

## **ИНСТРУМЕНТЫ РЕАЛИЗАЦИИ КВАРТИР КОМФОРТ-КЛАССА**

Рынок жилой недвижимости как сектор экономики Республики Беларусь в настоящее время выполняет экономическую и социальную функции. Данный рынок характеризуется постоянным увеличением темпов ввода в эксплуатацию нового жилья, что влечет за собой повышение уровня конкуренции на рынке. В связи с этим процесс реализации объектов жилой недвижимости предполагает применение клиенто-ориентированных технологий, т.е. сочетающих в себе товар, удовлетворяющий потребности клиента, соответствующую цену и обеспечение его доступности для целевых потребителей.

Жилье является одним из основных материальных благ, необходимых для успешной организации жизнедеятельности человека и реализации его жизненных целей. Потребность в жилье является базовой, она возникает с момента рождения человека и сохраняет большое значение в течение всей жизни, а его основные характеристики являются индикаторами качества жизни. Жилищные условия населения зависят от тенденций развития жилищного строительства, его ориентации на нужды потребителей и сбалансированности развития рынка жилой недвижимости [2].

Квартиры комфорт-класса занимают значительную долю на рынке первичной жилой недвижимости. Они становятся все более популярными как в столице, так и во всех других крупных городах. Такие квартиры отличаются от стандартного жилья, а цена их при этом не является заоблачной [1].

В первую очередь отличительной чертой квартир класса комфорт от квартир эконом-класса является техническая характеристика оснащенности здания. Современные инженерные системы в таких домах, как правило, составляют 25 % общей стоимости проекта, к ним можно отнести бесшумные скоростные лифты, современные телекоммуникации, подземный паркинг, охраняемую территорию около дома, качественную сантехнику, видеонаблюдение, пожаробезопасность и т.д. [1].

В условиях жесткой конкуренции за потребителя отдельные компании на первичном рынке жилой недвижимости пытаются применять разноплановые инструменты для инновационного развития своей деятельности. К таким мерам можно отнести следующие решения в разрезе основных коммерческих процессов: продукт, цена, место, продвижение.

Для усиления эффекта от коммерческой деятельности продавцам жилой недвижимости необходимо выстраивать персональный контакт с потребителем, позволяющий не только продать товар, но и оставить благоприятное впечатление о компании, которым клиент в будущем

сможет поделиться с другими людьми. Следовательно, коммуникации в случае со специфическими товарами, такими как жилая недвижимость класса комфорт, следует направлять на целевую аудиторию, т.е. людей, которые в случае получения информационного сообщения будут реагировать на него так, как необходимо компании.

### **Источники**

1. Рынок жилой недвижимости как составляющая конкурентоспособности экономики : сб. науч. ст. / редкол.: В. П. Киреенко (отв. ред.) [и др.]. — Минск : ГИУСТ БГУ, 2016. — 97 с.

2. *Устюшенко, Н. А.* Рынок жилой недвижимости: этапы развития и настоящее / Н. А. Устюшенко // Экономика, финансы, упр. — 2012. — № 2 (146). — С. 29–41.

<http://edoc.bseu.by>

*СНИЛ «Коммерсант»*

**Д. Д. Кранцевич**

*БГЭУ (Минск)*

*Научный руководитель — А. И. Ярцев, канд. экон. наук, доцент*

## **НЕДВИЖИМОСТЬ КАК ВАЖНЕЙШИЙ СТРАТЕГИЧЕСКИЙ КОРПОРАТИВНЫЙ РЕСУРС**

Недвижимость как корпоративная собственность и материальный базис экономической деятельности организации является одним из важнейших ресурсов наряду с такими ресурсами, как капитал, человеческие ресурсы, технологии, знания (интеллектуальная собственность).

Стратегической целью управления корпоративной недвижимостью является удовлетворение потребностей корпорации в объектах собственности по объему, структуре и качеству в актуальном времени в соответствии с долгосрочными интересами корпорации.

В качестве общих характеристик системы управления корпоративной недвижимостью в рамках обеспечения экономической безопасности бизнеса корпораций и эффективного использования недвижимого имущества корпораций можно назвать следующие:

- обеспечение легитимности прав на объекты недвижимой собственности;

- анализ потребностей в объектах недвижимой собственности в соответствии с интересами корпорации;

- эффективное использование недвижимости возможно лишь при использовании недвижимости в соответствии с принципом наиболее эффективного использования как отдельных объектов недвижимости корпораций, так и земельно-имущественного комплекса в целом [1].

В основе управления корпоративной недвижимостью также лежит принцип разделения недвижимости по способу использования