

сти. Критерием качества кадастровой (массовой) оценки является близость ее результатов к рыночной стоимости имущества. Чем точнее кадастровая стоимость аппроксимирует рыночную стоимость, тем выше ее качество [1].

Затраты на оценку зависят в первую очередь от требований к точности оценки. Для ее повышения необходимо применять более сложные модели, изыскивать больший объем данных о рынке недвижимости. Все это приводит к увеличению затрат. Поэтому основной задачей кадастровой оценки является нахождение приемлемого компромисса между стоимостью оценки и точностью оценки. Ввиду того, что заинтересованные субъекты не всегда вовремя заказывают переоценку земель, стоимость земельных участков теряет свою актуальность. Это приводит к недополучению бюджетами платежей за землю, включая земельный налог и арендная плата.

Несмотря на то, что система кадастровой оценки в Беларуси создана существуют проблема с ее применением. Так, например, если взять кадастровую оценку земель населенных пунктов и поселков городского типа, которая впервые производилась в 2003–2004 годах, то не все эти земли своевременно были переоценены. И лишь потому, что отдельные органы местной власти своевременно не позаботились о том, чтобы заказать оценку повторно, которая по законодательству должна производиться не реже чем один раз в пять лет.

И это имело свои негативные последствия. С 1 января 2010 года в Республике Беларусь перешли на новую систему налогообложения, в основу которой была положена кадастровая стоимость земельных участков. А поскольку с 2003 по 2008 год произошел значительный рост цен на недвижимость, то непереоцененные земельные участки не соответствовали реальности, цены на них были достаточно низкими, что в конечном итоге привело к резкому снижению доходов в бюджет.

Для решения указанных выше противоречий необходимо:

– проанализировать рынок земельных участков с учетом произошедших изменений и на основе полученных результатов вывести коэффициент роста стоимости земельных участков с целью актуализации [2];

– силами и средствами НКА произвести сплошную оценку земель Республики Беларусь в зависимости от вида использования, по единой методологии, на единую дату и согласно утвержденному графику. Эта организация будет отвечать за качество выполненных работ, осуществлять методологию кадастровой оценки и производить подготовительные работы. В свою очередь, территориальные организации по госрегистрации будут выступать исполнителями оценки. Они будут тестировать модель, собирать исходные данные и т. д.

Литература

1. Шавров, С. А. Государственная регистрация недвижимого имущества, прав на него и сделок с ним / С. А. Шавров. – Минск : Рифтур, 2008. – Т. 3. – 342 с.

2. Масловская, Е. Почему так важна достоверная кадастровая оценка земель? // Е. Масловская // Интернет-центр недвижимости Realt.by [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://realt.by/news/article/10268/>. – Дата доступа : 15.01.2013.

ФОРМИРОВАНИЕ ЦЕНОВОЙ ПОЛИТИКИ СТРОИТЕЛЬНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Д. И. Прокопчик, студентка 4 курса ГИУСТ БГУ
Научный руководитель:
кандидат педагогических наук,
доцент Л. В. Белецкая (ГИУСТ БГУ)

Перед всеми коммерческими и многими некоммерческими организациями в качестве одной из основных встает проблема определения цены на свои товары и услуги. В условиях рынка ценообразование представляет весьма сложный процесс. Оно подвержено воздействию множества факторов. Выбор общего направления в ценообразовании, главных подходов к определению цен на новые и уже выпускаемые изделия, оказываемые услуги с целью увеличения объемов реализации, товарооборота, повышения производства и укрепления рыночных позиций предприятия обеспечивается на основе маркетинга. Цены и ценовая политика выступают одной из главных составляющих маркетинга фирмы. Цены находятся в тесной зависимости от других сторон деятельности компании. От уровня цен во многом зависят достигаемые коммерческие результаты.

Ценовая политика фирмы представляет собой общие цели, которые предприятие собирается достичь с помощью установления цен на свою продукцию. Однако установление цен на продукцию фирмы в значительной мере является искусством: низкая цена вызывает у покупателя ассоциацию с низким качеством товара, высокая – исключает возможность приобретения товара многими покупателями. В этих условиях необходимо правильно сформулировать ценовую политику фирмы, помня о взаимосвязях [5, с. 217].

Под политикой цен понимаются общие цели, которые предприятие собирается достичь с помощью цен на собственную продукцию. Разработка ценовой политики включает несколько последовательных этапов:

- выбор цели;
- определение спроса;

- анализ издержек;
- анализ цен конкурентов;
- выбор метода ценообразования;
- установление окончательной цены;
- разработка системы модификации цен [3, с. 104].

Основными целями ценовой политики любого предприятия являются следующие:

1. Обеспечение дальнейшего существования фирмы.

2. Максимизация прибыли, обеспечение рентабельности. Постановка этой цели означает, что предприятие стремится максимизировать текущую прибыль. Оно производит оценку спроса и издержек применительно к разным уровням цен и выбирает такую цену, которая обеспечит максимальное возмещение затрат.

3. Цель, преследующая удержание рынка, предполагает сохранение предприятием существующего положения на рынке или благоприятных условий для своей деятельности, что требует принятия различных мер для предотвращения спада сбыта и обострения конкурентной борьбы.

4. Обеспечение максимального увеличения сбыта. Фирмы, преследующие эту цель, считают, что увеличение сбыта приведет к снижению издержек производства единицы продукции и на этой основе – к росту прибыли.

5. «Снятие сливок» с рынка. Оно осуществляется за счет высоких цен. Это имеет место, когда фирма устанавливает на свои товары-новинки максимально высокие цены, значительно превышающие цены производства. Такое ценообразование называют «премиальным». Отдельные сегменты рынка от появления новой продукции даже по высокой цене получают экономию на издержках, лучше удовлетворяют свои потребности. Как только сбыт по данной цене сокращается, фирма снижает цену, чтобы привлечь следующую группу клиентов, достигая тем самым в каждом сегменте целевого рынка максимально возможного оборота.

6. Достижение лидерства в качестве. Фирма, которой удается закрепить за собой репутацию лидера в качестве, устанавливает высокую цену своего товара, чтобы покрыть большие издержки, связанные с повышением качества, и затраты на проводимые для этого научно-исследовательские и опытно-конструкторские разработки.

Перечисленные цели ценовой политики могут осуществляться в разное время, при различной цене, между ними может быть разное соотношение, однако в совокупности все они служат достижению общей цели – долгосрочной максимизации прибыли [1; 2, с. 151].

Для осуществления всех работ, связанных с разработкой и успешным проведением ценовой политики, на крупных и средних предприятиях создается

специальное структурное подразделение – отдел цен. На предприятиях с малыми и нерегулярными объемами продаж, а также малочисленным персоналом эту функцию выполняет руководитель фирмы.

Предприятие самостоятельно определяет схему разработки ценовой политики исходя из целей и задач развития фирмы, организационной структуры и методов управления, установившихся традиций на предприятии, уровня издержек производства и других внутренних факторов, а также состояния и развития предпринимательской среды, т. е. внешних факторов [4, с. 142].

При разработке ценовой политики обычно решаются следующие вопросы:

- в каких случаях необходимо использовать ценовую политику;
- когда необходимо отреагировать с помощью цены на рыночную политику конкурентов;
- какими мерами ценовой политики должно сопровождаться введение на рынок нового продукта;
- по каким товарам из продаваемого ассортимента необходимо изменить цены;
- на каких рынках надо проводить активную ценовую политику, изменить ценовую стратегию;
- как распределить во времени определенные ценовые изменения;
- какими ценовыми мерами можно усилить эффективность сбыта;
- как учесть в ценовой политике имеющиеся внутренние и внешние ограничения предпринимательской деятельности.

Механизм ценообразования в строительстве имеет специфические особенности. Прежде всего, это связано с индивидуальным характером строящихся зданий и сооружений. Кроме того, на величину цены строящихся объектов влияют географические факторы, территориальные различия в оплате труда строительных рабочих и т. д. Особенностью формирования цены на строительную продукцию является то обстоятельство, что в этом процессе участвуют проектировщики, заказчики и подрядчики.

Становление рыночных отношений в Республике Беларусь привело к созданию рыночной системы ценообразования и сметного нормирования в строительстве, суть которых сводится к формированию свободных (договорных) цен на строительную продукцию, определение стоимости строительства на различных этапах инвестиционного цикла.

Определение стоимости строительства осуществляется:

1. В составе технико-экономического обоснования (ТЭО) на предпроектной стадии разработки проекта. Результатом расчетов является предварительная расчетная стоимость проектируемого объекта.

2. В составе проектно-сметной документации. На этом этапе определяется сметная стоимость стро-

ительства. Сметная стоимость является основой для определения капитальных вложений, финансирования строительства, формирования свободных (договорных) цен на строительную продукцию, расчетов за выполнение подрядных строительно-монтажных работ. Исходя из сметной стоимости определяется балансовая стоимость вводимых в действие строительных объектов.

При формировании рыночных стратегий целесообразно исходить из оценки основных рыночно-экономических факторов и анализа существующего потенциала стратегического успеха: имиджа фирмы, качества обслуживания покупателей, разработки новых технологий и видов продукции, развитие организационной структуры фирмы, системы реализации продукции, основной контингент клиентуры. Рыночная стратегия состоит из всех инструментов маркетинга, образуя комплекс мер, направленных на достижение целей. Стратегия выступает одновременно принципиальной, исходной позицией фирмы и руководством к действию.

Литература

1. Банк, С. В. Система показателей комплексного анализа финансового состояния хозяйствующего субъекта / С. В. Банк, А. В. Тараскина // Экономический анализ: теория и практика. – 2005. – № 4. – С. 28–35.
2. Бенке, Р. Полный цикл финансового учета / Р. Бенке ; пер. с англ. Н. С. Кукушкина [и др.] ; под ред. Ф. И. Ерешко. – М. : Виктори, 2007. – 356 с.
3. Володин, А. А. Управление финансами (финансы предприятий) / А. А. Володин. – М. : ИНФРА-М, 2009. – 504 с.
4. Голощاپов, Н. А. Организация ценообразования на предприятии / Н. А. Голощاپов. – М. : Гелан, 2001. – 360 с.
5. Пунин, Е. М. Маркетинг, менеджмент и ценообразование на предприятии / Е. М. Пунин. – М. : МЭО, 2008. – 642 с.

КАДАСТРОВАЯ ОЦЕНКА ЗЕМЕЛЬ

И. П. Рабецкая, студентка 4 курса ГИУСТ БГУ
Научный руководитель:
кандидат технических наук,
доцент Т. В. Борздова (ГИУСТ БГУ)

В настоящее время кадастровая оценка земель в Республике Беларусь находит достаточно широкое применение на практике, и ее результаты используются для самых различных целей.

Государственная кадастровая оценка земель – это комплекс правовых, экономических и технических мероприятий, направленных на определение кадастровой стоимости земельных участков по состоянию на определенную дату для целей

определения платы за землю и осуществления государственного регулирования оборота земель [1].

Государственная кадастровая оценка земель основывается на классификации земель по целевому назначению и виду функционального использования, проводится с учетом ценового зонирования территории, однородных по целевому назначению, виду функционального использования и близких по значению кадастровой стоимости земельных участков. Учитываются факторы сложившейся застройки и землепользования, размещения линейных объектов (улиц, дорог, рек, водотоков, путепроводов, железных дорог и др.), а также границы кадастровых районов или кадастровых кварталов [1].

Определение кадастровой стоимости земельных участков является неотъемлемой и важной частью формирования и ведения государственного кадастра недвижимости и необходимо при проведении любых видов сделок с земельными участками, а также для расчета налогооблагаемой базы по земельному налогу.

При этом кадастровая стоимость является расчетной величиной, отражающей представления о ценности (полезности) земельного участка при существующем его использовании [2].

Результаты государственной кадастровой оценки земель вносятся в государственный земельный кадастр, где, основываясь на сведениях о земельных участках и их правообладателях, должны использоваться в целях установления объектов налогообложения, налогоплательщиков, определения налоговой базы, налоговых льгот, а также ставок земельного налога. Кроме того, кадастровая стоимость применяется в качестве базы для расчета выкупных цен и арендных платежей за земельные участки в связи с тем, что в настоящее время это единственный показатель, максимально приближенный к уровню рыночных цен. В Республике Беларусь законодательной основой земельного кадастра является Кодекс о земле, в котором определена структура земельного кадастра.

Первые работы по кадастровой оценке начали проводиться после издания Приказа Государственного комитета по земельным ресурсам, геодезии и картографии Республики Беларусь от 10.03.1997 № 13 «Об утверждении Методических указаний по кадастровой оценке земель сельхозпредприятий». Изданные методические рекомендации послужили основой первых работ по кадастровой оценке в нашей стране и явились первым шагом на пути ее становления.

Кадастровая оценка земель, земельных участков населенных пунктов проводится по состоянию на 1 января года ее проведения (дата оценки). Земли оцениваются отдельно по каждому из видов их функционального использования (жилая многоквартирная, жилая усадебная, производственная, общественно-деловая и рекреационная зона), каж-