

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ
И СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Кафедра управления недвижимостью

ЗАВЕЛЕВ
Кирилл Викторович

ОСОБЕННОСТИ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В
РИЕЛТОРСКОМ БИЗНЕСЕ

Дипломная работа

Научный руководитель:
магистр экон. наук О.Э.
Шаркова

Допущен к защите

«___» _____ 2017 г.

Зав. кафедрой управления недвижимостью

_____ Т. В. Борздова

кандидат технических наук, доцент

Минск, 2017

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 97 с., 17 табл., 31 рис., 41 источник, 3 приложения.

Ключевые слова: МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, РИЕЛТОРСКИЙ БИЗНЕС, РЫНОК ЖИЛЬЯ, СПРОС, РЫНОК АРЕНДЫ.

Объектом исследования дипломной работы является риелторский бизнес Республики Беларусь

Цель работы – определение путей совершенствования маркетинговой деятельности на примере КЧУП «Агентство недвижимости «Квадратный метр».

В процессе работы были раскрыты основные понятия рынка недвижимости и подходы в оценке недвижимости на рынке жилья, раскрыта сущность и понятие маркетинговой деятельности, определены особенности и закономерности формирования рынка жилой и коммерческой недвижимости на современном этапе развития экономики, определены факторы, влияющие на рыночный спрос и предложение на рынке недвижимости Республики Беларусь. В третьей главе проведен анализ маркетинговой деятельности выбранного субъекта, обозначены пути совершенствования и перспективы развития маркетинговой деятельности субъекта рынка недвижимости Республики Беларусь.

Областью возможного практического применения являются рекомендации по развитию маркетинговой деятельности КЧУП «Агентство недвижимости «Квадратный метр».

Автор работы подтверждает, что приведенный в ней аналитический и расчетный материал правильно и объективно отражает состояние исследуемого вопроса, а все заимствованные из литературных и других источников, теоретические и методологические положения и концепции сопровождаются ссылками на их авторов.

РЭФЕРАТ

Дыпломная работа: 97 с., 17 табл., 31 мал., 41 крыніц, 3 дадатку.

Ключавыя словы: МАРКЕТЫНГАВАЯ ДЗЕЙНАСЦЬ, РЫЭЛТАРСКИ БІЗНЭС, РЫНАК ЖЫЛЛЯ, ПОПЫТ, РЫНАК АРЭНДЫ.

Аб'ектам даследавання дыпломнай работы з'яўляецца рыэлтарскіх бізнес Рэспублікі Беларусь

Мэта працы – вызначэнне шляхоў маркетынгавай дзейнасці на прыкладзе КЧУП «Агенцтва нерухомасці«Квадратны метр».

У працэсе работы былі раскрыты асноўныя паняцці рынку нерухомасці і падыходы ў ацэнцы нерухомасці на рынку жылля, раскрытая сутнасць і паняцце маркетынгавай дзейнасці, вызначаны асаблівасці і заканамернасці фарміравання рынку жыллой і камерцыйнай нерухомасці на сучасным этапе развіцця эканомікі, вызначаны фактары, якія ўплываюць на рынкавы попыт і прапанова на рынку нерухомасці Рэспублікі Беларусь. У трэцім раздзеле праведзены аналіз маркетынгавай дзейнасці абранага суб'екта, акрэслены шляхі ўдасканалення і перспектывы развіцця маркетынгавай дзейнасці суб'екта рынку нерухомасці Рэспублікі Беларусь.

Вобласцю магчымага практычнага прымянення з'яўляюцца рэкамендацыі па развіцці маркетынгавай дзейнасці КЧУП «Агенцтва нерухомасці« Квадратны метр ».

Аўтар працы пацвярджае, што прыведзены ў ёй аналітычны і разліковы матэрыял правільна і аб'ектыўна адлюстроўвае стан доследнага пытання, а ўсе запазычаныя з літаратурных і іншых крыніц, тэарэтычныя і метадалагічныя палажэнні і канцэпцыі суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.

ABSTRACT

Diploma work: 97 pages, 17 tables, 31 images, 41 sources, 3 applications.

Key words: MARKETING ACTIVITY, REALTOR BUSINESS, MARKET OF HOUSING, DEMAND, LEASE MARKET.

The object of study of the thesis is the realtor business of the Republic of Belarus

The purpose of the work is to determine ways of marketing activity on the example of PUE «Real Estate Agency «Kvadratniy metr».

In the process of work, the basic concepts of the real estate market and approaches to real estate valuation in the housing market were disclosed, the essence and concept of marketing activity was revealed, specifics and regularities in the formation of the residential and commercial real estate market at the present stage of economic development were determined, factors influencing market demand and supply On the real estate market of the Republic of Belarus. The third chapter analyzes the marketing activities of the selected subject, outlines ways to improve and the prospects for marketing activities of the subject of the real estate market of the Republic of Belarus.

The area of possible practical application is the recommendations for the development of marketing activities of PUE «Real Estate Agency» Kvadratniy metr».

The author of the paper confirms that the analytical and calculation material presented in it correctly and objectively reflects the state of the issue under investigation, and all borrowed from literary and other sources, theoretical and methodological provisions and concepts are accompanied by references to their authors.

ВВЕДЕНИЕ

В условиях жесткой конкуренции современного рынка маркетинг играет важную роль в деятельности любой компании, потому что он позволяет установить оптимальную взаимосвязь между организацией и средой, частью которой она является. Сегодня маркетинг понимается как выражение ориентированного на рынок управленческого стиля мышления, для которого характерны творческие, стабильные и нередко агрессивные подходы.

Маркетинговая деятельность предприятия должна быть направлена на долговременное существование фирмы, на ее устойчивость, прочные и длительные связи с потребителями или другими участниками рынка, повышение конкурентоспособности предлагаемых услуг, товаров. В настоящее время не одно предприятие в системе рыночных отношений не может нормально функционировать без маркетинговой службы на предприятии. И полезность маркетинга с каждым моментом все возрастает. Это происходит потому, что потребности людей, как известно, безграничны, а ресурсы предприятия ограничены. Каждый субъект имеет свои потребности, удовлетворить которые не всегда качественно удается. К каждому необходим свой индивидуальный подход. Поэтому, в новых условиях выживает то предприятие, которое может наиболее точно выделять и улавливать разнообразие вкусов. Этому и способствует маркетинг. Среди элементов рыночной экономики особое место занимает недвижимость, которая выступает в качестве средств производства (земля, административные, производственные, складские, торговые и прочие здания и помещения, а также другие сооружения) и предмета потребления (земельные участки, жилые дома, дачи, квартиры, гаражи). Недвижимость выступает основой личного существования для граждан и служит базой для хозяйственной деятельности и развития предприятий и организаций всех форм собственности. В Республике Беларусь происходит активное формирование и развитие рынка недвижимости и все большее число граждан, предприятий и организаций участвует в операциях с недвижимостью. В связи с развитием рынка недвижимости возникла необходимость в появлении его субъектов: агентств недвижимости, риэлтерских организаций, оценщиков и др. Актуальность рассматриваемой темы заключается в том, что все организации и предприятия сталкиваются с такой проблемой как продвижение товаров и услуг на рынке, повышение их конкурентоспособности и закрепление на рынке. Чтобы избежать эти проблемы нужно анализировать предпочтения потенциальных клиентов,

изучать и прогнозировать ситуацию на рынке, а также создавать маркетинговые стратегии с учётом большинства рисков.

Объектом дипломного проекта является риелторский бизнес Республики Беларусь.

Предметом исследования является маркетинговая деятельность субъекта рынка недвижимости на примере коммерческого частного унитарного предприятия «Агентство недвижимости «Квадратный метр» (КЧУП «Агентство недвижимости «Квадратный метр»).

Целью данной работы является изучение теоретических и практических особенностей маркетинговой деятельности субъекта рынка недвижимости и определение путей её совершенствования на примере КЧУП «Агентство недвижимости «Квадратный метр». Достижение поставленной цели потребует решение следующих задач:

- 1) изучение целей и задач маркетинга на рынке недвижимости;
- 2) анализ рынка недвижимости Республики Беларусь;
- 3) выявление специфики маркетинга услуг на рынке недвижимости;
- 4) анализ деятельности агентства недвижимости;
- 5) разработка путей дальнейшего совершенствования маркетинговой деятельности КЧУП «Агентство недвижимости «Квадратный метр».

Информационной базой работы являются законодательные и нормативные акты Республики Беларусь, статистические данные, разрабатываемые и публикуемые порталами недвижимости и другими официальными органами, материалы бухгалтерской и статистической отчетности КЧУП «Квадратный метр», статьи и аналитические публикации из сети интернет.