

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. — 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-

ству рекламы и (или) оказанию услуг по ее размещению (распространению).

Сущность рекламной деятельности недвижимости заключается в том, что она стимулирует спрос на предлагаемые объекты недвижимости.

В рекламной деятельности недвижимости огромную роль играет знание специалистом рекламы методов и способов психологического, эмоционального и интеллектуального воздействия на людей.

Актуальность темы данного исследования заключается в том, что в современных условиях реклама является значимой частью маркетинговых коммуникаций и служит инструментом создания внешнего конкурентного преимущества. Компания должна заявить о своем существовании на рынке, о своем товаре, привлечь потенциального покупателя и создать образ надежного партнера, поэтому невозможно представить работу современного предприятия без рекламной деятельности.

Для совершенствования рекламной деятельности можно выделить пять основных этапов:

1) определение конкурентных преимуществ и текущее позиционирование проекта в сравнении с конкурентами. Чтобы оценить, насколько успешно сработала та или иная реклама, следует провести соответствующее исследование. Необходимо четко и грамотно определить целевую аудиторию, место, занимаемое компанией на рынке, изучить конкурентную среду и выявить слабые и сильные стороны своей компании и компаний-конкурентов. Такие исследования желательно проводить до и после реализации рекламной кампании, что позволит откорректировать и улучшить дальнейшие рекламные планы;

2) постановка целей. Исходя из особенностей объекта недвижимости, выбранной целевой аудитории, а также выявленных проблем определяются цели рекламной кампании. При этом важно установить четкие, вполне достижимые и измеряемые цели рекламы. Это даст возможность адекватно оценить отдачу от инвестированных в рекламу средств;

3) медиапланирование. Выбор инструментов и форм рекламы определяется условиями двух предыдущих этапов и финансовыми возможностями компании;

4) реализация рекламной кампании. На этапе реализации создаются рекламные материалы для различных рекламных носителей, производится их размещение. Контролируется график выхода публикаций рекламных материалов, а также организация всех рекламных мероприятий;

5) анализ эффективности рекламы. Понимание того, какое рекламное сообщение является лучшим вариантом, станет возможным при условии тщательно проведенного исследования его эффективности. Оценивается как общая эффективность (достигнуты ли поставленные цели) так и эффективность отдельных инструментов.

Источники

1. О рекламе [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 10 мая 2007 г., № 225-З // Kodeksy-by.com. — Режим доступа: https://kodeksy-by.com/zakon_rb_o_reklame.htm. — Дата доступа 18.11.2020.

2. Ковалев, А. И. Маркетинговый анализ / А. И. Ковалев, В. В. Войленко. — М. : Центр экономики и маркетинга, 2014. — 256 с.

<http://edoc.bseu.by>

А. Д. Курлянчик, В. А. Гостило, В. М. Самак
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — И. В. Прыгун, канд. экон. наук, доцент

ВІМ-МОДЕЛИРОВАНИЕ КАК ИННОВАЦИЯ В СТРОИТЕЛЬСТВЕ

ВІМ (Building Informational Modeling) означает информационное моделирование здания. Это инновационный подход к проектированию, строительству, эксплуатации и ремонту зданий. Трёхмерная ВІМ-модель — это единая информационная среда, в которой собрана вся архитектурно-конструкторская, технологическая, экономическая и прочая информация об определенном объекте. Технология ВІМ дает надежную основу для всех решений при возведении и эксплуатации на протяжении всего жизненного цикла здания (начиная с проектирования и заканчивая сносом или реконструкцией).

ВІМ-моделирование в строительстве имеет огромные преимущества, так как позволяет в виртуальном режиме соединить в одно целое и согласовать между собой различные элементы и системы будущего строения, проверить их жизнеспособность, эксплуатационные качества, функциональную пригодность. По подсчетам специалистов ВІМ-проектирование может дать:

- 30 % сокращения затрат на строительство;
- до 40 % снижения ошибок и погрешностей в проектной документации;
- до 50 % сокращения сроков реализации проекта;
- в 6 раз уменьшения времени на проверку модели;
- на 10 % сокращения сроков строительства [1].

Программа позволит просчитать и минимизировать все риски одновременно. В итоге специалисты получают разнообразные варианты качественно спроектированного и построенного жилья по приемлемой цене. Эффективным было бы устройство инфраструктуры на основе информационного моделирования, а также обеспечение безопасности: смоделировать можно даже риски затопления в городе или ураганные разрушения [2].

На каждом этапе ВІМ решает поставленные задачи, а информационная модель здания становится результатом их решения. Ин-