

технологии позволяют несколько уменьшить степень этого влияния. К тому же экономическая информация имеет ряд особенностей, облегчающих применение компьютерных методов анализа и синтеза:

- большинство экономических показателей измеряется в количественном выражении (стоимость, объем продукции, прибыль и т.п.);
- цикличность, характерная для большинства производственных и хозяйственных процессов, позволяет многократно использовать созданную программу;
- объемность информационных потоков (детальная информация об экономических процессах позволяет применять математические модели для прогнозирования и управления ими);
- возможность контроля за достоверностью информации (передача и обработка экономической информации осуществляется лишь на юридически оформленном носителе - документе с подписью, электронном сообщении с кодом и т.п.).

### ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Применение компьютерных систем обработки информации позволяет улучшить такие ее качества, как точность, своевременность, объективность, доступность, удобство восприятия. При этом следует ожидать дополнительных затрат на формирование систем обработки информации и подготовку специалистов, их обслуживающих.

Эти затраты всегда оправданы, но не каждое предприятие в состоянии их произвести. Успешно действующее предприятие всегда ищет возможности наладить систему информационного обеспечения, отвечающую требованиям современной рыночной конъюнктуры. И совсем иначе обстоит дело с предприятиями, испытывающими финансовые затруднения или находящимися в кризисной ситуации. Информационное

УДК 339.138 (075.8)

Савчук И.М.

## РЫНОК НЕДВИЖИМОСТИ В УСЛОВИЯХ СЕРВИСНОЙ ЭКОНОМИКИ

### ВВЕДЕНИЕ

Активное формирование рынка недвижимости в странах с переходной экономикой характеризуется неравномерным развитием отдельных сегментов, несовершенной законодательной базой и недостаточно высокими платежеспособностью граждан и инвестиционным потенциалом юридических лиц.

Рынок недвижимости – это определенный набор механизмов, посредством которых передаются права на собственность и связанные с ней интересы, устанавливаются цены и распределяется пространство между различными конкурирующими вариантами землепользования [2].

С точки зрения автора, более полным будет определение рынка недвижимости как комплекса отношений, связанных с созданием новых и эксплуатацией уже существующих объектов недвижимости [3].

Рынок недвижимости является составной частью рыночного пространства. Он характеризуется спросом, предложением, ценой, инфраструктурой. К основным функциям рынка недвижимости относятся: информация о ценах, спросе и предложении; посредничество – установление связей между потребителем, спросом и предложением; свободное формирование цены на объекты недвижимости и защита прав собственности. К числу объектов недвижимости относятся земельные участки, леса и многолетние насаждения, участки недр и водные объекты, жилая, коммерческая и общественная недвижимость.

обеспечение для таких предприятий не менее важно, чем материальное и финансовое.

В общем, информационные, материальные и финансовые ресурсы нельзя рассматривать по отдельности, поскольку они находятся в тесной *взаимосвязи*. Так, информационные ресурсы позволяют наиболее полно обеспечить материальные и финансовые потребности предприятия. В свою очередь материальная и финансовая обеспеченность субъекта хозяйствования дает возможность повысить качество информации как фактора производства.

При управлении кризисным предприятием использование качественной информации позволяет оптимально обеспечить материальные потребности производства, определить выгодные рынки сбыта произведенной продукции и сформировать эффективные денежные потоки. Все это позволяет субъекту хозяйствования преодолеть кризис и выйти на новый уровень развития.

Таким образом, на любой стадии экономического развития предприятия менеджер (руководитель) должен уделить внимание формированию качественной информационной системы с минимальным риском возникновения внутренних противоречий. При этом эффективность произведенных затрат должна соответствовать заданному уровню.

### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Гражданский кодекс Республики Беларусь от 07.12.1998 г. с изм. и доп.
2. Лебедев О. Т., Каньковская А. Р. Основы менеджмента. Учеб. пособие. - СПб, 1998. – 192 с.
3. Маркс К. Капитал. Критика политической экономии. Т. 1. Кн. 1. Процесс производства капитала. – М., 1969. – 907 с.
4. Экономическая теория: Системный курс: Учеб. пособие / Под ред. Э. И. Лобковича. – Мн., 2000. – 664 с.

Однако эффективное функционирование рынка недвижимости во многом определяется уровнем развития экономической системы в целом, ее типом (индустриальная или сервисная), уровнем развития и практической реализации маркетинговой концепции управления. Рынок недвижимости – объект мало исследованный, маркетинговая деятельность на данном рынке находится в стадии формирования. Это делает проблему исследования данного рынка, анализ запросов и предпочтений потребителей весьма и весьма актуальной.

### ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

Одной из отличительных особенностей современного периода является переход развитых стран от так называемой индустриальной экономики к сервисной [4]. В первую очередь это связано с тем, что сфера услуг превращается в движущую силу хозяйственного развития. Сфера услуг является одной из самых перспективных, быстроразвивающихся отраслей экономики. В промышленно развитых странах доля услуг в валовом внутреннем продукте превышает 70%. При этом одновременно происходит увеличение численности занятых в сфере услуг. В «сервисной» экономике идет процесс установления интерактивных (диалоговых) и постоянно отслеживаемых отношений с потребителями, направленных на максимизацию степени их удовлетворенности.

Именно услуги оказываются сегодня в центре современной экономики, как это было в свое время с промышленностью (в индустриальной экономике).

Таблица 1. Сравнительная характеристика индустриальной и сервисной экономик

Критерии	Индустриальная экономика	Сервисная экономика
Цель функционирования предприятия	Максимизация получаемой прибыли	Повышение эффекта полезности, более полное удовлетворение потребностей индивидуальных клиентов
Понятие полезности	Отождествляется только с материальной стороной товара	Отождествляется с характером использования товара, наличием сопутствующих услуг
Качество	Выпуск качественной продукции; оценка качества осуществляется на предприятии	Способность производителя установить и постоянно поддерживать отношения с потребителем в целях максимизации степени удовлетворения его потребностей
Стиль менеджмента	Является в значительной степени «механическим», что определяется в решающей мере иерархичностью структур и их чрезмерной упорядоченностью	Отличительные черты – гибкость, быстрота принятия решений, сетевая организация, свобода маневра, открытость, более развитые горизонтальные структуры, обеспечение взаимосвязи между стратегическими целями и мотивацией сотрудников
Основной фактор повышения эффективности	Снижение затрат материальных и трудовых ресурсов на выпуск продукции, технологические аспекты преобразования сырья в готовую продукцию	Эффективность функционирования материально-сервисных систем, способность понять системы предпочтений клиента и тенденции их развития и как можно лучше удовлетворять его запросы

Таблица 2. Требования потребителей к риэлтерским услугам (рабочая гипотеза)

Вид услуги	Структурные элементы услуги	Требования потребителей
Риэлтерская услуга	Консультирование в сфере недвижимости	-объективность -полнота -правовая гарантия -уровень цен
	Подбор вариантов сделки с объектом недвижимости	-оперативность -набор альтернативных вариантов -правовая чистота вариантов -уровень цен -дополнительные услуги -время на принятие решения -способы взаиморасчетов
	Подготовка документов, связанных с осуществлением сделки с объектом недвижимости	-оперативность -правовая чистота -трудоемкость подготовки документов (для клиента) -дополнительные услуги
	Помощь в организации взаиморасчетов между субъектами сделки с объектом недвижимости	-способ взаиморасчетов -оперативность -гарантии точности -конфиденциальность

Основные различия сервисной экономики и индустриальной представлены в таблице 1.

Расширение сферы услуг осуществляется по двум основным направлениям: во-первых, это расширение спектра уже существующих услуг хорошо известных потребителю. По этому направлению идет развитие сферы бытовых услуг, услуг в области здравоохранения, культуры, туризма.

Во-вторых, это появление новых рынков с новыми видами услуг. В условиях переходной экономики это те области экономической системы, где услуги данное время являлись монополией государства, часто оказывались только на бюджетной основе. В первую очередь это относится к сфере образования, недвижимости.

Рынок недвижимости находится в стадии формирования на начальном этапе своего развития. Вместе с тем он относится к категории быстрорастущих рынков, его емкость постоянно увеличивается. По данным официальной статистики

в I квартале 2006 г. на строительство жилых домов использовано 618 млрд. ВУР инвестиций, что составило 21% к их общему объему и 120,7% к уровню I квартала 2005 г.

В 2006 г. предусматривается ввести в эксплуатацию 3.700 – 4.200 тыс. кв.м. общей площади жилья за счет всех источников финансирования. В I квартале 2006 г. введено в эксплуатацию 957 тыс. кв.м. По сравнению с I кварталом 2005 г. этот показатель увеличился на 108 тыс. кв.м. или на 12,7% [5].

Рост объемов строительства жилья порождает спрос на риэлтерские услуги. Их предоставляют фирмы, действующие на рынке недвижимости. Риэлтерские услуги оказывают при совершении следующих сделок с объектами недвижимости: купля-продажа; мена; аренда; иные сделки с объектами недвижимости. Рост спроса на данный вид услуг настоятельно требует развития в этой сфере маркетинговой деятельности. Представляет интерес анализ требований потребителей к основным структурным элементам риэлтерской услуги. Она,

как известно, включает в себя четыре основных структурных элемента: консультирование в сфере недвижимости; подбор вариантов сделки в сфере недвижимости; подготовка документов, связанных с осуществлением сделки с объектом недвижимости; помощь в организации взаиморасчетов между субъектами сделки с объектом недвижимости. В случае необходимости риэлтерская фирма может оказывать дополнительные услуги (рекламные, транспортные и др.). Требования, предъявляемые потребителями, определяются, в основном, эмпирически, каких-либо углубленных маркетинговых исследований пока не проводилось. В качестве рабочей гипотезы можно предположить, что потребители выдвигают следующие требования (табл. 2).

Как уже отмечалось перечень требований потребителей определен лишь в рамках рабочей гипотезы. Дальнейшее его уточнение должно быть осуществлено на основании результатов маркетинговых исследований на рынке недвижимости.

Очевидно, что для более эффективного функционирования рынка недвижимости процесс маркетинговых исследований необходимостью осуществлять с учетом новых маркетинговых технологий. В частности такой технологии как латеральный маркетинг.

Латеральный маркетинг – это рабочий процесс, который при приложении к существующим товарам или услугам дает в результате инновационные товары и услуги, охватывающие потребности, целевых потребителей или ситуации, не охваченные в настоящее время, и, таким образом, является процессом, который предлагает высокие шансы для создания новых категорий или рынков.

Использование технологий латерального маркетинга позволит определить перспективные направления развития рынка недвижимости, способные наиболее полно удовлетворить запросы его клиентов.

УДК 330.131.7

*Господарик Е.В., Головач Э.П.*

## АНАЛИЗ МЕТОДОВ ОЦЕНКИ РИСКОВ ТРАНСГРАНИЧНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА

### ВВЕДЕНИЕ

Межнациональное сотрудничество, являясь целью Европейского Союза, направлено на содействие и оказание материальной поддержки развитию различных государств Европы, причем национальные границы не являются препятствием. Одним из важнейших приоритетов является сглаживание проблем, возникших в процессе расширения Европы на восток, и установление добрососедских отношений с прилегающими к ЕС государствами, в т.ч. и с Республикой Беларусь. В этом смысле расширение ЕС выходит для белорусско-польского региона Брест - Бяла-Подляска (Еврорегион «Буг») на качественно новый уровень в свете приграничного сотрудничества.

Следует отметить, что Еврорегион «Буг» существует уже более десяти лет. На протяжении этого времени было профинансировано большое количество совместных белорусско-украинско-польских проектов. На 2006 год для совместного финансирования с Польшей от Брестской области было предложено три проекта, однако ни один не получил одобрения. Данная ситуация напрямую связана с риском реализации проектов на территории республики.

### МЕТОДЫ ОЦЕНКИ РИСКОВ ТРАНСГРАНИЧНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА

Риск представляет собой действие с непредсказуемым ре-

### ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведенный анализ позволяет сделать следующие выводы:

1. рынок недвижимости является одним из обязательных структурных элементов рыночной экономики;
2. развитие данного рынка характеризуется высокими темпами и постоянно увеличивающейся емкостью;
3. наиболее эффективно данный рынок функционирует в условиях сервисной экономики;
4. одной из самых актуальных проблем развития данного рынка является использование концепции маркетингового управления функционирующими на нем субъектами хозяйствования;
5. анализ системы потребительских предпочтений имеет не только теоретическое, но и прикладное значение, а именно: результаты анализа позволяют более эффективно использовать такие маркетинговые инструменты как сегментирование рынка, позиционирование объектов недвижимости. Все это вместе взятое позволит оказывать риэлтерские услуги на изученном целевом сегменте рынка, а значит работать более рентабельно, эффективно.

### СПИСОК ИСПОЛЪЗУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. О риэлтерской деятельности в Республике Беларусь. – Указ Президента Республики Беларусь №15 от 9 января 2006 г. – Приложение к журналу «Юстиция Беларуси», 2006, №2/44.
2. Горемыкин В.А. Экономика недвижимости: Учебник. 2-ое изд., перераб. И доп. М.: Маркетинг, 2002.-с. 478.
3. Асаул А.Н. Экономика недвижимости: Учебник для вузов.- 2-ое изд. – СПб.: СПб ГАСУ; М.: Изд-во АСВ, 2004. – с. 222.
4. Фелько В.П. Маркетинг: Учебник. – Ростов Н/Д.: Феникс, 2005. – с. 10.
5. Белорусы и рынок. – 2006, № 17. – с. 5.

зультатом. Принимать на себя риск инвестора вынуждает, прежде всего, неопределенность хозяйственной ситуации, то есть неизвестность условий политической и экономической обстановки, окружающей ту или иную деятельность, и перспектив изменения этих условий. Чем больше неопределенность хозяйственной ситуации при принятии решения, тем больше степень риска. Риск инвестора количественно характеризуется субъективной оценкой вероятной величины разницы максимального и минимального дохода (убытка) от данного вложения капитала. При этом, чем больше диапазон между этими значениями при равной вероятности их получения, тем выше степень риска. В рамках трансграничного сотрудничества рассматриваются вопросы вложения средств бесприбыльных фондов в осуществление различного рода программ. Одним из видов рисков, препятствующих доверию иностранных инвесторов и, как следствие, ведущих к отказу от финансирования различных программ на территории Беларуси, является *риск ухудшения деловой репутации*. Речь идет о недостаточном позиционировании отечественных специалистов как профессионалов в своей области. В данном случае можно порекомендовать грамотное использование средств PR, таких как, регулярные пресс-конференции с участием отечественных специалистов в области трансграничного сотрудничества и приглашенных зарубежных, издание

*Господарик Екатерина Владимировна, ассистент кафедры мировой экономики, маркетинга и инвестиций Брестского государственного технического университета.*

*Головач Эмма Петровна, профессор кафедры мировой экономики, маркетинга и инвестиций, профессор, д.т.н., к.э.н. Брестского государственного технического университета.*

*Беларусь, БрГТУ, 224017, г. Брест, ул. Московская, 267.*