

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

на операционную и инвестиционную. В соответствии с этим управление операционной недвижимостью должно обеспечить рациональное распределение (и перераспределение) имеющейся недвижимости по видам и направлениям деятельности; поддержание недвижимости в работоспособном состоянии; минимизацию издержек по эксплуатации, содержанию и воспроизводству недвижимости в составе себестоимости продукции.

Принятие обоснованных решений относительно судьбы объектов недвижимости, предполагающих определение варианта его наиболее эффективного использования (НЭИ), относится к числу стратегических вопросов управления недвижимостью корпораций и непосредственно влияет на ее финансовое состояние и экономическую безопасность бизнеса корпораций.

Ценность объекта недвижимости как целого определяется соотношением между составляющими местоположения и характеристиками объекта, и для принятия управленческих решений может быть использован принцип SWOT-анализа, при котором возможности и угрозы определяются местоположением объекта, а сила и слабость — параметрами здания [2].

При этом данный анализ покажет возможные варианты распоряжения данным объектом недвижимости, а анализ НЭИ предоставит информацию о вариантах использования объекта, обеспечивая эффективную деятельность корпораций в сфере управления недвижимым имуществом.

### **Источники**

1. *Бачуринская, И. А.* Управление корпоративной недвижимостью как элемент экономической безопасности бизнеса [Электронный ресурс] / И. А. Бачуринская // *Фундам. исслед.* — 2014. — № 11 (6). — Режим доступа: <https://fundamental-research.ru/ru/article/view?id=35727>. — Дата доступа: 25.11.2020.

2. Управление недвижимостью и земельными ресурсами [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [http://www.bseu.by:8080/bitstream/edoc/nedvizh\\_i\\_zemeln\\_rresursam\\_01\\_16.pdf](http://www.bseu.by:8080/bitstream/edoc/nedvizh_i_zemeln_rresursam_01_16.pdf). — Дата доступа: 25.11.2020.

<http://edoc.bseu.by>

**И. В. Крупиневич**  
БГЭУ (Минск)

*Научный руководитель — С. Л. Флерко, канд. экон. наук, доцент*

## **РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ НЕДВИЖИМОСТИ И ПУТИ ЕЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ**

Рекламная деятельность — деятельность организации или гражданина по выполнению работ по проектированию, производ-