

Maria Trojanek

Preferencje nabywców na pierwotnym rynku mieszkaniowym w Poznaniu

Acta Scientiarum Polonorum. Administratio Locorum 8/1, 5-19

2009

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

PREFERENCJE NABYWCÓW NA PIERWOTNYM RYNKU MIESZKANIOWYM W POZNANIU

Maria Trojanek

Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu

Streszczenie. Analiza preferencji nabywców na pierwotnym rynku mieszkaniowym w Poznaniu dostarczyła informacji o czynnikach, które brano pod uwagę w trakcie podejmowania decyzji o zakupie mieszkania. Jako najważniejsze czynniki uznano kolejno: lokalizację, cenę, posiadanie balkonu/tarasu, dostępność komunikacyjną, koszty utrzymania mieszkania. Uzyskane odpowiedzi na pytania zawarte w ankiecie wskazują na zróżnicowanie preferencji nabywców. Systematycznie prowadzone badania preferencji, nie tylko na rynku pierwotnym, mogą m.in. stanowić źródło informacji o niedopasowaniu oferty do oczekiwań potencjalnych nabywców oraz stać się inspiracją do podejmowania działań w sferze regulacji zmierzających do zaspokojenia jednej z najważniejszych potrzeb człowieka.

Słowa kluczowe: preferencje nabywców, rynek mieszkaniowy

WSTĘP

W badaniach rynku mieszkaniowego istotna jest analiza czynników determinujących decyzje zakupu mieszkań. W odróżnieniu od motywów dokonywania zakupu, należy je postrzegać jako cechy opisujące lokal i można utożsamiać z jego atrybutami. Identyfikacja tych czynników ma istotne znaczenie w procesie zakupu mieszkania, gdyż potencjalni nabywcy kierują się nimi, wybierając konkretny lokal. Inaczej, czynniki te pozwalają nabywcom na ocenę atrakcyjności lokalu z punktu widzenia ich preferencji. Waga wpływu poszczególnych czynników w podejmowaniu decyzji o zakupie mieszkania jest zróżnicowana. Niektóre z nich mają większe znaczenie i determinują decyzje nabywców mieszkań, wpływ innych jest zaś marginalny.

PREFERENCJE W BADANIACH RYNKU

Jednym z czynników determinujących popyt na rynku mieszkaniowym – obok dochodów i cen mieszkań w relacji do innych dóbr – są preferencje potencjalnych nabywców.

Przez preferencje klientów najczęściej rozumie się subiektywne oceny będące podstawą wyborów dokonywanych w procesie zakupu [Czarny 2006, Rybicka 2003, Rekowski 2002].

W teorii ekonomii preferencje są odzwierciedleniem gustów konsumenta. Preferuje on jedne kombinacje (koszyki) dóbr nad innymi, tj. takie, które maksymalizują jego użyteczność (satisfakcję wynikającą z ich konsumpcji) [Begg i in. 1995, Varian 2002]. Preferencje charakteryzują się tym, iż:

- dotyczą konkretnych przedmiotów wyboru, tj. rzeczy materialnych bądź niematerialnych,
- ujawniają się bezpośrednio przed zakupami lub w ich trakcie,
- ujawniają się bardzo często w procesie podejmowania decyzji o zakupie i są jednym z czynników determinujących decyzję o zakupie konkretnego produktu,
- pomiar ich jest uzależniony od ich rodzaju (preferencje wewnętrzne i zewnętrzne) [Kaczmarczyk 2006].

Badania preferencji konsumentów przeprowadza się w celu identyfikacji systemu subiektywnych ocen, na podstawie których konsument dokonuje wyboru [Rybicka 2003]. Analiza preferencji umożliwia także poznanie cech produktu, którymi kierują się nabywcy, podejmując decyzję o zakupie.

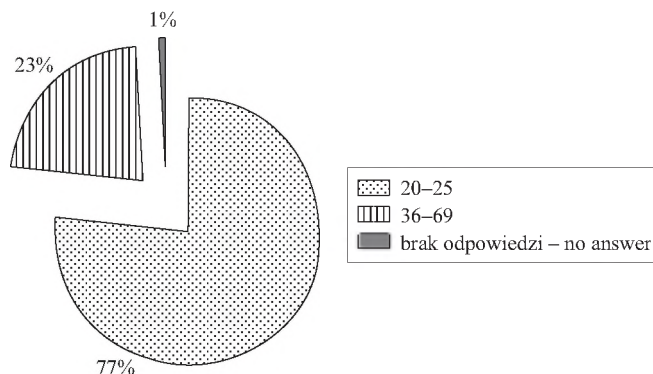
W rozpoznaniu preferencji można wykorzystać dane historyczne bądź dane o charakterze antycypacyjnym. Rodzaj danych stanowi podstawę rozróżnienia metod analizy preferencji, odpowiednio metody analizy preferencji ujawnionych i metody preferencji wyrażanych [Głuszak 2006]. Preferencje ujawnione są odbiciem rzeczywistych wyborów rynkowych, zaś preferencje deklarowane dotyczą hipotetycznych zachowań nabywców na rynku. W pierwszej z opisanych sytuacji, podstawą analizy jest materiał statystyczny dotyczący danych warunkujących wybory rynkowe i przeprowadzone wywiady oraz ankiety (*a posteriori*). W drugim przypadku w badaniach wykorzystuje się dane zgromadzone *a priori*, także za pomocą ankiet bądź wywiadów, dotyczące zachowań konsumentów w momencie przeprowadzania ankiety bądź wywiadu [Rybicka 2003].

W opracowaniu przedstawiono wyniki badań ankietowych opisujących preferencje ujawnione nabywców lokali mieszkalnych (nieruchomości lokalowych). Badanie przeprowadzono na przełomie maja i czerwca 2007 r. w Poznaniu, w trzech wybranych lokalizacjach (Osiedle Zielony Taras przy ulicy Milczańskiej, Osiedle nad Wartą przy ulicy Milczańskiej, Osiedle Batorego). Były to realizacje inwestycji trzech różnych deweloperów, w kolejności: Budimexu SA., Wechty SA. oraz UWJ SA. Na pytania zawarte w ankiecie udzielali odpowiedzi właściciele 120 losowo wybranych mieszkań oddanych do użytku w 2006 r.

CHARAKTERYSTYKA ANKIETOWANYCH OSÓB

W przeprowadzonym badaniu wzięło udział 120 właścicieli mieszkań. Prawie wszyscy nabywali nieruchomości we własnym imieniu, jedynie jedna osoba odpowiedziała, iż zakupione mieszkanie stanowi własność firmy.

Przeprowadzając weryfikację wiekową ankietowanych, zauważyć można, iż zdecydowana większość – ponad 75% – ma poniżej 35 lat (rys. 1, tab. 1).



Rys. 1. Wiek ankietowanych

Fig. 1. Age of the respondents

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych ankietowych

Source: Own study based on poll data

Tabela 1. Rozkład wieku ankietowanych

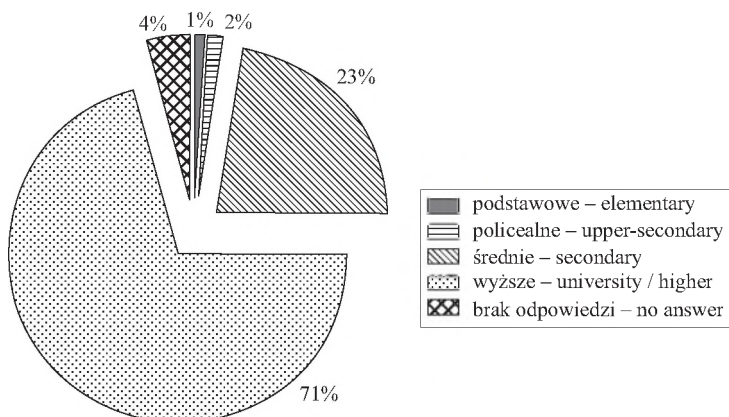
Table 1. Age distribution among the respondents

Wiek Age	Odpowiedzi Answers [%]
20-25	25,00
26-30	34,17
31-35	17,50
36-40	5,00
41-45	3,33
46-50	3,33
51-55	4,17
56-60	2,50
61-65	2,50
66-69	1,67
Brak odp. No answer	83,00

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych ankietowych

Source: Own study based on poll data

Z przedstawionych danych (rys. 1, tab. 1) wynika, iż przebadane osiedla zamieszkiwane są głównie przez ludzi młodych. Osoby poddane badaniu posiadają w większości wyższe wykształcenie, co przedstawiono na rys. 2.



Rys. 2. Rozkład wykształcenia ankietowanych

Fig. 2. Education distribution among the respondents

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych ankietowych

Source: Own study based on poll data

Zawody wykonywane przez respondentów są głównie związane z wykształceniem ekonomicznym (25%) i technicznym (20,83%) – tab. 2. Osoby bezrobotne stanowią 1,67%, ale jak wynika z odpowiedzi, są to głównie matki wychowujące dzieci i zajmujące się domem. Najmniejsza liczba osób ankietowanych pracuje na stanowiskach robotniczych – 0,83%.

Tabela 2. Rozkład wykształcenia ankietowanych

Table 2. Education distribution among the respondents

Zawód Profession	Odpowiedzi Answers [%]
Bezrobotni – The unemployed	1,67
Studenci, uczniowie – Students, pupils	10,83
Edukacja, ochrona zdrowia, adm. publiczna – Education, healthservice, public administration	15,83
Stanowiska robotnicze – Manual workers	0,83
Wolne zawody – Free professions	7,50
Rzemieślnicy, właściciele firm – Craftsmen, busines owners	4,17
Kadra ekonomiczna – Economic personel	25,00
Kadra techniczna – Technical personel	20,83
Brak odpowiedzi – No answer	13,33
Razem – Total	100,00

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych ankietowych

Source: Own study based on poll data

25% przebadanych gospodarstw domowych osiągało dochód brutto 4501–5500 zł, natomiast 20,83% w wysokości 3501–4500 zł (tab. 3).

Tabela 3. Rozkład dochodów ankietowanych
Table 3. The income distribution among the respondents

Dochód Income [zł]	Odpowiedzi Answers [%]
Do 2500 Up to 2500	12,50
2501–3000	19,17
3001–3500	11,67
3501–4500	20,83
4501–5500	25,83
Powyżej 5500 Above 5500	0,83
Brak odpowiedzi No answer	9,17
Razem Total	100,00

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych ankietowych
Source: Own study based on poll data

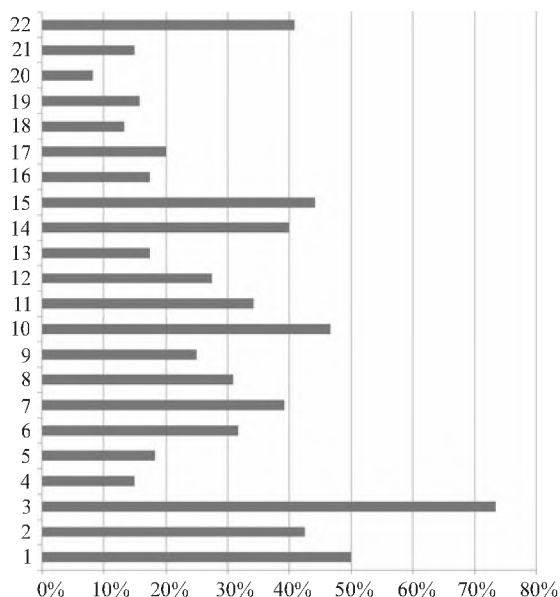
ANALIZA CZYNNIKÓW DETERMINUJĄCYCH WYBÓR MIESZKANIA NA PIERWOTNYM RYNKU MIESZKANIOWYM

Każdy z przebadanych respondentów zaznaczał na pięciopunktowej skali istotność czynnika mogącego wpłynąć na wybór mieszkania. Pod uwagę brano takie cechy jak:

- 1) cena mieszkania;
- 2) koszty utrzymania mieszkania;
- 3) lokalizacja;
- 4) wysokość bloku;
- 5) piętro, na którym znajduje się mieszkanie;
- 6) powierzchnia mieszkania;
- 7) liczba pokoi, z których składa się mieszkanie;
- 8) rozkład pokoi;
- 9) nasłonecznienie mieszkania;
- 10) posiadanie balkonu/tarasu;
- 11) poziom wykończenia;
- 12) garaż/miejsce parkingowe;
- 13) ochrona;
- 14) spokojna okolica;
- 15) dostępność komunikacyjna;

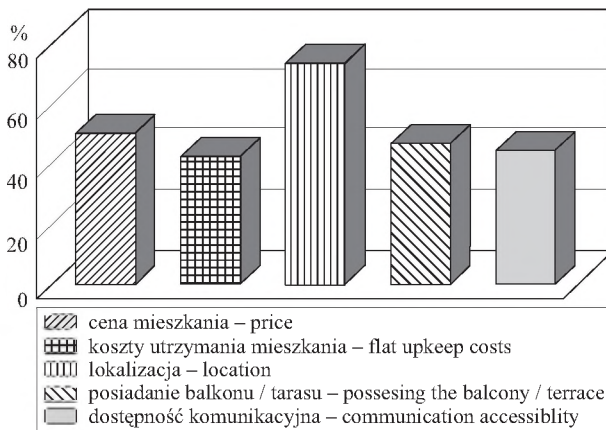
- 16) bliskość miejsc handlowo-usługowych;
- 17) bliskość miejsc rekreacji;
- 18) bliskość miejsc handlu;
- 19) bliskość szkół i przedszkoli;
- 20) bliskość obiektów sakralnych;
- 21) miejsca dla dzieci (plac zabaw, piaskownice);
- 22) tereny zielone (parki, zieleńce).

Najbardziej istotna, z punktu widzenia potencjalnych klientów pierwotnego rynku mieszkaniowego, okazała się lokalizacja inwestycji (rys. 3). Cechę tę za najważniejszą uznało ponad 73% respondentów. Znaczącym czynnikiem była również cena mieszkania. Dla dużej części odpowiadających bardzo ważne okazało się także posiadanie balkonu lub tarasu, dostępność komunikacyjna czy koszty utrzymania mieszkania – wskazało je ponad 40% osób. Rysunek 4 przedstawia zestawienie cech uznanych za najbardziej istotne w czasie wyboru mieszkania.



Rys. 3. Cechy mieszkania uznane przez ankietowanych za bardzo ważne w trakcie jego wyboru
 Fig. 3. Features of flats specified by the respondents as very important during its selection

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych ankietowych
 Source: Own study based on poll data



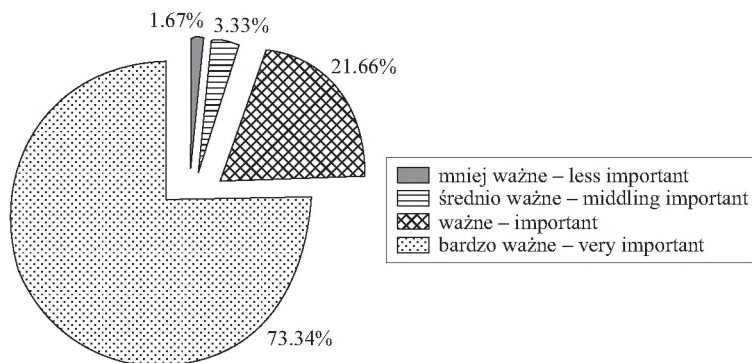
Rys. 4. Wybrane cechy mieszkania uznane przez ankietowanych za bardzo ważne w trakcie jego wyboru

Fig. 4. Specific characteristics considered significant by the respondents in the process of choosing a flat

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych ankietowych

Source: Own study based on poll data

Pierwszą z nich jest lokalizacja inwestycji, którą to prawie 75% osób wskazało jako kluczową (rys. 5). Tylko dla kilku procent badanych jest to czynnik średnio lub mniej ważny. Nikt w tym przypadku nie zaznaczył natomiast odpowiedzi, iż lokalizacja jest dla niego nieistotna.



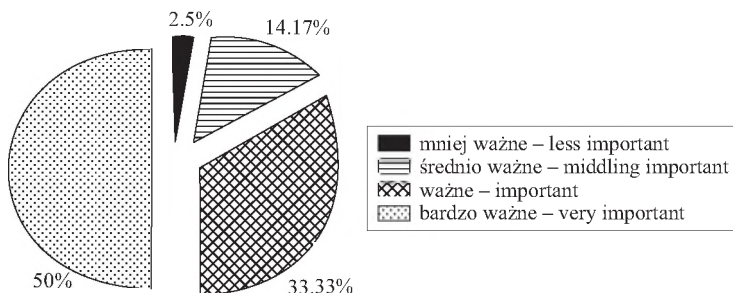
Rys. 5. Ocena przez ankietowanych istotności lokalizacji w trakcie wyboru mieszkania

Fig. 5. Estimation of the significance of location factor in the proces of choosing a flat

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych ankietowych

Source: Own study based on poll data

Cenę również uznano za niezwykle istotny czynnik przy podejmowaniu decyzji o nabyciu mieszkania (rys. 6). Połowa ankietowanych stwierdziła, że jest ona bardzo ważna, a 1/3 – że ważna. Podobnie, jak w przypadku lokalizacji, nikt nie wskazał, że jest to zupełnie nieistotne w jego hierarchii preferencji.



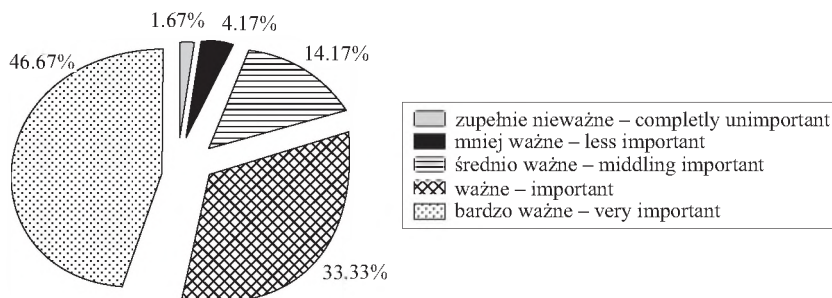
Rys. 6. Ocena przez ankietowanych istotności ceny mieszkania w trakcie jego wyboru

Fig. 6. Respondents' assessment of the importance of price factor in the process of choosing a flat

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych ankietowych

Source: Own study based on poll data

Ważną cechą, która okazała się dość istotna dla ankietowanych, jest posiadanie przez mieszkanie balkonu lub tarasu. Ponad 46% określiła ją jako bardzo ważną, a 1/3 jako ważną (rys. 7).



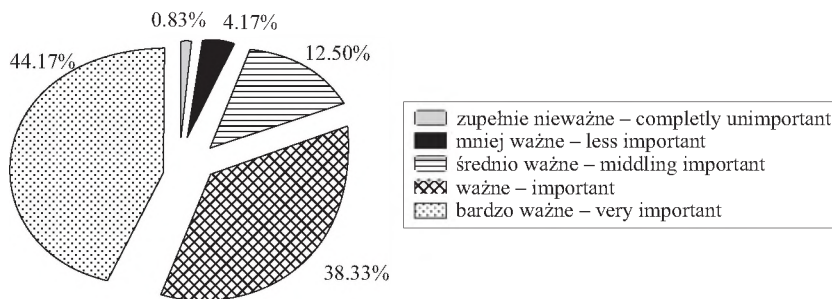
Rys. 7. Ocena przez ankietowanych istotności posiadania balkonu/tarasu w trakcie wyboru mieszkania

Fig. 7. Respondents' assessment of the importance of presence of balcony/terrace in a flat in the process of choosing one

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych ankietowych

Source: Own study based on poll data

Dostępność komunikacyjna jest związana z lokalizacją (rys. 8). Uznano ją za kolejną cechą bardzo istotną w trakcie wyboru mieszkania. Większość respondentów uznaje ją za bardzo ważną lub ważną. Poznań, podobnie jak pozostałe duże polskie miasta, boryka się z problemami komunikacyjnymi w godzinach szczytu. Szczególnie istotna jest więc w miejscu zamieszkania dostępność komunikacji miejskiej.



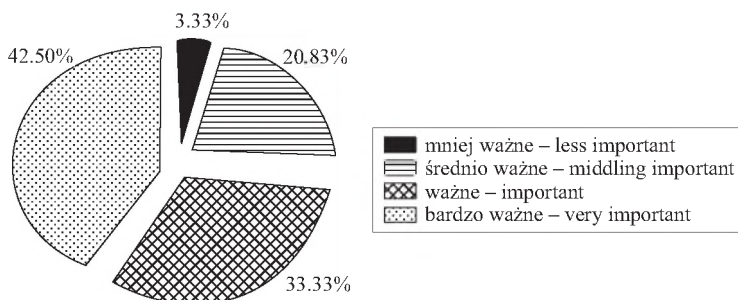
Rys. 8. Ocena przez ankietowanych istotności dostępności komunikacyjnej w trakcie wyboru mieszkania

Fig. 8. Respondents' assessment of the importance of transport accessibility in the process of choosing a flat

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych ankietowych

Source: Own study based on poll data

Kolejnym czynnikiem odgrywającym znaczącą rolę w wyborze mieszkania są koszty jego utrzymania. Decyduje tu rachunek ekonomiczny, podobnie jak w przypadku ceny, który skłania kupujących do minimalizacji kosztów. Zakup mieszkania to często wydatek jednorazowy, koszty jego utrzymania są natomiast naliczane miesięcznie, wpływają więc w zdecydowany sposób na budżet domowy. Na jego obciążenie jeszcze w większym stopniu ma wpływ finansowanie zakupu kredytem hipotecznym.



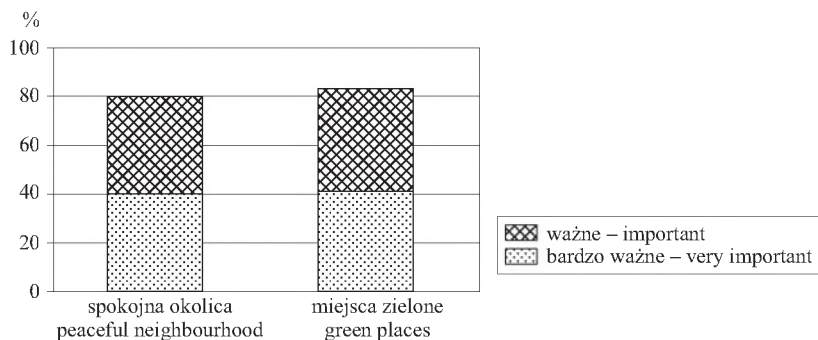
Rys. 9. Ocena przez ankietowanych istotności kosztów utrzymania mieszkania w trakcie jego wyboru

Fig. 9. Respondents' assessment of the importance of maintenance costs in the process of choosing a flat

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych ankietowych

Source: Own study based on poll data

Konsekwencją wysokiej oceny lokalizacji jest również wysoka ocena takich cech jak bliskość terenów zielonych i mieszkanie w spokojnej okolicy. Ponad 80% osób w każdym z tych dwóch przypadków uznało, że jest to czynnik co najmniej ważny (rys. 10, rys. 11, rys. 12).

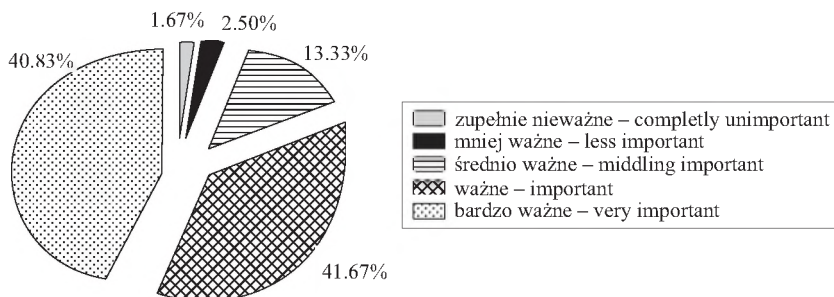


Rys. 10. Ocena przez ankietowanych istotności spokojnej okolicy oraz bliskości terenów zielonych w trakcie wyboru mieszkania

Fig. 10. Respondents' assessment of the importance of greenery and tranquil neighbourhood in the process of choosing a flat

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych ankietowych

Source: Own study based on poll data

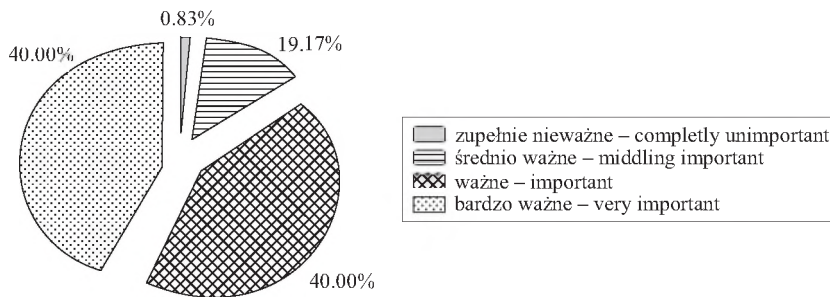


Rys. 11. Ocena przez ankietowanych istotności bliskości terenów zielonych w trakcie wyboru mieszkania

Fig. 11. Respondents' assessment of the importance of proximity of greenery in the process of choosing a flat

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych ankietowych

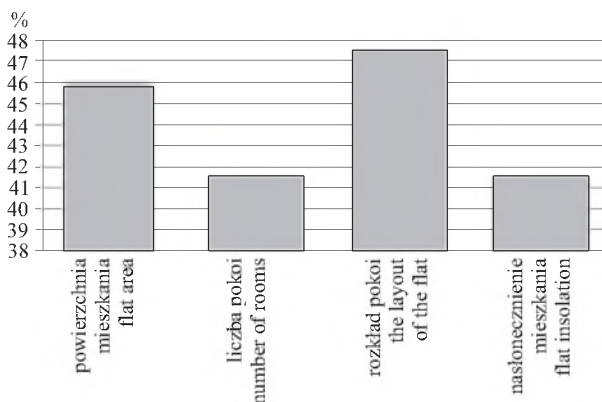
Source: Own study based on poll data



Rys. 12. Ocena przez ankietowanych istotności spokojnej okolicy w trakcie wyboru mieszkania
 Fig. 12. Respondents' assessment of the importance of tranquil neighbourhood in the process of choosing a flat

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych ankietowych
 Source: Own study based on poll data

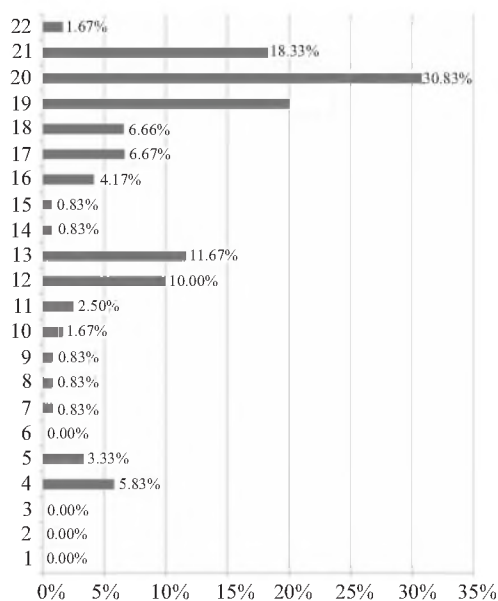
Następne w kolejności czynniki dotyczyły samego mieszkania i zostały uplasowane na dość odległym miejscu w hierarchii preferencji, po wszystkich wcześniej opisanych cechach. Jednak dla ponad 40% respondentów są one bardzo ważne w czasie wyboru mieszkania (rys. 13).



Rys. 13. Wybrane kryteria uznane przez ankietowanych za ważne w trakcie wyboru mieszkania
 Fig. 13. Particular criteria considered significant by the respondents in the process of choosing a flat

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych ankietowych
 Source: Own study based on poll data

Dla respondentów ważny jest przede wszystkim rozkład pokoi – 47,5% wskazań. Jest on istotniejszy od powierzchni samego mieszkania – 45,83% odpowiedzi. Wynika to z funkcjonalności lokalu, która w zależności od zaprojektowanego układu, może być wyższa nawet w przypadku mniejszych powierzchniowo mieszkań. Liczba pokoi to kolejna z cech mieszkania, która ma dość istotne znaczenie dla ankietowanych – 41,67% respondentów

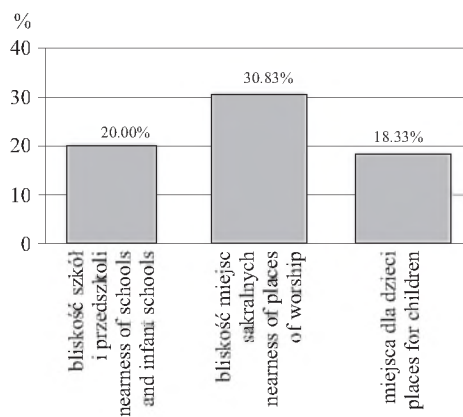


Rys. 14. Cechy mieszkania uznane przez ankietowanych za zupełnie nieistotne w trakcie jego wyboru

Fig. 14. Flat characteristics considered entirely irrelevant in the process of choosing a flat

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych ankietowych

Source: Own study based on poll data



Rys. 15. Wybrane cechy mieszkania uznane przez ankietowanych za zupełnie nieistotne w trakcie jego wyboru

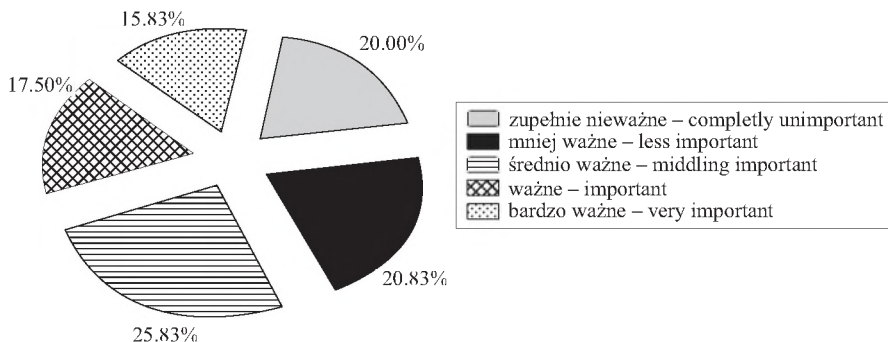
Fig. 15. Flat characteristics considered entirely irrelevant in the process of choosing a flat

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych ankietowych

Source: Own study based on poll data

uznało ten czynnik za ważny w czasie wyboru mieszkania. Podobnie jak nasłonecznienie mieszkania, który to czynnik uzyskał taką samą liczbę wskazań.

Zupełnie nieistotne dla potencjalnych klientów pierwotnego rynku mieszkaniowego okazały się kolejno bliskość miejsc sakralnych, szkół i przedszkoli oraz miejsc zabaw dla dzieci (rys. 14–18). Wymienione cechy, jako zupełnie nieistotne, stanowią odzwierciedlenie zmian w stylu życia. Większość ankietowanych to ludzie młodzi w wieku do 35 lat, rozpoczynający życie zawodowe i odkładający decyzję o potencjalnym potomstwie, a większe znaczenie przywiązujący do rozwoju kariery.

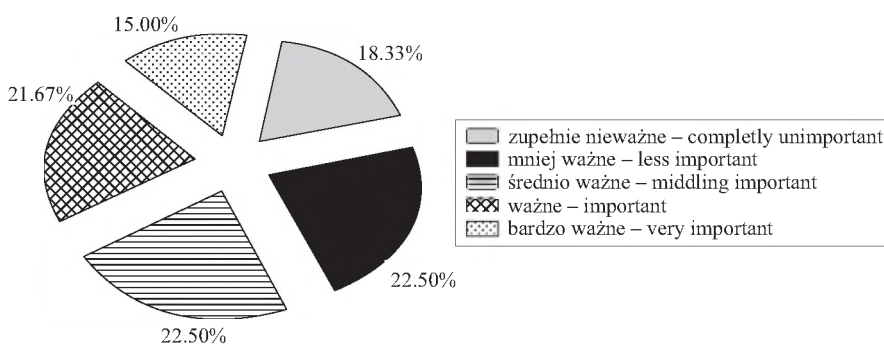


Rys. 16. Ocena przez ankietowanych istotności bliskości szkół i przedszkoli w trakcie wyboru mieszkania

Fig. 16. Respondents' assessment of the importance of convenient access to schools and kindergartens in the process of choosing a flat

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych ankietowych

Source: Own study based on poll data

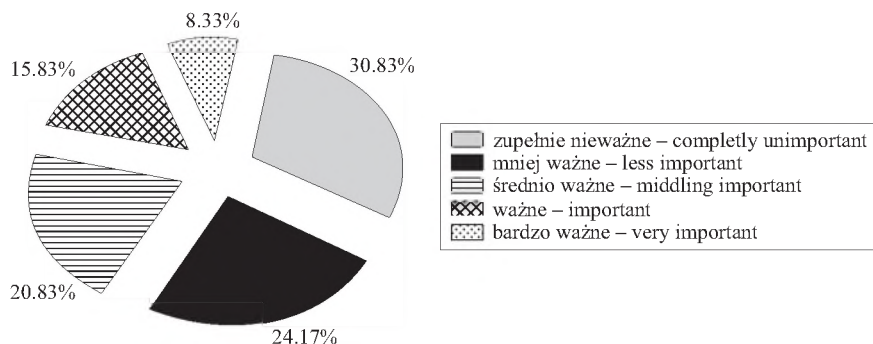


Rys. 17. Ocena przez ankietowanych istotności miejsc dla dzieci w trakcie wyboru mieszkania

Fig. 17. Respondents' assessment of the importance of proximity of places for children in the process of choosing a flat

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych ankietowych

Source: Own study based on poll data



Rys. 18. Ocena przez ankietowanych istotności bliskości miejsc sakralnych w trakcie zakupu mieszkania

Fig. 18. Respondents' assessment of the importance of proximity of sacred places in the process of choosing a flat

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych ankietowych

Source: Own study based on poll data

ZAKOŃCZENIE

Analizie poddano preferencje właścicieli nowo nabytych nieruchomości mieszkaniowych w Poznaniu. Przebadano 120 nabywców mieszkań, uwzględniono różne lokalizacje, pod kątem preferencji dotyczących zakupu mieszkania. Respondentami byli głównie ludzie młodzi, w wieku do 35 lat, oraz posiadający wyższe wykształcenie. Wykonywane przez nich zawody były związane głównie z wykształceniem ekonomicznym i technicznym, a dochody uzyskiwane z pracy zarobkowej wahały się pomiędzy 3501 a 5500 zł brutto dla całego gospodarstwa domowego.

Badania wykazały, iż większość ankietowanych po raz pierwszy kupiła mieszkanie, a ci, którzy zrobili to już wcześniej, najczęściej wybrali tego samego inwestora, co poprzednio. Prawie $\frac{3}{4}$ respondentów przeprowadziło się do obecnego mieszkania z innego, tylko nieliczni z domu jednorodzinnego. Decydując się na zakup konkretnego mieszkania, respondenci kierowali się przede wszystkim lokalizacją inwestycji. Drugorzędna była informacja o marce inwestora czy cenie nieruchomości. Pomimo iż zakup był na własne potrzeby, nabywcy upatrywali w nim także inwestycje w postaci lokaty kapitału.

Lokalizacja okazała się najistotniejszym czynnikiem także w przypadku decyzji o zakupie mieszkania w ogóle. Kolejno wymieniano takie czynniki jak cena mieszkania, posiadanie balkonu lub tarasu, koszty utrzymania nieruchomości czy dostępność komunikacyjną. Inne właściwości mieszkania były nieco mniej istotne. Na uwagę zasługuje natomiast oznaczenie dwóch z nich – miejsc dla dzieci (piaskownice, place zabaw) oraz bliskości miejsc sakralnych jako zupełnie nieważnych dla ankietowanych. Wybór taki zdecydowanie związany jest z przemianami zachodzącymi w społeczeństwie oraz obraniem nowego stylu życia.

PIŚMIENNICTWO

- Begg D., Fischer S., Dornbusch R., 1995. *Ekonomia*, t. I. PWE Warszawa, 68.
- Czarny E., 2006. *Mikroekonomia*, PWE Warszawa, 20.
- Głuszak M., 2006. Segmentacja rynku mieszkaniowego na podstawie preferencji nabywców, w: *Inwestycje i nieruchomości*, Praca zbiorowa pod red. A. Nalepki, Wyd. AE Kraków, 177, 178.
- Kaczmarczyk H., 2006. Zastosowanie badań marketingowych: zarządzanie marketingowe i otoczenie przedsiębiorstwa, PWE Warszawa, 96.
- Rekowski M., 2002. *Wprowadzenie do mikroekonomii*, WROKOPA Poznań, 42.
- Rybicka A., 2003. Wybrane metody badań preferencji konsumentów, *Prace naukowe AE we Wrocławiu – Zarządzanie i Marketing* 978, 108, 239.
- Varian H.R., 2002. *Mikroekonomia. Kurs średni. Ujęcie nowoczesne*, PWN Warszawa, 62–81

THE CUSTOMERS' PREFERENCES ON THE PRIMARY RESIDENTIAL MARKET IN POZNAŃ

Abstract. The analysis of customers' preferences on the primary residential market in Poznań supplied information on factors that affected customers in the process of choosing a flat to buy. These considered the most significant were respectively: localisation, price, presence of balcony / terrace, transport accessibility and maintenance costs. The findings derived from a survey show a notable diversity of the prospective customers' preferences. Carrying out systematic research on customers' preferences not only on primary market may among others, be the source of information about the incompatibility of offers and customers' expectations and could initiate changes in regulations, as well as "real" sphere, whose goal is meeting the basic demands of humans.

Key words: customers' preferences, residential market

Zaakceptowano do druku – Accepted for print: 15.04.2009