

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ НОВОГО ОБЩЕСТВА

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА НЕДВИЖИМОСТИ

ТЕТЮКОВА КСЕНИЯ АНДРЕЕВНА

магистрант Саратовского социально-экономического института (филиала)
ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В.Плеханова»,
Саратов, Россия.

e-mail: ntn.rjdf@gmail.com

БУРМИСТРОВА ИРИНА КОНСТАНТИНОВНА

доцент, Саратовского социально-экономического института (филиала)
ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В.Плеханова»,
Саратов, Россия.

e-mail: Burmistrova-sgseu@yandex.ru

АННОТАЦИЯ

В статье рассматриваются проблемы современного рынка недвижимости, а также маркетинговые факторы оказывающие влияние на рынок недвижимости Саратовской области. Проанализирована доля рынка недвижимости и специфика конкурентных отношений на нем.

Ключевые слова: рынок недвижимости, прибыль, маркетинговые коммуникации, задачи компаний недвижимости.

PROBLEMS OF DEVELOPMENT OF THE REAL ESTATE MARKET

KSENIYA TETUKOVA

master's degree student of Saratov Social and Economic Institute (branch) Russian Economic University named Plekhanov Georgy, Saratov, Russia

e-mail: ntn.rjdf@gmail.com

IRINA BURMISTROVA

Associate Professor, Saratov Social and Economic Institute (branch) Russian Economic University named Plekhanov Georgy, Saratov, Russia

e-mail: Burmistrova-sgseu@yandex.ru

ABSTRACT

The article deals with the problems of the modern real estate market, as well as marketing factors affecting the real estate market of the Saratov region. The share of the real estate market and the specifics of competitive relations on it are analyzed.

Keywords: real estate market, profit, marketing communications, real estate company objectives.

Одной из основных задач агентств по сделкам с недвижимостью является наращивание объемов продаж на рынке жилья. Роль рынка недвижимости достаточна существенна и связана в первую очередь с удовлетворением потребностей населения в жилье.

Рынок недвижимости в настоящее время характеризуется спадом объема продаж и снижением цен на жилье в старом жилом фонде, а также уменьшением объемов сделок [9]. Данная динамика сформировалась постепенно, в силу ряда причин, а именно:

введение ограничительных мер на экономику страны, повышение стоимости строительных материалов и соответственно увеличение издержек на возводимые строительные объекты [10];

снижение объемов инвестиционных средств в объекты недвижимости;

отсутствие средств в новое строительство приводит к банкротству строительных предприятий и фирм;

снижение платежеспособности потенциальных приобретателей недвижимости и т.п. [2]

С 2006 по 2015 годы население переводило свои сбережения в приобретение недвижимость, опасаясь нестабильной ситуации в экономике. К тому же в 2014-2016 годах произошло снижение доходов населения и недоступность финансовых средств привели к падению продаж на рынке недвижимости.

Одной из фирм работающей на рынке недвижимости Саратовской

области является ООО «Мир». Основной целью её деятельности является получение прибыли за счет коммерческих сделок с недвижимостью.

Обследование показало, что сделки по ипотечным кредитам в г. Саратов, составляют 75% от общего количества выданных кредитов по Саратовской области[4]. При этом сделки по ипотечным кредитам в Сбербанке по Саратову составляют 63% от общего количества проведенных операций. Так же компания «Мир» является лидером, на рынке недвижимости г. Саратова, по объему информационной базы.

ООО «Мир» занимает 20% рынка продаж недвижимости по Саратовской области и является одним из лидеров на рынке услуг в сфере проведения операций.

Основными конкурентами являются следующие организации:

ООО «Империя», г. Саратов;

ООО "Бюро недвижимости Smolyakoff", г. Саратов;

ООО «Святень», г. Саратов;

ООО «РБС», г. Саратов;

ООО «Рост-Риелт», г. Саратов.

Компания ООО "МИР" оказывает следующие услуги своим клиентам:

- помочь в поиске жилой и нежилой недвижимости, для дальнейшей ее покупки и продажи своим потребителям;
- оформление договоров купли-продажи недвижимости для клиентов компаний;
- помочь клиентам в заключении договоров аренды жилой и нежилой недвижимости;

- оценка и анализ рынка недвижимости в Саратове и Саратовской области.

О сбытовой политике рассматриваемого агентства недвижимости можно судить по объему реализации услуг агентства. В агентстве недвижимости «Мир» объем реализации услуг увеличился в 2018 г. на 60,1% по сравнению с 2017 годом, что свидетельствует о повышении эффективности сбытовой политики агентства. Эффективность сбытовой политики агентства происходит за счет проведения рекламных кампаний, мероприятий[5], а также формирования общественного мнения об агентстве в СМИ. Для продвижения услуг отдел маркетинга ООО «Мир» разрабатывает рекламные кампании.

Проведенные исследования показали, что агентство ООО «Мир» проводит рекламные кампании в местных СМИ – на телевидении, радио, журналах. Также компания использует наружную рекламу и интернет рекламу.

Главной стратегической целью деятельности агентства недвижимости является удержание лидирующих позиций на рынке г. Саратова и Саратовской области, кроме того, повышение доли рынка на ближайшие 5 лет с 20 до 50%.

Миссия агентства недвижимости «Мир» сформулирована следующим образом: «Лидировать на рынке недвижимости, постоянно задавая высокий уровень сервиса для клиентов.

Основой стратегии компании является

«Повышение

конкурентоспособности – через качество», которая включает в себя следующие пункты, обеспечивающие развитие агентства недвижимости:

- Все внимание – клиенту. Необходимо понимать их настоящие и будущие запросы, удовлетворять их потребности и стремиться превзойти их ожидания с учетом тех инвестиционных возможностей, которыми они располагают;
- прозрачность и открытость – командная работа, основанная на доверии и сотрудничестве. Поощрение чувства личной ответственности за порученное дело[7]. Создание в организации отношений, основанных на взаимопомощи и выручке;
- особое внимание – персоналу. Сделать организацию успешной могут только люди. Создание для каждого сотрудника условий для самосовершенствования и обучения, удовлетворения духовных и материальных потребностей[1];
- использование и развитие информационных технологий;
- справедливое вознаграждение персонала за качественный и эффективный труд. Интересы одного работника не должны превалировать над интересами организации[3];
- социальная поддержка сотрудников организации;
- честность в борьбе на рынке недвижимости.

Недвижимость и оказание риэлторских услуг – деятельность весьма специфичная. Несмотря на

различные слои в обществе и финансовые возможности людей, недвижимость всегда оставалась серьезной проблемой[6].

Невозможно выделить определенную целевую аудиторию для оказания риэлтерских услуг, так как для каждого вида недвижимого имущества существует определенный вид своего приобретателя.

Поэтому для информирования потенциального клиента агентства ООО «Мир» используются следующие коммуникационные инструменты: интернет-реклама – SEO-продвижение; тергетированная реклама; социальные сети; подача объявлений на сайты недвижимости: avito, kvadrat64, Юла, Из рук в руки, ЦИАН и т.д; реклама на телевидении; реклама на радио; реклама в печатных изданиях: Аргументы и Факты, Стройка, Коммерсантъ и прочие; информирование через сайт компании; выставление вариантов квартир в другие агентства недвижимости; запрос квартир и долевого строительства у инвесторов; сотрудничество с компаниями-застройщиками;

мероприятия для существующих и потенциальных клиентов; визитки; баннеры, билборды; рассылка информации по почтовым ящикам - «Раскидушки»; расклейка объявлений.

Каждое предприятие ставит перед собой цель – максимальное получение прибыли. Агентство недвижимости ООО "МИР" продает информацию об объектах недвижимости, в результате чего получает вознаграждение. Следовательно, информация является стратегически важным инструментом для агентства. Чтобы довести информацию до потенциального клиента, агентство ООО "Мир" использует комплекс маркетинговых коммуникаций, с учетом целевой аудитории.

Таким образом, рынок недвижимости в целом выполняет экономическую функцию сведения вместе покупателей и продавцов прав собственности на недвижимость. Он обладает перспективой развития, так как операции с недвижимостью имеют перспективную ценность, связывая социальные интересы людей.

ЛИТЕРАТУРА

1. Болдырева Т.В., Плеханов С.В. Влияние цифровых технологий на трансформацию предприятий пищевой промышленности//Актуальные проблемы экономики и менеджмента.2018.№3(19).С.5-9.
2. Бурмистрова И.К., Кублин И.М., Сулян Г.С., Тинякова В.И. Проблемные аспекты моделирования риска при внедрении инноваций// Учет и статистика.2018.№2(50).С.54-63.
3. Ключников С.В. Особенности аналитического обеспечения сегментарной отчетности корпоративной группы//Управление экономическими системами: электронный научный журнал.2011.№12(36).С.56.

4. Ключников С.В. Теоретические аспекты анализа инвестиционной привлекательности объектов инвестирования//Финансы и кредит.2010.№22(406).С.20-24.
5. Кублин И.М., Бурмистрова И.К. Применение модульного подхода в инновационном процессе// Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. 2010.№4(33).С.50-52.
6. Кублин И.М., Матковская Я.С. Состояние, перспективы и качество современной экономики: новые возможности и ограничения развития //Известия Волгоградского государственного технического университета.2018.№6(216).С.9-14.
7. Матвеева В.В., Черникова В.В., Яковлев Л.С. Тенденция возрастания значения виртуального компонента социализации// Актуальные проблемы экономики и менеджмента.2014.№2(2).С.113-119.
8. Назарьева Т.Н., Пукач Г.В. Формирование стратегического пула арендаторов в торгово-развлекательном центре//Наука и общество.2018.№2(31).С.26-30.
9. Пукач Г.В. Проблемы и риски инвестирования в недвижимость//Наука и общество.2017.№2(28).С.41-44.
10. Шиндряева А.П. Процесс формирования канала распределения продукции и факторы, на него влияющие//Наука и общество.2016.№2(25).С.19-23.

REFERENCES

1. Boldyreva T.V., Plekhanov S.V. The influence of digital technologies on the transformation of the food industry//Actual problems of Economics and management.2018.№3 (19).P. 5-9.
2. Burmistrova I.K., Kublin I.M., Sulyan G.S., Tinyakova V.I. Problem aspects of risk modeling in the implementation of innovations// Accounting and statistics.2018.№2 (50).P. 54-63.
3. Klyuchnikov S.V. Features of analytical support of segmental reporting of the corporate group // Management of economic systems: electronic scientific journal.2011.№12 (36).P. 56.
4. Klyuchnikov S.V. Theoretical aspects of the analysis of investment attractiveness of investment objects / / Finance and credit.2010.№22 (406).P. 20-24.
5. Kublin I.M., Burmistrova I.K. Application of the modular approach in the innovation process // Bulletin of Saratov state socio-economic University. 2010.№4 (33).P. 50-52.
6. Kublin I.M., Matkovskaya Ya.S. State, prospects and quality of modern economy: new opportunities and limitations of development //news of Volgograd state technical University.2018.№6 (216).P. 9-14.
7. Matveev V.V., Chernikov V.V., Yakovlev L.S. To increase the values of the virtual component of socialization// Actual problems of Economics and management.2014.№2 (2).P. 113-119.
8. Nazaryeva T.N., Pukach G.V. Formation of a strategic pool of tenants in the shopping and entertainment center//Science and society.2018.№2 (31).P. 26-30.

9. Pukach G.V. Problems and risks of investing in real estate//Science and society.2017.№2 (28).P. 41-44.
10. Shindryaeva A.P. The process of formation of the channel of distribution of products and factors affecting it//Science and society.2016.№2 (25).P. 19-23.