

временного ремонта и сервисного обслуживания. Многие ошибочно предполагают, что менеджеры по недвижимости – это те же риелторы. Но это абсолютно не так. Менеджер по недвижимости – это универсальный специалист: он и экономист, и юрист, и архитектор, и эколог, и оценщик, и строитель в одном лице. Комплекс профессиональных обязанностей менеджера по недвижимости может отличаться в зависимости от категории объекта.

Далее определим состав подпроцессов в деятельности менеджера по недвижимости, а также кратко охарактеризуем функциональные обязанности менеджера.

Деятельность менеджера по недвижимости в организации, продающей недвижимость, подразумевает применение определенных подпроцессов, в том числе управление целью и миссией организации, управление сотрудниками отдела коммерческой недвижимости, управление развитием операционной деятельности, управление потребностью в недвижимости, управление инновационными идеями, управление качеством оценочной деятельности.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Оценка эффективности работы менеджеров недвижимости [Электронный ресурс]/ Ракурс <http://msktraining.ru/effuprprs/ocenkaiaatt/blogid/10000002/> – Загл. с экрана (дата обращения 17.04.2019).

УДК 557.114:616-006

Студ. А.В. Сенюк

Науч. рук. ассист. А.И. Рябоконт

(кафедра организации производства и экономики недвижимости, БГТУ)

#### **СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ПРОМЫШЛЕННОЙ НЕДВИЖИМОСТЬЮ**

Управление той или иной системой всегда начинается с подробного изучения входящих в ее состав элементов. С точки зрения рынка недвижимости процесс изучения системы трансформируется в процесс оценки объекта недвижимости. Именно сравнение текущей стоимости объекта и его стоимости при наилучшем и наиболее эффективном варианте использования является основной задачей собственника для дальнейшего принятия нужного управленческого решения.

Как управление недвижимостью невозможно без качественной её оценки, так же и проведение оценки недвижимости невозможно (или

очень проблематично) без единой и хорошо составленной классификации. В рамках оценки нужно выполнить всесторонний анализ характеристик недвижимости, чтобы найти большее количество аналогов объекта для повышения достоверности оценки, сравнить оцениваемое имущество с другими объектами для выявления функционального или внешнего износа, определить границы диапазона возможного валового дохода от недвижимости. Поэтому классификация должна быть подробной, но вместе с тем содержать только наиболее существенные характеристики недвижимости, которые оказывают влияние на ее стоимость.

Очень важен также единый подход к классификации недвижимости как фактор, гарантирующий независимость проведения оценки. Каждый из участников процесса (Покупатель, Собственник, Банк, Страховщик и т. д.) заинтересован в своей стоимости объекта, поэтому разные подходы к классификации могут являться типичной причиной разногласий. В настоящее время существует множество наработок в области классификации недвижимости, основанных, главным образом, на законодательстве и международном опыте. Основные параметры, по которым разбиты объекты недвижимости – это происхождение, вид, назначение, ценность и готовность к использованию.

В условиях развития предпринимательской экономики наибольшее значение имеет классификация недвижимости по классу ценности, которая основывается на экономическом понятии объекта недвижимости.

Согласно данному пониманию термина, недвижимость может выступать на рынке в качестве блага, товара или источника дохода. Как следствие, стоимость объекта в каждом конкретном случае будет рассчитываться индивидуально.

Если недвижимость выступает только как благо, то есть направлено лишь на удовлетворение каких-либо потребностей человека (в первую очередь сюда относятся общественные здания, различные сооружения), стоимость такого объекта будет оцениваться как стоимость в использовании, а ее расчет будет основан на восстановительной стоимости объекта недвижимости. То есть ценность объекта будет определяться только его физическими характеристиками. В случае недвижимости-источника дохода (офисных и торговых площадей) на первый план выходит их рыночная стоимость, то есть стоимость в сравнении с аналогами. На этом этапе перед оценщиком встает задача классифицировать объекты недвижимости по целому набору основных характеристик, определяя к какому из классов ценности отнести объект оценки.

Хорошо разработанная и единая классификация по ценности, поддерживаемая большинством участников рынка (оценщиками, консультантами, риелторами, строителями, девелоперами, страховщиками и т. д.) позволяет проводить оценку быстрее и эффективнее.

В настоящее время сложились следующие виды классификаций недвижимости по ценности:

1. Жилые здания и помещения принято разделять на жильё элитное, повышенной комфортности, типовое (эконом-сегмент), жильё низкого качества.

2. Гостиницы в соответствии с международным стандартом классифицируют по звездности (от 1 до 5 звёзд).

3. Офисные здания делят по классам А, В и С.

4. Торговую недвижимость по европейской классификации принято делить по принципу масштабности, который определяет условную проходимость в ТЦ, а, следовательно, влияет на арендную ставку и стоимость 1 кв. м объекта (региональные, окружные, районные, микрорайонные ТЦ и магазины «у дома»).

5. Складам и логистическим комплексам также присваиваются классы от А до D.

6. Гаражи и парковки чаще всего делят только по типу, который косвенным образом определяет ценность объекта: гаражи в большинстве случаев находятся далеко от места проживания собственника и имеют низкие потребительские качества; подземные парковки строятся в непосредственной близости к жилым домам и характеризуются наличием отопления, центрального освещения, круглосуточной охраны и эксплуатационной службы.

Таким образом, из всей коммерческой недвижимости в данный момент отсутствует классификация по ценности только у промышленных комплексов. Причин этому несколько:

1. Рынок промышленной недвижимости еще только формируется и сделок купли-продажи очень немного;

2. Большинство предложений представляет собой старые площади, которые собственники продают вследствие большого износа и ненужности;

3. Многие промышленные производства специализированы;

4. Требования потенциальных арендаторов несколько завышены относительно предложения – необходимым условием становится наличие железнодорожных путей и повышенные требования к электрообеспечению, пожаростойкости и др.;

5. Основная масса арендаторов ориентирована на небольшие площади или на дальнейшее непроизводственное использование про-

мышленной недвижимости;

6. Многие сделки проходят в закрытом порядке, поэтому более-менее точная информация об объектах промышленной недвижимости, об их правовом статусе и условиях сделки отсутствует.

При анализе любого вида недвижимости, приносящего доход, ключевую роль играет его местоположение. С точки зрения промышленной недвижимости фактор местоположения трансформируется в транспортную доступность и инфраструктуру территории. Транспортную доступность территории можно описать с помощью следующих характеристик: удаленность от крупных городов и населенных пунктов; удаленность от автотранспортных магистралей; важность географического направления; удаленность от железнодорожных узлов (наличие ж/д путей); удаленность от аэропортов; качество подъездных путей.

Инженерная инфраструктура объекта включает в себя: максимальная выделенная электрическая мощность; наличие газо- и водоснабжения; наличие котельной; канализация (тип, система стока); фактическое состояние коммуникаций (год закладки, используемые материалы).

Физические характеристики объекта недвижимости складываются из характеристик земельного участка и характеристик зданий и сооружений. Основные характеристики земельного участка: рельеф и состояние площадки (грунт, бетонные плиты, асфальт); наличие площадок для стоянки и маневрирования большегрузных автомобилей.

К основным характеристикам строений относят возраст и физическое состояние сооружения, высота потолков, сетка колонн и количество пролетов; характеристики покрытия пола (материал и максимальная нагрузка); краны (тип, количество, грузоподъемность); наличие офисных и вспомогательных площадей; наличие системы пожарной сигнализации и автоматической системы пожаротушения; наличие оптико-волоконных телекоммуникаций.

Важным фактором при отнесении объекта недвижимости к определенному классу является специфичность производства и возможность использования объекта в другой отрасли промышленности после проведения ремонтных работ.

Важным комплексом характеристик являются:

- качество управления объектом недвижимости;
- система охраны территории;
- профессиональная система управления;
- опытный девелопер.

Одной из ключевых характеристик состояния рынка промыш-

ленной недвижимости сегодня является спрос на небольшие площади – крупные игроки предпочитают строить производственные помещения самостоятельно специально под свое производство. В этом случае объект недвижимости рассматривается собственником больше в качестве блага, нежели товара или источника дохода. Относительно небольшие площади (до 15 000–20 000 кв. м), наоборот, чаще используются как объект инвестиций для дальнейшей сдачи в аренду или продажи с возможностью дальнейшего перекалфицирования. Чтобы классифицировать по ценности крупные промышленные объекты, необходимо разделить их на более мелкие площади – цеха, производственные комплексы с огороженной территорией, земельные участки.

Разделение на классы ценности является нормативной базой для процессов управления недвижимостью в условиях предпринимательской экономики и совершенствовании методов оценочной деятельности в сфере недвижимости.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Экономика и управление недвижимостью: учебник для вузов / под ред. П.Г. Грабового. – М.: Изд-во АСВ, 1999.
2. Шиндина, Т.А. Управление организационно-техническим уровнем предприятия как основа развития его инновационного потенциала / Т.А. Шиндина, Г.М. Дорохова, Н.А. Соколова // Вестник ГУУ. – 2010. – № 10. – С. 65–68.

УДК 37.048:004.738.5

Студ. Д.А. Шилова

Науч. рук. зав. кафедрой Е.В. Россоха

(кафедра организации производства и экономики недвижимости, БГТУ)

#### **СИСТЕМА РАБОТЫ С АБИТУРИЕНТАМИ ЧЕРЕЗ СООБЩЕСТВО В КОНТАКТЕ**

Контент – это все информационное содержание ресурса: тексты, изображения, видео и пр. Играет значимую роль в функционировании сайта: влияет на конверсию, ранжирование в поисковых системах, вовлеченность аудитории.

Страница бренда в соцсети должна решать важную задачу – втягивать аудиторию в коммуникацию и как можно дольше поддерживать ее, рассказывая о бренде, повышая его узнаваемость и осведомленность о нем. Коммуникация происходит через публикацию контента. Если контент соответствует интересам и ожиданиям аудитории, вызывает определенные эмоции, то пользователи реагируют на него лайками, комментариями и репостами (реакциями, действиями).

Цель работы: внедрение предложений по увеличению вовлечен-