

**«РИЭЛТЕР – КТО ОН?»
РЕЗУЛЬТАТЫ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ОПРОСА**

Е. Г. Шакуро, Н. А. Устюшенко

С приобретением самостоятельности Республики Беларусь началось осуществление экономических реформ, которые привели к зарождению и развитию рыночных отношений. Это привело к возникновению различных рынков, в числе которых и рынок недвижимости.

После введения права частной собственности и проведения приватизации государство перестало быть единственным собственником имущества. Гражданам была предоставлена возможность иметь на праве собственности недвижимость, а значит, они получили право совершать различные сделки с нею.

Совокупность имущественных отношений, связанных с совершением сделок с недвижимостью, представляет собой **рынок недвижимости**. Он начал формироваться в Республике Беларусь в начале 90-х гг. прошлого века. В это же время появились первые риэлтерские организации.

В современном понимании рынок представляет собой конкретную форму проявления товарного обмена и обращения объектов недвижимости, совокупность экономических отношений и связей между покупателями и продавцами, а также торговыми посредниками по поводу движения товаров и денег. Таким образом, на рынке недвижимости должны действовать продавцы и покупатели, а также отдельные субъекты предпринимательства, оказывающие им содействие в обращении объектов недвижимости.

На начальных этапах становления и развития рынка недвижимости в Республике Беларусь наблюдалось отсутствие таких субъектов рынка недвижимости, как профессиональные участники, обладающие достаточным опытом и знаниями по осуществлению квалифицированных услуг надлежащего качества, что способствовало развитию мошенничества в этом виде деятельности и обману продавцов и покупателей недвижимого имущества. Ускоренные и не всегда отлаженные процедуры приватизации, неотработанный порядок закрепления прав на недвижимость, отсутствие механизмов проверки правового статуса и юридической истории объектов недвижимости создали в начале 90-х гг. довольно льготные условия проведения сделок, а появившийся спрос на недвижимость – потребность в оказании услуг по их совершению. Таким образом, риэлтерские фирмы, с одной стороны, приобретают опыт решения широкого круга проблем, связанных с совершением сделок с недвижимостью, с другой же – акценты в их деятельности подчас смещаются в сторону функций, в большей мере присущих их партнерам по рынку. Вследствие чего риэлтерские услуги оказывали лица, преследующие спекулятивные цели, и зачастую они нарушали закон. Учитывая значение рынка недвижимости, государство начало принимать меры, направленные на привлечение на рынок недвижимости специалистов, обладающих профессиональными знаниями и умениями, гарантирующих законность совершаемых сделок. Ими стали риэлтеры.

В настоящее время риэлтерская деятельность занимает ведущее место в ряду предпринимательских структур, работающих на рынке недвижимости. Основопологающим документом, регулирующим риэлтерскую деятельность, стал Указ

Президента Республики Беларусь от 9 января 2006 г. № 15 «О риэлтерской деятельности в Республике Беларусь» (с изменениями и дополнениями), которым утверждены Правила осуществления риэлтерской деятельности в Республике Беларусь. В целях защиты прав и законных интересов потребителей риэлтерских услуг, укрепления правовых основ риэлтерской деятельности он не только закрепляет и более конкретизирует ранее действовавшие правила осуществления риэлтерской деятельности, но и предусматривает ряд новшеств в ее регулировании. В развитие Указа Министерством юстиции был принят комплекс правовых документов, регулирующих деятельность риэлтеров на рынке недвижимости. Следует отметить, что Беларусь является единственной страной на постсоветском пространстве, в которой столь развито законодательство, регулирующее риэлтерскую деятельность [1].

С тех лет прошло немало времени, а изменилось ли отношение белорусского общества к специалистам, занимающимся риэлтерской деятельностью сегодня? Для ответа на этот вопрос было проведено исследование общественного мнения о риэлтерской деятельности в нашей стране, при этом особое внимание уделялось изучению мнения различных категорий граждан о профессии «риэлтер».

Актуальность выбранной темы обусловлена существующими тенденциями развития рынка недвижимости. Эта сфера является одной из самых динамично развивающихся на сегодняшний день в республике, при этом наблюдается недостаток квалифицированных кадров в данной сфере. К тому же данная тема вызывает особый интерес у студентов кафедры управления недвижимостью ГИУСТ БГУ, так как риэлтерский бизнес – одно из возможных направлений их трудоустройства.

Главной целью проведенного исследования является выявление общественного мнения о профессии риэлтера в Республике Беларусь. В связи с этим основными задачами исследования стали:

- выдвижение гипотез;
- разработка анкеты в соответствии с гипотезами;
- планирование и распределение работ;
- непосредственно анкетирование;
- обработка и анализ полученных данных;
- подведение итогов: обобщение результатов, формулировка выводов и рекомендаций.

В ходе подготовки к исследованию были выдвинуты следующие гипотезы:

1. Граждане нашей страны имеют различные мнения о профессии риэлтера в зависимости от демографических факторов: место проживания, возраст, образование и так далее.

2. В обществе существует стереотипное мнение: работа риэлтера достаточно простая, несодержательная и при этом хорошо оплачиваемая.

3. Люди в недостаточной мере осведомлены о сущности профессии риэлтера, имеют весьма поверхностное представление о ней.

Исходя из выдвинутых предположений, была составлена анкета, содержащая в себе 16 вопросов, представленных в табл. 2 (вариант «з/о» означает «затрудняюсь ответить»).

В рамках исследования «Риэлтер – кто он?» было опрошено 1250 респондентов, из них 100 – в городе Барановичи, 113 – в сети Интернет и 1037 – в г. Минске.

Целевая аудитория, среди которой проводился опрос, была условно разделена на три группы: сеть Интернет, город Минск (в том числе Минский район) и периферия (жители города Барановичи и других населенных пунктов Республики Беларусь кроме столицы), так как была выдвинута соответствующая гипотеза о существовании

ных различиях в мнениях разных групп респондентов, в том числе проживающих в столице и в других населенных пунктах страны. Кроме того, с помощью средств GoogleDocs была создана виртуальная анкета с целью выявления мнения интернет-пользователей по данному вопросу.

По каждому направлению анкетирования преобладал свой тип респондентов:

- **Web-респондент** (респондент в сети Интернет) – это девушка в возрасте 18–25 лет, студентка;
- **столичный респондент** – это женщина в возрасте 26–35 лет с высшим образованием;
- **респондент в категории периферия** – это также женщина в возрасте 36–50 лет со средним специальным или высшим образованием.

В результате сбора и обобщения полученных данных все результаты можно структурировать и представить в виде табл. 1.

Таблица 1

Обобщенные результаты анкетирования

№ вопроса		1		2			3		4			4.1 а)			4.1 б)		
№ варианта ответа		1	2	1	2	3	1	2	1	2	3	1	2	3	1	2	3
% ответивших	г. Минск	23	77	28	71	1	29	71	67	22	11	67	21	12	68	29	3
	г. Барановичи	14	86	45	34	21	11	89	55	45	-	55	27	18	64	27	9
	Интернет	41	59	28	71	1	20	80	20	23	57	-	-	-	-	-	-
№ вопроса		4.1 в)			4.1 г)			5				6			7		
№ варианта ответа		1	2	3	3	2	3	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3
% ответивших	г. Минск	56	40	4	71	22	7	7	67	20	6	38	4	56	45	21	33
	г. Барановичи	82	18	-	64	36	-	8	46	31	14	38	14	39	60	21	17
	Интернет	-	-	-	-	-	-	9	65	28	2	-	-	-	50	34	16
№ вопроса		8				9			10						11		
№ варианта ответа		1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	4	5	6	1	2	
% ответивших	г. Минск	38	-	48	-	11	72	17	71	4	26	13	8	59	40	60	
	г. Барановичи	41	11	38	10	14	73	13	42	6	32	5	25	16	7	93	
	Интернет	41	-	42	-	20	59	21	-	-	-	-	-	-	-	-	
№ вопроса		13			14				15					16			
№ варианта ответа		1	2	3	1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2	3	4
% ответивших	г. Минск	34	23	43	27	40	28	4	74	10	2	12	2	53	11	3	31
	г. Барановичи	9	18	73	22	34	35	9	-	16	29	32	23	31	-	17	35
	Интернет	-	-	-	81	15	1	3	81	9	1	9	-	19	58	4	4

После обработки и анализа массива полученной информации она была разделена на 2 блока: общественное мнение о профессии **риэлтер** и взгляд общества на деятельность агентств недвижимости. Так, во втором блоке анализировались данные, полученные только от респондентов, которые когда-либо прибегали к услугам риэлтеров.

Остановимся подробнее на анализе общественного мнения о профессии «Риэлтер».

Первый вопрос, который был задан респондентам, звучал следующим образом: «Связана ли Ваша профессиональная деятельность или образование с недвижимостью?». При этом подразумевались не услуги дизайнера интерьера или строительство, а непосредственно риэлтерские услуги и деятельность в сфере оценки недвижимости. Из рис. 1 видно, что подавляющее большинство опрошенных не связано с рассматриваемой сферой экономической деятельности. Исключение составляют Web-респонденты, так как в сети Интернет люди, как правило, ищут интересующие их темы статей, опросов, форумов, поэтому процент осведомленных о специфике риэлтерской деятельности респондентов, принявших участие

Бланк анкеты-опросника

в опросе, был наиболее высок.

№ респондента, пол	Вопрос варианты ответов (код)
	1. Связана ли сфера Вашей деятельности, образование с недвижимостью? 1) да 2) нет
	2. Знакомо ли Вам слово «риэлтер»? 1) знаю 2) слышал (а) 3) впервые слышу
	3. Приходилось ли Вам прибегать к услугам риэлтера? 1) да 2) нет (— б)
	4. Довольны ли Вы предоставленными услугами? 1) да 2) нет 3) з/о
	4.1. Удовлетворены ли Вы: а) уровнем квалификации риэлтера; б) манерой общения; в) внешним видом; г) отношением к клиенту; 1) да 2) нет 3) з/о
	5. Выберите наиболее близкое на Ваш взгляд суждение: «Риэлтер – это...» 1) человек, получающий деньги за то, что я могу сделать сам; 2) специалист по подбору жилья, правильному оформлению документов; 3) консультант в сфере сделок с недвижимостью; 4) коммуникабельный человек со знаниями в области права; 5) з/о.
	6. Выберите наиболее близкое на Ваш взгляд суждение: «Работа риэлтера...» 1) нужна; 2) не нужна; 3) нужна в отдельных случаях; 4) з/о.
	7. Работа риэлтора сложная? 1) да 2) нет 3) з/о
	8. Какое на Ваш взгляд материальное положение у риэлтеров? 1) живут лучше большинства белорусов; 2) живут хуже большинства белорусов; 3) они живут «как все»; 4) з/о
	9. Хотели бы Вы сами стать риэлтером? 1) да 2) нет 3) з/о
	10. Откуда Вы узнаете информацию об агентствах недвижимости? 1) Интернет; 2) листовки; 3) пресса; 4) метро; 5) телевидение, радио; 6) знакомые; 7) другое
	11. Назовите 3 самых известных агентства: 1) есть ответ 2) з/о
	12. К услугам какого агентства Вы прибегали?
	13. Будете ли Вы в будущем прибегать к услугам данного агентства? 1) да 2) нет 3) возможно
	14. Ваш возраст: 1) 18–25; 2) 25–35; 3) 36–50; 4) 51–80.
	15. Место проживания (населенный пункт): 1) Минск; 2) областной центр (не Минск); 3) поселок городского типа, агрогородок; 4) районный центр; 5) деревня
	16. Ваше образование: 1) высшее; 2) незаконченное высшее; 3) профессионально-техническое (ПТУ); 4) среднее специальное (колледж, техникум); 5) среднее.

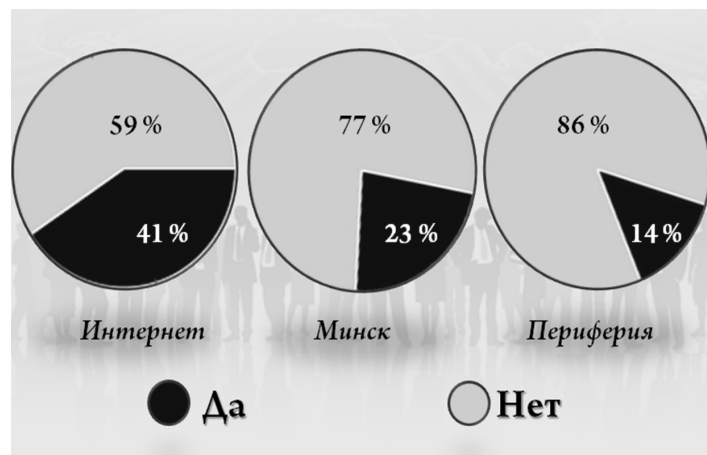


Рис. 1. Связана ли деятельность (образование) респондентов с недвижимостью

Важным является статистика по ответам на вопрос о том, знакомо ли респонденту слово «риэлтер». Она представлена на рис. 2. Минчане и web-респонденты ответили идентично – 28 % «знают» и 71 % «слышали» – в отличие от опрашиваемых жителей периферии, 21 % из которых ответили «впервые слышу», а 45 % с уверенностью сказали, что знают, кто такой риэлтер.

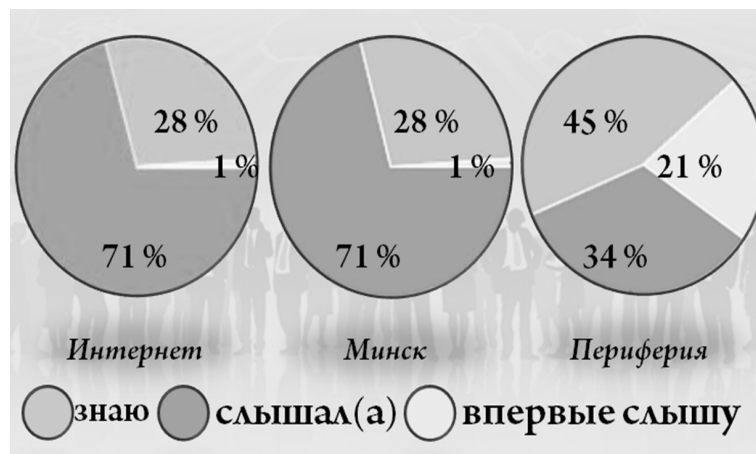


Рис. 2. Осведомленность о профессии риэлтер

При этом только 11 % из них прибегали к услугам данного специалиста. В столице этот показатель на 18 % выше, что свидетельствует о более высоком уровне развитости рынка риэлтерских услуг в г. Минске (рис. 3).

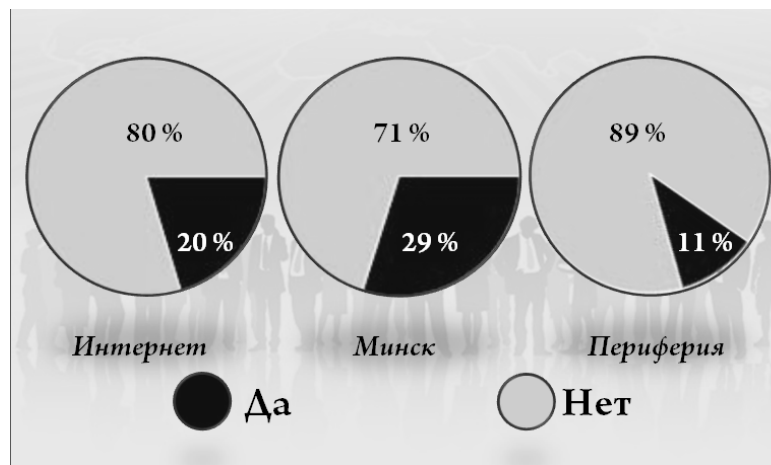


Рис. 3. Количество респондентов, пользовавшихся услугами риэлтера

Интересным представляется мнение жителей нашей страны по поводу выбора наиболее точного определения профессии «риэлтер» (рис. 4). Web-респонденты и жители столицы считают, что «риэлтер – это специалист по подбору жилья и правильному оформлению документов» (около 70 %), а порядка четверти опрошенных склонились к варианту, что риэлтер – это «консультант в сфере сделок с недвижимостью». Стоит также отметить следующее: в среднем 8 % опрошенных считают, что риэлтер – это «человек, получающий деньги за то, что я могу сделать сам», то есть именно этот показатель говорит о том, что предполагаемый стереотип о несодержательности работы риэлтеров существует, но не выражен в обществе так сильно, как ожидалось.



Рис. 4. Определение риэлтера по мнению респондентов

Кроме того, некоторые из опрошенных выбирали одновременно 2-й и 3-й варианты. Это говорит о более глубоком понимании профессии риэлтера, нежели заявлено лишь в одном из вариантов (умышленно в анкете были даны неполные описания данной профессии в вариантах ответов).

Особое внимание необходимо уделить данным, полученным при ответах на вопросы «Работа риэлтера сложная?» (рис. 5) и «Нужна ли эта работа?».



Рис. 5. Сложна ли работа риэлтера?

Около половины опрошенных считают работу риэлтера сложной и нужной, то есть полученные результаты говорят об отсутствии предполагаемого стереотипа.

Кроме того, была опровергнута гипотеза о высоком материальном положении риэлтеров: так, менее половины всех опрошенных ответили, что риэлтеры живут лучше большинства белорусов и примерно такая же часть сказала, что они живут, как все (рис. 6).



Рис. 6. Мнение респондентов о материальном положении риэлтеров

Как видно из рис. 7, не больше 20 % опрошенных хотели бы стать профессионалами в области риэлтерских услуг.



Рис. 7. Хотели бы Вы работать риэлтером

На первый взгляд, это мало, однако если вспомнить результаты ответов на вопрос об осведомленности людей о том, кто такой риэлтер, то можно сделать следующий вывод: около 70 % респондентов, имеющих представление о том, кто такой риэлтер, хотели бы профессионально заниматься данным видом деятельности.

Ответы респондентов на следующую группу вопросов дают представление об отношении общества к деятельности агентств недвижимости.

Если говорить об источниках информации о деятельности того ли иного агентства недвижимости, то на рис. 8 можно увидеть, как распределились мнения опрошенных участников анкетирования.

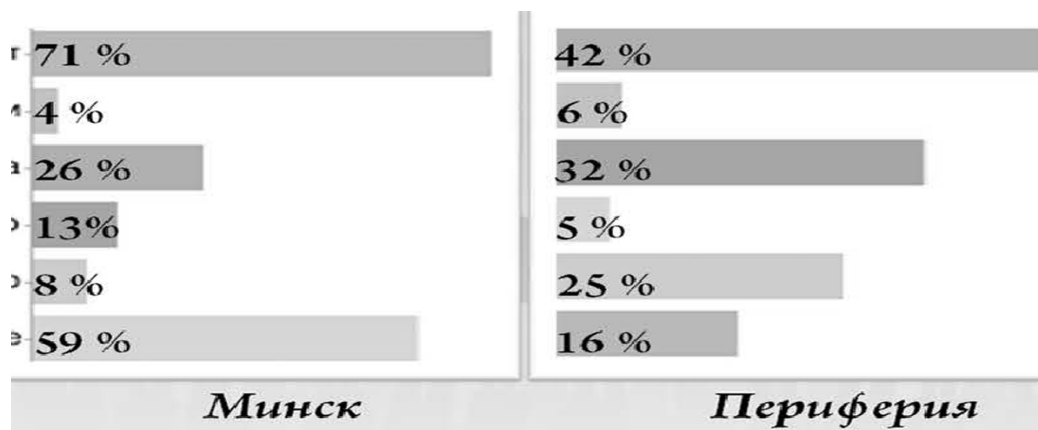


Рис. 8. Источники информации об агентствах недвижимости

Особенностью полученных результатов можно назвать различие в преобладающих ответах на вопрос о том, откуда люди получают информацию об агентствах недвижимости, среди жителей столицы и за ее пределами. В Минске основным источником информации является интернет-пространство (71 % от числа опрошенных), а также информация, передаваемая через родственников и знакомых (59 %). На периферии, несмотря на то, что Интернет занимает лидирующие позиции, однако он не превышает половины опрошенных и составляет 42 %; здесь также достаточно эффективным способом распространения информации являются средства массовой информации, такие как пресса (32 %), радио и телевидение (25 %).

На вопрос о качестве предоставляемых агентствами недвижимости услуг независимо от региона опроса подавляющее большинство (61 % от общего количества опрошенных) осталось им довольно. Однако уровень неудовлетворенных качеством предоставляемых агентствами недвижимости услуг достаточно высок и составляет 33,5 % от общего числа опрошенных респондентов. При этом нужно отметить, что качество услуг является неудовлетворительным, по мнению почти половины опрошенных (45 %) жителей периферии. Это говорит о том, что, несмотря на постепенное развитие рынка недвижимости Республики Беларусь, современные организации, осуществляющие риэлтерскую деятельность, не в полной мере используют возможности эффективного менеджмента и маркетинга для повышения качества оказываемых услуг. Особенно остро эта проблема стоит в областных городах, в населенных пунктах, где уровень развития риэлтерского бизнеса очень низок.



Рис. 9. Удовлетворенность потребителей качеством предоставляемых риэлтерскими агентствами услуг

Одной из проблем отечественного рынка недвижимости остается нехватка профессиональных кадров. И хотя сегодня единичные вузы осуществляют подготовку специалистов на рынке недвижимости, специалистов именно риэлтерской деятельности не выпускают, а это значит, что профессионалом в этом виде деятельности можно стать только набравшись опыта, спустя продолжительный период работы в данной сфере. Отсюда следует и высокий показатель (24 % от общего числа опрошенных) отрицательных ответов респондентов на вопрос об уровне квалификации риэлтеров. При этом нужно отметить, что 61 % респондентов отметили хороший уровень квалификации специалистов риэлтерских организаций, что отражено на рис. 10.



Рис. 10. Удовлетворенность уровнем квалификации и профессионализмом риэлтеров

На вопрос о манере общения риэлтера с клиентами из числа опрошенных респондентов, прибегавших к услугам таких специалистов, абсолютное большинство дали положительный ответ (68 % опрошенных в Минске и 64 % на периферии). Однако процент недовольных клиентов остается достаточно высок – 28 % от общего количества опрошенных. При этом, как видно из рис. 11, процент недовольных респондентов примерно одинаков независимо от региона.



Рис. 11. Удовлетворенность процессом общения риэлтера с клиентом

Как показывают данные, представленные на рис. 12, и в столице, и за ее пределами большинство клиентов риэлтерских агентств остаются довольными внешним видом риэлтеров при выполнении своих профессиональных обязанностей. Однако в Минске этот процент оказался на 26 пунктов меньше, чем тот же показатель на периферии. При этом процент отрицательно ответивших на этот вопрос в столице довольно высокий и составляет 40 %.

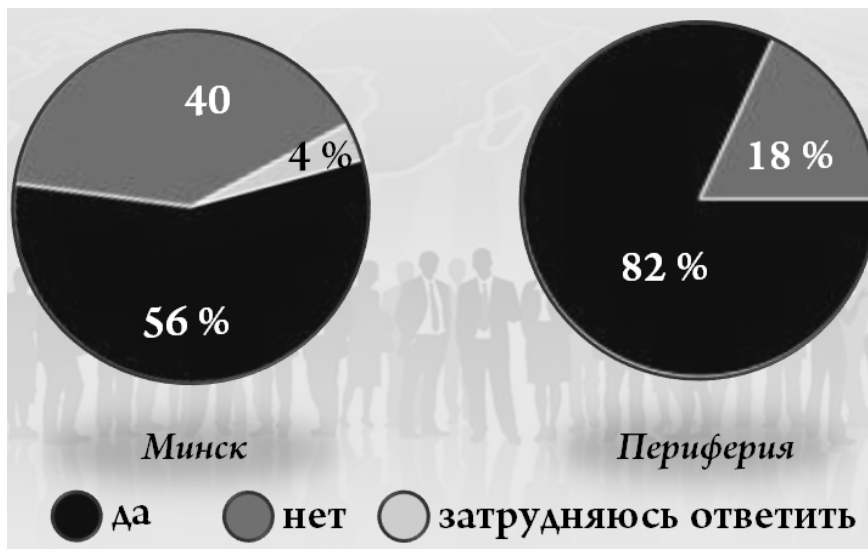


Рис. 12. Удовлетворенность внешним видом риэлтера при работе с клиентом

На рис. 13 представлены данные о том, как распределились ответы респондентов на вопрос об отношении риэлтера к клиенту. Можно сказать, что количество респондентов, ответивших положительно на этот вопрос, довольно большое как в столице, так и за ее пределами (67,5 % от общего количества опрошенных). Однако, как видно из диаграммы, 36 % на периферии и 22 % жителей Минска (29 % от общего количества опрошенных) считают, что отношение к клиентам со стороны специалистов риэлтерских услуг должно быть более высокого качества.



Рис. 13. Удовлетворенность отношением риэлтера к клиенту

При проведении опроса респондентам было предложено назвать не более трех известных агентств недвижимости. Результаты ответов представлены на рис. 14. Как видно, наиболее часто упоминались такие агентства, как «Твоя столица» (37,3 %), «Мольнар» (25,6 %), «Пакодан» (17,1 %).

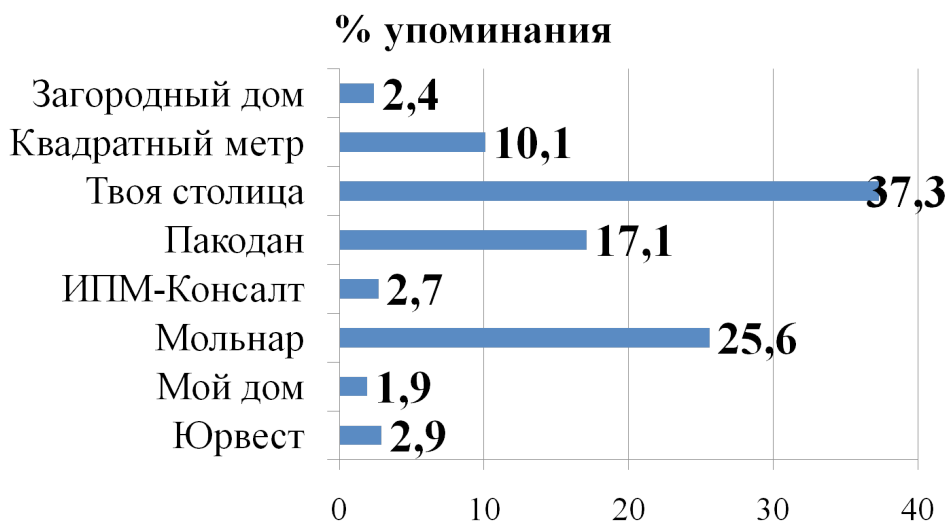


Рис. 14. Известные агентства недвижимости, по мнению респондентов

Как показали результаты опроса, представленные на рис. 15, мнения респондентов столицы и регионов разделились. Абсолютное большинство (73 %) респондентов периферии планируют (возможно) в будущем при решении вопросов, связанных с недвижимостью, воспользоваться услугами специализированных организаций. В то же время только 43 % жителей столицы в будущем, возможно, прибегнут к услугам профессионалов. В Минске высок уровень респондентов, которые ответили вполне утвердительно на поставленный вопрос (34 %), в то время как этот же показатель на периферии на 25 пунктов меньше и составляет только 9 %.

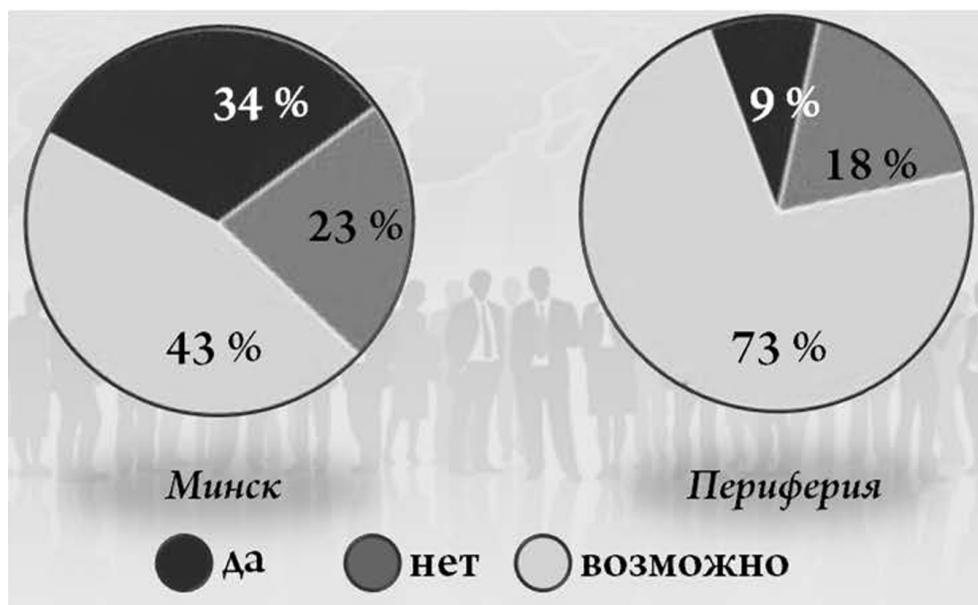


Рис. 15. Потенциальные клиенты риэлтерских услуг

В результате проведенного исследования был получен ответ на вопрос о том, как люди, не связанные с работой в недвижимости, представляют себе эту профессию.

Существуют серьезные различия в мнениях о профессии риэлтера среди людей, проживающих в столице и за ее пределами. Основной причиной этому является практически неразвитый рынок недвижимости на периферии. Кроме того, специалисты, желающие работать в данной сфере, стараются найти применение своим знаниям именно в столице в силу востребованности в Минске услуг риэлтеров.

Особенностью также является наличие резко негативного представления о риэлтерах: достаточно высок процент опрошенных, считающих работу данных специалистов простой, а в некоторых случаях и несодержательной. В качестве причины, объясняющей данное положение, можно назвать следующее: рынок недвижимости в целом в нашей стране молодой и еще не насыщен в полном объеме высококвалифицированными специалистами.

Безусловным лидером по количеству обращений респондентов в агентства недвижимости является группа компаний «Твоя столица», далее следуют такие агентства, как «Мольнар», «Пакодан» и «Динас». По степени известности также необходимо отметить агентства «Квадратный метр», «ИПМ-Консалт» и «Юрвест». Однако при этом важно заметить, что процент клиентов, неудовлетворенных оказанными риэлтерскими услугами, достаточно высок: особое внимание потребители уделяют внешнему виду и манере общения специалистов.

Таким образом, можно сказать, что рынок недвижимости в Республике Беларусь постепенно развивается, профессиональные участники становятся все более значимыми игроками на этом рынке. Положительным моментом можно назвать тенденцию к преодолению стереотипов о криминогенном характере риэлтерского бизнеса.

Решению проблем, выявленных в ходе сбора информации об общественном мнении о профессии «Риэлтер», будет способствовать активное развитие маркетинговой деятельности агентств недвижимости, так как даже в столице, где риэлтерский бизнес получил более широкое развитие, чем в остальных регионах страны, большинство людей «слышали» о такой профессии и лишь в общих чертах имеют представление о деятельности риэлтеров. Наращивание высококвалифицированного кадрового потенциала в стране, целенаправленная подготовка специалистов в данной области в вузах республики также будет способствовать решению вышеназванных проблем этого сектора экономики.

Конечно, добиться повышения имиджа организации в глазах клиента нужно, главным образом, повышая качество оказываемых услуг, однако привлечение новых клиентов и маркетинговые исследования в риэлтерской деятельности должны носить регулярный характер для предприятий, стремящихся завоевать лидирующие позиции на этом рынке.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Бохан, Ф. В. Риэлтерские услуги: правовые вопросы / В. Ф. Бохан. – Минск : Дикта, 2009. – 348 с.