. 5). Чимала частка респондентів (17,2%) мешкає у квартирах і будинках менше від 3 років; тривалість проживання від 15 до 20 років зазначили 15% опитаних. Близько 14% респондентів мешкають у своїй квартирі/будинку протягом 10-14 років.

Із рис. 5 ми бачимо, що більшість родин (а саме 63%), які отримували житло, заявили: це не було пов'язано з грошовими витратами (не враховуючи витрат на переїзд, ремонт і

купівлю сантехники, меблів і побутової техніки). Це вкотре доводить, що більша частка опитаних не купувала квартир через те, що мешкає у них іще з часів СРСР або одержала їх у спадок. Також потрібно зауважити, що 8,3% респондентів не знають або не пам'ятають розмірів грошових витрат, пов'язаних із придбанням квартири, тоді як 7,1% відмовилися назвати їхній розмір.

Рис. 6 дає уявлення про витрати представників середнього класу на поточне утримання житла: комунальні платежі, оплату електроенергії, послуги консьєржа, дрібний поточний ремонт тощо. Так, більшості опитаних (31,3%) утримання житла коштує близько 300 грн на місяць. Частка респондентів, які витрачають близько 400 грн на місяць, становить 20%, а 17,3% представників середнього класу витрачає на утримання свого житла близько 200 грн на місяць. Близько 600 грн на місяць віддає 12,5% респондентів. 8,5% відповіли, що утримання житла їм коштує близько 140 грн на місяць, із чого можна припустити, що ця част-

ка опитаних не в повному обсязі сплачує за комунальні послуги навіть за найскромніших підрахунків.

Щодо часу останнього ремонту у своїй квартирі, то більшість опитаних (22% — див. рис. 7) робила ремонт рік тому, що вкотре доводить споживчу активність середнього класу. Водночас 19,9% респондентів ремонтували своє житло цього року, а 14,5% домогосподарств здійснювали це 2 роки тому; 12,6% представників середнього класу зробили ремонт 4-6 років тому. Варто зацентувати увагу на тому, що 10% опитаних не робили ремонту жодного разу за весь час проживання.

Більшість респондентів, а саме 41,6%, вважає, що їхні житлові умови не мають потреби у поліпшенні (див. рис. 8), тоді як 13% опитаних бажали би змінити на краще умови свого проживання, але не раніше ніж через 7 років. Через 2-3 роки збираються змінити своє житло 11,5% домогосподарств, при цьому вже цього року мають намір змінити свої умови проживання 8,4% респондентів. Якщо проаналізувати наведені дані, то

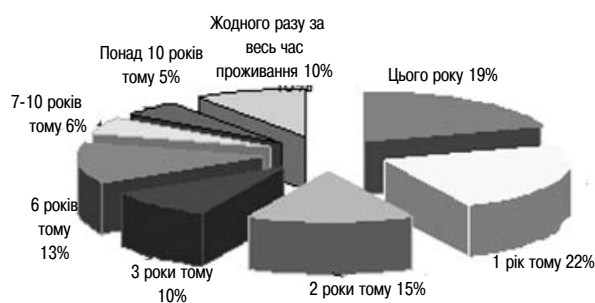


Рис. 7. Час останнього ремонту у квартирі.

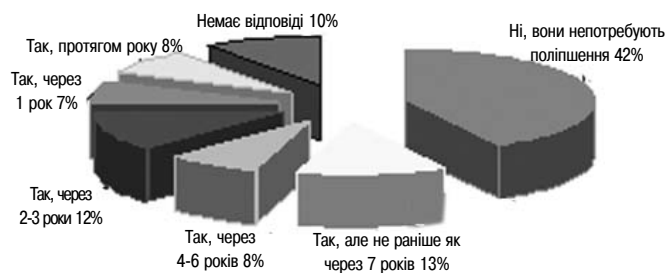


Рис. 8. Плани щодо зміни житлових умов у найближчому майбутньому.

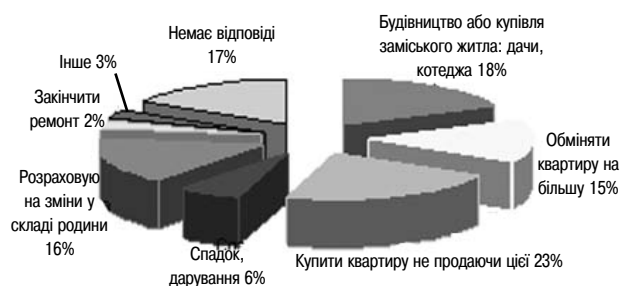


Рис. 9. Способи поліпшення житлових умов.

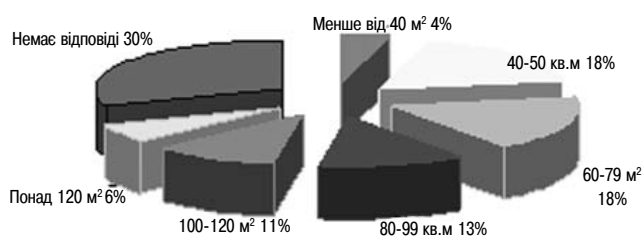


Рис. 10. Площа квартири, до якої планують переїхати респонденти.

Таблиця 1

Яким чином респонденти збираються поліпшувати свої житлові умови, %

	Стать	
	Чоловіча	Жіноча
Будівництво або купівля замського житла: дачі, котеджу	24,4	12,5
Обмін квартири на більшу	14	15,3
Купівля квартири без продажу теперішньої	24,4	20,4
Спадок, дарування	5,2	7,4
Розраховую на зміни у складі родини	9,3	22,7
Закінчити ремонт	3,6	1,4
Інше	2,5	3,6
Немає відповіді	16,6	16,7

можна припустити, що практично половина представників середнього класу задоволена своїми житловими умовами.

Цікаво побачити, яким же чином респонденти збираються розв'язувати свої житлові питання. Більшість респондентів (23%) не хоче втрачати наявне житло та прагне купити нову квартиру, не продаючи теперішньої. Чимала частка опитаних планує купівлю або будівництво замського житла, попит на яке зростає щороку (18%), а 15% домогосподарств хочуть обміняти квартиру на більшу.

Варто зазначити, що плани щодо зміни умов проживання різняться залежно від статі опитаних (див. табл. 1).

Приміром, більша частка жінок планує зміни у складі родини (22,7%), тоді як лише 9,3% опитаних чоловіків пов'язують поліпшення своїх житлових умов із родинним питанням. Звідси можна припустити, що жінки більше покладаються на плани щодо заміжжя, на відміну від чоловіків, які більше спираються на власні можливості. Так, більшість чоловіків (24,4% респондентів) пов'язує поліпшення своїх житлових питань із будівництвом або купівлею замського житла.

Інших значущих відмінностей у відповідях на запитання про способи поліпшення житлових питань у розрізі за статевою ознакою не спостерігається.

Тепер звернімо увагу на площу квартир, у які планують переїхати представники середнього класу в досяжному для огляду майбутньому (див. рис. 10). Переважно йдеться про житло, площа якого становить від 40 до 100 м². Однакова кількість опитаних (18% респондентів) розраховує переїхати у квартири площею 40-59 м² і 60-79 м², тоді як 13% представників середнього класу – у квартири 80-99 м². А 11% домогосподарств мають намір мешкати у квартирах площею 100-120 м², і лише 6% планують переселитися до помешкань площею понад 120 м².

З рис. 11 видно, що 17% опитаних не планують витратити гроші на купівлю нового житла, можливо, через те, що вони розраховують обміняти квартиру, одержати її у спадок або що. Заплатити 50-110 тис. грн планують 10% респондентів; водночас не більше як 50 тис. грн мають намір витратити на купівлю нової квартири/будинку 8% представників серед-

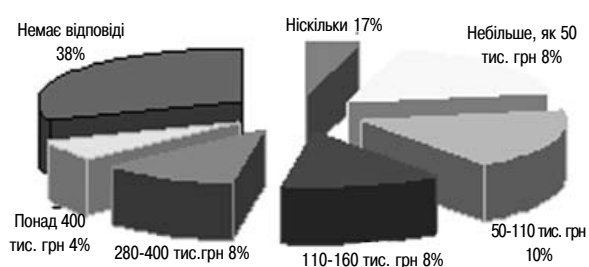


Рис. 11. Кількість коштів, які респонденти планують витратити на придбання житла.

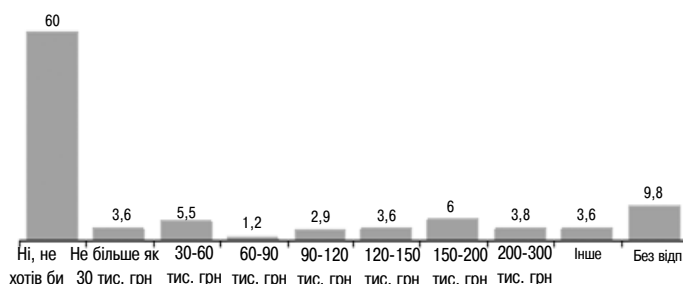


Рис. 12. Намір скористатися програмами кредитування для купівлі нового житла (якщо "Так", то на яку суму), %.

нього класу. Витратити соліднішу суму — понад 400 тис. грн — мають намір лише 4% опитаних.

Запитання щодо програм кредитування для купівлі квартири показує, що більшість представників середнього класу (60% респондентів — див. рис. 12) не бажає скористатися з даної можливості. Це можна пояснити різними чинниками, такими як інфляція, високі відсоткові ставки, недовіра до забудовників або непевність у стабільності свого доходу. Також, можливо, окреслена ситуація пов'язана з тим, що офіційні доходи далеко не завжди збігаються з доходами реальними, а наявність неофіційної заробітної платні не дозволяє брати участь у програмах кредитування. Проте 6% респондентів готові взяти кредит на суму 150-200 тис. грн, тоді як 5,5% опитаних "позичили" б 30-60 тис. грн.

Висновки:

Отже, якщо коротко схарактеризувати тенденції житлового питання середнього класу в Україні, варто зазначити такі моменти.

По-перше, більша частка представників середнього класу проживає у приватизованих квартирах площею 40-59 м², тобто переважно у двох- або трикімнатних квартирах, причому більшість респондентів мешкає там уже понад 20 років. При цьому основна маса домогосподарств не купувала зазначених квартир/будинків, а володіє ними ще з радянських часів або отримала це житло у спадок.

По-друге, більшості опитаних утримання житла коштує 200-400 грн на місяць, хоча ненабагато більше (8%) респондентів заявили, що на утримання житла витрачають близько 140 грн на місяць. Отож, певна частина респондентів не повною мірою сплачує за комунальні послуги, оскільки зазначена сума у зв'язку з регулярними підвищеннями тарифів за різноманітні комунальні послуги, електроенергію та газ є недостатньою.

По-третьє, споживчу активність цієї частини соціуму доводить той факт, що більшість опитаних робили ремонт свого житла протягом останніх 3 років. При цьому основна частина не пригадує навіть приблизної суми витрат або не хоче її називати.

По-четверте, більшість респондентів не вважає, що її житлові умови потребують поліпшення. При цьому більша частка респондентів жіночої статі чекає на поліпшення житлових умов у зв'язку зі змінами у складі родини, тоді як опитані чоловіки пов'язують поліпшення житлового питання з купівлею або будівництвом заміського житла. Водночас бажання купити нову квартиру, не продаючи наявної, є однаково великим як для чоловіків, так і для жінок. Очікувана площа нового житла варіюється у межах 40-100 м². Сума, яку респонденти готові для цього витратити, пересічно коливається у межах 50-400 тис. грн, однак варто зазначити, що більшість респондентів не розраховує витрачати гроші взагалі.

По-п'яте, ставлення до програм кредитування свідчить саме за себе, тому що більша частина представників середнього класу не бажає користуватися такою можливістю. Це показує радше не пасивність споживання представників середнього класу, а нестабільність на ринку кредитування в Україні.



Terrasoft CRM - система управління взаємовідносинами з клієнтами.

Київ
01011, Київ
Північний узвіз, 19, пом. 5
тел.: +380 044 496-34-50
info@terrasoft.com.ua
www.terrasoft.com.ua