

ЖИТТЄВИЙ ЦИКЛ ОБ'ЄКТІВ ПРОМИСЛОВОЇ НЕРУХОМОСТІ ЯК ТОВАРІВ ПРОМИСЛОВОГО РИНКУ

Показано, що кожний ринок товарів, в тому числі промисловий, кожен сегмент ринку промислових товарів, в тому числі й ринок промислової нерухомості відповідає окремому життєвому циклу. Життєвий цикл об'єкта нерухомості повністю детермінований поведінкою його власника і всі фактори впливу змінні. Незмінні фактори впливають з природної специфіки об'єктів нерухомості як, наприклад, неможливість перенесення об'єкта нерухомості в інше місце, де існує незадоволений попит, не можуть бути реалізовані. Підсумовано, що традиційна форма життєвого циклу як залежності обсягу продаж від часу може застосовуватись в основному до компанії виробників об'єкта нерухомості, тобто до виду товару, а не до самого товару.

Ключові слова: життєвий цикл, об'єкт нерухомості, товар, продаж, рентабельність.

Постановка проблеми. Життєвий цикл товару не залежно від його виду, за визначенням провідних фахівців з теорії маркетингу [1, 3] це динаміка зміни обсягу продажу товару відповідного виду, отримання прибутку протягом відповідного відрізка часу від надходження товару на ринок до його зникнення. Для цього використовують запозичену з біології S - подібну логічну криву з чотирма явно вираженими циклами - введення товару на ринок, зріст - турбулентність, зрілість-насиченість, спадок - завершення.

Має місце детальний, поглиблений погляд на проблему. Жан-Жак Ламбен у [2] стверджує, що в визначенні поняття "життєвий цикл товару" багато неоднозначного і неконкретного. Він ставить під сумнів правомірність застосування цього поняття до усіх без винятку товарів тільки на тій підставі, що обсяг продажу товару з часом змінюється. Ламбен пропонує застосувати це визначення винятково для характеристики життєвого циклу ринку товарів, де товар розглядається не як матеріальна субстанція, а як набір специфічних властивостей адресованих для задоволення потреб окремої групи споживачів. Таким чином, кожний ринок товарів, в даному разі промисловий ринок, а також кожен сегмент ринку промислових товарів, в тому числі і ринок промислової нерухомості, відповідає окремому життєвому циклу. Такий підхід найбільше відповідає визначенню життєвого циклу такого специфічного товару, як нерухомість. При такому підході життєвий цикл відображає не стільки еволюцію товару, скільки еволюції попиту, тобто еволюцію ринку для якого він призначений. Це в значній мірі може бути віднесено до таких специфічних товарів промислового ринку, як об'єкти промислової нерухомості. Еволюцію

попиту на ринку промислової нерухомості доцільно розглядати не відносно окремого об'єкту, як конкретного виду товару, а відносно окремого класу товарів, наприклад об'єкти нерухомості для роздрібної торгівлі, складські приміщення, виробничі об'єкти нерухомості і т.п. Але у зв'язку з невідривністю від конкретного розташування об'єктів промислової нерухомості попит на такий товар є суто регіональний, і пов'язаний, в основному, з наявністю його на ринку. В одних регіонах є попит на об'єкти промислової нерухомості відповідного функціонального призначення, але він не може бути задоволений в зв'язку з відсутністю таких об'єктів на ринку. В іншому регіоні на ринку представлені об'єкти промислової нерухомості відповідного функціонального призначення, але відсутній попит.

У першому випадку, це може бути визвано обмеженістю земельних ділянок, як основної складової об'єктів промислової нерухомості. Достатньо в той чи інший спосіб розв'язати цю проблему, наприклад шляхом викупу та знесення застарілих або зношених об'єктів нерухомості і побудови на звільненій земельній ділянці виробничого комплексу відповідно наявному попиту, як попит буде задоволений на довгі роки, а може і назавжди. В іншому випадку наявність на промисловому ринку нереалізованих об'єктів нерухомості може бути продиктована не його насиченістю таким товаром, а відсутністю попиту в зв'язку з економічною або політичною ситуацією, наприклад депресивністю того чи іншого регіону. У разі зміни загальної економічної чи політичної ситуації на краще, ті один або декілька об'єктів, що "імітували" на ринку промислових товарів, уже декілька років, його насиченість, будуть стрімко реалізовані і попит на об'єкти промислової

нерухомості відповідного функціонального призначення перейде з стану насичення, в стан зростання.

Об'єкти промислової нерухомості як товари промислового ринку кількісно досить обмежені. Мова йде про наявність на регіональних ринках промислової нерухомості (ринки промислової нерухомості суто регіональні) десятків, в таких визначних регіонах як Київський, Харківський, Донецький, можливо, сотень об'єктів нерухомості. Що не йде ні в яке порівняння з іншими товарами промислового ринку: мільйонами одиниць цегли, сотнями тисяч тонн цементу, металу інших матеріалів, комплектуючих виробів і сировини.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Ринок промислової нерухомості в Україні існує більше 10 років. Основні дослідження цього періоду стосуються в основному формування та розвитку ринку нерухомості [4], формування регіональних ринків [5], вивчення проблеми оцінки об'єктів нерухомості [6], процесів і ролі ринку в перехідній економіці країни [7], стрімкого розвитку окремих сегментів ринку нерухомості [8]. Такі наукові дослідження були спрямовані на розв'язання тих нагальних економічних проблем, без чого саме існування такого ринку було б неможливе.

Нерозв'язані раніше частини загальної проблеми. У зв'язку з досить коротким періодом існування ринку промислової нерухомості в Україні, загальною кількістю публікацій стосовно цього напрямку економічної наукової діяльності не може бути достатньо. Національна економічна наука набула стрімкого зросту, але й досі відчутна обмаль досліджень з науково-теоретичної сутності такого економічного явища як нерухомість. Тому важко виділити із загальноіснуючих економічних та товарних характеристик і факторів базові, що витікають з природних, родових ознак об'єктів промислової нерухомості. Дефіцит наукових досліджень локального ринку, праць в даному питанні призводить до труднощів в формуванні професійного бачення середовища та території, де необхідно діяти, а також самого предмету дії.

Мета статті. Стаття присвячена дослідженню одного з факторів - динаміки процесів, що супроводжують об'єкти промислової нерухомості впродовж всього періоду їх існування та перебування на ринку промислових товарів.

Викладення основного матеріалу дослідження. Об'єкти промислової нерухомості - це складний багатоелементний та специфічний товар, як в створенні так і використанні. Об'єкти нерухомості створюються за індивідуально розробленими проектами з конкретною прив'язкою до земельної ділянки та місцевості, тобто як фізичний реально

існуючий предмет, об'єкт промислової нерухомості суто індивідуальний і навіть унікальний. В той же час, з точки зору господарського використання об'єкти промислової нерухомості повинні мати можливість забезпечення широкого спектру їх функціонального призначення. У господарській діяльності об'єкти нерухомості можуть використовуватись як у вигляді окремих будівель або споруд, так і в комплексі з ряду будівель, що складають цілісні господарські комплекси. Цілісний господарський комплекс - це комбінація двох або більше будівель (приміщень), розташованих на одній земельній ділянці, які функціонують в єдиному господарському процесі, виробничому або комерційному процесі, відокремлення яких неможливе без нанесення шкоди загальному господарському процесу. В майновому відношенні цілісний господарський комплекс може належати одному власнику та мати обмеження щодо його поділу, тобто бути цілісним у володінні, або не бути обмеженому в поділі, а знаходитись під одним управлінням.

Ми встановили, що об'єкти промислової нерухомості мають потрійну сутність: фізичну, економічну та правову.

Фізичну - протягом усього періоду існування об'єкт промислової нерухомості зберігає свою натурально-майнову форму.

Економічну - протягом усього періоду існування об'єкт промислової нерухомості зберігає свою економічну форму, як предмет економічних відносин. Як товар об'єкт промислової нерухомості є реальним фінансовим активом для його власника. Призначений для виробничого або комерційного призначення об'єкт промислової нерухомості для інвестора є капіталом, який може приносити прибуток від оренди або продажу, тобто є різновидом фінансового активу.

Правову - протягом усього періоду існування об'єкт промислової нерухомості є суб'єктом права, яка передбачає його державну реєстрацію при зміні власника, реконструкції або ліквідації.

Сутність об'єктів промислової нерухомості протягом всього періоду існування проходить зміни під дією внутрішніх та зовнішніх факторів впливу: природних, технічних, фізичних, економічних, соціальних, політичних, моральних та інших. Якщо ми зможемо визначити зміни, що відбуваються під впливом факторів впливу з фізичною, економічною та правовою сутністю об'єктів промислової нерухомості, ми побудуємо теоретичну модель відповідних життєвих циклів об'єктів промислової нерухомості. Деякі з таких моделей життєвого циклу нерухомості розглянені в [9].

Упродовж періоду існування кожен об'єкт промислової нерухомості проходить такі чотири

стадії існування, або життєвого циклу фізичного існування:

Створення - придбання земельної ділянки, будівництво будівель або споруд, покращення, обладнання, введення в експлуатацію.

Експлуатація - функціонування за цільовим призначенням, розвиток, зміна виду використання, капітальний ремонт, реконструкція, санація, банкрутство, модернізація, реорганізація, ліквідація та інше;

Зміна власника, орендаря, користувача - ці зміни неодноразово відбуваються протягом періоду експлуатації об'єкта нерухомості. Кожний раз при таких змінах об'єкт нерухомості може стати товаром, якщо він буде представлений на загальнодоступний конкурентний ринок.

Закінчення існування будівель або споруд - це може відбутись природним шляхом (розвал у зв'язку з природним старінням), результатом стихійного лиха, або в результаті відповідного рішення власника.

Закінчення існування будівель або споруд не приводить до повної ліквідації об'єкта нерухомості, як товару, а лише змінює його статус. Оскільки основною складовою кожного об'єкта нерухомості є земля, а земля незнищувальна. Тому після знесення всього того, що було побудовано, або знаходилось на поверхні землі та було нерозривно з нею пов'язано, земельна ділянка стає вільною від забудови і в правому відношенні має статус, об'єкта нерухомості - земельна ділянка відповідного цільового призначення і може бути представлена на ринку промислових товарів, як товар.

У кожній із чотирьох стадій існування об'єктів промислової нерухомості існує певний проміжок часу, протягом якого з ним відбуваються певні еволюційні зміни під тиском зовнішніх і внутрішніх факторів впливу. Найбільш тривала стадія експлуатації об'єкта промислової нерухомості. Упродовж цього періоду об'єкт промислової нерухомості ефективно використовується за своїм функціональним призначенням і приносить дохід. Цей період згідно з [10] підпорядковується відповідним закономірностям і має, визначенням Г. Харрисона, такі терміни (строки) існування: економічний, фізичний, хронологічний та залишковий строк економічного життя.

Економічний строк життя - це період прибуткового використання об'єкта нерухомості. Якщо власник об'єкта нерухомості буде своєчасно проводити поточний та капітальний ремонт об'єкта нерухомості, відповідно зі зміною технології, технологічного процесу, соціальних і культурних вимог, зміною навколишнього середовища вносити поліпшення до об'єкта нерухомості, проводити переобладнання, а в разі

нагальної необхідності і реконструкції термін економічного життя об'єкта може бути продовжено на значний термін до 100, 200 і більше років. Кінець економічного життя об'єкта нерухомості настає тоді, коли поліпшення об'єкту нерухомості вже не можуть бути реалізовані та не вносять вагомого внеску у вартість об'єкта нерухомості у зв'язку з його суцільним зношенням.

Фізичний строк життя - це період реального існування об'єкта нерухомості з моменту його створення (реєстрації, введення в експлуатацію) до моменту представлення на знесення. Фізичний строк життя об'єкта нерухомості нормується шляхом встановлення щорічного амортизаційного внеску, що компенсує його відтворювальну вартість. Повна амортизація об'єкта означає лише нормований термін життя об'єкта нерухомості. Фактично об'єкт нерухомості при належному догляді та обслуговуванню може бути продовжений і дорівнювати економічному строку життя об'єкта нерухомості. На жаль, крім складової об'єкта нерухомості - земельної ділянки, невмолений закон природи в кінці кінців призведе до повного зношення об'єкта нерухомості та його ліквідації.

Ефективний строк життя - це термін ринкового існування об'єкта нерухомості, основу його становить зовнішній вигляд та технічний стан. Це термін життя об'єкта нерухомості, при якому його зовнішній вигляд і технічний стан ще уможливають привабливість для потенційних покупців, тобто знаходиться на більш-менш задовільному рівні попиту. Це стан фактичного збереженого стану споживчої цінності об'єкта нерухомості на момент його представлення на ринок, не залежно від його хронологічного віку.

Хронологічний строк життя - це період від дати введення об'єкта в експлуатацію до дати угоди.

Залишковий строк життя об'єкта промислової нерухомості - це строк, який відраховується від моменту оцінки його стану до закінчення терміну економічного життя. Він може бути продовжений завдяки відповідним діям власника: поліпшенню, капітальному ремонту, модернізації та реконструкції.

На початку досліджень ми вже говорили, що термін "життєвий цикл" запозичений аналітиками ринку з біологічної науки, як природа існування всього живого. Періоди життєвого циклу наперед визначені у своїй послідовності і неминучості. Тому деякі фахівці з маркетингу рекомендують досить обережно відноситись до використання на практиці такої моделі, хоча і не мають сумніву в її корисності [2]. Стосовно застосування терміну життєвого циклу до ринку об'єктів нерухомості, треба бути вдвічі обережнішим. Перше - це

методологія визначення періодів, пов'язана з обсягом продаж, яка для об'єктів нерухомості повністю неприйнятна і вимагає спеціального дослідження основи експлікативних механізмів життєвого циклу, впливу усіх експлікативних змінних на формування життєвого циклу об'єктів нерухомості та їх тривалості. Об'єкти нерухомості - це специфічний товар, суто індивідуальний, унікальний та регіональний, пов'язаний з конкретною місцевістю і з конкретним населеним пунктом, і мова йде про продаж цього конкретного об'єкта нерухомості, розташованого на конкретній земельній ділянці, в конкретному населеному пункті. Що ж до обсягу продажу аналогічних об'єктів, то мова може йти лише в статистичному плані, тобто в межах адміністративного органу звітності або в межах усієї країни. Друге - це абсолютна залежність життєвого циклу об'єкта нерухомості від поведінки та дій власника. Життєвий цикл об'єкта нерухомості повністю детермінований поведінкою його власника і всі фактори впливу змінні. А фактори, що незмінні та впливають з природної специфіки об'єктів нерухомості, як, наприклад, неможливість перенесення об'єкта нерухомості в інше місце, де існує незадоволений попит, не можуть бути реалізовані. Якщо підсумувати перше та друге, то можна зробити такий висновок, що традиційна форма життєвого циклу як залежності обсягу продаж від часу може застосовуватись в основному до компаній виробників об'єкта нерухомості, тобто до виду товару, а не до самого товару. Справді компанії виробники об'єктів нерухомості, наприклад девелоперські компанії, які діють у різних регіонах країни при входженні на ринок промислової нерухомості, безумовно, проходять усі традиційні періоди зросту, стабілізації та спаду.

Відносно конкретного об'єкта нерухомості то його життєвий цикл може змінюватись і набувати найнормальніших форм залежно від дій власника. Може бути декілька періодів зросту та стабілізації у зв'язку з своєчасним переобладнанням або реконструкцією, може бути стабілізація без зросту, може бути відновлення зросту після занепаду (відбудова об'єкта в попередньому вигляді), може бути занепад зразу після росту і ін.

Типовий варіант фізичного життєвого циклу об'єктів нерухомості має п'ять періодів, а саме: розробка та створення, виведення на ринок, зріст попиту, період стабільного попиту, зменшення попиту.

Період створення. Інвесторам і власникам майбутніх об'єктів притаманні такі основні дії та їх послідовність: пошук ідеї створення об'єкта та її оцінка; розробка концепції створення; розробка бізнес-плану створення; економічний аналіз, потреба в ресурсах; бізнес-план залучення

інвестицій; створення відповідного органу управління процесом створення об'єкта нерухомості. Кожен із цих заходів спрямований на отримання необхідної інформації, аналізу та вироблення необхідних управлінських рішень. Це далеко не повний перелік першочергових дій, які повинні вчинити майбутні власники або інвестори, для прийняття рішення що до створення об'єкта промислової нерухомості. Подальшим процесом створення об'єкта буде управляти створений орган (відділ, підприємство) у відповідності до розроблених проектів та планів. Створення об'єкта нерухомості це досить капіталоемкий та довготривалий процес, з притаманним високим ступнем ризику. Протягом усього періоду він потребує постійної маркетингової та інформації, аналізу та тотального контролю за реалізацією створення споживчої цінності, яка б відповідала уявній цінності майбутніх споживачів.

Період виведення на ринок. Згідно з класичним визначенням, - це період, на якому новий товар, в нашому випадку новий об'єкт нерухомості, вперше надійшов на ринок, тобто вперше заявлений на продаж. Для об'єктів нерухомості процес виведення на ринок конкретного об'єкта повинен розпочатися на самому початку його створення. Коли з'являється ідея створення об'єкта нерухомості, для успішного його реалізації на ринку необхідно розпочати маркетингові дослідження не тільки ринку відповідного сектора нерухомості, а також місця та району розташування, (району збуту) прилеглої інфраструктури, соціального оточення і т.ін. Цей процес повинен проводитися постійно, до самого завершення проекту створення, та вноситись у проект необхідні корективи. Можуть бути запущені в дію різноманітні стратегії виведення захисту об'єкту нерухомості на ринок. Основне завдання, яке повинен виконати виробник, це якомога скоріше сформулювати первинний попит. Це допоможе усунути фактор невизначеності, який зазвичай існує на самому початку процесу. Суть проблеми в тому, що виробник об'єкта нерухомості, наприклад девелоперська компанія, провела маркетингові дослідження, визначила цільове призначення та розробила проект створення об'єкта нерухомості. Більше того, вона навіть розробила ключові диференціатори, які відрізняють її товар від інших аналогічних об'єктів нерухомості, що вже експлуатуються споживачами і в тій чи іншій формі задовольняють їх потреби, але вона не може знати задовольняє її об'єкт нерухомості мета цінність, сформовану в уяві потенційного покупця на деякий період. Адже все швидко змінюється, і те, що в недавньому минулому було привабливе на сьогодні вже не є таким. Тому отримати першу реакцію потенційних

споживачів на створюваний об'єкт нерухомості дуже важливо. Чим раніше виробник об'єкта нерухомості отримає реакцію потенційних покупців, тим більше часу буде в нього для корегування проекту, щоб його споживча цінність відповідала вимогам потенційних споживачів. Для цього необхідно:

- домогтися широкого розголосу про створення об'єкта нерухомості;
- розповсюджувати інформацію про вигоди які несе створення об'єкт нерухомості;
- зацікавити потенційних покупців оглянути місце та познайомитися з проектом створення об'єкта нерухомості;
- ввести об'єкт нерухомості в реалізаційну мережу.

Надзвичайно важливим при запуску об'єкта нерухомості на промисловий ринок є визначення стратегії цінової політики. Особливо якщо створюється об'єкт нерухомості багатопільовий, тобто призначений для використання в різних цілях (виробництво, торгівля, офіси, розваги і т.п.) відповідними споживачами. Правильно вибрати зв'язок ціни проникнення на ринок з ціною максимізації майбутніх доходів - досить складна дилема, особливо в період запуску об'єкта нерухомості на ринок. Для виробника нерухомості ціна відіграє подвійну роль - з одного - це стимуляція попиту, з іншого боку головний фактор формування механізму повернення інвестицій та майбутньої рентабельності експлуатації об'єкта нерухомості. Раннє спілкування з потенційними споживачами нерухомості дозволить визначити:

- Реакцію потенційних споживачів на визначені виробником ключові диференціатори, адже створення відмінностей, які, на думку виробника, мають у майбутньому позитивно впливати на прийняття рішення покупцем, потребують вкладення відповідних інвестицій. Економічно недоцільно вкладати кошти в поліпшення, які не будуть у майбутньому затребувані та не збільшуватимуть споживчу цінність об'єкта нерухомості.

- Реакцію ринку промислової нерухомості на ціну об'єкта нерухомості, яку хотів би отримати виробник. Ціни - це моніторинг вираження споживчої цінності об'єкту нерухомості. Для потенційного покупця нерухомості ціна об'єкта нерухомості - це розмір та природа задоволення, якого він очікує при здійсненні процесу придбання. Для промислового покупця ціну об'єкта нерухомості можна визначити, як співвідношення кількості коштів витрачених на придбання до розміру прибутків отриманих від використання придбаного. Звичайно, це дещо спрощений погляд на ціну об'єкта нерухомості. Насправді ж на теренах обміну об'єкта

нерухомості на деяку суму грошей є багато інших якісних факторів, які можуть впливати на їх рух у той чи інший бік. Проте цього погляду достатньо, щоб визначити реакцію ринку на запропоновану вартість нерухомості та напрямку її корегування. Отже, визначивши на ранній стадії створення об'єкта нерухомості та реакцію суб'єктів ринку промислової нерухомості на введення нового продукту, виробник може визначитися з доцільним обсягом інвестицій та терміном їх повернення та відповідно чином скорегувати напрямок реалізації проекту, а саме:

- виключити з проекту усі поліпшення, що не збільшують споживчу цінність об'єкта нерухомості;
- скоротити обсяг інвестицій;
- поліпшити об'єкт нерухомості, додаючи важливі властивості;
- установити привабливу ціну, що є на рівні ринкової та забезпечує необхідний термін повернення інвестицій.

Період зросту. Попередній період життєвого циклу нерухомості, як життєвого циклу ринку товару, відрізняється від аналогічного періоду життєвого циклу інших промислових товарів хіба що за обсягом проведення необхідних дій. Що ж стосується переліку напрямку та суттєвого наповнення, то вони аналогічні діям введення на ринок інших промислових товарів. Період зросту ринку товарів для об'єктів нерухомості має зовсім інші характеристики, пов'язані не зі збільшенням обсягу продажу, а скоріше зі збільшенням незадоволеного попиту на відповідні об'єкти нерухомості. Об'єкт нерухомості - це суто індивідуальний і навіть унікальний товар, попит на який цілком залежить від економічної ситуації в регіоні, конкретному населеному пункті і в країні в цілому. Наведемо такий приклад. Поліпшення економічної ситуації стало причиною збільшення виробництва обладнання, що потребує збільшення виробничих площ. Було прийнято рішення про придбання додаткового об'єкта нерухомості. У районі розміщення підприємства виробництва обладнання на регіональному ринку товарів - об'єктів нерухомості, такого цільового і функціонального призначення не представлено. Тобто незадоволений попит. На інших регіональних ринках, можливо, є відповідна нерухомість, але це економічно не вигідно для підприємства. Необхідно створити там інфраструктуру, транспортні витрати і т.ін. Але підприємство не залишає своїх намірів на розширення і починає вивчати можливість придбання представлених на ринку інших об'єктів нерухомості, з метою зміни їх цільового і функціонального призначення. Таким чином є незадоволений попит і зростаючий попит. Вплив

цього процесу на суб'єктів ринку - продавці мають можливість збільшувати назначені ціни, а покупці прискорити процес прийняття рішення. В цілому це призведе до активізації ринку і збільшення обсягу збуту, але не шляхом збільшення кількості проданого товару, а шляхом збільшення ціни та прискорення динаміки процесу.

Дії виробника, необхідні протягом цього періоду:

- розширити, наскільки це можливо, цільове та функціональне призначення об'єкта нерухомості;
- твердо підійти до сегментації цільового ринку товарів - об'єктів нерухомості та диференціації характеристик;
- оперативно керувати змінами у стратегії цінової політики;
- поліпшення системи управління нерухомістю, надання нових додаткових послуг, зниження затрат на експлуатацію.

Період стабілізації. Попит на об'єкти нерухомості надзвичайно тісно пов'язаний з економічною ситуацією. При стабільній економічній ситуації виробництво, комерційна діяльність знаходяться у стадії стабільного планового зростання, це сприяє росту доходів населення, підвищеного життєвого рівня, покупної спроможності і т.п. Тому споживачем виробничої та комерційної нерухомості уже немає нагальної необхідності збільшувати виробництво, а комерційному бізнесу - його розширення. Промислові підприємства та комерційні структури всі свої плани щодо розширення обсягу виробництва та комерційної діяльності вирішують за рахунок новітніх технологій заміни об'єктів нерухомості, придбаних раніше, на більш придатні для їх цільового використання, менш витратні в обслуговуванні і т.ін. Значний відсоток ринку об'єктів нерухомості в період стабілізації задіяний на чисто формальних операціях передачі об'єктів нерухомості від одного власника до іншого. Цей період стабілізації можна охарактеризувати так:

- ринок об'єктів нерухомості становить надзвичайно вузько сегментний, оскільки домінуючий попит - це попит на заміну менш придатних для конкретного цільового та функціонального призначення на більш придатні;
- на ринку об'єктів нерухомості домінуючими залишаються небагато виробників нерухомості, але досить потужних;
- у цілому попит практично стабільний на об'єкти нерухомості, зростання має місце в окремих видах, пов'язаних з економічним ростом окремої галузі, наприклад готельному бізнесі.

Основним завданням виробників нерухомості в цьому періоді це зберегти свою долю ринку та по можливості досягти стійкого положення на

конкурентному полі. Для цього необхідно ще більш детально диференціювати характеристики об'єктів нерухомості; шукати ринкові пустоти в сегментах промислових ринків; удосконалювати управління об'єктами нерухомості; знижувати витрати на експлуатацію за рахунок введення нових технологічних процесів, модернізації обладнання, дотримання режимів економії. Період стабілізації - це період найвищої рентабельності, тому чим довше він у часі буде продовжений, тим більший прибуток отримують власники нерухомості. За період стабільності може змінитись декілька споживачів об'єкта нерухомості, об'єкт нерухомості може змінити або скорегувати цільове та функціональне призначення, може отримати поліпшення, об'єкт нерухомості може бути відремонтовано і навіть реконструйовано. Період стабілізації для об'єктів нерухомості може тривати десятки років, а в разі виконання в цьому періоді капітального ремонту або реконструкції навіть набагато більше. Узагалі цей термін не має економічного підґрунтя для обмеження в часі та практично повністю відповідає динаміці змін економічної ситуації в регіоні і в державі в цілому.

Період зниження (або падіння). Які причини можуть призвести до зниження і навіть падіння попиту на об'єкт нерухомості як товар промислового ринку:

- фізичний знос об'єкта нерухомості, це стосується як виробничих, так і комерційних об'єктів, тому період зниження попиту, як на неякісний товар, може розпочатись як по закінченні періоду стабілізації, так і на якомусь його етапі. Спонукає до цього може неякісне обслуговування та догляд об'єкта нерухомості, а також якість використаних при його створенні матеріалів;
- погіршення споживчої цінності у зв'язку з зміною технологічного процесу ведення виробництва або бізнесу, коли новітні технології неможливо впровадити в існуючих будівлях або спорудах;
- економічні, соціальні або економічні зміни в оточуючому середовищі роблять об'єкти нерухомості непридатними до використання за цільовим і функціональним призначенням;
- фінансовий стан власника об'єкта нерухомості не дозволяє провести капітальний ремонт або реконструкцію.

Висновки та перспективи подальших досліджень. У результаті проведених досліджень:

- набули свого подальшого розвитку теоретичні засади розробки такої товарної категорії об'єктів нерухомості як життєвий цикл та їх видові проявлення: економічні, фізичні, цільові та функціональні, технічні, правові, соціальні, психологічні.

- проведено поглиблене дослідження та аналіз життєвого циклу ринку товару об'єкта нерухомості, визначено межі застосування цього поняття, методологію визначення періодів життєвого циклу, фактори впливу дій власника на динаміку змін характеру життєвого циклу.

- подальші дослідження життєвого циклу об'єктів промислової нерухомості доцільно спрямувати в напрямку дослідження об'єктів промислової нерухомості як фінансового активу; доцільно проаналізувати поняття фінансового життєвого циклу, що визначається як динаміка змін, які відбувається з об'єктом промислової нерухомості як фінансовим активом і пов'язана з еволюцією реального активу та змінами ринкового попиту; перше характеризується фізичними характеристиками (станом) об'єкта промислової нерухомості, а друге - глобальними змінами в економіці та її ринкових складових; аналізуючи фінансові потоки, що мають місце на різних етапах фінансового життєвого циклу, можна активно впливати на капіталізацію об'єктів промислової нерухомості та дохід, який вони генерують.

Список літератури

1. Основы маркетинга / Котлер Ф., Армстронг Г. - М. : Вильямс, - 2009, 1072 ст.
2. Ламбен Ж.-Ж. Стратегический маркетинг / Ж.-Ж. Ламбен. - Спб. : Наука, 1996. 583 ст.
3. Старостіна А.О., Длігач А.О., Кравченко В. А. Промисловий маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика. / Підручник за ред. А.О. Старостіної, К., Знання, 2005, 764 ст.
4. Гриценко Е.А. Ринок нерухомості: закономірності, становлення, функціонування / Гриценко Е.А. Х., Бизнес-інформ, 2002, 283ст.
5. Павлов В. І. Формування та становлення ринку комерційної нерухомості в регіоні. / Рівне, Вид. НУВТІ, 2009, 128 ст.
6. Грибовський С. Оценка доходной недвижимости / Спб., Питер, 2000, 943ст.
7. Кім М.М., Йоскіна В.А., Роль ринку нерухомості в перехідній економіці, / Держ. інформ бюлет. про приватиз. 2001, №3, 54-58 ст.
8. Азарян А.А. Моніторинг ринку офісної нерухомості., / Азарян А.А., Донецьк, Вид "Вебер", 2008, 107 ст.
9. Горемыкин В.А. Экономика недвижимости / В.А.Горемыкин. - М. : Изд. "Дашков и К", 2005., 656 ст.
10. Харрисон Г.С. Оценка недвижимости / Г.С.Харрисон. - М. : РОО, 1994., 231 ст.

ЖИЗНЕННЫЙ ЦИКЛ ОБЪЕКТОВ ПРОМЫШЛЕННОЙ НЕДВИЖИМОСТИ КАК ТОВАРА ПРОМЫШЛЕННОГО РЫНКА

Показано, что каждый рынок товаров, в том числе промышленный, каждый сегмент рынка промышленных товаров, в том числе рынок промышленной недвижимости соответствует отдельному жизненному циклу. Жизненный цикл объектов недвижимости полностью определен поведением его собственника, и все факторы влияния являются переменными. А те факторы, которые являются постоянными и исходят из естественной специфики объектов недвижимости, как например невозможность переноса объекта недвижимости в другое место, где существует неудовлетворенный спрос, не могут быть реализованы. Резюмировано, что традиционная форма жизненного цикла как зависимость объема продаж от времени может применяться, в основном по отношению к компаниям, производителям объектов недвижимости, то есть к виду товара, а не к самому товару.

Ключевые слова: *жизненный цикл, объект недвижимости, товар, продажа, рентабельность.*

Summary

Aleksandr Struliev

LIFE CYCLE OF COMMERCIAL REAL ESTATE AS A PRODUCT OF INDUSTRIAL MARKET

It is shown that each product market, inclusive industrial, each industrial product market segment correspond to a certain life cycle. The commercial real estate life cycle is fully determined by its owner behavior and all the influence factors are changeable. Those factors that are permanent and originate from the natural specific of the commercial real estate objects, like impossibility to move the real estate object to another location with unsatisfied demand cannot be realized. It is concluded that the traditional form of the life cycle as sales volume dependence on time can be applied mainly to the companies, producers of real estate objects, in other words to the type of a product, but not to the product itself.

Key words: *life cycle, real estate object, product, sales, profitability.*