гов: их площади составляют 2907,47 га или 21,7 %, на которых за период реализации программы планируется построить 1461,39 тыс. м² многоэтажного и 3506,49 тыс. м² малоэтажного жилья.

В настоящее время определено 57 перспективных земельных участков, находящихся в муниципальной и не разграниченной государственной собственности, расположенных в наиболее востребованных городах и районах республики, которые могут быть вовлечены в оборот в целях жилищного строительства в 2013-2015 гг.

Данные территории включены в Региональный адресный перечень земельных участков для жилищного строительства и комплексного освоения в целях жилищного строительства, который утверждается постановлением Правительства Республики Дагестан.

Библиографический список:

1. Постановление Правительства РД от 28 августа 2013 г. №413
2. Постановление Правительства РД от 30.07.2012 г. №276

УДК 339.13.017

ББК 65.31

Дуллуева Р.М., Исалова М.Н.

ОСНОВНЫЕ ЗАДАЧИ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ПОВЕДЕНИЕМ СУБЪЕКТОВ НА РЫНКЕ НЕДВИЖИМОСТИ

Dullueva R.M., Isalova M.N.

PRIMARY TASK OF EFFICIENT MANAGEMENT BEHAVIOUR SUBJECT ON MARKET OF PREMISES

В работе рассматриваются основные проблемы формирования модельного принципа организации управления поведением различных субъектов на рынке недвижимости. Предлагается использовать лингвистические переменные для обобщенного представления различных сегментов рынка и построения информационно-аналитической модели принятия эффективных управленческих решений.

Ключевые слова: рынок недвижимости, сегментирование рынка, субъекты рынка, управление поведением, нечеткая шкала представления данных.

In work are considered main problems of the shaping the model principle to organizations of behavior management different subject on the market of the premises. It is offered use linguistically variable for generalized presentations different segment market and buildings information-analytical model of the taking the efficient man-

agement decisions.

Key words: *the market to premises, market segmentation, subjects market, management behavior, ill-defined scale of the presentation data.*

Одной из актуальных проблем является организация эффективного управления поведением различных субъектов на рынке недвижимости. Для этого требуется его тщательное исследование. Исследование рынка позволяет перейти от общих его характеристик к анализу ситуации по отношению к конкретному объекту или группе объектов недвижимости, а также сформировать план целенаправленного поведения субъектов рынка, совершающих различные операции с объектами недвижимого имущества. С этой целью, прежде всего, требуется проведение четкой сегментации рынка, позволяющей сосредоточить основное внимание на той информации, которая имеет наибольшее значение для выбора того или иного варианта принимаемых субъектами рынка коммерческих и управленческих решений.

Прежде всего, необходимо определить основные особенности данного рынка и их проявление в конкретных условиях функционирования. Важными отличительными особенностями рынка недвижимости, которые необходимо учитывать для обеспечения эффективного управления поведением его субъектов являются [1]:

- индивидуальность ценообразования на отдельные виды недвижимости;
- высокий уровень транзакционных издержек;
- важная роль взаимодействия первичного и вторичного рынков;
- высокая зависимость цен, доходности и рисков, от состояния региональной экономики;
- многообразие рисков;
- низкая ликвидность товара на рынке;
- слабость ценовых механизмов саморегулирования рынка.

В силу указанных причин рынок недвижимости отличается рядом факторов, которые затрудняют его анализ, что определяет особую важность его проведения для принятия экономических решений в процессе управления целенаправленным поведением различных субъектов рынка. К основным таким факторам можно отнести:

- труднодоступность получения достоверной информации;
- ограниченное число похожих друг на друга сделок (иногда и их полное отсутствие), что затрудняет накопление и использования ранее накопленного опыта поведения при проведении различных операций с объектами недвижимости;
- многообразие факторов, влияющих на тенденции развития рынка.

Первый фактор связан в основном со скрытием фактической стоимости сделок между продавцом и покупателем недвижимости, что обусловлено высоким уровнем криминогенной ситуации в стране и высокими транзакционными издержками сделок, проводимых с недвижимостью. Поэтому сделки проводятся в основном за наличный расчет, что позволяет как продавцу, так и покупателю скрыть фактическую стоимость проводимых сделок. Обойти указанную

проблему можно путем введения фиксированного налога на проводимые с недвижимостью сделки, относящейся к определенному классу объектов, а также обеспечением государственных гарантий сохранения средств продавцу при проведении сделки по безналичному расчету.

Второй фактор определяется разнообразием характеристик даже при сравнении однотипных объектов недвижимости. Поэтому целесообразно сформировать гипотетические модели различных классов недвижимости и разработать методику отнесения конкретных объектов к тому или иному классу.

Гипотетическая модель объектов недвижимости в этом случае может определяться множеством интервальных значений характеристик, которыми могут обладать объекты, относящиеся к определенному классу. При этом принимается решение о том, что фактический объект относится к тому или иному классу при максимальном совпадении значений его характеристик с интервальными значениями характеристик соответствующего класса.

С учетом указанных факторов анализ и управление поведением субъектов на рынке недвижимости представляет собой настолько же важные, насколько и трудные задачи современного менеджмента. Анализ рынка недвижимости сводится к выявлению тенденций, происходящих на рынке событий по следующим направлениям:

- изменение цен на различные виды недвижимости, как в ближайшем будущем, так и на перспективу. Это позволяет субъектам определять, наиболее выгодные операции, которые целесообразно планировать и проводить на рынке недвижимости в различные моменты времени;
- изменение спроса и предложения на недвижимое имущество и анализ факторов действующих на данные факторы;
- возможность и целесообразность получения кредита для приобретения недвижимого имущества.

Именно в таком качестве эти задачи важны для формирования эффективного управления поведением субъектов рынка недвижимости. Выделение сегментов позволяет сфокусировать внимание не на рынке в целом, а на его отдельном сегменте, к которому относится исследуемый объект недвижимости, исходя из этого, определить либо особенности поведения на данном сегменте рынка (если речь идет о выборе рыночной ниши), либо о конкурентоспособности объекта (если речь идет об отдельном объекте недвижимости).

На рынке недвижимости сегментация может быть произведена по целому ряду признаков: географическому положению, физическим характеристикам, функциональному назначению объектов или даже по комплексу признаков.

При этом важно, чтобы сегментация объединяла действительно однородные по заданным признакам и характеристикам объекты (и стоящие за ними группы субъектов). Границы сегментов четко определить достаточно сложно, поэтому между различными сегментами целесообразно рассматривать пересекающиеся зоны, когда отдельные объекты недвижимости сложно отнести к тому или иному сегменту. Эффективным образом это можно отобразить при помощи нечетких шкал лингвистических переменных с названием признака, по которому проводится сегментация рынка [2]. Например, при сегментации рын-

ка жилой недвижимости по признаку стоимости объектов недвижимости может быть использована шкала следующего вида (рис. 1).

На приведенном рисунке 1 шкала лингвистической переменной «Стоимость недвижимости» разбивается на пять пересекающихся интервалов с названиями «достаточно низкая стоимость», «низкая стоимость», «средняя стоимость», «высокая стоимость» и «очень высокая стоимость». Каждый такой i -й интервал представляет собой нечеткое множество со степенью принадлежности $\mu_i(\Pi_i) \in [0,1]$ объектов недвижимости Π к соответствующему интервалу численных значений стоимости. При этом, если объект Π одновременно принадлежит к i и j интервалу, то принимается решение о его принадлежности, например, к j -му интервалу, если $\mu_j(\Pi) > \mu_i(\Pi)$. В случае же, когда степени принадлежности объекта к обоим интервалам, равны между собой, то объект относится к одному из них на усмотрение лица принимающего решения. Аналогичным образом формируются шкалы и для другого признака сегментации рынка.

Рисунок 1 - Шкала сегментации рынка недвижимости по стоимости объектов

Выделение сегментов должно выполняться таким образом, что бы оно позволяло принимать экономически оправданные решения, лучше понимать поведение потребителей, грамотно выстраивать отношения с ними, что в итоге и обеспечивает успех при проведении различных операций с недвижимостью.

В качестве признаков, выбранных для проведения сегментации рынка, могут быть взяты технические характеристики объектов недвижимости, за которыми стоят однородные группы потребителей недвижимости.

Может быть избран и другой путь, когда в основу сегментации закладывается классификация самих потребителей.

Сегодня, учитывая сильное расслоение населения страны по своим покупательским способностям, такой подход к сегментации рынка является наиболее приемлемым, а для повышения управляемости поведения субъектов на рынке недвижимости его сегментацию целесообразно проводить по соотношению стоимости и качества предлагаемой к реализации недвижимости. В этом

случае для каждого сегмента рынка по стоимости определяется сегмент рынка «Качество объектов» и каждый объект недвижимости характеризуется соответствующей упорядоченной парой степеней принадлежности, на первом месте которой располагается степень, соответствующая сегменту «Стоимость недвижимости».

После проведения сегментации рынка по стоимости и характеру объектов недвижимости целесообразно также провести сегментацию рынка по признаку покупательской способности различных слоев населения страны. Затем, определив соответствие между обеими шкалами, можно принимать решения связанные с выбором объектов недвижимости для каждого множества потребителей, сформированного по признаку их покупательской способности и т.д.

Что же касается рынка помещений коммерческого назначения, то в этом случае может быть целесообразным следующее разделение потенциальных потребителей, арендующих или покупающих учреждения, страховые, финансовые организации и т.д. Их деятельность непосредственно связана с потоком посетителей, а для нормального функционирования необходимы постоянные контакты, как между собой, так и с органами власти. Например, одни потребители готовы заплатить более высокую арендную плату или цену за помещения, находящиеся в непосредственном центре города и территории, достаточно близкие к центру, однако не принадлежащие к ним, их могут интересовать слабо. Для некоторых производственных предприятий целесообразно иметь представительный офис в центре города, однако рабочие офисы, в которых заняты только работники этих организаций, и тем более собственно производственные помещения, они предпочтут размещать на периферии с более низким уровнем арендной платы.

Ориентация торговых организаций зависит от характера реализуемых товаров (продовольственные, промышленные, для рядового посетителя, для элитных клиентов). Соответственно, они ориентированы на потоки потенциальных покупателей и, исходя из них, строят свою политику по отношению к арендной плате.

Таким образом, в самом общем случае критерии сегментации могут быть заданы априори, но не могут оставаться длительный период без изменения. Главное в том, чтобы представители сегмента рынка действительно бы представляли собой однородную по своим возможностям и потребностям группу, размеры которой позволяли бы выявлять закономерные тенденции в их поведении и достаточности объемов продаж на соответствующем им сегменте рынка.

После сегментации рынка недвижимости переходят к следующему этапу исследования рынка – позиционированию, предметом которого может быть как фирма и ее услуги, так и конкретные объекты недвижимости. Позиционирование объектов недвижимости сводится к их отнесению к определенному сегменту рынка, а также к определению и «высвечиванию» его места в рамках данного сегмента. Позиционируя недвижимость, предприниматель должен определить нишу на рынке, к которой она относится (принадлежность к определенному сегменту рынка) и одновременно ее конкурентоспособное отличие от уже имеющих на рынке объектов, т.е. ее достоинства, которые отсутствуют у анало-

гичных объектов.

Как и сегментация, позиционирование имеет двойное назначение. Во-первых, определение места недвижимости на рынке является основанием для разработки концепции ее продвижения, т.е. определения каналов продвижения, способов и средств рекламы, разработки ценовой политики. Во-вторых, позиционирование направлено на клиента и призвано сформировать у него определенный образ недвижимого имущества, которое он желает приобрести.

Очевидно, что и сегментация рынка, и позиционирование продукта представляют собой инструменты, которые используются для достижения главной задачи – принятия оптимального экономического решения, приносящего максимальный доход предпринимателю от реализации недвижимости. Их значение состоит, прежде всего, в том, чтобы технические характеристики (например, качество) создаваемых (продаваемых) объектов недвижимости соответствовали бы их экономическим характеристикам (цене, доходу) и представлениям потребителей, приобретающих недвижимое имущество. Для наглядности и оперативности принятия решений в этом случае целесообразно сопоставить три соответствующих нечетких шкалы, сформировав нечеткий график, отражающий сегментацию рынка по всем трем выбранным признакам (рисунок 2).

Рисунок 2 - Нечеткая модель, объединяющая три признака сегментации рынка недвижимости

Полученная таким образом нечеткая модель позволяет оперативным образом принимать управленческие решения, связанные с позиционированием различных объектов на различных сегментах рынка недвижимости. Другими словами, определяя спрос на определенном сегменте рынка недвижимости можно оперативным образом выявить соответствующие ему по стоимости и качеству объекты недвижимости. При этом каждый куб предложенной модели определяет наиболее рациональное сочетание спроса цены и качества предлагаемой на рынке недвижимости.

Таким образом, проведение исследования рынка позволяет его субъектам

непосредственно перейти к решению задач управления поведением, связанным с выполнением наиболее эффективных операций с недвижимостью, основной целью которых является получение максимальной прибыли.

Для достижения отмеченной выше цели различные субъекты рынка недвижимости должны решить для себя следующие основные задачи:

- сформировать эталонную модель характеристик объектов недвижимости для каждого сегмента рынка, которая в дальнейшем используется для идентификации фактических объектов недвижимости;
- создать базу данных для хранения эталонных моделей для каждого сегмента рынка и соответствующих им операций, которые эффективно проводят с конкретными объектами недвижимости.

Конкретные действия субъекта рынка при этом должны определяться сложившейся на рынке текущей ситуацией.

Для повышения эффективности принимаемых решений на этой основе могут быть созданы и применяться системы поддержки принятия решений по нечетким шкалам сегментированного рынка:

- разработать методику формирования модели конкретного объекта недвижимости и методики ее сравнения с эталонными моделями различных сегментов рынка;
- рассчитать прогнозные оценки изменения потребительского спроса на различные виды объектов недвижимости и их рыночной стоимости, как на ближайший период времени, так и на длительную перспективу;
- сформировать критерии выбора и правила принятия решений, позволяющие определять наиболее эффективные операции с недвижимостью с целью получения наибольшей прибыли на различных сегментах рынка при их проведении с различными объектами недвижимости.

Для решения перечисленных выше задач может быть использована система управления процессом поведения субъектов рынка, например, риэлторскими компаниями, при проведении операций с объектами недвижимости (рисунок 3).

Предложенная система управления подразумевает следующую технологию принятия решений в процессе проведения операций с объектами недвижимости:

1. Проведение мониторинга и сбор информации об объектах, имеющих на первичном рынке недвижимости в свободной реализации.
2. Выполнение анализа текущей ситуации сложившейся на рынке недвижимости, целью которого является определение наиболее выгодных операций с объектами недвижимости на различных сегментах рынка.
3. Построение модели конкретных объектов, имеющих на рынке недвижимости.
4. Позиционирование имеющих на рынке объектов (определение сегментов рынка к которым относятся имеющиеся на нем объекты).
5. Определение операций, которые целесообразно проводить с объектами, имеющимися на данный момент времени на рынке недвижимости (это может быть: купля объектов для дальнейшей их перепродажи; оказание услуг собственнику недвижимости по ее продаже; сдача в аренду имеющейся у компа-

нии недвижимости и т.д.).

6. Принятие решений по выбору наиболее прибыльных операций с имеющейся недвижимостью на данный момент времени [3].

7. Построение и реализация выбранных операций с недвижимостью.

Рисунок 3 - Система управления процессом выбора и реализации операций, проводимых на рынке с объектами недвижимости

Особую роль для развития рынка недвижимости играет поведение на нем инвесторов. Обычно рыночные отношения в инвестиционной деятельности на рынке недвижимости в основном связаны с ее источниками и вложением средств в строительство объектов или приобретение объектов с целью их последующей продажи. В настоящее время это, прежде всего, жилье, магазины, офисные, складские и другие помещения непроизводственного назначения. Если рассматривать рынок недвижимости в целом, то основными источниками инвестиционных вложений здесь выступают как физические лица или частные инвесторы, которые желают приобрести недвижимость с целью последующей ее перепродажи, или дальнейшего использования, так и юридические лица,

вкладываемые средства в недвижимость с целью сохранения собственных средств и получения прибыли.

По одной из наиболее распространенных точек зрения, рынок недвижимости представляет собой одну из разновидностей инвестиционного рынка и обладает несколькими общими идентификационными признаками, подтверждающими наличие их структурной зависимости [4]:

- совокупность инвесторов-покупателей и инвесторов-продавцов, взаимодействие которых приводит, в конечном итоге, к возможности реализации обмена между ними. При этом интересы и тех и других практически являются противоположными, поэтому для совершения сделки им приходится искать компромиссные решения, которые в определенной степени могут удовлетворить обе стороны сделки;

- возможность использования инструментальных средств, обеспечивающих согласование интересов продавцов и покупателей, т.е. инструментов позволяющих принимать компромиссные решения;

- наличие экономических отношений между продавцами и покупателями;

- проявление экономических отношений между стоимостью и потребительской стоимостью товаров, обращающихся на рынке недвижимости;

- наличие совокупности потребителей, заинтересованных в приобретении данного товара и обладающих реальными или потенциальными возможностями для этого;

- получение дохода от объекта инвестирования;

- необходимость в эффективном управлении для получения дохода при наличии эффективных инструментов проектирования и выполнения операций с недвижимостью.

При этом, на уровне предприятий и объединений, а также иных хозяйствующих субъектов, инвестиционная деятельность на рынке недвижимости осуществляется за счет:

- собственных финансовых ресурсов инвестора (прибыль, денежные накопления, сбережения населения, финансовые средства юридических лиц и т.д.);

- одолженных финансовых средств инвесторов (облигационные займы, банковские и бюджетные кредиты);

- привлеченных финансовых средств инвесторов (средств, которые получают от продажи акций и облигаций, паевых и других взносов физических и юридических лиц);

- бюджетных инвестиционных ассигнований.

В настоящее время в структуре этих бюджетных кредитов постоянно возрастает доля кредитов частному сектору. Само по себе это явление, в условиях стабильной экономики, носит нормальный характер. Но в условиях огромного дефицита бюджета, чрезмерной инфляции это явление становится крайне негативным.

В роли институциональных инвесторов выступают, как правило, инвестиционные и коммерческие банки, инвестиционные и пенсионные фонды, холдинг-компании, страховые компании, компании по торговле ценными бумагами

и др. Именно с помощью этой системы сбережения населения трансформируются в инвестиции.

Кредитно-финансовая сфера предоставляет финансовые средства для инвестиций в распоряжение строительных предприятий и других хозяйствующих субъектов. На этой основе происходит перемещение денежных средств из тех секторов экономики на рынок недвижимости, где доходность ниже, чем на рынке недвижимости. Таким образом, для привлечения инвесторов на рынок недвижимости необходимо, чтобы вложение средств в недвижимость обладало бы как можно большей прибылью. Для этого необходимо чтобы недвижимость обладала высокой ликвидностью, что достигается при условии сбалансированности спроса и предложения на различных сегментах рынка недвижимости. Поэтому, одним из перспективных направлений развития инвестиционной деятельности в настоящее время является строительство жилья на сегменте рынка, определяемого покупательскими возможностями средних и низких по покупательской способности слоев населения страны.

В целом, говоря о различных источниках инвестиций, следует отметить, что они определяются уровнем развития экономики, ее эффективностью и отдачей используемых ресурсов на рынке недвижимости. В этом смысле сложившаяся из-за мирового финансового кризиса ситуация в стране ослабила инвестиционный процесс на рынке недвижимости по причине резкого снижения ликвидности построенного дорогого недвижимого имущества.

Поэтому в настоящее время в сфере управления поведением инвесторов на рынке недвижимости необходимо формирование адекватных рыночной ситуации конечных и промежуточных целей, связанных с отдачей вложенных средств и получением прибыли.

Библиографический список

1. Балабанов И.Т. Экономика недвижимости. -СПб: Питер, 2000.
2. Заде Л. Логико – лингвистическая переменная и ее применение для принятия приближенных решений. – М.: Мир, 1976. -168 с.
3. Мелехин В.Б., Дуллаева Р.М. Оптимизационные математические модели и методы управления инновационной деятельностью на первичном рынке недвижимости // Вестник Дагестанского государственного технического университета. Технические науки. 2013. №4 (31). С. 31-35.
4. Максимов С.Н. «Основы предпринимательской деятельности на рынке недвижимости». - СПб: Питер, 2000.