

«М.А. Гендельманның 110 жылдығына арналған «Сейфуллин оқулары–19» халықаралық ғылыми-практикалық конференциясының материалдары = Материалы международной научно-практической конференции «Сейфуллинские чтения – 19», посвященной 110- летию М.А. Гендельмана». - 2023.- Т.ІІ,Ч.ІІ.- С. 32-35.

УДК347.214.2

ЖИЛАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ: НА ПРИМЕРЕ VI ГРУПП

*Камен Д.М., студент2 курса
Казахский агротехнический исследовательский университет им. С.Сейфуллина,
г. Астана*

В настоящее время в условиях жесткой конкуренции на рынке недвижимости, в продажах как розничной, так и оптовой возрастает количество совершаемых с ними сделок, что обуславливает необходимость фундаментальной проработки понятия жилого помещения. За последнее время большая часть компаний конкурируют на рынке жилищного строительства и это хорошо. Таким образом, актуальность данной темы определяется необходимостью изучить анализ приобретения гражданами права собственности на жилые помещения.

Жилая недвижимость представляет собой (частный дом, квартира, временное использование или постоянное место проживание, позволяющие зарегистрироваться по указанному адресу). Статус жилого помещения способен получить только объект, который соответствует нормам СНиП, так же удовлетворять требованиям пожарной безопасности и иметь все необходимые для жизни инженерные коммуникации (водоснабжение, водоотведение, электроэнергия, вентилирование).

Жилая недвижимость делится на несколько категорий (малоэтажное жилье (не более 3-х этажей); многоэтажные дома (4-9 этажей); дома повышенной этажности (10-20 этажей); высотные дома (более 20 этажей).

Неотъемлемым обстоятельством жилища считается присутствие конкретной степени комфорта с целью проживания. Это дает возможность систематизировать его согласно категориям: элитный, стандартный, бизнес-класс и т.п. В зависимости от комфорта и условий зависит цена жилья.

Местоположения участка подразделяют на городское и загородное жилье. Встречаются объекты смешанного типа на примере таунхаус. Он представляет собой частный дом, рассчитанный на проживание двух-четырех семей с выделением для каждого из них большого участка земли.

В нынешних обстоятельствах жилье покупают не только для личного проживания ну и для перепродажи или сдачи в аренду. К категории жилой недвижимости относят и земельные участки, выделенные под жилищное строительство.

Наиболее часто упоминаемыми среди застройщиков является крупнейший инвестиционно-строительный холдинг - VI Group. Анализ показывает,

что, в сфере строительного бизнеса занимает 198-е место в рейтинге крупнейших строительных компаний мира ENR Top 250 Global Contractors. Портфель заказов VI Group, как ведущего генерального подрядчика в Казахстане, в 2019 году включил: контракты на строительство социальных объектов – 48%, автодорог и мостов – 18%, контракты в сферах морского и нефтегазового строительства - по 10%, инфраструктурных проектов – 9%, ж/д путей - 5%. 2001 год — создание VI Group — головного предприятия, будущего лидера строительной отрасли Казахстана[1].

Один из немногих жилых комплексов построенной VI групп является «Времена года», находящийся по адресу город Астана, р-н Есиль, ул. Керей, Жанибек хандар, 12/1, 12/8, 12/9, пр. Кабанбай батыра, 46, 46а, 46б, 48. Создан 2021 году, 25-этажный комплекс. Класс жилого комплекса на уровне комфорта. Креативная часть жилого комплекса заключается в том, что состоит из четырех очередей «Осень», «Весна», затем «Зима» и «Лето», которые оформлены в тематическом сезонном стиле. VI групп знамениты в Казахстане не только по качественной постройке объектов, но и хорошим выбором локации[1].

VI групп был создан в 1995 году, и уже построили 92 жилых комплексов, 19 объектов строятся, а 20 стоят на продаже, это один из лучших достижений в сфере строительства в Казахстане.

В Казахстане на данный период продолжает расти урбанизация. В 2000 году доля городского населения составляла 40%, или 5,8 млн, то теперь показатели — 59% и 11,2 млн, соответственно. По прогнозам, население городов только продолжит расти и достигнет 75% к 2040 году. Это хорошая новость для строительных компаний, включая VI групп[2].

Жилая недвижимость это одна из прибыльных бизнесов и это весьма важно для достаточно молодой страны. В Казахстане много земли и если она таким темпом будет и дальше развиваться, то в недалеком будущем в Казахстане будет больше больших городов, чем деревень, как и развитых стран. Предполагается, что в этой сфере будет больше конкуренций для той же строительной компаний VI групп, так как где есть конкуренция там и большой выбор и качество.

Результаты показывают, что бренд застройщика оказывает существенное влияние на решение о покупке жилой недвижимости. Более того, уровень осведомленности о бренде застройщиков высок среди потенциальных покупателей жилья в процессе принятия решения о покупке. Таким образом, эти результаты помогут застройщикам эффективно работать и формулировать маркетинговые стратегии, а потенциальным покупателям жилья - выбирать застройщиков с высокой репутацией, когда дело доходит до покупки недвижимости [3].

Список литературы

1 Официальный сайт: bi-group.kz- [Электронный ресурс]. -URL: https://company.bi.group/ru/about?utm_source=bigroup&utm_medium=referral&utm_campaign=headermenu(дата обращения: 22.02.2023)

2 2 млн квадратов жилья построит BIGroup в сотрудничестве с партнерами в 2021 году- [Электронный ресурс]. -URL: <https://kz.kursiv.media/2021-04-29/2-mln-kvadratov-zhilya-postroit-bi-group-v-sotrudnichestve-s-partnerami-v/>

3 Azlina Md. Yassin, Mohd. Yamani Yahya, Haidaliza Masram, Haryati Shafii, Md. Asrul Nasid Masrom, and Edie Ezwan Mohd Safian. Real estate developers brand affecting buyers' purchasing decision on residential property [Text] / Conference Proceedings, 2022.-№2644.<https://doi.org/10.1063/5.0105944>

Научный руководитель: Капетова.А.С., магистр наук, старший преподаватель