

АНАЛИЗ РЫНКА НЕДВИЖИМОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Конъюнктура рынка – это совокупность спроса, предложения и цены, которые характеризуют состояние данного рынка в определённый период. Исследование рынка недвижимости Республики Беларусь как особого объекта рыночных отношений, является важной социально значимой задачей, так как связан с удовлетворением базовых жизненных потребностей потребителей и поэтому представляет особый научный интерес. Рынок жилой недвижимости является наиболее крупным сегментом в структуре всей недвижимости.

К числу факторов, влияющих на конъюнктуру товарного рынка недвижимости относится численность населения. Перепись населения дает возможность оценить объём потенциального спроса на жильё и изменения в структуре домохозяйств, для которых решение жилищного вопроса является наиболее актуальной проблемой. Согласно опубликованной информации о переписи населения Беларуси в 2019 году можно констатировать следующее: численность населения в Республике Беларусь снижается, при этом численность городского населения увеличивается, а сельского снижается, что свидетельствует о процессах урбанизации населения Республики Беларусь (рис. 1).

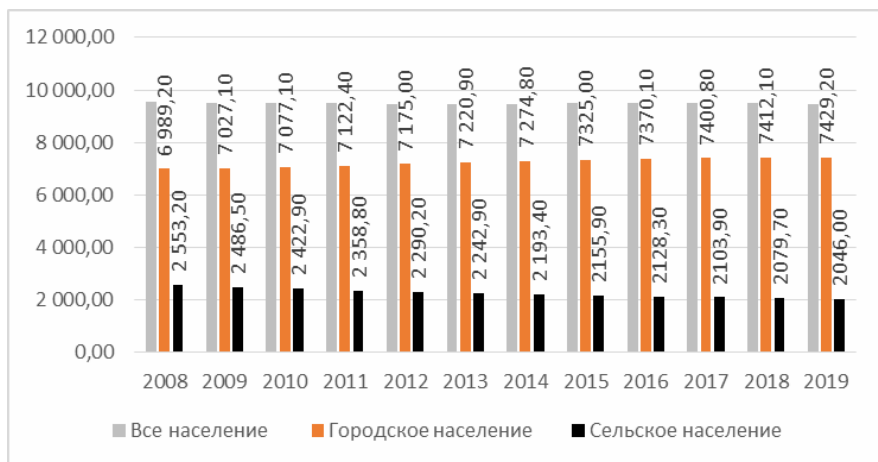


Рис. 1. Динамика численности населения в разрезе городского и сельского, тыс. чел.

Несмотря на высокую цену и «недоступность» по соотношению заработной платы и стоимости квадратного метра, квартиры в г. Минске продолжают пользоваться спросом у потребителей в связи с процессами внутренней миграции населения из малых и средних городов в столицу. Для рынка недвижимости это означает необходи-

мость увеличения предложения в объеме жилой недвижимости, преимущественно небольших площадей по относительно невысокой стоимости. Постоянная политика стимулирования демографического роста населения и поддержки семей неизбежно приводит к нарастающему спросу на приобретение недвижимости и расширение жилой площади. В период с 2015 по 2018 годы наблюдается снижение среднего показателя общей площади построенных квартир (рис. 2), что свидетельствует о более высоком спросе на квартиры меньшей площади и соответственно ниже по стоимости, при том, что количество построенных квартир в 2018 увеличилось (рис. 3).

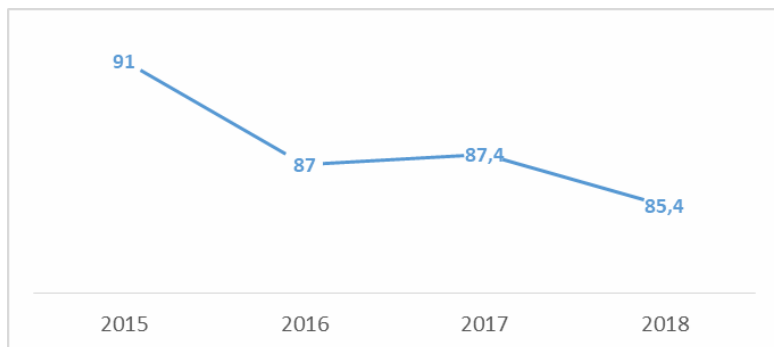


Рис.2. Средняя общая площадь построенных квартир, м²

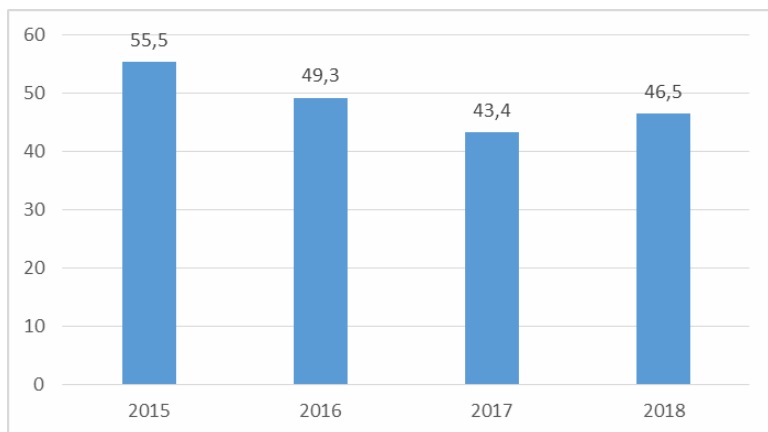


Рис.3. Число построенных квартир, тыс.ед.

Количество приобретенных квартир находится в тесной взаимосвязи с доступностью ипотечного кредитования (рис. 4). Рассмотрение Правительством в марте 2020 года законодательных актов по широкому внедрению политики ипотечного кредитования повлечет увеличение спроса на первичное и вторичное жилье, что позволит компаниям-застройщикам планировать увеличение объемов строительства.

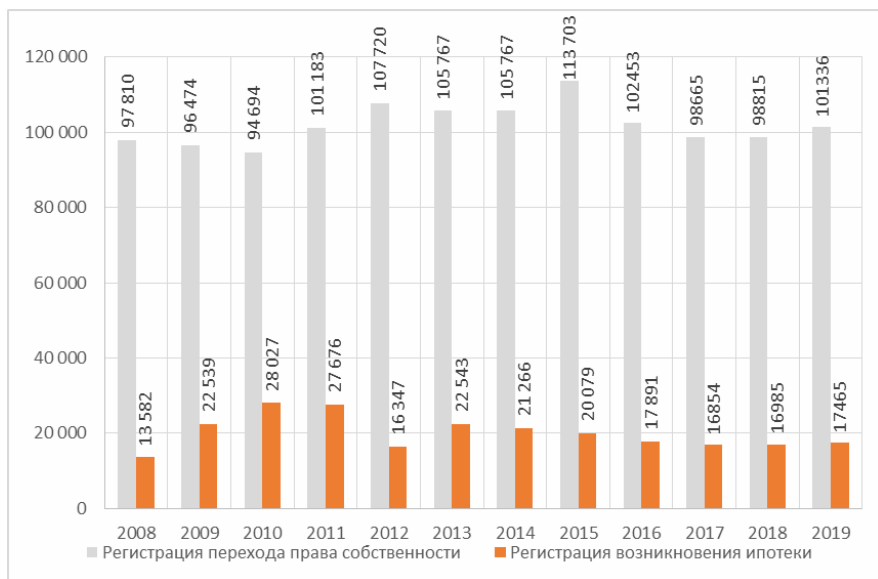


Рис.4. Взаимосвязь покупки квартир с ипотечным кредитованием, ед.

Использование различных баз данных позволяет получить необходимую информацию для исследования конъюнктуры рынка недвижимости и повысить качество прогнозов и принятия экономически эффективных решений.

Совокупность таких факторов как урбанизация населения, рост доходов, расширение ипотечного кредитования, поддержка многодетных семей, увеличение рождаемости, незначительное колебание цены на товарном рынке недвижимости Республики Беларусь дает возможность предположить необходимость не только сохранить объемы строительства на прежнем уровне, но и увеличить их количество в среднем на 4-5% от объема предыдущего годового периода.

Процесс прогнозирования динамики рынка недвижимости представляет особый научный и практический интерес, удовлетворение которого является задачей государственной важности и всегда будет оставаться в числе наиболее значимых для общества.

Список использованных источников

1. Демографическая и социальная статистика / Жилищный фонд [Электронный ресурс]. 2018. – Режим доступа: https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/ssrd-mvf_2/natsionalnaya-stranitsa-svodnyh-dannyh/naselenie_6/dinamika-chislennosti-naseleniya/ – Дата доступа: 18.03.2020.

2. Государственный комитет по имуществу Республики Беларусь / ГУП «Национальное кадастровое агентство» 2011 Годовой отчет. Сводные показатели государственной регистрации недвижимого имущества, прав на него и сделок с ним в Республике Беларусь [Электронный ресурс]. 2019. – Режим доступа: <http://nca.by/image2/godovoy%20otchet%202011.pdf> / – Дата доступа: 30.03.2020.

3. Национальный статистический комитет Республики Беларусь Статистический справочник 2019 / Строительство. Основные показатели деятельности организаций

строительства. [Электронный ресурс]. 2019. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/upload/iblock/cf4/cf4915a5e6ade269f20c0bf5a332a7a3.pdf> / – Дата доступа: 30.03.2020.

А.П. Шишминцева, студент

П.А. Тышкевич, студент

Е.В. Кудасова, маг. экон. наук, ассистент

Г.Н. Сандомирский, ассистент

УО «Белорусский государственный экономический университет»

Минск (Беларусь)

МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЙ ПОКУПАТЕЛЕЙ (НА ПРИМЕРЕ КОМПАНИИ VOKA TV)

В данной работе объектом исследования выступает бренд VOKA TV, а в качестве предмета исследования – анализ стратегии развития бренда VOKA TV холдинга А1 – одного из крупнейших игроков на рынке IPTV и ОТТ. Цель работы – оценка маркетинговой кампании бренда VOKA TV и подготовка рекомендаций для улучшения деятельности компании. Услуги онлайн-платформ становятся всё более актуальными в связи с изменением потребительского поведения вследствие эпидемиологической ситуации в мире. Например, с января 2020 года на фондовом рынке наблюдается рост стоимости акций компании Zoom – сервиса для проведения видеоконференций и онлайн-встреч – в то время как рыночная стоимость компаний, работающих в офлайн-режиме, существенно падает.

Таким образом, белорусский онлайн-видеосервис VOKA TV может составить серьёзную конкуренцию компаниям, имеющим определённую рыночную долю на белорусском рынке. В ходе анализа рынка онлайн-видеосервисов было выявлено, что доля государства на данном рынке составляет 50 %, что, несомненно, является вызовом для частных компаний, в том числе бренда VOKA TV. Таким образом, существует уникальная возможность анализа деятельности частного предприятия по захвату рынка на рынке монополии.

В соответствии с поставленной целью был проведен анализ рынка. Структура рынка представлена на диаграмме 1. Доля государственного предприятия Белтелеком составляет 50 %. Помимо продуктов ZALA и ЯСНА от Белтелеком, крупнейшими игроками, предоставляющими услуги онлайн-кинотеатров и телевидения, являются MEGOGO, ivi, МТС Кино, Persik.TV.

Однако помимо конкурентов, предлагающих контент на русском языке, необходимо отметить появление на белорусском рынке международного гиганта Netflix. Для более четкого понимания рынка был проведен конкурентный анализ, результаты которого приведены в таблице 1.

Естественно, что «лидер» рынка Белтелеком устанавливает уровень цен. В свою очередь бренд VOKA TV устанавливает минимальные цены, стараясь привлечь максимально возможное число пользователей. Качество предоставляемых услуг основных игроков на рынке находится примерно на одном уровне. Решающее значение для компании А1 имеет активная маркетинговая политика.