

*Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:*

<https://stuservis.ru/kurosovaya-rabota/110460>

**Тип работы:** Курсовая работа

**Предмет:** Маркетинг продаж

ВВЕДЕНИЕ 3

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА НЕДВИЖИМОСТИ 5

1.1 Общее понятие регионального рынка недвижимости 5

1.2 Обзор недвижимости г. Москвы 9

ГЛАВА 2. ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ НА РЫНКЕ НЕДВИЖИМОСТИ Г. МОСКВЫ 17

2.1 Анализ потребительских предпочтений на рынке недвижимости г. Москвы 17

2.2 Пути формирования потребительских предпочтений на московском рынке недвижимости 21

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 25

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ 27

ПРИЛОЖЕНИЕ 30

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования состоит в том, что на современном этапе экономика функционирует в тесной взаимосвязи маркетингом, выступающим в качестве совокупности технологий и практических приёмов управления. Для того, чтобы осуществлять успешное экономическое функционирование в рискованных условиях рынка, компании, которые осуществляют свою деятельность практически в любой отрасли либо сфере деятельности, должны проводить изучение конкурентов, конъюнктуры рынка, а также потребности покупателей и особенности их поведение. Данное положение актуально и рынка жилой недвижимости.

Теоретические и практические аспекты формирования потребительского спроса на рынке жилой недвижимости изучались такими современными исследователями, как А.С. Балтин, Н.Ю. Красавин, И.Е. Бельских, И.Д. Возмилов, Л.М. Капустина, Р.М. Дуллуев, Н.Г. Калашникова, А.Н. Ларионов, Г.Л. Панченко др. Недостаточная разработанность различных аспектов формирования потребительских предпочтений на рынке недвижимости, теоретическая и практическая значимость ее решения определили формулировку исследовательского вопроса, который состоит в выяснении факторов формирования потребительских предпочтений на рынке недвижимости г. Москвы.

Объект исследования – рынок недвижимости г. Москвы.

Предмет исследования – потребительские предпочтения при покупке жилья на рынке недвижимости г. Москвы.

Цель исследования – проанализировать потребительские предпочтения при покупке жилья на рынке недвижимости г. Москвы и особенности их формирования.

Для достижения поставленной цели необходимо решение следующих задач:

1. Рассмотреть понятие регионального рынка недвижимости.
2. Провести обзор недвижимости г. Москвы.
3. Проанализировать потребительские предпочтения на рынке недвижимости г. Москвы.
4. Охарактеризовать пути формирования потребительских предпочтений на московском рынке недвижимости.

Методы исследования: теоретический анализ, систематизация данных, метод опроса, сравнение, обобщение, моделирование.

В работе в качестве источников информации использовалась аналитика, обзоры рынка коммерческой недвижимости, аналитический бюллетень рынка недвижимости Москвы, а также публикации в периодической печати, касающиеся актуального состояния рынка недвижимости г. Москвы.

Источником анализа потребительских предпочтений на рынке недвижимости г. Москвы являются данные проведенного опроса.

В качестве факторов формирования потребительских предпочтений были определены такие, как класс

жилья, его месторасположение, особенности инфраструктуры, стоимость.

Курсовая работа состоит из введения, двух глав, списка использованных источников и литературы и приложения.

## ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА НЕДВИЖИМОСТИ

### 1.1 Общее понятие регионального рынка недвижимости

В пределах страны и отдельных ее регионов происходит переплетение связей между социальными, экономическими, научными, технологическими, институциональными, политическими, демографическими, микро - и макроэкономическими факторами государственного регулирования. Важное значение приобретает региональный рынок жилой недвижимости и механизм организационно-экономического обеспечения.

Для обеспечения эффективного регулирования и повышения экономического потенциала региона следует привлекать «человеческий фактор» и содействовать удовлетворению спроса потребителей, сочетая при этом эффективное использование имеющихся ресурсов .

В настоящее время существует широкая палитра подходов к понятию «региональный рынок жилой недвижимости» под которым понимается система отношений между субъектами рынка недвижимости, в основе которой находятся региональные особенности ценообразования и социального, стимулирующего, инвестиционного характера с целью обеспечения эффективного оборота объектов недвижимости между собственниками .

Согласно другим убеждениям, региональный рынок жилой недвижимости представляет собой систему передачи прав собственности и пользования недвижимым имуществом, расположенным в регионе, с помощью которой происходит создание, накопление и сохранение реального капитала, гарантируется возврат займов, формируется стоимость ценных бумаг и стоимость товаров и услуг, определяются доходы и расходы домохозяйств и предоставляется информация о том, каких именно видов недвижимых активов нуждается регион.

Под региональным рынком недвижимости понимается также система экономических отношений субъектов региональной экономики, осуществляющих перераспределение земель, производственных и непроизводственных зданий, сооружений и других объектов недвижимости между собственниками. На современном этапе динамических изменений следует развивать мысль о стихийности и интенсивности сущности региональных рынков недвижимости, которые включают экономические отношения субъектов региональной экономики, которые занимаются профессиональными и предпринимательскими видами деятельности, обеспечивающими развитие и перераспределение земли, жилья, некоторых видов недвижимости с одновременной передачей права собственности на объекты .

Обобщая вышеизложенное, следует указать, что региональный рынок жилой недвижимости является системой отношений между субъектами рынка жилой недвижимости с учетом региональных организационно-экономических основ функционирования (ценообразующих, социальных, стимулирующих, инвестиционных и тому подобное) для обеспечения эффективного оборота объектов недвижимости между собственниками .

Региональная составляющая рынка жилой недвижимости исходит из его территориальных характеристик. По признаку пространства действий рынки жилой недвижимости делятся на национальные, региональные и глобальные . На развитие и функционирование национального рынка влияют макроэкономические факторы: изменения совокупного спроса и предложения на товары и услуги, информационные процессы, состояние финансово-кредитных отношений в стране, экономические и политические обстоятельства. Условия функционирования национального рынка недвижимости тоже влияют на региональные и локальные секторы. Однако реальные отношения происходят все же на региональных рынках жилой недвижимости, поскольку именно на региональном рынке жилья происходит влияние на процессы купли-продажи объектов жилой недвижимости через такие составляющие, как ценообразование, влияние спроса и предложения.

Локальные рынки недвижимости еще более адаптированы к рыночной инфраструктуре, поскольку отражают результаты других факторов, таких как пространственно-масштабные, экологические,

административные, уровень жилья, доступность услуг, степень культурного и промышленного развития, состояние окружающей среды, развитость строительной индустрии. Все эти факторы по-разному влияют на стимулирование или торможение региональных рынков жилой недвижимости.

Важным признаком функционирования региональных рынков жилой недвижимости, который является элементом рынков средств производства, их системное сочетание с функционированием рынка капиталов, рынка труда и их инфраструктурными элементами.

Основными ценообразующими факторами на рынке жилой недвижимости являются спрос и предложение, подвергающиеся воздействию различных факторов. В частности, стоит отметить влияние на спрос таких факторов, как уровень доходов потребителей (покупателей); степень ипотечного обеспечения в регионе; условия региональной договоренности для социального обеспечения жильем граждан; отсутствие развития системы строительных кооперативов и нормативного обеспечения его функционирования

1. Аналитика, обзоры рынка коммерческой недвижимости – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://zdanie.info/2393/>- Дата обращения 08.05.2020.
2. Аналитический бюллетень рынка недвижимости Москвы. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://best-novostroy.ru/upload/iblock/97a/analit\\_byull\\_rynka\\_nedv\\_mosk\\_yanvar\\_2020.pdf.pdf](https://best-novostroy.ru/upload/iblock/97a/analit_byull_rynka_nedv_mosk_yanvar_2020.pdf.pdf) – Дата обращения 08.05.2020.
3. Балтина А. С. Портрет молодого потребителя на рынке недвижимости / А. С. Балтина, Н. Ю. Красавина // Проблемы современной науки и образования. – 2017. – № 19 (101). – С. 59-61.
4. Бельских И.Е. Региональные комплексы жилой застройки в условиях кризиса: маркетинговый аспект / И. Е. Бельских // Региональная экономика: теория и практика. – 2016. – № 6 (429). – С. 99-106.
5. Божко Е. А. Анализ региональных тенденций, изменения цены на объекты недвижимости / Е. А. Божко // Вестник Национального технического университета «ХПИ». – 2003. – № 22. – С. 12-14.
6. Возмилов И.Д., Капустина Л.М. Маркетинговые коммуникации в управлении проектами на рынке жилой недвижимости / И.Д. Возмилов, Л.М. Капустина // Известия Уральского государственного экономического университета. – 2011. – № 3 – (35). – С. 141-146.
7. Вольнова В.А. О краткой классификации недвижимости / В.А. Вольнова // Региональная экономика: теория и практика. – 2014. – № 8. – С. 37-43.
8. Дуллаева Р.М. Маркетинговые исследования в управлении проведением операций на рынке недвижимости / Р. М. Дуллаева // Региональные проблемы преобразования экономики. – 2012. – № 1 (31). – С. 259-265.
9. Калашникова Н.Г. Маркетинг в системе управления недвижимостью / Н. Г. Калашникова // Вестник факультета землеустройства Санкт-Петербургского государственного аграрного университета. – 2016. – № 2. – С. 52-54
10. Кривовязюк И. В. Трансформация сущности и субъектная структура региональных рынков недвижимости на современном этапе / И. В. Кривовязюк, Н. Ю. Смолярчук // Региональная экономика. – 2009. – № 1. – С. 233-241.
11. Ларионов А.Н. Оценка привлекательности объектов жилищного строительства для конечного потребителя методом анализа иерархий / А. Н. Ларионов, Е. В. Нежникова // Недвижимость: экономика, управление. – 2015. № 1. – С. 20-22.
12. Маркетинговое исследование рынка жилой недвижимости (Москва). Май 2018. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.pwc.ru/assets/avito/report-avito-moscow-2805.pdf> – Дата обращения 08.05.2020.
13. Макарова М. Н. Стратегии потребительского поведения на рынке недвижимости / М. Н. Макарова, Е. Н. Воркунова // Вестник Удмуртского университета. – 2014. – № 3. – С. 21-28.
14. Никишина Е.С. Модель поведения потребителя рынка жилой недвижимости при выборе профессионального участника /Е. С. Никишина // Экономика, социология и право. – 2016. – № 4-1. – С. 70-76.
15. Николихина С.А. Тенденции развития вторичного рынка жилья в РФ / С.А. Николихина, Н.А. Половникова // Вестник факультета управления СПбГЭУ. – 2017. – № 1-1. – С. 195-199.
16. Панченко Г.Л. Факторы развития экономических отношений на рынке жилой недвижимости / Г.Л. Панченко // Социально-экономические явления и процессы. – 2017. – Т. 12. – № 4. – С. 37-42.
17. Савельева И.П. Формирование комплекса маркетинговых коммуникаций при продвижении объектов первичной жилой недвижимости / И.П. Савельева, А.И. Ухова // Вестник Удмуртского университета. – 2015. – Т. 25. – № 1. – С. 93-102.
18. Слугин О.В. Оценка недвижимости: учебное пособие / О.В. Слугин, Н.Л. Еберзина // Владивосток: Изд-во

ВГУЭС, 2003. – 93 с.

19. Тенденции рынка жилой недвижимости г. Москва. I квартал 2020 года – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.estatet.ru/news/analytics/> – Дата обращения 08.05.2020.

20. Ульянова О.Ю. Развитие жилищной системы в региональной социальной инфраструктуре: инновации, инвестиции и культура / О.Ю. Ульянова, О.А. Ломовцева // Волгоград : Изд-во ВолГУ. 2018. – 416 с.

21. Шишканева В.Д. Анализ клиентурных рынков потребителей жилой недвижимости / В.Д. Шишканева // Вестник Калининградского филиала Санкт-Петербургского университета МВД России. – 2013. – № 4 (34). – С. 127-129.

*Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:*

<https://stuservis.ru/kurovaya-rabota/110460>