

Риэлтерская деятельность в Республике Беларусь

Годлевский А.А., Молчан Д.В.

(научный руководитель – Винокурова Н.Е.)

Белорусский национальный технический университет

Минск, Беларусь

Риэлтерская деятельность появилась в Беларуси вместе с возникновением рыночных отношений, и уже сегодня рынок недвижимости стал не только одним из наиболее значимых секторов белорусской экономики, но и, будучи тесно связанным с жилищной проблемой большинства населения, приобрел огромное социальное значение.

Главным нормативным актом, регулирующим правовое положение риэлтерских организаций, является Указ Президента Республики Беларусь от 09.01.2006 №15 «О риэлтерской деятельности в Республике Беларусь»[1]. Согласно этому документу, риэлтерская деятельность допускается только при наличии выдаваемого Министерством юстиции специального разрешения (лицензии) на осуществление деятельности по оказанию юридических услуг.

Под риэлтерской деятельностью понимается посредническая деятельность по содействию при заключении, исполнении сделок с объектами недвижимости. Риэлтерские организации консультируют своих клиентов по сделкам, предоставляют информацию об объектах недвижимости, оказывают содействие при переговорах и оформлении документов.

Также Указом №15 регламентируются требования, предъявляемые к риэлтерской организации — например, к её штатному составу. Так, штат риэлтерской организации должен включать риэлтеров и агентов по операциям с недвижимостью, количество которых не может превышать количество риэлтеров более чем в три раза. Например, в штате риэлтерской организации с численностью 30 и более работников должно состоять не менее 5 риэлтеров, от 20 до 30 работников - не менее 4 риэлтеров, от 10 до 20 работников - не менее 3 риэлтеров, до 10 работников - не менее 2

риэлтеров. Для работы в качестве риэлтера в риэлтерской организации лицо должно иметь свидетельство об аттестации, выдаваемое Министерством юстиции сроком на пять лет. Также специалист по риэлтерской деятельности не имеет права работать одновременно нескольких агентствах недвижимости.

Что касается организационной структуры, то для таких организаций характерна линейная структура управления и вертикальное подчинение.

Прежде всего, любая риэлтерская фирма должна сформировать у себя базу данных, где приводятся предлагаемые к продаже объекты недвижимости, а также указывается спрос на объекты недвижимости. Многие агентства недвижимости контактируют друг с другом, это облегчает деятельность и позволяет поделиться накопленным опытом.

Типичная схема отношений между риэлтерской фирмой и заказчиком выглядит следующим образом: предложение фирмой набора услуг – выбор услуги заказчиком – заключение договора – оказание услуги – совершение сделки с недвижимостью – оплата услуг риэлтера за выполненную работу [2].

Подробнее остановимся на бизнес-моделях риэлтерских организаций.

В общем виде бизнес-модель выглядит следующим образом (рисунок 1):



Рисунок 1 — Шаблон бизнес-модели

Рассмотрим компоненты этой модели:

1) Потребительские сегменты. Менеджер определяет, для кого фирма работает и кто является самым важным её клиентом.

2) Ключевые ценности. Этот раздел даёт ответ на вопросы, какие проблемы клиента способна решить фирма. Более того, ценность услуг рассматривается для различных сегментов потребителей, а не только для какого-то конкретного.

3) Каналы сбыта. Начиная бизнес, нужно понимать, через какие каналы клиенты будут взаимодействовать с фирмой и какими каналами они пользуются сейчас. Следует определить, какие каналы сбыта наиболее эффективны для всех сторон экономического процесса.

4) Взаимоотношения с клиентами. Менеджер должен определить, с представителями какого из сегментов рынка компания будет иметь наилучшие отношения и насколько эти клиенты будут для неё дороги.

5) Потоки поступления доходов: за что клиенты готовы платить, как они платят сейчас и какую долю в общем объёме поступлений будет занимать каждый из потоков.

6) Ключевые ресурсы. Компания определяет, какие средства и ресурсы ей нужны для оказания услуг.

7) Ключевые виды деятельности: ключевые действия, необходимые для работы, каналов сбыта, выстраивания отношений с клиентами, получения и учета потока доходов.

8) Ключевые партнеры: составление списка ключевых партнеров и поставщиков, их действий в отношении фирмы и ресурсов, получаемых фирмой от поставщиков.

9) Структура издержек: рассматриваются наиболее важные для компании расходы.

По нашим наблюдениям риэлторские агентства сегодня придерживаются бизнес-модели «выживания», когда компания берется за все сделки, которые могут принести прибыль, иногда даже в ущерб имиджу. В этой модели строятся длинные цепочки обменов владельцев квартир с доплатами, осуществляется поиск жилья под аренду, идет взаимодействие с другими агентствами, работающими в той же бизнес-модели «выживания».

Но мы считаем, что оптимальная бизнес-модель сегодня характеризуется четырьмя признаками:

1. **Имидж экспертов рынка.** Агентство должно быть способным рекомендовать продавцам справедливую цену на жилье в каждый момент времени, указывая продавцам, когда они смогут продать свое жилье с максимальной выгодой и подсказывая покупателям, какая цена является «хорошей» и «справедливой» в данный момент времени.

2. **Подготовка команды.** Агентство уделять большое внимание подготовке персонала для работы с клиентами (продавцами и покупателями недвижимости), организуя формы общения, в которых реально может быть передан опыт от более опытных сотрудников менее опытным.

3. **Передовые услуги.** Необходимо правильно отработать перечень услуг агентства, сформировать гибкую, мягкую и понятную систему расценок на услуги агентства (не упираясь в цифру, что агентство зарабатывает 5% от каждой сделки и не отпугивая этой цифрой покупателей). Необходимо разработать и предлагать ряд дополнительных услуг клиентам, что выгодно будет отличать агентство от конкурентов.

4. **Готовность риэлтеров много работать.** Агентству необходимо продумать систему стимулирования сотрудников, которая решала бы сразу несколько задач: увеличивала число риэлтеров, работающих на агентство; повышала их профес-сионализм ;позволяла риэлтерам зарабатывать больше; вела бы к естественной специализации риэлтеров по объектам недви-жимости; увеличивала полезную конкуренцию между риэлтерами.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Указ Президента Республики Беларусь от 9 января 2006 года №15 «О риэлтерской деятельности в Республике Беларусь» [Электронный ресурс]//Правовой интернет-портал Республики Беларусь. Режим доступа: [http:// pravoby.info / docum09 / part15 / akt15228.htm/](http://pravoby.info/docum09/part15/akt15228.htm/) - Дата доступа: 21.11.2015.

2. Бизнес-модели риэлтерских организаций [Электронный ресурс] // Международная онлайн-академия риэлтерского бизнеса. – Режим доступа: <http://maksimus.pro/> - Дата доступа: 02.12.2015.