

ки, отношения с местным населением, социально-культурные и политические факторы [5].

В настоящее время существует множество методов, позволяющих провести анализ внутренней и внешней среды организации. На основании такого анализа формулируются рекомендации по совершенствованию взаимодействия организации со средой. Одним из самых популярных методов исследования среды организации является SWOT-анализ. Его используют для получения более четкой и взвешенной оценки настоящего состояния и возможностей организации, а также систематизации информации о ситуации на рынке.

SWOT-анализ представляет собой определение сильных и слабых сторон организации, а также возможностей и угроз, исходящих из его ближайшего окружения [6]. Применение данного метода позволяет систематизировать уже имеющуюся информацию и принимать на основе анализа обоснованные решения о том, как и в каком направлении организации необходимо двигаться дальше. После проведения SWOT-анализа для более детального изучения текущего состояния организации в некоторых случаях применяют SNW-анализ, который представляет собой анализ сильных, нейтральных и слабых сторон организации. Также для более детального анализа среды организации применяют PEST-анализ (иногда обозначают как STEP). Он представляет собой маркетинговый инструмент, предназначенный для выявления различных аспектов внешней среды, которые влияют на развитие компании [3].

Стоит отметить, что в настоящее время существуют и другие методы анализа, позволяющие выявить особенности взаимодействия организации со средой: модель пяти сил конкуренции (по М. Портеру), профиль среды, метод взвешивания каждого фактора и др.

Исследование внутренней и внешней среды Республиканского унитарного предприятия «Минское областное агентство по государственной регистрации и земельному кадастру», проведенное автором с помощью указанных методов, показало, что внутренний потенциал данной организации довольно высок, а внешняя среда данной организации имеет благоприятный характер. По результатам проведенного анализа были сформулированы некоторые рекомендации для повышения эффективности деятельности агентства, а именно:

- необходимо создание корпоративной культуры, которая поможет сформировать корпоративный дух в организации;

- требуется совершенствование маркетинговой деятельности, которая будет содействовать более успешному продвижению организации и др.

Итак, организация должна постоянно приспосабливаться к изменениям в ее внешней среде, и в то же время не стоит забывать, что и сама организация

оказывает влияние на изменения во внешней среде, используя новые виды материалов, предоставляя новые услуги.

Таким образом, совершенствование взаимодействия внешней и внутренней среды является важной составляющей успешной деятельности любой организации. Для получения более ясной оценки возможностей организации и ситуации на рынке в целом используется ряд методов (SWOT-анализ, PEST-анализ, профиль среды, метод взвешивания каждого фактора, модель пяти сил конкуренции (по М. Портеру) и др.), на основании результатов применения которых составляются некоторые рекомендации по ее функционированию. Выполняя их, организация будет улучшать взаимодействие своей внешней и внутренней среды. Заметим, что своевременное и эффективное управление внешней и внутренней средой является важнейшим условием для выживания и дальнейшего успешного развития организации.

Литература

1. Макарова, И. К. Конспект лекций по курсу «Менеджмент» / И. К. Макарова. – М. : ИМПЭ им. А. С. Грибоедова, 2006. – 101 с.
2. Внутренняя среда организации // Яндекс. Словари [Электронный ресурс]. – 2012. – Режим доступа : <http://slovari.yandex.ru/~книги/Экономика/%20и%20финансы/Внутренняя%20среда%20организации>. – Дата доступа : 02.12.2012.
3. SWOT-анализ // Википедия – свободная энциклопедия [Электронный ресурс]. – 2012. – Режим доступа : <http://ru.wikipedia.org/wiki/SWOT>. – Дата доступа : 02.12.2012.
4. Зуб, А. Т. Стратегический менеджмент / А. Т. Зуб. – М. : Аспект Пресс, 2002. – 415 с.
5. Медведев, В. П. Основы менеджмента / В. П. Медведев. – М. : ДеКА, 2002. – 79 с.
6. Разработка плана маркетинга: SWOT-анализ // Технологии корпоративного управления [Электронный ресурс]. – 2012. – Режим доступа : http://www.iteam.ru/publications/marketing/section_23/article_1063. – Дата доступа : 02.12.2012.

РАЗРАБОТКА МОДЕЛИ КАДАСТРОВОЙ ОЦЕНКИ ЗЕМЕЛЬ ДЛЯ ЖИЛОЙ МНОГОКВАРТИРНОЙ ЗАСТРОЙКИ

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

Земля, обладая стоимостью, создает основу всех процессов жизнедеятельности общества. Необходимость в получении достоверной оценки стоимости земельных участков испытывают как государственные органы, так и частные субъекты зе-

мельного права. Для удовлетворения потребностей субъектов хозяйствования проводится кадастровая оценка земельного участка, являющаяся составной частью разработки земельного кадастра.

Государственный земельный кадастр (ГЗК) имеет хозяйственное значение и служит для организации эффективного использования земель, их охраны, планирования хозяйства и других целей. Составными частями ГЗК являются: Единый государственный регистр недвижимого имущества, прав на него и сделок с ним (ЕГРНИ) и Регистр стоимости (РС) земельных участков ГЗК. ЕГРНИ содержит информацию о зарегистрированных объектах недвижимого имущества [1]. РС земельных участков содержит информацию о кадастровой стоимости земель населенных пунктов Республики Беларусь [2].

Технология проведения кадастровой оценки земель населенных пунктов регламентируется ТКП 52.2.01-2011 «Оценка стоимости объектов гражданских прав. Порядок кадастровой оценки земель, земельных участков населенных пунктов Республики Беларусь» [3].

Земли оцениваются отдельно по каждому из видов их функционального использования: жилая многоквартирная, жилая усадебная, производственная, общественно-деловая и рекреационная зоны [4]. В рамках данного исследования рассматривается определенный вид функционального использования земель – жилая многоквартирная зона.

Расчет кадастровой стоимости земель жилой многоквартирной застройки подразумевает прохождение этапов оценки (составление задания и заключение договора на проведение кадастровой оценки, сбор и анализ информации, определение предпосылок и ограничений и др.) и использование рыночного метода, метода кадастровой оценки и комбинированного метода оценки. Выбор метода (методов) оценки в каждом конкретном случае зависит от наличия рыночной информации.

Расчет кадастровой стоимости земель для функционального использования «жилая многоквартирная застройка» производится в следующей последовательности:

- расчет базовой стоимости земель для функционального использования «жилая многоквартирная застройка»;
- расчет кадастровой стоимости земель оценочных зон для функционального использования «жилая многоквартирная застройка».

В расчет базовой стоимости земель населенного пункта закладывается информация о рыночной стоимости типичного земельного участка (PC_{3y}), сводный коэффициент влияния факторов оценки с учетом площади их влияния на кадастровую стоимость земель оценочной зоны (K_{CB}), а также количество индивидуальных оценок земельных участков, про-

веденных по виду использования земель (m). Расчет базовой стоимости земель осуществляется по формуле (1) [3]:

$$BC_{\text{нп}} = \frac{\sum_i^m \frac{PC_{3y}}{K_{CB}}}{m}. \quad (1)$$

При определении кадастровой стоимости земель для жилой многоквартирной застройки учитываются коэффициенты, которые определяются следующими факторами: доступность центра населенного пункта, обеспеченность централизованным газоснабжением, обеспеченность централизованным водоснабжением и др. Влияние всех факторов учитывается при расчете сводного коэффициента влияния факторов оценки (K_{CB}).

Расчет кадастровой стоимости земель для функционального использования «жилая многоквартирная зона» ($KC_{\text{зоны}}$) производится по формуле (2) [3]:

$$KC_{\text{зоны}} = BC_{\text{нп}} * K_{CB}. \quad (2)$$

Кадастровая оценка земель является массовой и проводится с использованием моделей оценки, построенных в соответствии с законодательством в области кадастровой оценки, а также на основе математических и статистических зависимостей. Построение модели оценки осуществляется в программном продукте Microsoft Excel с использованием приложений пакета анализа. Модель является представлением того, как действует некоторая система. Оценочные модели призваны служить для обоснования или прогноза рыночной стоимости объектов на базе имеющихся данных о недвижимости. Модели строятся таким образом, чтобы адекватно отразить действие факторов спроса и предложения на конкретном рынке, и основаны на трех основных подходах к определению стоимости: затратном, сравнительном и доходном [4, с. 29].

Спецификация и калибровка моделей являются важными этапами моделирования. Спецификация модели представляет собой процесс ее построения на основе экономической теории, теории оценки и рыночного анализа. Спецификация включает выбор используемых переменных спроса и предложения и определение их взаимосвязей и соотношений со стоимостью. Калибровка модели представляет собой процесс расчета неизвестных параметров модели.

Построение модели неразрывно связано с проверкой ее адекватности, которая осуществляется на основе данных анализа рынка. Качество моделей следует оценивать с точки зрения точности, устойчивости во времени и объяснимости. Точность модели может быть измерена при помощи статистических показателей согласия, анализа относительных показателей стоимости, пробных исследований, полевой и камеральной экспертизы [4, с. 121]. Модели оценки,

построенные на основе небольшого количества факторов (3–5), легко объяснимы, и для них характерен низкий уровень ошибки вследствие проведения ограниченного количества корректировок по факторам.

Результат кадастровой оценки земель населенного пункта представляется в форме заключения о кадастровой оценке, к которому прилагается отчет о кадастровой оценке. Данные о кадастровой стоимости вносятся в РС земельных участков. Сведения о кадастровой стоимости земель населенных пунктов после внесения их в РС земельных участков ГЗК могут использоваться для различных целей [5, 6]:

- установление начальной цены при проведении аукционов на право заключения договора аренды;
- приватизация;
- индивидуальная оценка;
- совершение сделок купли-продажи объектов недвижимости, включающих в свой состав земельные участки, и др.

Таким образом, определение кадастровой стоимости земель имеет важное хозяйственное значение. Процедуры оценки, освещенные на законодательном уровне, а также использование сведений, содержащихся в ГЗК, позволяют построить модель кадастровой оценки, которая наилучшим образом воспроизводит механизмы действия рынка недвижимости.

Литература

1. О государственной регистрации недвижимого имущества, прав на него и сделок с ним : Закон Респ. Беларусь, 22 июля 2002 г., № 133-З : с изм. и доп. : текст по состоянию на 30 декабря 2011 г. // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2002. – № 87. – 2/882.

2. Информационные ресурсы государственного земельного кадастра // Национальное кадастровое агентство [Электронный ресурс]. – 2011. – Режим доступа : <http://www.nca.by/rus/infres/infres>. – Дата доступа : 05.01.2012.

3. Оценка стоимости объектов гражданских прав. Порядок кадастровой оценки земель, земельных участков населенных пунктов Республики Беларусь : ТКП 52.2.01-2011 (03150) // Белорусский государственный институт стандартизации и сертификации [Электронный ресурс]. – 2011. – Режим доступа : http://www.belgiss.org.by/russian/pered/katalogstand_detail.php?UrlIDGLOBAL=357487&UrlIBD=68. – Дата доступа : 30.12.2012.

4. Эккерт, Дж. К. Организация оценки и налогообложения недвижимости : в 2 ч. : пер. с англ. / Дж. К. Эккерт. – М. : Российское общество оценщиков, 1997. – Ч. 2. – 443 с.

5. Об изъятии и предоставлении земельных участков : Указ Президента Респ. Беларусь, 27 дек. 2007 г., № 667 : с изм. и доп. : текст по состоянию на 6 июля 2012 г. // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2008. – № 6. – 1/9264.

6. О некоторых мерах по совершенствованию отношений в области изъятия, предоставления и использования земельных участков : Указ Президента Респ. Беларусь, 23 сентября 2011 г., № 431// Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2011. – № 109. – 1/12955.

КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОСТЬ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КОМПАНИИ В РИЭЛТЕРСКОМ БИЗНЕСЕ

М. Д. Запорощенко, магистрант ГИУСТ БГУ

Научный руководитель:

кандидат технических наук,

доцент Т. В. Борздова (ГИУСТ БГУ)

На сегодняшний день все больше компаний стремится к выстраиванию долгосрочных отношений с клиентами, формированию в своей работе так называемой клиентоориентированности. В связи с этим становится актуальным отслеживание изменений потребностей клиентов, уделение внимания повышению потребительской ценности продукции и услуг, обучение персонала ориентированности на клиента [1].

Клиентоориентированность – концепция, провозглашающая первенство принципов удовлетворения потребностей клиентов, соответствия их ожиданиям, предвосхищения их желаний при осуществлении всех направлений организационной деятельности [2]. Исходя из этого определения, под клиентоориентированностью понимают ориентацию на клиента с целью лучшего понимания его потребностей и удовлетворения их. Так как речь идет о бизнесе, то целью клиентоориентированности должна быть прибыль. Поэтому клиентоориентированность может быть также определена как способность организации извлекать дополнительную прибыль за счет глубокого понимания и эффективного удовлетворения потребностей клиентов.

Каждая компания понимает клиентоориентированность по-своему: для одних это означает техническое оснащение офисов продаж, своевременные доставки готовых изделий до клиентов, послепродажное гарантийное обслуживание и прочее, для других – это внедрение в бизнес информационных технологий и, в частности, CRM-системы (Customer relationship management); систематическое проведение маркетинговых исследований на предмет удовлетворенности клиентов; обучение продавцов основам психологии переговоров. Именно все это в совокупности и приводит к тому, что фирма становится клиентоориентированной.

Актуальность исследования удовлетворенности потребителей состоит в том, что в современных