

ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ – ВАРНА

ФАКУЛТЕТ „УПРАВЛЕНИЕ“

КАТЕДРА „МАРКЕТИНГ“

ИРИНА РУМЕНОВА КЪНЧЕВА

**МОДЕЛ ЗА ВЗЕМАНЕ НА СЕМЕЙНО РЕШЕНИЕ ЗА ПОКУПКА НА
НЕДВИЖИМ ИМОТ**

АВТОРЕФЕРАТ

на дисертационен труд

за присъждане на образователна и научна степен

„доктор“ по направление 3.8. Икономика,

научна специалност „Маркетинг“

НАУЧЕН РЪКОВОДИТЕЛ:

Доц. д-р Мария Кехайова-Стойчева

НАУЧНО ЖУРИ:

РЕЦЕНЗЕНТИ:

ВАРНА • 2018

Дисертационният труд е с общ обем от 215 страници, от които:

Въведение – 7 стр.,

Основен текст три глави – 155 стр.,

Заклучение – 7 стр.,

Списък на използваната литература – 10 стр. и

Приложения – 29 стр.

Дисертацията съдържа 23 таблици, 28 фигури и 8 приложения.

Библиографията включва 125 източника – на български, английски и руски език.

Защитата на дисертационния труд ще се състои на..... от ч. в зала на Икономически университет – Варна на заседание на Научно жури, назначено със Заповед на Ректора на Икономически университет – Варна № отг. Материалите по защитата са на разположение на интересуващите се на интернет страницата на Икономически университет – Варна, www.ue-varna.bg.

Дисертационният труд е обсъден от катедра „Маркетинг” при Икономически университет – Варна. Авторът е редовен докторант към катедра „Маркетинг” при Икономически университет – Варна. Изследванията и разработката са извършени в същия университет.

Автор: Ирина Руменова Кънчева

Заглавие: Модел за вземане на семейно решение за покупка на недвижим
имот

Тираж:

I. ОБЩА ХАРАКТЕРИСТИКА НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

1. Актуалност на темата

Семейството представлява важна икономическа и потребителска единица, участваща в създаването и разпределението на различни типове блага. Търсенето, проявявано от страна на тази единица за потребление на различни типове пазари е производно на индивидуални предпочитания, потребности и интереси, комбинирани въз основа на вътрешно-семеини регулационни механизми и комплекс от фактори.

Промените в разбирането за същността на семейството, в неговите функции, структура и състав, във взаимодействията, протичащи в неговите рамки и ролите, приемани от отделните му членове, оказват сериозно влияние върху процесите на вземане на семейно решение и видоизменят моделите за вземане на решение. В настоящия момент се наблюдават изменения, свързани с модификация в ценностите и мотивите на индивидите, техните нагласи, стил на живот, полово-ролева ориентация. В редица общества, сред които и българското, наред с нуклеарното семейство, има и редица алтернативни семейни формации. Българските автори насочват своето внимание към изясняване на демографските, социалните и моралните измерения в облика на съвременното българско семейство, докато данните за неговото потребителско поведение все още са оскъдни. Тези констатации потвърждават необходимостта от извеждане на модел за вземане на семейно решение в духа на съвременните условия в страната.

Моделите на вземане на семейно решение за покупка могат да бъдат разглеждани двояко. От една страна, с това понятие се означава съвкупността от устойчиви, повтарящи се във времето и/или между различни семейства характеристики на поведението, свързани с вземането на потребителски решения. От друга страна, моделите представляват

инструментариум, посредством който комплексното семейно поведение се поставя в една обзрима и разбираема рамка.

Като поле за разгръщане на модела за вземане на семейно решение в настоящия дисертационен труд е предпочетена продуктова категория недвижими имоти. Обектите в рамките на тази продуктова категория са значими едновременно като инвестиционен инструмент и средство за задоволяване на базисни потребности на отделните членове на семейството. Нейните представители се характеризират с дълготрайност на употребата, относително висока цена и едновременна употреба от няколко различни индивида. Тази комплексна покупка предполага разгръщането на богат процес на вземане на семейно решение и тесни взаимодействия между няколко отделни агента. Многопластовата природа на недвижимия имот налага съласуване между голям брой продуктови характеристики и специфични потребности на семейството. Същевременно, констатираната липса на информация за поведението на семействата като купувачи на обекти на недвижимата собственост, допълнително затруднява изграждането на изследователска методика.

Моделите на семейно потребителско поведение получават сериозен интерес в чуждестранната литература. Въпреки това, този научен проблем остава подценен в голяма степен от българските автори. Изясняването на моделите за вземане на решение за покупка от страна на българското семейство, изобщо и в частност на имотния пазар е от ключово значение за изграждане на адекватно маркетингово поведение в контекста на настоящите социо-културни, икономически и демографски реалности в страната.

Степен на изучаване на проблема

Многопластовата и изменчива природа на семейното образувание поражда интердисциплинарен интерес, насочен към изясняване на неговата

същност от автори като Иванов; Григоров, Личева, Върбанов; Ребер; Кендал; Бродерик; Динкова; Годорова; Мирчев; Браунинг, Чиапори и Вайс.

В изследователски план, ценно знание за различни аспекти на интеракциите между членовете на семейството, които оформят неговото потребителско поведение, предоставят проучванията на автори като Палан и Уилкс, Лий и Колинс, Су, Фем и Йе, Петерсон, Олсон и Фйелстрьом, Уард, Янг и съавтори, Поля и Шуз. Авторы като Самюелсън Бекър Лундберг и Полак Арора и Алънби Янг и съавтори Шуптрин и Самюелсън Грийн и Съавтори, Гунери и съавтори, Акиеле, Джафе и Сенфт, Ейсъл, Лий и Леви, и др. Примери за моделиране на вземането на семейно решение за покупка се откриват в работите на Самюелсън, Бекър, Шет, Ейсъл, Бус и Шанингер, Джонсън и съавтори. Кейс, Делаерт, Протигалидад и Лувиер, Арора и Алънби, Су, Ферн и Йе, Янг, Нараян и Ейсъл, Янг и съавтори, Донг, Шмит и Кайзер и др.

2. Основна изследователска теза

Тезата, застъпена в настоящия дисертационен труд гласи, че моделът за вземане на семейно решение за покупка на недвижим жилищен имот, който се отнася към българското семейство и отразява тенденциите, и особеностите на настоящия етап от развитието на обществото, може да бъде изведен посредством изследване на взаимодействията, протичащи между двама или повече отделни субекти, под влиянието на комплекс от вътрешни и външни фактори. Разкриването на модела за вземане на семейно решение за покупка има важен теоретичен и практико-приложен смисъл за изграждане на ефективна маркетингова стратегия.

Този модел има основополагащо значение за изследователите на семейното потребителско поведение. Неговото използване в реална обстановка дава възможност за проследяване на последователността и технологията на вземане на семейно решение за покупка на недвижим

жилищен имот. Така има потенциал да допринесе за повишаване на ефективността и конкурентоспособността на фирмите, предложители на недвижими имоти и свързани с тях продукти и услуги, оптимизиране на потребителското търсене и постигане на задоволителен изход от имотната покупка.

Тезата се декомпозира на следните **хипотези** на дисертационното изследване:

- Покупката на жилище протича под формата на комплексен процес, в течение на който семейството прави поредица от избори, свързани с характеристики на имота, поространствено-времеви рамки за осъществяване на покупката, информационно обезпечаване и др.
- Семейното решение за покупка на недвижим жилищен имот по своята същност е съвместно решение, взето в резултат от приноса на двамата партньори в двойката.
- Няма съществена разлика между модела за вземане на семейно решение за покупка на „традиционни“ брачни и „модерни“ безбрачни семейства.

3. Обект и предмет на изследването

Обект на изследването е поведението на потребителите при вземане на семейно решение за покупка.

Предмет на дисертационното изследване е процесът, при който семейството като единица за потребление формира своето решение за покупка на недвижим жилищен имот.

4. Цел и задачи на изследването

Целта на настоящия дисертационен труд е въз основа на анализ и синтез на теоретични постановки, разкриващи параметрите на семейните

потребителски интеракции, да бъде разработена и апробирана методика за изследване на семейното потребителско поведение, в резултат на чието емпирично тестване да бъде изведен моделът за вземане на семейно решение за покупка, адекватен към актуалното състояние на българския имотен пазар.

Поставената цел се осъществява посредством изпълнението на следните **научни задачи**:

- Изясняване на същността и подходите за изучаване на семейното потребителско поведение, и проследяване на тенденциите в развитието на българското семейство;
- Очертаване на рамката на имотния пазар в страната и извеждане на основните характеристики на недвижимите жилищни имоти като обект на търсене от страна на потребителите;
- Разработване и апробиране на методика за емпирично изследване, насочено към определяне на относителното влияние, специализацията на ролята и отношението на съпрузите към критериите за оценка на имота;
- Представяне на модел за вземане на семейно решение за покупка на недвижим жилищен имот, съчетаващ взаимодействията и факторите, установени на базата на емпирично изследване.
- Извеждане на приложни аспекти на представения модел и очертаване на насоки за бъдещи изследвания.

5. Методи на изследването

В изследователския процес е приложен интердисциплинарен подход, съобразен със спецификата на изучаваните процеси и явления. В рамките на дисертационното изследване са приложени методите на теоретичния анализ и синтез, качествено-контентен анализ, дескриптивен анализ, допитване,

експертна оценка, комбинация от параметрични и непараметрични методи за статистически анализ и изследване на зависимости.

6. Основни ограничения

Проучването е проведено при следните ограничения:

- Първо, изследването разглежда покупката на недвижим имот, закупен от семейството с цел задоволяване на жилищни потребности. Изходна точка при определяне на един имот като жилищен в настоящия труд е нагласата на потребителя, вместо юридически определеното предназначение на недвижимия обект. Извън изследователския интерес остават имоти, закупени за промишлени и търговски цели.
- Второ, определянето на имотната покупка като семейна се основава на нейното осъществяване за целите на домакинството, без значение от формалната собственост на недвижимата вещ.
- Трето, изследването е фокусирано върху двамата партньори в хетеросексуални семейни двойки, без оглед на техния юридически брачен статус. Извън неговия обхват остават децата и други членове на семейната единица, самотните родители и еднополовите двойки.
- Четвърто, в изследването е приложена комбинация от подходите за изучаване на поведението на семейството при вземане на решение за покупка като поредица от взаимосвързани избори и като процес, представен в отделни етапи. На тази база, изследователският инструментариум включва процес на вземане на семейно решение за покупка, представен от три основни етапа и три под-етапа. Броят на отделните продуктови атрибути, включени в изследването е ограничен до обозрим набор от 12 критерия за избор, които са универсално приложими към различни категории имоти.

- Пето, поради ограниченията, поставени от изискванията за обем на настоящия труд, емпиричното изследване е концентрирано върху три конструкта: влияние, измерено чрез възприетото относително участие на всеки от съпрузите в течение на процеса на вземане на семейно решение за покупка; ролева специализация, представена като властта на съпрузите за вземане на отделни атрибутивни решения; и отношението към критериите за избор на имот, операционализирано като личните възприятия за важност на всеки от разглежданите продуктови атрибути.
- Шесто, емпиричното изследване се основава върху индивидуалните перцепции на съпрузите за единична покупка, като по този начин дава възможност за извеждане на статичен модел за вземане на семейно решение за покупка на жилищен недвижим имот.

7. Източници на информация

Усилията, насочени към изясняване на теоретичните основи на семейното потребителско поведение са съсредоточени преимуществено върху чуждестранни източници, поради липсата на мащабни изследвания на български автори. За проследяване на динамиката на развитие на семейството и имотния пазар в страната са използвани данни на Национален статистически институт, Евростат и Имотния регистър на Агенция по вписванията.

8. Аprobация

Дисертационният труд е обсъден на заседания на Катедра „Маркетинг” при Икономически университет – Варна. Части от него са представени на международни научни конференции и публикувани като статии и доклади в специализирани научни издания в страната и чужбина. Разкрити са възможностите за приложение за методиката за изследване на семейните

потребителски интеракции и извеждане на модел за вземане на семейно решение за покупка на недвижим жилищен имот. Очертани са възможностите за адаптиране на представената методика за целите на изследване на модела за вземане на семейно решение за покупка в рамките на други продуктови категории.

9. Структура на дисертационния труд

Изложението следва следната структура:

Въведение

Глава I. Теоретични основи на моделите за вземане на семейно решение за покупка

1.1. Интердисциплинарен преглед на разбирането за семейство.

1.2. Теоретични аспекти на семейната динамика в контекста на моделите за вземане на семейно решение за покупка.

1.2.1. Същност и компоненти на семейната динамика.

1.2.2. Интеракции между членовете на семейството – ключов елемент в моделите за вземане на семейно решение за покупка.

1.3. Подходи за изучаване на поведението на семейството при вземане на решение за покупка.

1.4. Класификация на моделите за вземане на семейно решение за покупка.

Глава II. Изследване на модела за вземане на семейно решение за покупка на недвижим жилищен имот

2.1. Съвременни тенденции в развитието на българското семейство.

2.1.1. Обзор на средата.

2.1.2. Семейно-демографски преглед.

2.2. Особенности на продуктова категория „недвижими имоти“.

2.2.1. Съдържателни аспекти на продуктова категория „недвижими имоти“.

2.2.2. Анализ на пазара на недвижими имоти.

2.2.3. Потребителски характеристики на недвижимите имоти.

2.3. Методика за изследване на модела за вземане на семейно решение за покупка на недвижим жилищен имот.

2.3.1. Теоретична рамка на емпиричното изследване на модела за вземане на семейно решение за покупка на недвижим жилищен имот.

2.3.2. Методически аспекти на изследването.

2.3.3. Методи за анализ на данните.

Глава III. Емпирично тестване на модел за вземане на семейно решение за покупка на недвижим жилищен имот

3.1. Профил на извадката и характеристики на покупката.

3.2. Взаимодействия на съпрузите в процеса на вземане на семейно решение за покупка на недвижим жилищен имот.

3.2.1. Разпределение на влиянието и специализация на ролите на съпрузите.

3.2.2. Отношение на съпрузите към критериите за избор на имот.

3.2.3. Тестване на статистически връзки и зависимости.

3.3. Детерминативен модел за вземане на семейно решение за покупка на недвижим жилищен имот.

3.4. Изводи и препоръки.

Заклучение

Приложения

Използвана литература

II. ОСНОВНО СЪДЪРЖАНИЕ НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

Въведение

Във въведението са представени актуалността на избраната тема, изследователската теза и хипотези на изследването, предметът, обектът, целта, задачите и ограниченията, поставени пред дисертационното изследване, очертани са използваните информационни източници и съвкупността от методи и средства, приложени в хода на изложението.

Първа глава

Първа глава съдържа четири параграфа с разгърната структура. Текстът е насочен към изясняване на същността на семейството, семейната динамика, подходите за изучаване на семейното потребителско поведение, и моделите за вземане на семейно решение за покупка. Изведено е операционално определение на понятието „семейство“ и авторова класификация на моделите за вземане на семейно решение за покупка.

В параграф 1.1. на настоящия труд е представен интердисциплинарен теоретичен преглед на разбирането за семейство, който разкрива ключови философски, социални, психологически, икономически и юридически измерения на това понятие. Психологическата перспектива акцентира върху ролята на взаимодействията между отделните индивиди, влизащи в състава на семейството, като движещи сили за неговото функциониране. Философската насочва своето внимание към взаимовръзките, които обединяват отделните членове в единно цяло и изграждат своеобразен регулаторен механизъм, осигуряващ неговата устойчивост като социално обединение. От своя страна, социологическата наука проследява тенденциите в развитието на съвременното семейство в съответствие с актуалните социо-културни условия. Социалната психология фокусира своите усилия върху изясняване на същността и механизмите на формиране

на сложните взаимоотношения между отделните членове на семейството като динамична система.

Дефинирането на понятието „семейство” в юридически аспект е породено от практически съображения. Системата от неписани правила за социално допустимите разновидности на семейството и отношенията между отделните членове не винаги е достатъчна, за осигуряване на правилно функциониране на семейната единица. Това налага необходимостта от създаване на правни регулации. Бракът е юридическият институт, дефиниращ правата на всеки от неговите членове и определящ техните задължения към законния партньор и децата.

За икономистите водещо значение има ролята, която това човешко обединение играе в националното и световното стопанство. Тази малка междуличностна формация комбинира набор от материални и нематериални ресурси и потребности. Членовете на семействата предлагат своите умения на пазара на труда, като по този начин участват активно в процеса на производство. Доходите, получени като възнаграждение за трудовата дейност стават основно средство в процеса на разпределение на богатата в обществото.

От гледна точка на маркетинговата теория и практика, семейната единица се явява едновременно важен фактор и значим участник във формиране на стокооборота на пазарите на редица продукти и услуги в глобален аспект. От една страна, в неговите рамки протича потребителска социализация на отделните личности. От друга, различните членове взаимодействат помежду си и чрез явно или индиректно изразени потребности, желания, мнения и информация оказват влияние върху потребителското поведение на останалата част от семейството. Освен това, в течение на промените в неговата полова и възрастова структура се появяват и изменят личните и семейните потребности, което води до динамика в търсенето и потреблението на различни типове стоки.

Проведеният теоретичен преглед разкрива многопластовата същност на семейството. Съвкупността от отделни личности съставя единен организъм, който функционира в рамките на комплекс от вътрешни и външни регулаторни механизми, формални и неформални правила. Посредством изпълнението на основните си функции, семейството определя съществуването на обществото и пътя на неговото развитие, икономическо благосъстояние, психическо и емоционално здраве на своите членове, запазване на културните особености. Независимо от разновидностите на своите структура и състав, семейната единица е важен структурен блок от обществената и икономическата система на всяка една страна.

В параграф 1.2. са представени теоретични аспекти на семейната динамика в контекста на моделите за вземане на семейно решение за покупка. Разкрита е същността на семейството като развиваща се система, в чиито рамки протичат постоянни когнитивни и поведенчески взаимодействия между отделни личности. Съвкупността от няколко членове води до разгръщане на потребителско поведение, значително по-комплексно в сравнение с това на индивидуалния потребител.

В параграф 1.2.1. са изложени теоретични основи за изучаване на семейството като динамична интерактивна формация. Теорията за семейната система е насочена към изясняване на механизмите на функциониране на това специфично междучовешко обединение. Семейството се разглежда като комплексна система, съставена от индивиди, които са свързани със силни емоционални и функционални връзки. Поведението на индивида може да бъде разбрано единствено в контекста на семейната единица като съвкупност от емоционални връзки, роли и правила. Начините на взаимодействие между отделните членове на групата, както и тяхното отношение към цялото – семейната единица, формират семейната динамика. Динамиката на взаимоотношенията между семейните членове зависи от традициите, стилът на комуникация, моделите на поведение и

емоционалните взаимовръзки между тях. Тя се определя от структурата на семейството, ценностите, личностните характеристики на всеки отделен член, както и от личните или съвместни преживявания, които изграждат опит у отделния индивид, или у групата като цяло. Тази теория поставя фокус върху ролевите структури, моделите на комуникация, разпределението на властта и границите в рамките на семейството.

Взаимодействията, протичащи между отделните членове не са константни, а следват процеса на развитие на семейството в хронологичен план. Теорията за семейното развитие предоставя основи за вникване в измененията на семейната динамика във времето. Тя проследява последователността от структурни промени, които се случват в течение на съществуването на семейната единица. Концепцията за жизнения цикъл на семейството предоставя една опростена и разбираема рамка за проследяване на хода в семейното развитие и прогнозиране на начините, по които промените в един компонент на системата дават своето отражение върху цялото. Всяка фаза се свързва с изпълнението на определен набор от житейски задачи. Разположението в определен етап от жизнения цикъл е важна детерминанта на семейното потребителското поведение. Промените в броя и възрастта на членовете на семейството водят до изменения в нуждите, интересите, разполагаемите финансови ресурси, време и опит, комуникации и взаимоотношения. Тези метаморфози водят до формиране на нови и модификация на установените във времето модели на поведение, както на всеки отделен индивид, така и на цялостния организъм, наречен семейна система.

В параграф 1.2.2. е представен преглед, насочен към изясняване на функционалните измерения на семейната динамика в контекста на вземане на потребителски решения. Решенията, вземани от страна на семейството, се постигат посредством протичането на интерактивен процес, в който отделните членове внасят своите персонални характеристики и правят

взаимно зависими избори. Участието на всеки от агентите, засегнати от вземаното решение се определя от възможностите му да окаже влияние върху останалите и неговата роля в семейството. Влиянието включва съвкупност от действия, ориентирани към промяна в процеса на вземане на семейно решение за покупка. Грьонхой¹ определя влиянието като способността на член от семейството да постигне определени резултати посредством въздействие върху поведението, чувствата и нагласите на останалите. Съществуват два основни типа влияние – директно и индиректно.

Способността на един семеен член да оказва влияние е пряко следствие от разпределението на властта в семейството, определящо неговото доминиращо или пасивно положение спрямо останалите, неговата роля в семейството. Ролята определя правата и задълженията на индивида в групата. По своята същност представлява съвкупността от социални норми, изисквания, правила и съждения, определящи очакваното от групата поведение на неин член. Всеки аспект на живота на семейството, включително и неговото потребителско поведение, се свързва с определен набор от роли, изпълнявани от отделните членове. Ролите в семейството не са константни, а подлежат на преразпределение под влиянието на редица фактори, които могат да бъдат външни или вътрешни за семейната единица. Сред основните детерминанти на интеракциите, протичащи в рамките на семейната система се очертават стереотипите за ролите на половете в обществото, степента на лична ангажираност към конкретна покупка и индивидуалните ресурси – материални и нематериални, с които всеки от членовете допринася за благоденствието на семейството.

¹ Grønhoj, A., 2002, Miljøvenlig adfærd i familien: Et studie af familiemedlemmers involvering og socialeinteraktion, doctoral dissertation, Department of Marketing, Aarhus School of Business, Aarhus. Цитирана от Mikkelsen, M, Norgaard, M., 2007, Children's Influence on Family Decision-Making in Food Buying and Consumption, Young Consumers, 8, 197-216

В параграф 1.3. са синтезирани подходи за изучаване на семейното решение за покупка. Подходът, третиращ семейното решение за покупка като избор между отделни алтернативи дава възможност за детайлно обхващане на детерминантите на потребителския избор и механизмите на разпределение на ресурсите в семейството. Поради тази причина открива своето приложение основно при изследване на поведението на семейството като икономически агент, вземащ финансови и инвестиционни решения. В същото време, тази гледна точка не позволява обхващане на динамиката в семейното потребителско поведение.

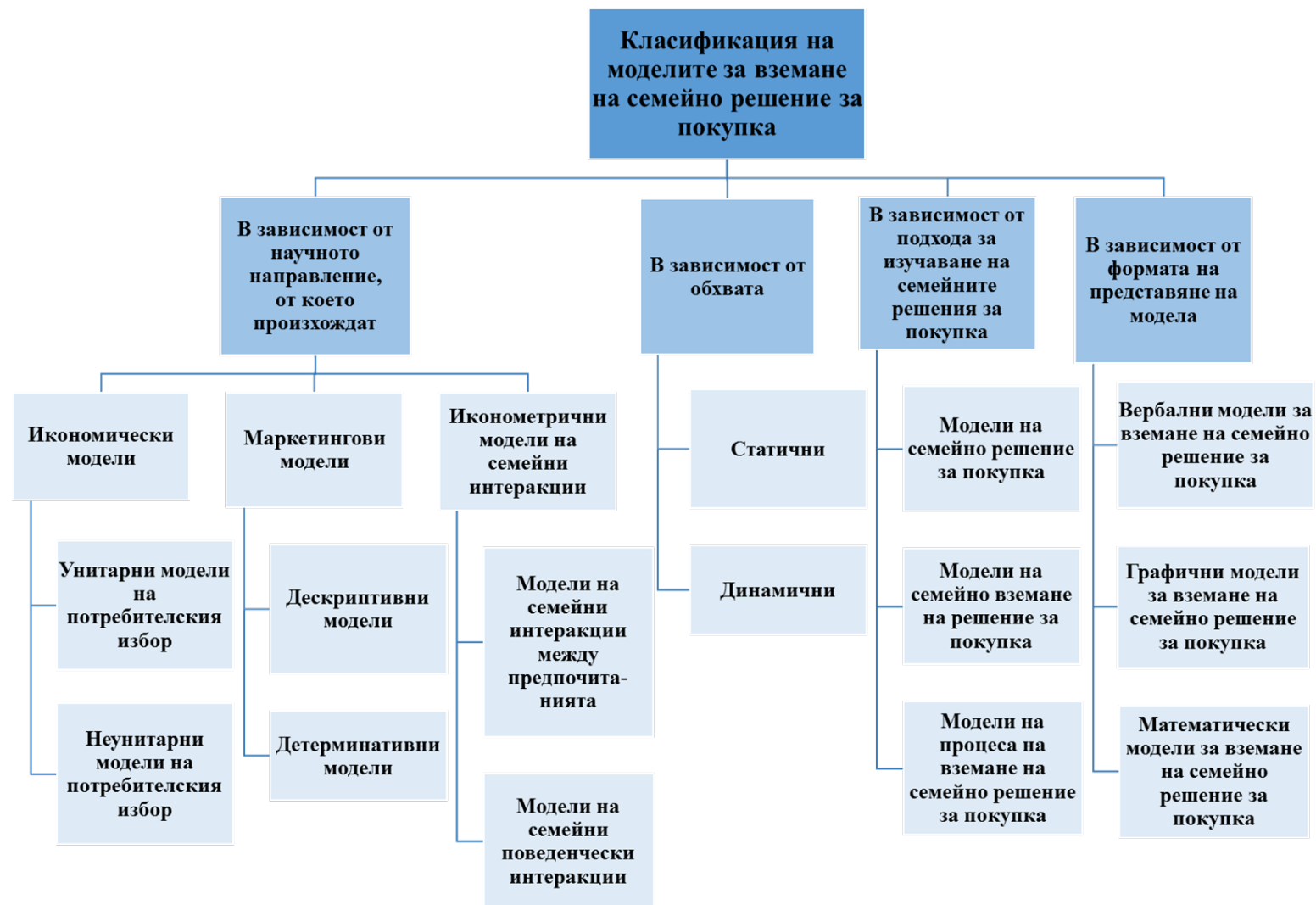
Подходът, разглеждащ семейното решение за покупка като последователност от избори, открива широко приложение в маркетинговата наука в продължение на половин век. Посредством неговото приложение могат да бъдат изследвани различни аспекти на потребителското поведение на семейната единица, като разпределението на власт и влияние в семейството, определяне на участието на всеки от участниците в този процес по отношение на конкретни параметри на покупката, съпоставени със съвкупност от фактори. Въпреки възможностите, които предоставя пред изследователите в сферата на поведенческата наука, този подход пропуска хронологичната компонента, определяща развитието на решението.

Подходът за изучаване на вземането на семейно решение за покупка като процес, позволява да бъдат обхванати взаимодействията между широк набор от конструкции, като се проследява тяхната последователност. В специализираната литература се срещат различни виждания за обхвата на процеса, действащите лица, разпределението на ролите между членовете на семейството и детерминиращите фактори. Този подход е от значителна полза за ефективно насочване на маркетинговите усилия към потребителите в етапите, предхождащи прекия акт на покупката. Негативите на този подход се свързват с практически съображения. Трудно е да се говори за категорична граница между етапите и разграничаването на голям брой фази

може да причини трудности при набиране и интерпретация на данни. В практиката се срещат комбинирани подходи, при които съкратен процес е допълван от поредица от отделни решения, разкриващи изучаваните параметри на покупката. Спецификата на конкретен научен проблем е определяща за избора на някой от разгледаните подходи или комбиниране на техни елементи в цялостен изследователски дизайн.

В рамките на **параграф 1.4.** е изведена авторова класификация на моделите за вземане на семейно решение за покупка. В научната литература не е открита единна класификация. Причината за това се корени в комплексния характер на семейните решения и разнообразието от подходи за изучаване на различни аспекти на този феномен. Предложената собствена класификация на моделите, представена във фигура 1, изхожда от няколко критерия за тяхното групиране – научното направление, от което произхождат, техният обхват, подхода за изучаване на семейните решения и формата на представяне на модела.

В зависимост от научното направление, от което произхождат са разграничени икономически, иконометрични и маркетингови модели. С най-дълги традиции са икономическите модели за вземане на семейно решение за покупка. Те използват средствата на икономическата теория за изследване на механизмите за разпределение на ресурси и формиране на търсене от страна на семейната единица. Разглеждат семейство, съставено от двама членове, които действат в условията на общо бюджетно ограничение и разпределят своите ресурси между ограничен набор от алтернативи под влиянието на строго рационални мотиви.



Фигура 1. Класификация на моделите за вземане на семейно решение за покупка

Източник: Разработена от автора

Маркетинговите модели дават възможност за обхващане на различни аспекти на поведението на семейство, съставено от двама или повече членове, обусловено от редица детерминанти, излизащи извън строгите рамки на икономическата теория. Маркетинговите модели за вземане на семейно решение за покупка се разделят в две основни категории – дескриптивни и детерминативни. Дескриптивните модели представят глобалната картина на семейното решение за покупка, съчетавайки широк набор от конструкции, фактори и агенти. Основен недостатък на тази категория модели е това, че в голямата си степен са основани върху предположенията на своите автори, а не върху цялостно емпирично изследване на взаимовръзките между всички елементи в техните рамки.

Детерминативните модели за вземане на семейно решение за покупка предоставят възможност за вникване в механизмите на формиране и детерминантите, определящи различни аспекти от семейното потребителско поведение. Те включват по-ограничен набор от конструкти, в сравнение с дескриптивните модели. По този начин детерминативните модели предлагат по-ясен фокус върху конкретен изследователски проблем, което ги превръща в полезен инструмент за изследователите на потребителското поведение на семейството.

Междинно място между икономическите и маркетинговите модели за вземане на семейно решение за покупка заемат иконометричните модели на семейни интеракции. Те разчитат на инструментариума на икономическата наука, но могат да бъдат отнесени към маркетингови проблеми, като представят детайлна информация за формирането на избора на семейството в хода на взаимодействията между отделните членове. В зависимост от типа на изследваната семейна интеракция, иконометричните модели могат да бъдат разделени в две групи: модели на интеракциите между предпочитанията и моделите на поведенческите интеракции в семейството. Моделите на интеракции между предпочитанията разглеждат зависимостта

между латентната полезност на единия съпруг и латентната полезност на другия съпруг. Моделите на поведенчески интеракции представят зависимост между латентната полезност на единия съпруг и избора, направен от другия.

В зависимост от обхвата на моделите, могат да бъдат разграничени статични и динамични модели за вземане на семейно решение за покупка. Статичните модели обхващат динамиката на интеракциите между членовете на семейството при осъществяване на единична покупка. Този поглед към семейното решение е по-разпространен в икономическата и маркетинговата теория и практика. Динамичните модели са насочени към разкриване на динамиката на развитие на поведението на членовете на семейството в серия от решения за покупка. Те се използват за проследяване на взаимодействията между различни аспекти на поведението на отделните членове в зависимост от тяхното участие във вземането на предходното съвместно решение.

Следващият критерий, използван за класификация на моделите за вземане на семейно решение за покупка в настоящата дисертация, кореспондира с разгледаните в предходния параграф подходи за изучаване на семейните решения за покупка. В съответствие с този критерий се оформят три категории модели – модели на семейно решение за покупка, модели на семейно вземане на решение за покупка и модели на процеса на вземане на семейно решение за покупка. Разликите между трите групи са сходни с тези, очертани при разграничаването на разгледаните подходи. Моделите на семейно решение за покупка представят акта на осъществяване на избор между различните алтернативи, които са достъпни за семейната единица. Обект на моделиране са механизмите на разпределение на семейните ресурси и богатата в семейството, както и правилата, на които се основава семейния избор. Моделите на семейно вземане на решение за покупка разглеждат начините на оформяне на различни параметри на

покупката. Те отново разглеждат избора на семейната единица, но от маркетингова гледна точка. Фокусът е поставен върху факторите, които определят семейното разпределение на отговорностите за вземане на отделни решения, свързани с избора на конкретни продуктови атрибути и определяне на пространствено-времевите рамки за осъществяване на покупката. Третата под-група представя моделите на процеса на вземане на семейно решение за покупка. При моделиране на процеса на вземане на решение, авторите интегрират комплекс от променливи, оказващи влияние върху поведението на участниците във всяка една от фазите на този процес: семейни, личностни и ситуационни характеристики. Моделите на процеса на вземане на семейно решение за покупка включват значително по-богат набор от конструкции, в сравнение с разгледаните по-горе.

В зависимост от използваните изразни средства за представяне, моделите за вземане на семейно решение за покупка могат да бъдат разделени на вербални, графични и математически модели. В практиката често се използват комбинации от графични инструменти, математически формули и текстови разяснения, което повишава практическата стойност на разглежданите модели за широк набор от потребители на специализирана научна информация.

Втора глава

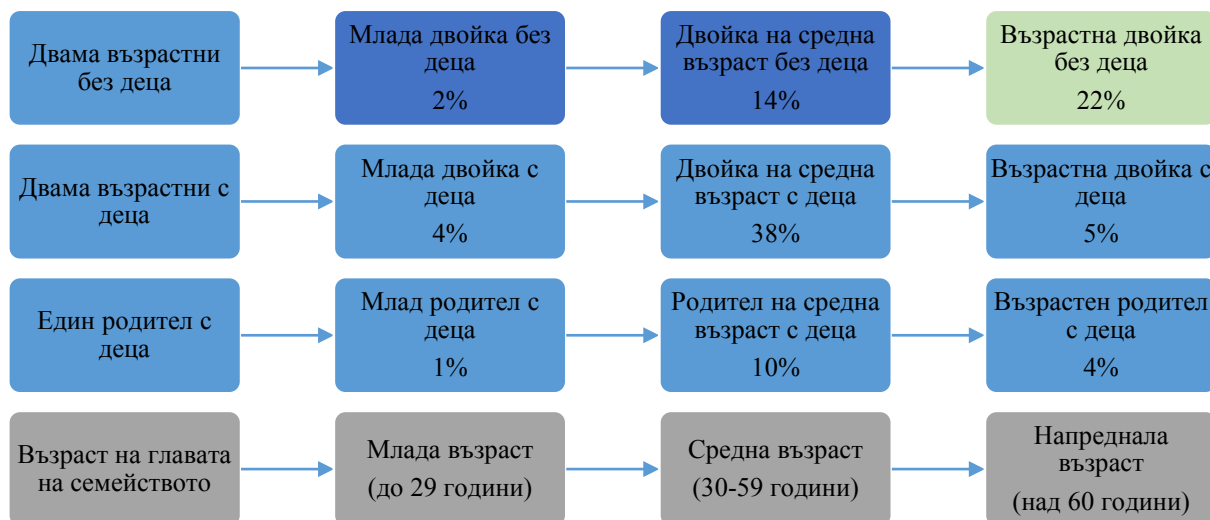
Втора глава от дисертационния труд е съставена от три параграфа с разгърната структура. В нейните рамки са проследени тенденциите в средата и развитието на българското семейство, изяснени са потребителските характеристики на обектите от продуктова категория „недвижими имоти“ и е представена методика за емпиричното изследване на разпределението на влиянието, специализацията на ролите на съпрузите и отношението им към критериите за избор на имот под влиянието на комплекс от вътрешно-семейни и външни фактори.

В параграф 2.1. са изведени тенденциите в развитието на съвременното българско семейство в контекста на социално-икономическите и демографските условия в страната. Този параграф е разделен в две части.

Параграф 2.1.1. е насочен към обзор на средата, в която се развива съвременното българско семейство. В настоящите реалности в страната се наблюдават редица проблеми в макроикономически и демографски аспект. Присъединяването на страната към Европейския съюз благоприятства развитието на миграционни процеси, провокирани до голяма степен от разликата в жизнения стандарт и по-добрите възможности за реализация на пазара на труда в други страни-членки. Успоредно с това се констатира негативни ефекти като намаляване на населението, влошена възрастова структура и териториален дисбаланс на разпределението.

В параграф 2.1.2. е осъществен преглед на семейно-демографски данни. Констатирани са негативни тенденции на спад в абсолютния брой на семействата, дела на българското население, попадащо в обхвата на семейна единица и броя на децата в семейството. Еднодетното семейство се превръща в норма за българското общество, като същевременно децата остават част от семейното гнездо дълго след навършване на пълнолетие. Тази тенденция е подкрепена от нарасналата възраст за сключване на брак при двата пола и по-късното включване на жените в процесите на раждане и отглеждане на деца. Днес юридическата форма на брака не се счита за необходимо условие за създаване на семейство и осъществяване на репродуктивните функции на индивида. Традиционното семейство все по-често отстъпва място на модерното. Съвременното българско общество приема благосклонно съвместното съжителство, чието начало и край се поставят значително по-бързо, лесно, удобно и неформално, в сравнение с брачния съюз. Делът на еднородителските семейства нараства, успоредно с увеличение на броя на самотните майки, които никога не са встъпвали в

брак. Пълното нуклеарно семейство, съставено от двама партньори с или без деца, без значение от неговия юридически статут, продължава да има водещо място сред алтернативните семейни формации в страната. В преобладаващия случай партньорите се характеризират със сходни нива на образование и икономическа активност, което способства за равностойно участие на мъжа и жената във формирането на ресурсите, необходими за функционирането на семейството – материални и нематериални. Ниският дял на жените, определени като семейни глави дава индикация за традиционна обществена ориентация, относно ролите на половете в българското общество.



Фигура 2. Жизнен цикъл на съвременното българско семейство

Източник: Разработена по данни от Преброяване на населението и жилищния фонд на Р. България 2011 г. на НСИ²

На базата на наличните статистически данни е изведен жизненият цикъл на съвременното българско семейство, илюстриран във фигура 2. В страната преобладават нуклеарни семейства, чиито глава е на средна

² Национален статистически институт, 2012, Преброяване, Том I. Население, Книга 5. Семейства, София

възраст, а най-малък е делът на младите самотни родители. Продуктовата категория, избрана като фокусна точка на дисертационното изследване на моделите за вземане на семейно решение за покупка, а именно жилищни недвижими имоти, кореспондира с уловените тенденции в развитието на семействата в страната и произтичащите изменения в семейните потребности.

В рамките на параграф 2.2. са разгледани особеностите на обектите на недвижимата собственост като предмет на търсене и предлагане на имотния пазар в страната. Параграфът е разделен в три части.

В параграф 2.2.1. е осъществен теоретичен преглед на юридически и икономически аспекти на недвижимите имоти. Те представляват специфичен продукт, който по своята същност се състои от два неразривно свързани компонента – физически, представен от конструктивни характеристики, способстващи за изпълнението на неговото функционално предназначение и набор от юридически права, свързани с упражняване на различни дейности върху конкретен имот. Интересът на икономистите към обектите на недвижимата собственост е породен от факта, че голям дял от световното богатство е съсредоточен именно в недвижими имоти. Те могат да бъдат разглеждани като дълготраен материален актив, който може да служи като източник на доход и покупко-продажба на имотния пазар.

В параграф 2.2.2. е очертана рамката на имотния пазар в страната и са проследени тенденциите в неговото развитие през периода 2005-2017 г. Илиев и съавтори³ определят този пазар като несъвършен, с типична олигополистична структура, на който бавно и рядко се постига равновесие между търсенето и предлагането. Обект на предлагане могат да бъдат различни типове имоти, вариращи между земни участъци, съоръжения и различните типове постройки. От водещо значение е наличието на

³ Илиев, П. и колектив, 2007, Недвижимата собственост в България в условията на евроинтеграция, Книга 11, Варна, Издателство "Наука и икономика", 9

физическа връзка на обекта със земната повърхност. В ролята на потребители, изявяващи своето реално или потенциално търсене на недвижими имоти могат да влязат физически и юридически лица, които имат достъп до източници на финансиране и отговарят на определени изисквания, поставени от страна на националното законодателство. В зависимост от типа на продавачите, се формират първично и вторично предлагане. На първичния пазар се осъществява първата сделка с имота и в ролята на продавач стои инвеститорът. На вторичния имотен пазар протича последваща препродажба от настоящ собственик на имота – физическо или юридическо лице.

В началото на XXI век въз основа на бързото разрастване на българския пазар на недвижими имоти и предстоящото присъединяване на страната към Европейския съюз, специалисти в сферата чертаят оптимистични прогнози за неговото бъдеще след 2007 г. Икономическите сътресения в глобален аспект се отразяват под формата на спад в броя осъществени сделки. До края на 2017 г. стойностите на този показател остават далеч под нивата от преди кризата. Динамиката в цените на недвижимите имоти сочи, че пазарът все още търси равновесната си точка, но поради неблагоприятните социално-икономически условия в страната е трудно тя да бъде достигната. Представените данни показват, че пазарът на недвижими имоти в страната се характеризира с ясно изразена сезонност. Под влияние на сезонните фактори, броят продажби на пазара на недвижими имоти отбелязва най-високите си стойности през последното тримесечие, когато продажбите надвишават средните тримесечни стойности с 27,92%. На противоположния полюс остава периодът януари – март, когато се продават с 30,1% по-малко имоти от средното равнище. Въпреки разгледаните по-горе в текста неблагоприятни демографски и в частност миграционни тенденции, регистрирани през последните години, притежаването на собствено жилище остава предпочитаната опция за българина пред живота под наем. През

разглеждания период средният дял на жилищните имоти, закупени с помощта на кредитен инструмент в България е относително нисък – 4%, като достига до дял от 11,4% от сделките през 2008 г. Дори и най-високите стойности на този показател в страната остават далеч под средните стойности за Европейския съюз, където те са около 39% от осъществените покупко-продажби.

В параграф 2.2.3. са изведени потребителски характеристики на недвижимите имоти. Комплексната природа на тази продуктова категория и нейната значителна важност за потребителя предполагат висока степен на ангажираност по отношение на отделните ѝ параметри. Същевременно покупката на жилищен имот е като „минно поле”, осеяно с различни по характер рискове. Потребителските характеристики на недвижимите имоти и произтичащите от тях рискове могат да бъдат класифицирани в няколко основни категории: функционални, социално-психологически, технологични, форсмажорни, свързани с износването на имота, политико-юридически, финансови, пазарни и информационни.

Комбинацията от конструктивно-архитектурни особености, локация и комплекс от принадлежности, представени от интериорни решения, различни движими и недвижими обекти, съпътстващи жилищния недвижим имот, води до силна диверсификация на този продукт. Обикновено тази покупка се осъществява рядко, а в някои случаи дори един единствен път в продължение на живота на няколко поколения от семейството. Това от своя страна означава наличие на малък или никакъв предишен личен опит, на който биха могли да разчитат купувачите при набирането и обработването на информация, необходима за избора на жилище. Голяма част от потенциалните дефекти на имотите остават скрити за обикновения потребител, който има ограничен опит в този род покупки и рядко разполага със специализирани архитектурни и инженерни компетенции. Необходимостта от влагане на разнородни експертни познания налага

използването на услуги, предоставяни от страна на брокерски и консултантски агенции, финансови институции, юристи и други специалисти, които способстват за осигуряване на условията, необходими за реализирането на сделките с недвижими имоти. Това, от своя страна, води до увеличаване на разходите и времето за осъществяване на покупката. Същевременно недобросъвестност от страна на свързаните агенти причинява изкривяване или прикриване на важна информация.

В общия случай, покупката на недвижим имот се характеризира с ниска честота, дълъг срок за задоволяване на жилищните потребности, инвестиционна ценност, относително висока цена и възприети рискове. Изборът налага поредица от качествени и ценови сравнения, а потребителят не разполага с пълна информация за характеристиките на имота преди неговата употреба. Процесът на вземане на решение обикновено е свързан с отделянето на значително време и усилия за обмисляне и уточняване на търсените характеристики, предварително планиране и осъществяване на покупката.

В параграф 2.3. е представена разработената методика за емпирично изследване, проведено в обхвата на настоящия дисертационен труд. То е насочено към извеждане на модела за вземане на семейно решение за покупка на недвижим жилищен имот, чрез улавяне на набор от интеракции, които протичат между съпрузите в процеса на вземане на семейно решение за покупка. Параграфът е разделен в три части.

Първата включва теоретична рамка на емпиричното изследване. В нея са аргументирани поставените ограничения. Въз основа на установените в по-ранни изследвания разлики във възприятията за разпределение на роли и влияние между мненията на двамата съпрузи, в изследователския дизайн е предпочетено набиране на информация успоредно от мъжа и жената в двойката. Поради липсата на втори партньор от другия пол, извън обхвата на изследването остават самотните родители и еднополовите двойки.

Предвид тенденциите на разпространение на безбрачното съжителство като алтернативна семейна формация, към респондентите не е поставено условие за сключен граждански брак, а термини като съпрузи, партньори, родители се използват като смислени синоними. Тъй като в хода на проведения теоретичен преглед е установено, че децата имат ограничено влияние при осъществяване на комплексни семейни покупки, те не са включени в наблюдавания набор от действащи лица при осъществяване на имотната покупка. Въпреки това, непрякото им влияние е уловено, чрез включване на тяхното наличие в списъка с изучавани детерминиращи фактори. При класифициране на разглежданата покупка като семейна не се вземат под внимание типа на имота и неговата формална собственост. Освен това, в рамките на параграфа са изложени няколко виждания, представящи имотната покупка като избор между пакети от продуктови атрибути, търсени от потребителя.

В параграф 2.3.2. на базата на синтез на разгледаните теоретични постановки е проектирана методиката на емпиричното изследване. В изследователския дизайн е заложено проследяването на въздействието на демографски фактори и характеристики на покупката върху възприятията на съпрузите за разпределение на влиянието в семейството, специализация на ролите и отношението към критериите за избор на имота.

Очертан е концептуален модел за вземане на семейно решение за покупка на недвижим жилищен имот, представен във фигура 3. Формулирани са три групи връзки и зависимостите, към чието проучване е насочено изследването. Методиката комбинира три конструкта – влияние, специализация на ролите и отношение към критериите за избор на имот. Изведени са индикатори на разглежданите конструкти. Влиянието е операционализирано, посредством възприетото относително участие на всеки от съпрузите в течение на процеса на вземане на семейно решение за покупка. Разглежданият процес е разделен в три етапа – осъзнаване на

потребността, търсене на информация и финално решение, и три под-етапа – определяне на ценовите рамки на търсенето, избор на подходящ момент за закупуване на недвижим жилищен имот и избор на начина на закупуване.



Фигура 3. Концептуален модел на емпиричното изследване

Източник: Разработена от автора

Специализацията на ролите е измерена чрез възприета власт на съпрузите за вземане на решения, касаещи избора на отделни атрибути на недвижимия имот. Отношението на съпрузите към критериите за избор на

имота е представено чрез докладваната от респондентите индивидуална перцепция за важността на всяка от разглежданите характеристики. Чрез проведена експертна оценка сред брокери е набран списък от характеристики, търсени от клиентите, който е синтезиран до обозрим набор от 12 продуктови атрибута. Те покриват конструктивните, практическите и правните аспекти на покупката, а в същото време са универсални за приложение към различни типове жилищни имоти. Към тях спадат: брой стаи, квадратура, полезна площ, тип строителство, възраст на сградата, степен на завършеност, юридически статут, етаж в сградата, изложение на жилището, район, цена и възможности за използване на кредитни инструменти. Въз основа на специфичните познания и умения, необходими за вземане на всяко от 12^{те} атрибутивни решения, характеристиките на имота са групирани в три отделни категории, основани на свързаните с тях роли – инструментални, експресивни и финансово-юридически. Те са представени в таблица 1.

Таблица 1.

Класификация на атрибутите на недвижимия жилищен имот

Инструментални (технически)	Експресивни (емоционални)	Финансово-юридически
Квадратура	Брой стаи	Степен на завършеност
Полезна площ	Етаж	Юридически статут
Тип строителство	Изложение	Цена
Възраст на сградата	Район	Възможности за кредитиране

Източник: Разработена от автора

За набиране на данни в рамките на емпиричното изследване в условия на липса на списъци на генералната съвкупност е предпочетено приложението на модел на неслучайна извадка по удобство. Извадката е съставена от брачни и съжителстващи двойки, закупили недвижим

жилищен имот не по-отдавна от 5 години от момента на набиране на информацията, тъй като е възможно по-дълъг период назад във времето да изкриви възприятията на респондентите. В случай, че в разглеждания период семейството е осъществило повече от една покупка, респондентите отговарят за последната от тях. Данните се набират едновременно от двамата съпрузи, като всеки от тях споделя своето мнение индивидуално, независимо от партньора си.

Анкетният метод е избран, поради възможностите чрез него да бъде набрано голямо количество информация в кратък срок при малък риск от изкривяване на данните. За целите на планираното анкетно проучване е разработен структуриран въпросник, чието съдържание е проектирано на базата на обзора на вторична информация в рамките на формулативното проучване. След установяване на задоволителната степен на надеждност при неговото пилотно тестване, инструментът е насочен за употреба в рамките на емпиричното изследване.

В параграф 2.3.3. е аргументиран изборът на методи за анализ на данните. При тестване на заложените връзки и зависимости са използвани параметрични техники, подложени на допълнителна валидация, посредством техните непараметрични алтернативи. Наличието на две свързани извадки, съставени от съпругите и съпрузите в едно и също семейство дава възможност за изследване, насочено към търсене на статистически значими разлики между техните мнения. За тази цел е приложен параметричен Т-тест за свързани извадки и тест на Уилкоксън като негова непараметрична алтернатива. Взаимодействията между разликите в отношението на съпрузите към критериите за избор на имот и вътрешно-семеините различия в рамките на другите два конструкта „Разпределение на влиянието“ и „Специализация на ролите“ са изследвани с помощта на еднофакторен анализ на вариацията (АНОВА) и валидирани чрез непараметричен тест на Кръскал-Уолис. При връзките, насочени към

въздействието на демографски фактори и характеристики на покупката върху възприятията на всяка от групите респонденти, формирана на база полов признак, в съответствие със своята приложимост, са използвани Т-тест за независими извадки и еднофакторен анализ на вариацията, а за валидация на получените резултати - съответно тест на Ман-Уитни и тест на Кръскал-Уолис.

Трета глава

Трета глава е разделена в четири части. В първите две са изложени резултатите от анализа на данните, набрани в рамките на емпиричното изследване, в третата е представен изведеният детерминативен модел за вземане на семейно решение за покупка на жилищен недвижим имот, а в последната част са обобщени изводите от изследването и са дадени препоръки за бъдещи изследвания.

В параграф 3.1. са представени профил на извадката и характеристики на покупката. След преглед на набраните данни, към настоящия анализ са насочени анкетните карти на двамата партньори от 127 хетеросексуални семейни двойки, закупили недвижим жилищен имот в рамките на 5 години от момента на провеждане на изследването. Делът на анкетираните двойки със сключен граждански брак надвишава повече от два пъти този на безбрачните семейства. Сред анкетираните от двата пола преобладават хора на средна възраст, следвани от младите респонденти. 30% от анкетираните двойки нямат деца. Най-голям дял от бездетните респонденти са на възраст до 29 г., което коредспондира с установените по-рано тенденции на отлагане на раждането на деца в семейството. Основната част от извадката представлява семейства на средна възраст с деца, следвана от млади двойки без деца и млади двойки с деца. Най-слабо представени са бездетните двойки на средна възраст и възрастните двойки с деца. В извадката попадат

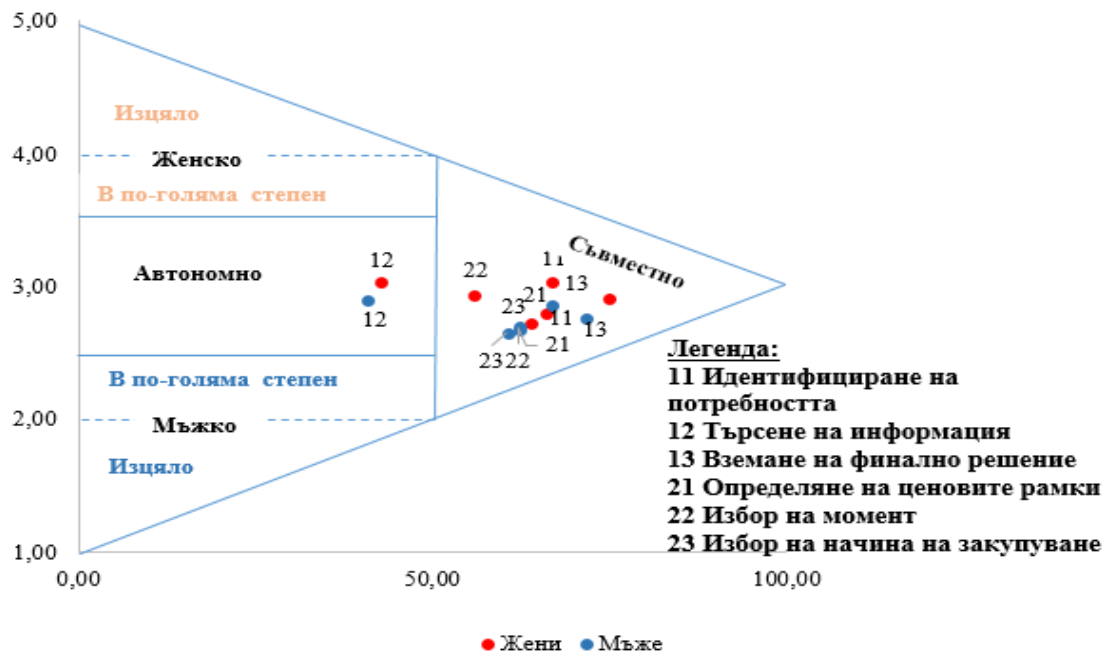
основно висшисти с доход над стойността на минималната издръжка на живот.

В мнозинството от случаите, съпрузите в рамките на едно семейство споделят еднакво виждане за изследваните характеристики на покупката като цел и причина, начин и време за нейното осъществяване, наличие на предишен потребителски опит и използвани източници на финансиране. Преобладаващата част от респондентите посочват, че покупката на имот е осъществена с цел задоволяване на основни жилищни нужди на семейството, а водеща причина е желанието за промяна на жилището, следвана от промяна на местожителството на семейството в ново населено място и изменение в броя на членовете на семейството. По-голямата част от анкетираните нямат предишен потребителски опит по отношение на продуктите на жилищното строителство. Най-малък дял от семействата са закупили своя имот директно от строителя, а най-голям са се възползвали от услугите на брокер. Най-краткият регистриран период от зараждане на идеята до влизане във владение на имота е 1 седмица (при извънбрачна двойка), а най-дългият – 6 години (при брачна двойка). Половината от разглежданите имотни покупки са финансирани с кредитен инструмент, като в 70% от случаите използваният кредит е ипотечен.

Параграф 3.2. е разделен в две части. **В първата** са проследени разпределението на влиянието и специализацията на ролите на съпрузите. За визуализиране на моделите на разпределение на влиянието и специализация на ролите между съпрузите са използвани диаграми на ролевото разпределение, основани на визуалния обект, предложен от Уолф⁴. По хоризонтала е представен делът на респондентите, докладвали решението като съвместно. По вертикала е илюстрирано средното възприето относително участие на всеки от съпрузите в разглежданите

⁴ Wolfe, D. M., 1959, Power and Authority in the Family, Studies in Social Power, Ann Arbor: University of Michigan Press..

решения. Диаграми, изложени във фигури 4 и 5, представляват модификация на оригиналните, която позволява разпределение на данни, получени по пет-степенна скала. По този начин се постига по-голяма дълбочина при визуалното представяне на разпределението на влиянието и специализацията на ролите в семейството.



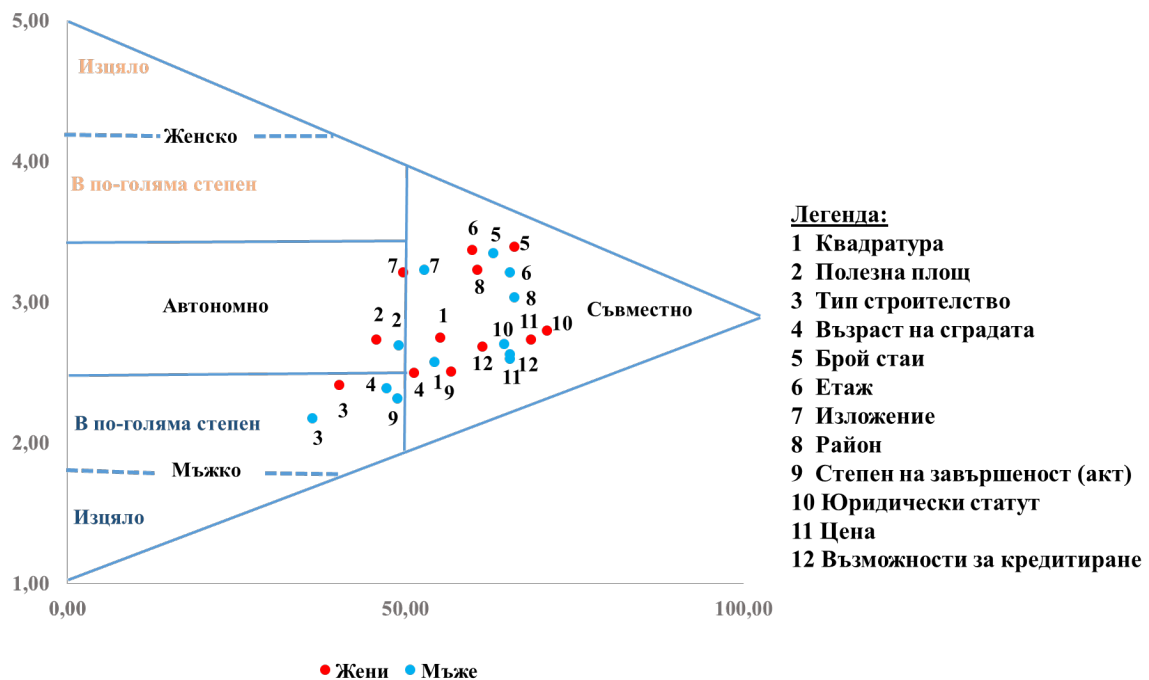
Фигура 4. Модел на разпределение на влиянието между съпрузите

Източник: Синтезирана от автора

Като цяло, сред семействата се открива висока степен на равнопоставеност между съпрузите в течение на процеса на вземане на семейно решение за покупка, като същевременно се вижда специализация на ролите при избора на отделни атрибути. Не са докладвани случаи, в които всички избори в процеса да са осъществени еднолично от единия партньор.

Началната и крайната фаза на процеса категорично попадат в квадранта на съвместните решения, докато етапът „Търсене на информация“ е разположен в областта на автономните. Пропорциите от представителите на двата пола, които посочват възприето превъзходство на съпруга или на

съпругата в двойката се доближават до дела на докладвалите съвместно участие. Решенията, свързани с поставяне на финансовите и пространствено-времеви рамки на покупката в под-етапите на процеса попадат в областта на съвместните решения в диаграмата. По тази причина е трудно да се говори за ясно изразено преимущество на някой от съпрузите.



Фигура 5. Модел на специализация на ролята на съпрузите

Източник: Разработена от автора

Изборът на отделни характеристики на покупката показва наличие на полова специализация на ролята на съпрузите. Изборът на „Тип строителство“ е поставен в квадранта на мъжката доминация от страна на двата пола. Според мъжете в двойките изборът на „Възраст на сградата“ е доминиран от съпруга, а женските отговори го поставят на границата между мъжко и съвместно решение. Изборът на „Ползна площ“ попада в областта на автономните решения, като отговорите са поляризирани между мъжко и съвместно решение. Представителите на двата пола докладват високо мъжко участие и при избора на финансово-юридическите атрибути „Степен

на завършеност“, „Юридически статут“, „Цена“ и „Възможности за кредитиране“. Женските мнения категорично позиционират разгледаните финансово-юридически атрибути в областта на взаимните решения, докато мъжете поставят „Степен на завършеност“ в квадранта на мъжката доминация. Поглед към фигурата показва, че изборът на „Изложение на жилището“ е решението, което попада най-близо до сферата на женско превъзходство, но не може да се говори за ясно изразена полова специализация. Женските отговори поставят този избор в областта на автономните решения, докато мъжете го определят като съвместно. Останалите експресивни характеристики категорично попадат в областта на съвместните решения. Мъжете показват по-ясни възприятия за специализация на ролите, докато жените клонят към равнопоставеност между половете при избора на атрибутите на имота.

В параграф 3.2.2. са представени честотни разпределения на данните за отношението на съпрузите към критериите за избор на имот. От представените данни става ясно, че респондентите са заинтересовани в най-голяма степен от финансово-юридическите атрибути на имота. Предвид тежестта на жилището като една от относително най-скъпите семейни покупки, неговата „Цена“ се очертава като най-важната характеристика на имота за респондентите от двата пола. Следващите характеристики с водещо значение са „Степен на завършеност“ и „Юридически статут“, които определят възможностите на потребителя да упражни безпрепятствено правата на собственост и ползване върху имота.

Мъжът и жената в семейството демонстрират различно отношение към отделните критерии за избор на имота. По-големи дялове от мъжете, в сравнение с жените, отдават водещо значение на инструменталните характеристики „Квадратура“, „Полезна площ“, „Тип строителство“ и „Възраст на сградата“. Експресивните атрибути „Брой стаи“, „Етаж“,

„Изложение“ и „Район“ са по-важни за съпругите, в сравнение със съпрузите в извадката.

В параграф 3.2.3. са представени резултатите от тестване на статистически връзки и зависимости, разделени в три групи. **Първата група** изследва наличието на разлики между възприятията на двамата съпрузи за разпределението на влиянието и специализацията на ролите в семейството в хода на покупката на жилищен недвижим имот, както и между тяхното отношение към критериите за избор на обектите на недвижимата собственост. За целите на анализа на наличните данни е използван Т-тест за свързани извадки. Получените резултати са подложени на допълнителна валидация посредством тест на Уилкоксън за свързани извадки.

Проведените тестове потвърждават наличието на статистически значими разлики между мненията на съпрузите за разпределение на тяхното влияние при два от етапите на процеса на вземане на семейно решение за покупка – „Идентифициране на потребността“ и „Вземане на окончателното решение“, както и при под-етапите „Избор на момент“ за осъществяване на покупката и „Определяне на ценовите рамки“ на търсенето. Разлики са констатирани и при половината от разглежданите атрибути на жилищния недвижим имот – инструменталните „Квадратуа“ и „Тип строителство“, експресивните „Етаж“ и „Район“, и финансово-юридическите характеристики „Степен на завършеност“ и „Цена“. Болшинството от установените разлики между половете се характеризират със слаб ефект. Значими полови различия със среден ефект са констатирани при етапа „Вземане на окончателно решение“, под-етапа „Избор на момент за покупка“ и атрибутите „Тип строителство“ и „Район“.

Втората група връзки и зависимости разглежда **въздействието на демографски фактори и характеристики на покупката** върху възприятията на мъжете и жените в три направления: влиянието им в процеса на покупка, специализацията на ролите и тяхното отношение към

критериите за избор на имот. За целите на анализа, съобразно своята приложимост към конкретния случай, са използвани Т-тест за независими извадки и анализ на вариацията, а за валидация на техните резултати – съответно тест на Ман-Уитни и тест на Кръскал-Уолис. Наличните данни сочат, че демографските характеристики оказват значително по-силно влияние върху възприятията на мъжете, докато характеристиките на покупката имат по-забележимо въздействие върху мненията на дамите.

Към списъка с установени демографски детерминанти спадат юридическа форма на брака, продължителност на брака при официалните семейства, продължителност на съвместния живот на партньорите, етап на жизнения цикъл на семейството, наличие на деца, възрастова група, степен на завършено образование и доход. Към характеристиките на покупката се включват наличие на предишен потребителски опит в покупката на недвижими жилищни имоти, цел на покупката – за жилищни, ваканционни или инвестиционни нужди на семейството и избрания канал за осъществяване на покупката – с посредничеството на агенция за недвижими имоти, директно от строителя или от предишен собственик.

Не са открити съществени разлики в модела на разпределение на влиянието между партньорите в семейства с и без деца, както и между брачните и съжителстващи двойки. Въпреки това, безбрачните семейства проявяват по-ясни възприятия за специализация на ролите на съпрузите при избора на имотни атрибути. Характеристиката на покупката оказват по-осезаемо въздействие върху възприятията на съпругите, в сравнение с техните съпрузи. Факторът „Населено място“ е изключен от детерминантите в разглеждания модел, тъй като не е установено да въздейства върху формирането на възприятия за разпределение на влиянието, специализацията на ролите и отношение на съпрузите към критериите за избор на имота.

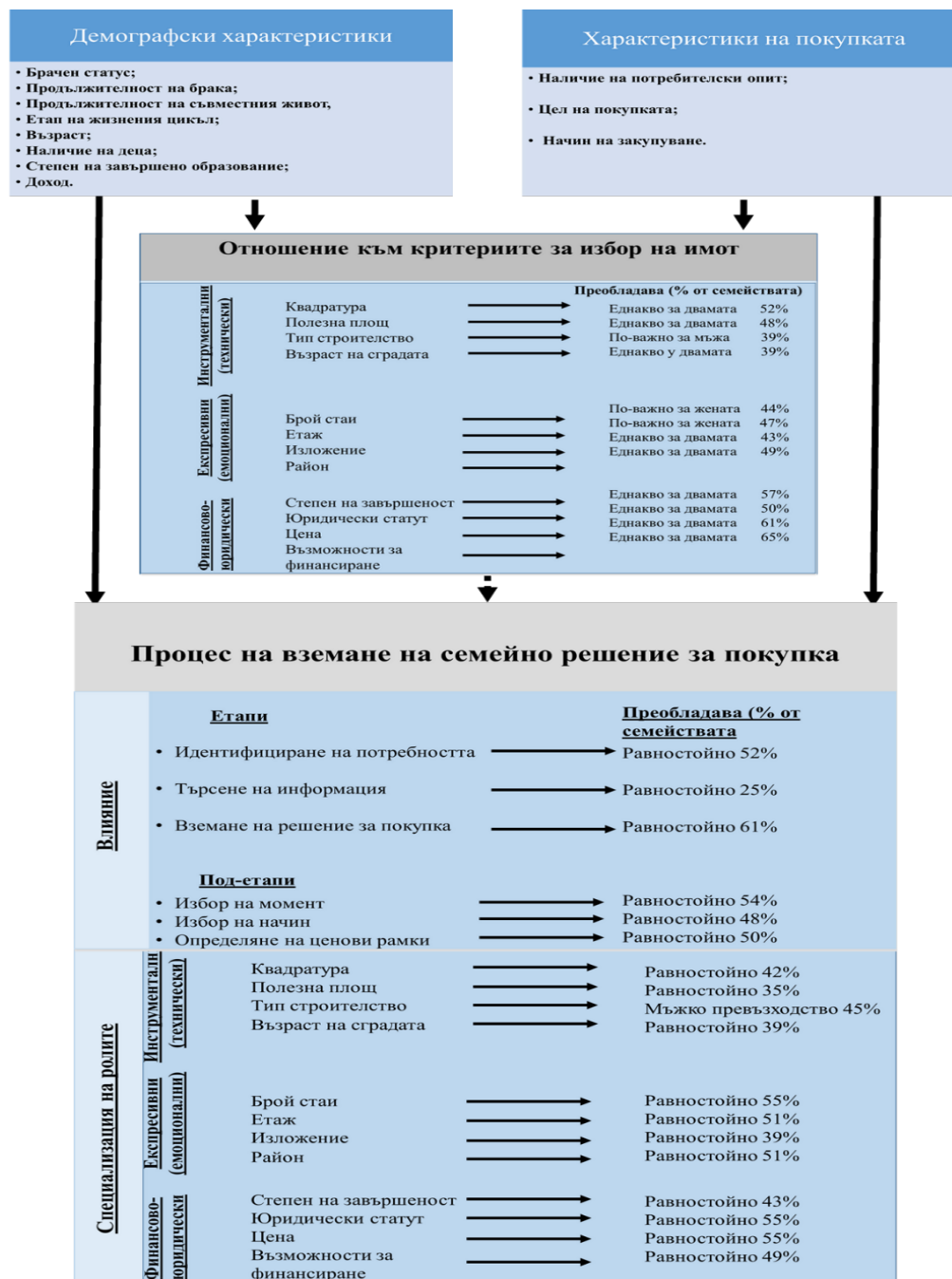
Последната група връзки и зависимости разглежда въздействието на отношението на съпрузите към критериите за избор върху елементите на всеки от двата конструкта – вътрешно-семеино влияние и специализация на ролите на съпрузите. Разликата в отношението на двамата съпрузи към критериите за избор не се явява фактор за вътрешно-семеиното разпределение на влиянието при трите етапа на процеса на вземане на семеино решение за покупка. При под-етапите на процеса се откриват няколко зависимости:

- между вътрешносемеиното влияние при „Избор на начин на закупуване“ и значимостта на двата юридически критерия;
- между „Определяне на ценовите рамки“ и отдадената от съпрузите важност на три експресивни характеристики „Брой стаи“, „Етаж“ и „Изложение“;
- между „Избор на момент за покупка“ и значимостта на два от инструменталните атрибути - „Квадратура“ и „Тип строителство“.

Установени са връзки между разликите във възприятията за специализация на ролите на съпрузите и отношението им към критериите за избор в рамките на експресивната категория. В два от случаите – „Брой стаи“ и „Район“, връзката е между възприетата важност и властта на съпрузите при избора на едноименната характеристика. Въпреки това, ограниченият набор от зависимости не дава основание да се говори за пряко въздействие на отношението към критериите за избор на имота върху вътрешно-семеините възприятия за специализация на ролите и разпределение на влиянието между съпрузите.

В параграф 3.3. е представен детерминативен модел за вземане на семеино решение за покупка на недвижим жилищен имот, синтезиран на база резултатите от проведеното емпирично изследване. Изведеният детерминативен маркетингов модел, представен във фигура 6, разкрива

важни аспекти на семейното потребителско поведение в контекста на настоящата социално-икономическа ситуация в страната.



Фигура 6. Детерминативен модел за вземане на семейно решение за покупка на недвижим жилищен имот

Източник: Изведен от автора

Установеният набор от фактори показва основни детерминанти на семейното потребителско поведение. Представеният процес може да послужи като инструмент за бърза и лесна ориентация в потребностите, активни във всеки един момент от имотната покупка. Идентифицирането на фазата на търсенето, в която се намират потребителите, дава възможност за предоставяне на необходимата информация в точния момент, както и навременно предлагане на продукти и услуги, свързани с обектите на недвижимата собственост. Параметрите на влиянието и специализацията на ролите на съпрузите разкриват разпределението на интересите и отговорностите между тях. По този начин способстват за правилно промотиране на характеристиките на имота, пред партньора, в чиито компетенции се намират.

Прилагането на изведения модел в практическа обстановка може да допринесе за повишаване на ефективността и конкурентоспособността както на продавачите на имотния пазар, така и на предприятия, предлагащи допълващи услуги и стоки като консултантски, юридически, интериорен дизайн, строително-ремонтни дейности, строителни материали, мебелировка и други. По този начин може да се постигне и оптимизиране на потребителското търсене като вложени време, усилия и други ресурси, и постигане на задоволителен изход от имотната покупка.

В параграф 3.4. са обобщени направените изводи и са дадени препоръки за бъдещи изследвания. Представеното изследване разкрива модела за вземане на семейно решение за покупка на недвижим жилищен имот на съвременното българско семейство. Фокусът пада върху връзките между индикатори на конструктите „разпределение на влиянието“, „специализация на ролите“ и „отношение към критериите за избор на имота“. Този подход позволява извеждане на ценна основа за решаване на установените проблеми, свързани с липса на информация за поведението на семействата в България като купувачи на обекти на недвижимата

собственост. Предвид комплексната и многопластова природа на семейното потребителско поведение, за маркетинговата теория и практика е важно тази методологична база да бъде надградена в следните направления:

- Разширяване на обхвата и дълбочината на изучаваните взаимовръзки между конструктите, добавяне към изследователския дизайн на нови елементи и конструкти, за постигане на по-цялостен поглед към механизмите и детерминантите на потребителските вътрешно-семеини взаимодействия.
- Добавяне на динамичен момент към модела чрез проследяване на поредица от избори във времето, в резултат на използване на разработения инструментариум за проучване на последващи имотни покупки от страна на същото семейство. Предвид ниската честота на покупката на жилищни недвижими имоти, възможностите за това са ограничени.
- Модификация на изградената методика за изследване на семейните решения за покупка на продукти от други продуктови категории, с висока или ниска честота на покупката.
- Преодоляване на проблемите, свързани с изкривяване на данните в резултат на разлики във възприятията на партньорите, чрез добавяне към изследователския дизайн на инструменти за улавяне на индиректното влияние на съпрузите или допълване с трета, независима гледна точка на друг член на семейството или лица, имащи отношение към осъществяваната покупка.
- Приложение на разработената методика за провеждане на изследване, насочено към разкриване на разликите в модела между респонденти от различни националности, етнически и културни групи, както и в различни географски рамки.

- Списъкът с критерии за избор на имот може да бъде допълван за постигане на по-голяма изчерпателност или променян, спрямо спецификите на конкретен сегмент на имотния пазар.
- Повторно тестване на изследователската методика за потвърждение на получените резултати и увеличаване на обема на извадката.
- Адаптиране и приложение на разработения инструментариум за изследване на потребителското поведение на двойки с нетрадиционна сексуална ориентация и други алтернативни семейни форми за установяване на разлики и сходства в модела на тяхното поведение.

Трябва да се имат предвид проблеми, свързани с липса на информация, необходима за целеполагането на едно емпирично изследване като бази данни за семейния статус на купувачите на недвижими жилищни имоти и липсата на официални данни за нетрадиционните семейни форми в страната. Тези условия поставят сериозни ограничения пред конструирането на представително изследване и затрудняват достъпа до респонденти, осъществили семейна имотна покупка.

Заключение

В заключението е представено изпълнението на поставените цел и научни задачи на дисертационното изследване. В рамките на изследването е установено, че макар цената на недвижимия обект да се очертава като характеристика на покупката с водещо значение за респондентите, финансовият критерий далеч не е единствената детерминанта на семейния потребителски избор. Изводът, че закупуването на имот е комплексен процес, в течение на който семейството прави поредица от избори, свързани с характеристики на имота, пространствено-времеви рамки за осъществяване на покупката, информационно обезпечаване и др. **потвърждава първата хипотеза на изследването.** Липсата на случаи, в

които всички избори в процеса са осъществени еднолично от единия партньор **потвърждава втората хипотеза на дисертационното изследване.** Като цяло, сред семействата се открива висока степен на равнопоставеност между съпрузите в течение на процеса на вземане на семейно решение за покупка, като същевременно се вижда специализация на ролите при избора на отделни атрибути и полови разлики в отношението към критериите за оценка на имота. Въз основа на ограничения набор от открити взаимовръзки между юридическия брачен статус на семейството и разглежданите елементи на изследваните конструкции **може да бъде приета хипотезата за отсъствие на съществени разлики в потребителското поведение на съпрузите от „традиционни“ брачни и „модерни“ безбрачни семейства.**

На базата на трите доказани хипотези на дисертационното изследване е потвърдена **основната теза**, заложена в настоящия труд. Моделът за вземане на семейно решение за покупка на недвижим жилищен имот, който се отнася към българските семейства е изведен въз основа на проведеното изследване на процеси и взаимодействия, протичащи между съпрузите, под влиянието на комплекс от вътрешни и външни фактори.

В края на заключението са подчертани основните приноси моменти, формулирани в резултат на задълбоченото изследване на взаимодействията на съпрузите от българските семейства в контекста на покупката на недвижим жилищен имот.

III. СПРАВКА ЗА ПРИНОСИТЕ В ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

Основните научни и практико-приложни приноси на проведеното дисертационно изследване могат да се обобщят до следните:

1. Изведена е авторова класификация на моделите за вземане на семейно решение за покупка.

2. Представена е модификация на модела на жизнен цикъл на семейството на Джили и Енис⁵. Въз основа на наличните статистически данни от Преброяването на населението и жилищния фонд в Р. България е изведен жизнен цикъл на съвременното българско семейство.
3. Разработена е методика за емпирично тестване на модела за вземане на семейно решение за покупка на недвижим жилищен имот, адаптирана към съвременните условия. Посредством нейното приложение е изведен детерминативен статичен маркетингов модел на вземане на семейно решение за покупка на недвижим жилищен имот, който се отнася за българското семейство, в контекста на настоящите социално-икономически и демографски реалности в страната.
4. Диаграмите на ролевото разпределение, предложени от Уолф⁶ са доразвити, като са адаптирани за представяне на данни, измерени по 5-степенна скала.

⁵ Gilly, M., Ennis, B., 1982, Recycling The Family Life Cycle: A Proposal For Redefinition, *Advances in Consumer Research*, 9, 271-276

⁶ Wolfe, D. M., 1959, *Power and Authority in the Family*, Studies in Social Power, Ann Arbor: University of Michigan Press.

IV. ПУБЛИКАЦИИ ПО ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

Научни статии:

1. Kancheva, I., 2017, Gender Role Distribution In Residential Real Estate Family Decision Making, Network Intelligence Studies, Fundația Română pentru Inteligența Afacerii, 10, 123-130

ISSN: 2344-1712

Достъпна на адрес:

https://econpapers.repec.org/article/cmjnetwor/y_3a2017_3ai_3a10_3ap_3a123-130.htm - последен достъп 09.09.2018 г.

Научни доклади:

1. Кънчева, И., 2012, Модели за вземане на семейно решение за покупка, Маркетингът - реалност и проекции в бъдещето: Сборник доклади от международна научна конференция, Университетско издателство „Наука и икономика“, Варна, 519 – 526

ISBN/ISSN: 978-954-21-0615-9

2. Кънчева, И., 2013, Анализ на основни показатели за активност в пазара на недвижими имоти във Варна, Сборник с доклади от Научна конференция на младите научни работници, Университетско издателство „Наука и икономика“, Варна, 242-250

ISBN/ISSN: 1314-4812

3. Kancheva, I., 2015, Residential real estate purchase: Role distribution within the family, Proceedings of International Conference Dedicated to the 25th Anniversary of the Speciality International Economic Relations Held at University of Economics - Varna, Varna: University Publishing House Science and Economics, CD

ISBN 978-954-21-0875-7

V. ДЕКЛАРАЦИЯ ЗА ОРИГИНАЛНОСТ

Декларирам, че настоящата дисертация е изцяло авторски продукт и в нейното разработване не са използвани в нарушение на авторските им права чужди публикации и разработки.