

ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ФРАНШИЗЫ ПРИ ВЫХОДЕ АГЕНТСТВА НЕДВИЖИМОСТИ НА МЕЖДУНАРОДНЫЙ РЫНОК

Ю. Р. Лушина, магистрант ГИУСТ БГУ

Научный руководитель:
кандидат технических наук,
доцент **Т. В. Борздова (ГИУСТ БГУ)**

При развитии агентства недвижимости в случае роста его популярности возникает желание и необходимость выхода на международный рынок услуг.

Существует два варианта выхода риэлтерских услуг на международный рынок: 1) открытие новых отделений агентства; 2) использование франшизы. Открытие новых отделений требует детального и всестороннего изучения рынка недвижимости той страны, в которой функционирует данное агентство, а это оказывается достаточно сложной и затратной задачей. Поэтому крупные агентства недвижимости в основном предпочи-

тают использовать франшизу – предоставление экономического покровительства, привилегий со стороны какой-либо фирмы своим деловым партнерам, открывающим новое дело [1].

Главным современным достижением любого агентства недвижимости является развитость и применение информационных технологий в своей работе. Именно это и является преимуществом при приобретении франшизы. Например, передается собственная CRM-система, которая осуществляет размещение рекламы на ведущих рекламных площадках страны, ведет документооборот, а также через которую осуществляется работа с клиентами. При правильном построении соответствующих процессов увеличивает производительность деятельности той компании, которая приобретает франшизу. Кроме CRM-системы франчайзи получает продающий сайт и имиджевую рекламу франчайзера.

Однако преимущества франшизы для франчайзи не ограничиваются получением доступа к информационным технологиям франчайзера. Обязательным является передача кадровой политики компании вместе с подбором, адаптацией,

Таблица – Особенности риэлтерской деятельности в разных странах

Страна	Образование		Необходимость лицензии	Профессиональные объединения	Кодекс профессиональной этики
	Агент	Риэлтер			
Республика Беларусь	человек с высшим и / или средним специальным образованием, получивший карточку агента	специалист, имеющий высшее юридическое, экономическое образование или образование по строительной специальности со стажем работы не менее 1 года по специальности либо в качестве агента по операциям с недвижимостью + необходимо сдать аттестационный экзамен	+	Белорусская ассоциация недвижимости, вступление необязательно	+
Российская Федерация	нет требований		–	Российская Гильдия Риэлтеров, вступление необязательно	+
Страны Бенилюкс	необходимо пройти трехлетний курс обучения, сдать соответствующие экзамены и получить диплом, а также принять участие в тренингах в любом агентстве недвижимости		+	BIV или IPI, вступление в одну из организаций обязательно	+
Германия	необходимо окончить специальные курсы, сдать экзамен и получить лицензию		+	+	–
США	нужно прослушать специальный курс лекций, сдать экзамен и пройти ряд тестов; обязательные условия: возраст старше 18 лет и отсутствие криминального прошлого		–	локальные риэлтерские ассоциации, ассоциации штатов, Национальная ассоциация риэлторов	+
Испания	нет специальных требований		в зависимости от региона	в зависимости от региона, вступление необязательно	–

обучением и мотивацией сотрудников. Именно кадровая политика является одним из важнейших направлений деятельности любой организации, а особенно агентства недвижимости, т. к. агенты большую часть времени работают с людьми. Франчайзер передает свой опыт и знания, которые обычно представляют собой целую школу по обучению новых сотрудников, тренинги и семинары для работающих агентов, курсы по повышению квалификации и др. При этом происходит обучение не только рабочим навыкам, но и, к примеру, занятия для выработки стрессоустойчивости, т. н. риэлтерские поединки. Все это способствует росту эффективности работы сотрудников [2].

В каждой стране есть свои традиции, обычаи и, естественно, свое законодательство. Деятельность агентств недвижимости в разных странах регулируется по-разному. Если агентство недвижимости хочет выйти на международный рынок, ему необходимо знать особенности риэлтерской деятельности разных стран. Результаты исследования особенностей риэлтерской деятельности сведены в таблицу (на основе информации [3]).

Таким образом, агентство, выходя на международный рынок и используя франшизу, должно иметь преимущества в информационных технологиях и кадровой политике, а также ориентироваться в законодательстве в области риэлтерской деятельности с учетом особенностей каждой страны.

Литература

1. *Кузнецов, С. А.* Большой толковый словарь русского языка / С. А. Кузнецов. – СПб. : Норинт, 2012. – 193 с.
 2. *Ходзинский, В.* Франшизы агентств недвижимости. Преимущества и требования [Электронный ресурс] / В. Ходзинский // Ведущий российский портал бизнес-планов, руководств и франшиз openbusiness.ru. – Режим доступа: <http://www.openbusiness.ru/encyclopedia-of-franchising/franchising/franshizy-agentstv-nedvizhimosti-preimushchestva-i-trebovaniya/>. – Дата доступа: 22.02.2017.
 3. *Масловская, Е.* Риэлтерский бизнес в разных странах [Электронный ресурс] / Е. Масловская // Интернет-портал www.nb.by и газета «Недвижимость Белоруссии». – Режим доступа: https://www.nb.by/publikacii-prochee/*2121/. – Дата доступа: 24.02.2017.
-