

Анализ моделей потребительского поведения для управления градостроительными процессами

В статье выделяется основная задача – проведение исследования потребительского поведения и определения стратегии градостроительной деятельности, где разделяется прогнозная часть и экономическая политика в рамках экономического развития города. Определение и решение такой задачи является основным и определяющим фактором успешного функционирования в развитии города, а так же его конкуренции с другими городами. Особое внимание в статье уделяется работе по формированию сильных и слабых сторон города для создания его конкурентоспособности на рынке инвестиций, производства.

Зарубежная практика градостроительного проектирования идет по пути исключения излишней стандартизации проектов, устанавливая лишь определенные рамки, в пределах которых субъекты градостроительной деятельности, в качестве которых выступают органы государственной и муниципальной власти, граждане, инвесторы, проектировщики могут принимать различные решения в интересах улучшения качества городской среды.

Важнейшими направлениями исследования поведения потребителей объектов строительной деятельности является изучение процесса потребления и планирование потребности в результатах градостроительной деятельности. Анализ спроса населения и предприятий на построенные объекты, моделирование поведения конечных и промежуточных потребителей на рынке отдельных строительных объектов является предметом использования маркетинговых и макроэкономических подходов к потребительскому поведению на рынке строительства городских объектов.

Между различными типами потребителей – физических лиц, являющихся потребителями жилого фонда, предприятий и организаций, являющихся потребителями инфраструктурных и промышленных объектов, государственными учреждениями, являющихся потребителями объектов социальной и общественной инфраструктуры существуют острые противоречия. Они специфичны именно для российских условий, что также является проблемой исследования потребительского поведения в градостроительном сегменте рынка.

Субъектами процессов управления градостроительной деятельностью являются внутренние и внешние субъекты. Внутренними субъектами являются, прежде всего, жители города. Внешними субъектами являются инвесторы и строители – застройщики. Содержание и характер интереса жителей города и внешних субъектов связаны как со строением и динамикой мотивов и

потребностей человека, так и с характером форм и средств освоения действительности, которыми он владеет. Ценности – значимость объектов окружающего мира для человека, общества в целом, определяемая не их свойствами самими по себе, а их вовлечением в сферу человеческой жизнедеятельности, интересов и потребностей, социальных отношений; критерии и способы оценки этой значимости, выраженные в нравственных принципах и нормах, идеалах, установках, целях.

Ценности можно классифицировать по разным признакам: материальные, общественно-политические и духовные ценности; положительные и отрицательные ценности. Потребности характеризуются, как нужда в чем-либо необходимом для поддержания жизнедеятельности и развития человеческой личности, социальной группы, общества в целом; внутренний побудитель активности [1].

Определение приоритетов управления градостроительными процессами в контексте маркетинговых представлений о строении рынка основано на практике маркетинговых исследований рынков недвижимости с точки зрения анализа полагаемых задач, методов и содержательной части исследований.

Можно представить следующие группы маркетинговых исследований рынка градостроительных объектов: обзор рынка недвижимости и его сегментов, исследование рынка недвижимости и его сегментов, анализ инвестиционной привлекательности рынка недвижимости и его сегментов, исследование спроса и предложения на рынке недвижимости и в пределах его сегментов, изучение поведения потребителей на рынке недвижимости и в пределах его сегментов [2].

Основная задача проведения этих групп маркетинговых исследований является определение структуры экономической стратегии развития градостроительной деятельности. В структуре экономической стратегии необходимо четко разделять прогнозную часть, характеризующую экономическое развитие города в целом, и концепцию экономической политики властей, содержащую обоснование тех управленческих мероприятий, которые городские власти намерены реализовать в интересах содействия экономическому развитию города [3].

Кроме того, важно понимать, что стратегия не может и не должна предопределить все развитие города. Она призвана дать общие ориентиры, сформулировать приоритеты.

К основным целям разработки концепции местной экономической политики относятся:

- выявление проблем экономического развития города, требующих первостепенного внимания местной власти;
- анализ возможных путей их решения с помощью ресурсов городской администрации; определение приоритетов, используемых при принятии управленческих решений по поводу распределения бюджета и других городских ресурсов между выдвигаемыми проектами развития отдельных сфер;
- повышение координации деятельности отдельных подразделений местной администрации;

- улучшение имиджа города, консолидация сил частного и общественного секторов в решении экономических проблем города, повышение доверия к местным властям и к городу как месту для жизни и инвестиций [4].

Учитывая ограниченность ресурсов, важно понимать, что деятельность местных властей в сфере экономики заключается в создании рамочных условий, в развитии нужных процессов, в направлении усилий частного сектора и общественной инициативы на наиболее перспективные проекты, а не в прямом участии в делах отдельных предприятий.

Таким образом, процесс формирования конкретной местной экономической политики заключается в подготовке стратегии экономического развития города и концепции местной экономической политики, которые обсуждаются и принимаются на основе консенсуса.

В рамках этой работы должны быть проанализированы сильные и слабые стороны экономики города, выбрано то сочетание функций, которое способно сформировать уникальное лицо города, сделать его конкурентоспособным на рынке инвестиций, привлечь сюда быстрорастущие, эффективные производства.

После одобрения стратегии создаются и получают необходимые импульсы от местной власти организационные структуры, занимающиеся конкретной работой по реализации отдельных направлений местной экономической политики, - созданием имиджа привлечением инвестиций, развитием инфраструктуры [5].

Местная власть является, как правило, лидирующей и организующей силой в реализации местной экономической политики и, естественно, имеет непосредственно в структуре своего аппарата подразделения, отвечающие за экономическое развитие, а также участвует в деятельности других субъектов, работающих в этой области.

Эффективность этой деятельности определяется особенностями потребительского поведения всех субъектов градостроительной деятельности.

Особенности потребительского поведения проявляются через механизмы, обеспечивающие функционирование рынка недвижимости [6]. Функционирование и развитие рынка недвижимости обеспечивается совокупными усилиями государства и других профессиональных участников рынка. При этом отдельные группы участников в силу профессиональной ориентации сосредоточивают свое внимание на различных аспектах функционирования рынка.

Основные направления деятельности всех профессиональных участников рынка недвижимости по его формированию и развитию следующие [7]:

развитие законодательной базы, регулирующей вопросы организации и функционирования рынка недвижимости;

создание системы контроля за соблюдением правовых норм всеми участниками рынка, защиты их прав и интересов;

координация усилий государственных учреждений и ведомств, направленных на развитие рынка недвижимости;

формирование и законодательное закрепление эталонных требований к недвижимому имуществу и к профессиональной деятельности на рынке не-

движимости, разработка нормативных документов, регламентирующих операции на рынке недвижимости;

создание самостоятельно регулируемых общественных организаций, профессиональных и потребительских союзов и ассоциаций;

создание единого информационного пространства рынка недвижимости и обеспечение информационной открытости рынка (профессионалы-практики, аналитики рынка недвижимости с участием специалистов в области информационных технологий);

создание системы мониторинга и прогнозирования процессов функционирования рынка недвижимости, выявление на этой основе путей, способов и средств реформирования и развития рынка (исследовательские подразделения общественных объединений, исследовательские организации рынка недвижимости при участии профессионалов-практиков);

разработка и внедрение стандартов описания объектов недвижимости всех видов (аналитики с участием профессионалов и практиков);

организация банков данных эталонных (модельных) технологий деятельности на рынке недвижимости, модельных пробных проектов по их отработке и механизмов их тиражирования среди профессионалов рынка недвижимости (общественные профессиональные объединения, некоммерческие и коммерческие исследовательские организации);

создание и внедрение профессиональных норм и стандартов взаимоотношений участников рынка, сводящих к минимуму издержки проведения операций на этапах поиска информации, ведения переговоров, мотивации участников, принятия решений, правового закрепления сделок, координации усилий участников, контроля и восстановления нарушенных прав, применения санкций к нарушителям.

Результат этой деятельности должен привести к формированию эффективного механизма формирования спроса и предложения на рынке городской недвижимости.

Предложение на рынке градостроительных объектов возникает под воздействием спроса [8]. При этом, макроэкономические параметры занятости выступают ведущим фактором формирования количественных показателей спроса на рынке недвижимости. Занятость можно разделить на базисную занятость и обслуживающую. Функции базисной занятости в разрезе городской экономики состоят в производстве продукта для внешнего потребления и обеспечения притока финансовых потоков на внутренний городской рынок; обслуживающая (или небазисная) занятость производят товары и услуги для внутреннего потребления и обслуживает оборот местных финансовых ресурсов [9]. Таким образом, базисная занятость обеспечивает получение доходов из внешних по отношению к городу источников; динамика притока и оборота этих доходов определяют демографию и динамику развития городской экономики.

Структура спроса формирует отдельные сегменты градостроительного рынка в соответствии с представлением в табл. 2.

Таблица 2. Спрос и структура рынка.

	Характер влияния, оказываемого численностью населения на формирование спроса на объекты градостроительного рынка
Общий спрос	
Рынок объектов жилищного сектора	
Рынок объектов индустриального сектора	Спрос на рынке объектов индустриального сектора не состоит в функциональной зависимости от численности населения

Таким образом, структура градостроительного рынка включает: рынок объектов жилищного сектора (жилая недвижимость); рынок городского жилья; рынок загородного жилья; рынок объектов индустриального сектора (промышленная недвижимость); рынок объектов коммерческого сектора (коммерческая недвижимость); рынок объектов офисного сектора; рынок объектов торгового сектора; рынок объектов складского сектора; рынок объектов гостиничного сектора; рынок объектов развлекательного сектора; рынок земельных участков.

Список литературы

1. Линч К. Образ города: Пер. с англ. В.Г. Глазычева, под ред. А.В. Иконников, Москва: Стройиздат, 1982
 2. Гринчель Т.П. Городской маркетинг - новый подход к концепции развития города // Евроград, 1993, №1. С.25-32
 3. Когут А.Е. Система местного самоуправления / ИСЭП РАН, СПб.- 1995. - 72 с.
 4. Основы местного самоуправления в городах России / Под. ред. А.Е.Когута; - ИСЭП РАН. - СПб. - 1995.- 257 с.
 5. Экономические методы управления городским хозяйством: Сб. науч. трудов./ Санкт-Петербург. инж.-экон. ин-т им.П.Тольятти; [Редкол.: В.Г.Леонтьева (отв. ред.) и др.]- СПб: Изд-во СПбИЭИ, 1992.- 107с.
 6. Шуссманн К. Структурная перестройка и экономические стратегии городов // Евроград.- 1995.- №5. -С. 23-34.
 7. Стерник Г.М. Системный подход к анализу структуры рынка недвижимости // Научный электронный журнал Проблемы недвижимости - 2000. - № 1.
 8. Urban Economic Development and Regeneration. Volume II. A publication of Eurocities, Economic Development and Regeneration Committee. Brussels.- 1994. - 120 p.
 9. Бородкин Ф.М. Новая концепция территориального самоуправления // Регион: экономика и социология.- Новосибирск, 1994.- № 3.- С. 102-103.
- Маркетинг в строительстве / Под. ред. И.С. Степанова, В. Я. Шайтанова. – М.: Юрай-Издат, 2002. – 344 с.