

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ПАТТЕРНЫ ПОВЕДЕНИЯ СОВРЕМЕННЫХ РОССИЯН: СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

К.В. Лапшинова, кандидат социологических наук, доцент кафедры гуманитарных и социальных дисциплин,

Государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования Московской области

«Технологический университет» («МГОТУ»), г. Королев, Россия.

А.В. Панявин, старший преподаватель кафедры гуманитарных и социальных дисциплин,

Государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования Московской области

«Технологический университет» («МГОТУ»), г. Королев, Россия.

Статья посвящена изучению особенностей потребительского поведения жителей Московской области из различных социально-демографических групп. В исследовании представлено описание основных современных паттернов социально-экономического поведения.

Паттерны поведения, потребление, социально-экономическое поведение.

CONSUMER PATTERNS OF BEHAVIOR OF CONTEMPORARY RUSSIANS: SOCIOLOGICAL ANALYSIS

K.V. Lapshinova, Candidate of Sociological Sciences, Associate Professor of the Department of Humanitarian and Social Sciences, State Budget Educational Institution of Higher Education of the Moscow Region "Technological University" ("MGOTU"), Korolev, Russia.

A.V. Panyavin, Senior Lecturer of the Department of Humanitarian and Social Sciences, State Budget Educational Institution of Higher Education of the Moscow Region "Technological University" ("MGOTU"), Korolev, Russia.

The article is devoted to the study of the peculiarities of consumer behavior of the inhabitants of the Moscow region from different socio-demographic groups. The study describes the main modern patterns of socio-economic behavior.

Patterns of behavior, consumption, socio-economic behavior.

Система традиций и социальных норм экономического поведения является продуктом эволюции человеческой цивилизации. Социально-экономические реформы в РФ последних десятилетий привели к трансформации социальных и экономических отношений, в том числе к изменению паттернов различных видов экономического поведения [3, С. 36-42]. Происходит адаптация россиян к новым условиям жизни, повышается их уровень экономической грамотности [5, С. 46-53].

На сегодняшний день одним из самых распространенных видов экономического поведения является потребительское поведение, отражающее действия индивидов, приобретающих товары и услуги для личного потребления [4, С. 86-92].

Неотъемлемой частью потребительского поведения являются походы в магазин и совершение покупок. Несмотря на то, что эти действия характерны для всех людей в мире, социально-экономические паттерны россиян имеют ряд особенностей.

Авторами статьи в 2016-2017 гг. было проведено социологическое исследование социально-экономического поведения жителей Московской области с целью выявить и проанализировать основные социально-демографические факторы, оказывающие влияние на социально-экономические установки и паттерны поведения.

Отличительной чертой потребителей в России является то, что они до сих пор предпочитают расплачиваться при покупке товаров и услуг наличными деньгами (37,58%), а банковской картой пользоваться только в тех случаях, когда речь идет о покупке дорогостоящих товаров (27,27%). Тем не менее, треть опрошенных (30,91%) считает, что им удобнее

расплачиваться картой независимо от суммы покупки. Причем среди тех, кто предпочитает использовать банковскую карту заметно преобладает молодежь (41,3%) до 30 лет. Интересно также отметить, что женщины более активно расплачиваются банковской картой (34%), чем мужчины (26,9%).

Следующий вопрос, который был нами задан респондентам, звучал так: «Если в данный момент Вы испытываете финансовые трудности, но Вам хочется купить какую-нибудь не очень нужную дорогую вещь, то Вы...»? Треть опрошенных предпочитает для этих целей откладывать деньги на покупку (35,2%). Почти столько же человек будут убеждать себя в том, что покупка им не нужна и откажутся от приобретения понравившейся вещи (34,5%). 12,7% участников опроса согласны купить аналогичную вещь дешевле, а 8,5% – займут денег у родственников или друзей. И только 3,6% респондентов готовы взять кредит. Данные ответы свидетельствуют, что большая часть россиян с недоверием относится к жизни в кредит. Мужчины, в отличие от женщин, действуют более решительно. Среди них больше тех, кто готов взять кредит (4,5% мужчин и 3,1% женщин) или занять денег для покупки понравившейся вещи (13,4% мужчин и 5,2% женщин). Среди женщин больше тех, кто откажется от покупки (38,1% женщин и 28,4% мужчин) или будут копить деньги на покупку (36,1% женщин и 34,3% мужчин).

Оказывает влияние и материальное положение. Респонденты из обеспеченных групп населения чаще готовы занять деньги, чтобы купить понравившуюся вещь (10%), взять кредит (4,3%) или накопить недостающую сумму (37,1%). Участники опроса из необеспеченных слоев общества предпочитают иные стратегии экономического поведения. Они чаще будут убеждать себя, что вещь им не нужна и откажутся от покупки (37,4%). Так же они предпочитают покупать более дешевые аналоги дорогих вещей (14,3%), чем их более обеспеченные сограждане.

В продолжение темы респондентов спросили, чем бы они, в первую очередь, руководствовались при покупке автомобиля. Самым популярным ответом была «безопасность» (47,9%). На втором месте оказался комфорт (44,8%). Экономичность оказалась на третьей позиции (38,2%). Последнее место занял «престиж» (7,9%). Это может свидетельствовать о том, что автомобиль для россиян – это, в первую очередь, средство передвижения, а не показатель статуса.

Так же было выявлено, что жители Подмосковья до сих пор очень редко пользуются такой услугой как доставка товаров на дом. Четверть опрошенных никогда не прибегали к данному сервису (24,85%). Примерно каждый десятый респондент выбрал варианты «раз в год» и «раз в несколько лет». Причем, в основном, данной услугой пользуются, если речь идет о крупных покупках.

Сейчас все чаще покупки совершают посредством сети Интернет.

Согласно данным ВЦИОМ доля Интернет-пользователей в России растет с каждым годом: если в 2011 г. (по данным за 1 кв.) она составляла 51%, то в 2017 г. – уже 75%. Среди молодежи 18-24 лет практически ежедневно заходят в Сеть около 90%. Сеть более половины граждан используют для общения с друзьями и близкими (64%), в качестве источника новостей (60%) и развлечений (54%). Каждый второй через Интернет проходит обучение и получает самообразование (49%), осуществляет банковские операции (46%). Наименее распространенным (из числа предложенных опций) на данный момент является покупка товаров и услуг длительного пользования (34% опрошенных используют для этого Интернет, а 44% – нет) [1].

В данном исследовании респондентам предлагалось ответить на вопрос: «Как часто Вы пользуетесь услугами Интернет-магазинов при покупке каких-либо вещей?». Были получены следующие данные: 28,5% опрошенных делают покупки в Интернет-магазинах несколько раз за 2-3 месяца; 25,5% – раз в полгода; 19,4% – никогда. Таким образом, можно констатировать достаточно низкую покупательную активность российских Интернет-пользователей. Значимых различий по полу в этом вопросе не выявлено. Обеспеченные россияне чаще, чем необеспеченные граждане пользуются услугами Интернет-магазинов. Так же чаще Интернет-шоппингом занимаются молодые люди до 30 лет. Наиболее популярными Интернет-магазинами являются: AliExpress (27,6%), Ozon (21,8%), Lamoda – 18,4%.

За покупки в Интернет-магазинах, как правило, можно расплачиваться с помощью электронных платежных систем. Поэтому респондентам был задан вопрос о том, какими системами они пользуются. Ответы распределились следующим образом: QIWI (28,6%); Яндекс-деньги (13,7%) и WebMoney (8,1%). Большая часть опрошенных (61,5%) не пользуется данным способом оплаты.

Потребительское поведение включает в себя не только покупку мелких товаров и услуг, но и приобретение достаточно дорогостоящих объектов недвижимости. На протяжении длительного

времени одним из самых острых вопросов в социальной политике РФ остается проблема обеспечения граждан доступным жильем, отвечающим современным требованиям и существующим нормативам.

Согласно Указу Президента РФ от 7 мая 2012 г. N 600 «О мерах по обеспечению граждан Российской Федерации доступным и комфортным жильем и повышению качества жилищно-коммунальных услуг» Правительству Российской Федерации надлежит обеспечить:

а) до 2017 года – увеличение доли заемных средств в общем объеме капитальных вложений в системы теплоснабжения, водоснабжения, водоотведения и очистки сточных вод до 30 процентов;

б) до 2018 года:

- снижение показателя превышения среднего уровня процентной ставки по ипотечному жилищному кредиту (в рублях) по отношению к индексу потребительских цен до уровня не более 2,2 процентных пункта;
- увеличение количества выдаваемых ипотечных жилищных кредитов до 815 тысяч в год;
- создание для граждан Российской Федерации возможности улучшения жилищных условий не реже одного раза в 15 лет;
- снижение стоимости одного квадратного метра жилья на 20 процентов путем увеличения объема ввода в эксплуатацию жилья экономического класса;

в) до 2020 года – предоставление доступного и комфортного жилья 60 процентам российских семей, желающих улучшить свои жилищные условия. [8]

В ходе данного исследования респондентам был задан вопрос о том, нуждаются ли они в улучшении жилищных условий. Ответы разделились почти по полам: 46,5% опрошенных скорее не нуждаются в улучшении условий и 49,7% участников опроса скорее нуждаются. Причем, больше в улучшении жилищных условий нуждаются женщины (хотя различия с мужчинами не существенны), молодые люди до 30 лет (60,8%) и необеспеченные слои населения (64%).

На вопрос, планируют ли респонденты улучшать свои жилищные условия в ближайшие 2-3 года, почти половина участников опроса ответила «нет, так как в этом нет необходимости» (37,9%). Четверть респондентов планируют это сделать (25,5%). И почти столько же опрошенных хотели бы улучшить условия, но не имеют такой финансовой возможности (28,0%).

Отрадно отметить, что собираются улучшать в ближайшее время свои жилищные условия в основном молодые люди до 30 лет (38%). И, что у почти половины опрошенных из старшей возрастной группы нет проблем с жилищными условиями (45,5%). Так же стоит отметить, что женщинам сложнее улучшить свои условия проживания (31,9%). Наибольшие трудности в вопросе улучшения жилищных условий испытывают люди из необеспеченных социальных групп (43,8%)

Интересные ответы были получены на вопрос: «Каким образом, Вы планируете улучшить свои жилищные условия?». Так, почти половина опрошенных (42,3%) планирует воспользоваться ипотекой. Почти треть респондентов хотела бы приобрести недвижимость на собственные накопления (29,5%). И только каждый десятый планирует снимать жилье (11,5%).

Снимать жилье больше готовы молодые люди до 30 лет (14%), причем только женщины, среди старшей возрастной группы таких только 8,3%, то есть почти в два раза меньше. Среди представителей старшего поколения больше тех, кто планирует получить жилье от государства (8,3%). Причем в этой группе преобладают представительницы прекрасного пола. Купить жилье на собственные сбережения чаще могут себе позволить люди старше 30 лет (30%).

Четверть респондентов (26,25%) планирует купить новую квартиру в строящемся доме и столько же (26,25%) – в уже построенном доме. Купить квартиру на вторичном рынке жилья планирует лишь каждый десятый (12,5%). И каждый пятый участник опроса не планирует приобретать недвижимость (21,25%).

Большая часть тех, кто собирается покупать жилье, планирует воспользоваться ипотечным кредитом для покупки новой квартиры в строящемся или в уже построенном доме. Поэтому рассмотрим общую ситуацию на рынке жилья в Московской области и проанализируем отношение респондентов к ипотеке.

Почти каждый пятый участник анкетного опроса живет в жилье, приобретенном благодаря ипотечному кредиту (17,5%). Еще треть респондентов планирует воспользоваться ипотекой для решения жилищных проблем (36,%). Около половины опрошенных не рассматривают этот вариант (43,3%).

Среди тех, кто не нуждается в улучшении жилищных условий 68,8% уже взяли ипотечный

кредит. 55,6% респондентов, очень нуждающихся в улучшении жилищных условий, планируют воспользоваться ипотекой. Среди тех, кто «скорее нуждается» в покупке жилья, готовы взять ипотеку 40%. Половина молодых людей моложе 30 лет планирует воспользоваться ипотекой (52,8%). Почти 40% представителей старшего поколения этот шаг уже сделали. Интересно отметить, что приобретают жилье благодаря ипотеке в основном мужчины. Женщины действуют более нерешительно. Среди тех, кто нуждается в улучшении условий, но не планирует брать ипотечный кредит женщин больше мужчин. Можно предположить, что при покупке жилья семьей по ипотеке, кредит оформляется на мужа. Представители необеспеченных слоев населения часто не рассматривают вариант покупки квартиры по ипотеке.

Из приведенных данных, можно сделать вывод, что ситуация в жилищной сфере Московской области достаточно стабильная.

В дополнение к результатам социологического исследования было бы интересно посмотреть экспертные данные в области динамики рынка недвижимости Московской области за 2016 год. Специалисты аналитического центра ЦИАН считают, что кризис, который начался в середине 2014 года, пока не закончился, но рынок адаптировался к новым условиям. Кризис характеризуется тем, что, в первую очередь, снижаются реальные доходы населения, то есть «падает спрос» на объекты недвижимости. При этом продолжается ввод в реализацию новых проектов, новых квартир, то есть «растет предложение». Потенциальный объем в анонсированных к старту корпусах и новых ЖК превышает текущие темпы продаж и грозит рынку затовариванием [7].

В отчете ЦИАН отмечается, что в 2014-2016 гг. это приводило к снижению реальных цен сделок, появлению проблемных ЖК и застройщиков, близких к банкротству, увеличению просроченной задолженности у участников рынка. Несмотря на ухудшение экономической обстановки, число сделок (заключенных ДДУ) растет на протяжении всего 2016 года и находится на рекордных уровнях. Так, в Московской области за 11 месяцев 2016 года зарегистрировано 83 229 ДДУ. В 2015 году в Московской области было заключено около 97 000 ДДУ. Также происходит переток клиентов с вторичного рынка. Еще одним способом привлечения покупателей стал рост доли 1-комнатных квартир, квартир-студий и снижение средних метражей квартир. Это позволило насытить рынок более ликвидными предложениями [7].

Таким образом, данные экспертов свидетельствуют, что в Подмосковье в последние годы складывается достаточно стабильная и благоприятная ситуация для приобретения жилья.

При совершении покупок россияне все чаще пользуются услугами кредитования.

Кредитное (заемное) поведение – это деятельность индивида или домохозяйства, в процессе которой происходит заимствование денежных средств, предполагающее их обязательное последующее возвращение.

По словам Ж. Бодрийяра, «ныне родилась новая мораль: мораль опережающего потребления по отношению к накоплению, мораль убегания вперед, форсированного инвестирования, ускоренного потребления и хронической инфляции (копить деньги становится бессмысленно); отсюда берет начало вся современная система, где вещь сначала покупают, а затем уже выкупают своим трудом» [2, С. 109].

В России каждый год выдается все больше кредитов.

Объединенное Кредитное Бюро представило сводную статистику по всем выданным кредитам за 9 месяцев 2016 года. Так, всего за сентябрь кредитные учреждения России выдали 2,003 млн. новых кредитов общим объемом около 271,03 млрд. руб. В годовом отношении количество выданных займов уменьшилось на 4%, при этом их объемы возросли на 13%. В сентябре 2015 года было выдано 2,084 млн. кредитов на общую сумму 238,40 млрд. руб. Количество новых кредитов, выданных наличными, выросло на 2% за последний год, но сумма выданных денег при этом возросла на 22%. В сентябре 2016 г было выдано 1,36 млн. кредитов наличными на сумму 151,57 млрд. руб. (В 2015 году банки выдали 1,33 млн. кредитов на 124,67 млрд. руб.) [6].

Исходя из всего вышесказанного, можно констатировать, что исследования, посвященные изучению кредитного (заемного) поведения населения, сегодня приобретают особую актуальность.

В ходе данного социологического исследования респондентам был задан вопрос: «Если Вам срочно понадобилась некоторая сумма денег, которой у Вас в данный момент нет, то, что Вы сделаете?». Подавляющее число опрошенных (71,5%) предпочитают в таких ситуациях обращаться за помощью к родственникам и друзьям. И только каждый десятый участник опроса

готов взять кредит в банке (11,5%). 17,0% респондентов затруднились ответить на данный вопрос. По полу значительных различий при ответе на данный вопрос не было выявлено. Что касается возраста, то представители старшего поколения чаще готовы брать кредит, чем молодежь. А респонденты до 30 лет больше рассчитывают на помощь родственников и друзей. Интересно отметить, что представители необеспеченных слоев населения чаще берут кредит (14,3%), чем обеспеченные (8,6%). А обращаются к друзьям и знакомым за помощью чаще обеспеченные люди (75,7%), чем необеспеченные (67%).

Следующий вопрос, который был задан респондентам: «Какие у Вас ассоциации со словом «кредит»?». Все названные ассоциации были сгруппированы в несколько блоков, в каждом из которых была выделена эмоциональная доминанта. Более трети участников опроса (39,3%) относятся к кредитам крайне негативно. Среди мужчин больше, чем среди женщин, тех, кто позитивно относится к процедуре кредитования, считая, что это новые возможности для приобретения товаров (11,4% мужчин и 8,4% женщин). У женщин преобладает негативное отношение к кредитованию. В молодежной группе больше тех, кто думает, что брать кредит не выгодно с рациональной точки зрения (18,9%).

Видимо это связано с тем, что респонденты в возрасте до 30 еще недостаточно «крепко стоят на ногах» и их доходы ниже, чем у представителей старшего поколения. Так же молодые люди более позитивно относятся к самой практике кредитования (13,3%), чем более взрослые участники опроса (6,2%). Помимо этого, молодежь чаще демонстрирует нейтральное отношение к понятию «кредит» (16,7% против 12,3%). Представители старшего поколения более негативно относятся к кредитам. Понятие «кредит» чаще в их сознании связано с такими понятиями как «хмут, долговая яма, смерть, страх, рабство, кабала, бремя, зависимость, оковы, ярмо, клетка, пропасть, цепь, ошейник, кандалы, болото, зло, опасность» (44,4%) или «обман, вызывает недоверие, рискованное мероприятие, грабеж, мошенничество».

Около трети респондентов считают, что кредиты – это зло и стараются их не брать, предпочитают занять деньги у знакомых (27,9%). Четверть участников опроса также негативно относится к кредитам, но воспринимает их как вынужденную меру, необходимую для покупки дорогих вещей (24,2%). Респонденты чаще высказывают позитивное отношение к кредитам, если речь идет о покупке действительно дорогих вещей (15,2%) или – о небольших суммах для личных и семейных нужд (7,3%). Только каждый десятый опрошенный положительно воспринимает практику кредитования, полагая, что это норма сегодняшнего времени и весь мир так живет (9,1%).

Среди обеспеченных граждан, по сравнению с необеспеченными, больше тех, кто положительно относится к кредитам и полагает, что кредитование – это нормальное явление, если роль идет о покупке действительно дорогих вещей (21,4% против 11,0%). Среди необеспеченной группы населения больше тех, кто полагает, что кредиты – это зло и лучше их не брать, а занять у знакомых или родственников (30,8%).

Молодое поколение более положительно настроено по отношению к системе кредитования. Среди респондентов в возрасте до 30 лет больше тех, кто считает, что «кредиты – это абсолютно нормально, весь мир так живет» (10%), «кредиты можно брать, если речь идет о небольших суммах для бытовых и семейных нужд» (8,8%), «кредиты можно брать на покупку действительно дорогих вещей» (17,5%).

Большая часть респондентов никогда не брала кредит (59,01%). Самым популярным ответом на вопрос, почему они не брали кредит, был «не было потребности в кредите» (53,2% от тех, кто не брал кредит). Различия по полу в данном вопросе не существенны. Люди старшего возраста чаще берут кредит (61%), чем молодые люди (22,8%). Это может быть связано с тем, что респонденты до 30 лет чаще не имеют постоянного, стабильного заработка. Но, с другой стороны, данные анкетирования показывают, что кредиты чаще берут респонденты из необеспеченных слоев населения, так как видимо денег на проживание и повседневные бытовые нужды не хватает.

Нужды, на которые участники опроса брали кредит, можно представить следующим образом: на приобретение товаров длительного пользования (47,1%); на покупку автомобиля (37,1%); на покупку жилья и недвижимости (30%); на лечение и восстановление здоровья (10%); на развитие собственного дела (8,6%); на проведение отдыха (5,7%); на приобретение дорогих вещей (4,3%). Как видно из приведенного перечня, россияне чаще берут кредиты на товары длительного пользования, в том числе автомобили.

У большей части опрошенных в настоящее время нет непогашенных кредитов (59,5%). Также 83,3% ответили, что у них нет и не было сложностей с исполнением своих кредитных

обязательств. По полу различия в данном вопросе не значительные. Большее влияние оказывает такой фактор, как материальное положение респондента. Необеспеченным респондентам чаще приходится брать кредит. И у них чаще возникают сложности с его погашением.

При возникновении трудностей с выплатой долга, россияне предпочитают рассчитывать, в первую очередь, на свои силы (33,1%). Обратятся за помощью к родственникам и друзьям 29,2%. Обратятся в банк с просьбой об изменении условий выплаты кредита (22,3%). Значительных отличий при ответе на данный вопрос не выявлено ни по полу, ни по возрасту. Подавляющее число опрошенных (87%) считают, что невыплата кредита является правонарушением.

В ходе исследования также было выявлено отношение жителей Московской области к долгам. Было показано, что в основном респонденты дают деньги в долг, но соблюдая при этом определенные условия: 42,68% респондентов дают в долг только, если сами располагают достаточными средствами и 39,02% дают в долг только близким людям. Если же должник не отдает долг в положенное время, то треть респондентов напомним ему об этом, только если самим очень понадобятся деньги (36,59%). 28,05% опрошенных обязательно напомним и 21,34% жителей Подмоскovie напомним только, если речь идет о большой сумме. Таким образом, можно видеть, что строго в срок требовать погашения долга у россиян не принято. Женщины (10,3%), в отличие от мужчин (4,5%), в два раза чаще дают в долг, когда об этом их кто-либо просит не зависимо от ситуации. Мужчины чаще дают в долг, если сами в этот момент располагают достаточной суммой денег (46,3%). Среди женщин таких – 40,2%. Женщины чаще всего дают в долг только близким людям (42,3%), в отличие от мужчин (34,3%). У мужчин в два раза больше тех, кто никогда не дает в долг, чем у женщин (10,4% против 5,2%). И только среди мужчин есть люди, дающие в долг под процент (1,5%). Мужчины чаще обязательно напоминают должнику о том, что надо вернуть долг (34,3%), таких женщин – только 23,7%. Если речь идет о большой сумме, напомним 20,9% мужчин и 21,6% женщин. Если самим очень понадобятся деньги, то напомним 43,3% женщин и 26,9% мужчин. Никогда не будут напоминать должнику о необходимости возврата денег 11,9% мужчин и 7,2% женщин. Возраст респондентов не оказывает значительного влияния на принятие решения о том, давать ли деньги в долг. Значительных отличий в ответах респондентов до 30 лет и старше не выявлено. Также нет существенных отличий в ответах на этот вопрос обеспеченных и необеспеченных участников опроса.

Подводя итоги, можно сказать, что у россиян постепенно формируются определенные паттерны социально-экономического поведения, которые во многом определяются социально-демографическими факторами, такими как пол, возраст, уровень материального благополучия.

Литература

1. А если без интернета?! // ВЦИОМ / Пресс-выпуск № 3346. 07.04.2017. <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=116148> (дата обращения: 20.04.2017 г.).
2. Алиева, И.А. Финансовое поведение населения: теоретический аспект // Вестник КРСУ. 2016. Том. 16. № 2. С. 107-109.
3. Лапшинова К.В., Ваденкова В.Н. Принципы распределения домашнего труда между супругами в современной городской семье // Социально-гуманитарные технологии. 2016. № 2. С. 36-42.
4. Лапшинова К.В., Подольская А.А. Потребительское поведение современных россиян // Социально-гуманитарные технологии. 2016. № 2. С. 86-92.
5. Лапшинова К.В., Чернышова А.Г. Экономическая грамотность россиян и их оценка экономической ситуации в стране // Вопросы региональной экономики. 2017. Т. 31. № 2. С. 46-53.
6. ОБК представило статистику по кредитам за 2016 год // За кредитом.ru. Все о кредитовании в России. http://www.zacreditom.ru/statistika_po_kreditam_za_2016 (дата обращения: 22.04.2017 г.).
7. Рынок новостроек Московского региона. Итоги 2016 года. // Realty.dmir.ru. Недвижимость и цены. <http://realty.dmir.ru/articles/37771/> (дата обращения: 21.04.2017 г.).
8. Указ Президента РФ от 7 мая 2012 г. N 600. «О мерах по обеспечению граждан Российской Федерации доступным и комфортным жильем и повышению качества жилищно-коммунальных услуг». // Информационно-правовое обеспечение Гарант. <http://base.garant.ru/70170944/#friends> (дата обращения: 20.04.2017 г.).