

20–30%) и с банками. Сейчас уже многие строительные компании согласятся, что правильно организованная работа с профессиональными участниками рынка недвижимости – это одна из составляющих успешной деятельности в сфере строительства и эффективных продаж.

В Самаре довольно высока плотность риэлторов, но при этом в этой среде очень высок уровень профессионального интеллекта и образованности. Самара всегда была одним из немногих регионов, где риэлторы тесно взаимодействуют с госструктурами. И соответственно при всем при этом цены на самарскую недвижимость будут расти и в дальнейшем – никаких оснований для их снижения нет. В то же время первоочередной задачей является формирование рынка доступного жилья. Самара – один из первых городов, в котором активно и успешно развивается ипотечное кредитование и реализуются жилищные программы. Основным оператором на ипотечном рынке продолжает оставаться Самарский областной Фонд жилья и ипотеки. Ставки по ипотечным кредитам дифференцированы от 10% до 19 % годовых. В 2005 г. населению выдано ипотечных кредитов более чем на 1 млрд. руб., что говорит о растущем благосостоянии населения. Проводимые Правительством России реформы должны привести к снижению процентных ставок к 2010 г. до 7 %. Таким образом, Самара является одним из ведущих центров деловой активности в стране, где активно развивается отрасль «операции с недвижимым имуществом».

Л.М. Мухаметшина

Российский государственный профессионально-педагогический университет

ПРИМЕНЕНИЕ ТЕЛЕФОННОГО ОПРОСА В ПОЛЕВЫХ ИССЛЕДОВАНИЯХ (НА ПРИМЕРЕ ТОРГОВЫХ ЦЕНТРОВ Г. ЕКАТЕРИНБУРГА)

Рынок торговых центров (ТЦ) г. Екатеринбурга развивается необычайно бурно. Сегодня в городе действуют 16 крупных ТЦ. Хотя каждый из них в отдельности обрушить рынок не способен, в ближайшее время их общее число грозит выйти за пределы допустимого уровня.

Более того, рост рынка ТЦ, тем не менее, не сопровождается адекватным удовлетворением потребностей покупателей. Работники ТЦ сами зачастую говорят, что люди ходят посмотреть, но не купить товары. В этой связи изучение ТЦ г. Екатеринбурга представляет особый научный и практический интерес.

В связи с этим совместно с коллективом кафедры менеджмента и маркетинга Института экономики и управления РГППУ определена цель данного маркетингового исследования: изучение направлений совершенствования работы ТЦ г. Екатеринбурга. Первичный материал исследования – анкеты в электронном виде, заполненные в ходе телефонного опроса. Вопросы анкеты предполагали оценку работы четырнадцати ТЦ г. Екатеринбурга. Звонки проводились с 21 февраля по 2 марта 2007 г. в разное время: с 13 до 17 часов и с 17 до 21 часа. В дневное время опрашивалось 20–25 человек, а в вечернее время – 30–33 человека. Продолжительность разговора составляла от 3 до 6 минут. В итоге было опрошено 218 человек. Для данного опроса использовалась случайная выборка номеров телефонов из «Телефонной базы 2006. Екатеринбург». Полученные данные позволили сформулировать следующие выводы и рекомендации.

Поскольку у большинства людей «ТЦ» ассоциируется со словом «покупка» (40 человек), то люди в основном воспринимают ТЦ как место совершения покупок. Ассоциирование ТЦ со словом «магазин» (17 человек) показывает, что люди не привыкли к новому формату торговли – ТЦ. По частоте посещения лидируют ТЦ

«Семь ключей» и «Парк–Хаус». Реже всего покупатели посещают ТЦ «Кит», «Гермес-плаза», «Универбйт». Больше число людей посещают ТЦ «Мега», меньше – ТЦ «Сити-центр» и «Кит». Большинство опрошенных посещают ТЦ редко, поскольку пока предпочитают «магазины у дома». В этой связи мы считаем целесообразным расширение сети ТЦ в направлении возведения ТЦ в каждом районе города. В основном в ТЦ совершаются покупки до 500 руб., 1000 и 3000 руб. По стоимости покупок лидируют «Парк–Хаус», «Гринвич», «Мега» и «Успенский». Самые недорогие покупки совершаются в ТЦ «Гермес-плаза», «Сити-центр». Причем мужчины больше всего денег тратят в ТЦ «Успенский», меньше всего – в ТЦ «Гермес-плаза». Женщины больше всего денег тратят в «Дирижабле», меньше всего – в ТЦ «Кит». Поскольку мужчины в ТЦ тратят не меньше, чем женщины, мы рекомендуем размещать в ТЦ достаточное количество мужских марок одежды. В среднем по всем атрибутам качества опрашиваемые оценили ТЦ от 3 до 4,4 балла по пятибалльной шкале.

Результаты анализа показали, что ТЦ г. Екатеринбурга в целом удовлетворяют потребностям населения. В целом наиболее высокий уровень качества имеет ТЦ «Карнавал», наиболее низкий – ТЦ «Кит». Большинство опрошенных, вне зависимости от материального положения, посещают ТЦ «Мега», а ТЦ «Парк – Хаус» – в основном средний класс и выше. То есть ТЦ «Мега» устраивает как людей с высоким материальным положением, так и с наиболее низким. В связи с этим для увеличения посещаемости ТЦ рекомендуем привлекать в них арендаторов, направленных на разные целевые аудитории. Полученные результаты говорят о необходимости дальнейших исследований ТЦ г. Екатеринбурга.

А.А.Набок, Н.Р. Степанова

Уральский государственный экономический университет

ЭФФЕКТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ КОРПОРАТИВНОЙ СОБСТВЕННОСТЬЮ

Проблема управления корпоративной собственностью является одной из самых важных в условиях переходной экономики. В этой связи повышение эффективности управления объектами корпоративной собственности может стать одним из способов повышения инвестиционной привлекательности национальной экономики. Формирование реальных схем управления корпоративной собственностью следует осуществлять, исходя из принципов эффективного менеджмента, используя базовые положения гражданского и хозяйственного законодательства.

Практическая реализация этих задач осуществляется в рамках единого замкнутого процесса управления, включающего идентификацию, учет, оценку эффективности использования, планирование мероприятий по повышению эффективности, оценку возможностей корпоративной поддержки планируемых мероприятий и реализацию мероприятий. Процедура контроля использования корпоративного недвижимого имущества включает в себя мероприятия и действия, направленные на мониторинг текущего состояния объектов имущества, правильности и законности их использования, принятие решений по недобросовестному использованию объектов недвижимости. Для получения необходимой информации при осуществлении мониторинга основными методами представляются: дистанционное зондирование, при котором изучается внешнее окружение объекта недвижимости; непосредственные наземные специальные наблюдения; современный и ретроспективный анализ данных, получаемых в результате инвентаризации объектов, проверок, обследований, контрольно-ревизионной работы. Цикл