

Методологические особенности оценки конкуренции на рынке риэлтерских услуг

© 2009 В.Н. Колесников

Рассматриваются вопросы, связанные с проблемами оценки конкуренции на рынке риэлтерских услуг. Описываются границы применения универсальных методов оценки конкуренции, а затем на основании анализа особенностей анализируемого рынка предлагается специализированная методика оценки конкуренции. Ее основными этапами являются: анализ сопряженных рынков, изучение внутренних конкурентных тенденций, оценка воздействия неформальной конкуренции, интеграция полученных выводов для их дальнейшего прикладного применения.

Ключевые слова: рынок риэлтерских услуг, конкуренция, конкурентные риски, рынок недвижимости, сопряженные рынки.

Проблема оценки конкуренции на различных рынках всегда была особенно острой и актуальной задачей экономической науки. Говоря о рынке риэлтерских услуг, следует заметить, что значительная часть риэлтерских компаний функционирует в условиях рыночных рисков, из которых конкурентные риски можно выделить в первую очередь. Поэтому для принятия правильных управленческих решений, для верного осуществления предпринимательской деятельности целесообразным представляется изучение конкуренции на рынках, а также определение точного положения самой компании в этой конкурентной системе и выработка рекомендаций, определяющих дальнейшие шаги риэлтерского агентства в конкурентной борьбе. В то же время сама конкуренция на рынке риэлтерских услуг обладает очень высоким уровнем специфичности. В силу того что рынок риэлтерских услуг является частным случаем посреднического рынка, он вынужден оперировать со сложившимся спро-

сом и предложением на рынке. Несмотря на то, что риэлтерские компании вправе производить отбор объектов оказания риэлтерских услуг, тем не менее, они не формируют товарную основу рынка. Она создается в рамках сопряженного рынка - рынка недвижимости, а рынок риэлтерских услуг оперирует с ней как с данностью. Такая черта конкуренции на рынке риэлтерских услуг находит свое отражение в характере конкуренции.

Универсальные методики оценки конкуренции не способны охватить всех особенностей риэлтерского рынка. Унификация подходов к оценке конкуренции является целесообразной в процессе сравнения конкуренции на различных рынках. В случае же детального анализа конкретного рынка целесообразно применение методики, учитывающей его специфику, различных параметров его функционирования. Универсальную методику оценки конкуренции можно сформировать, следуя составленной автором схеме (рис. 1).

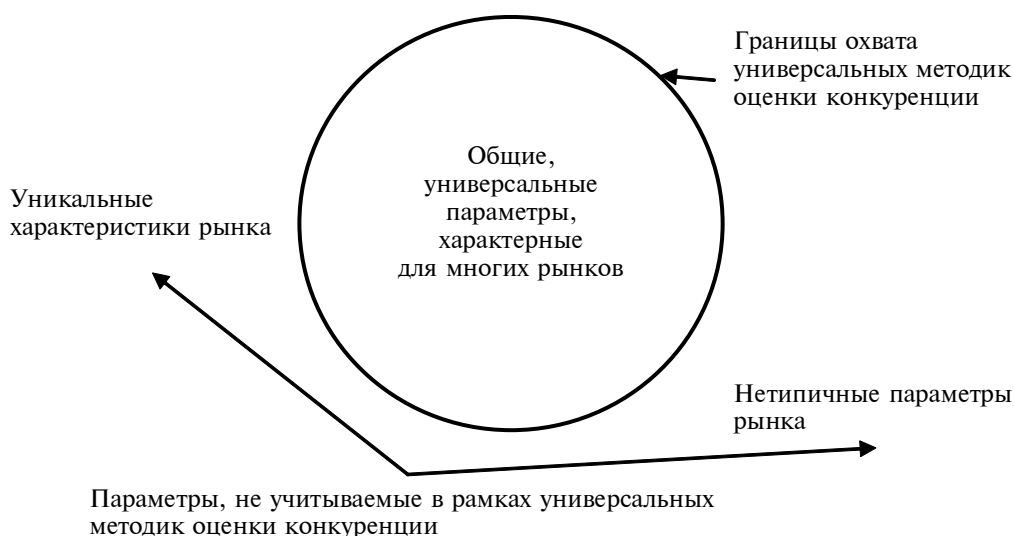


Рис. 1. Параметры, анализируемые при использовании универсальных методик оценки конкуренции

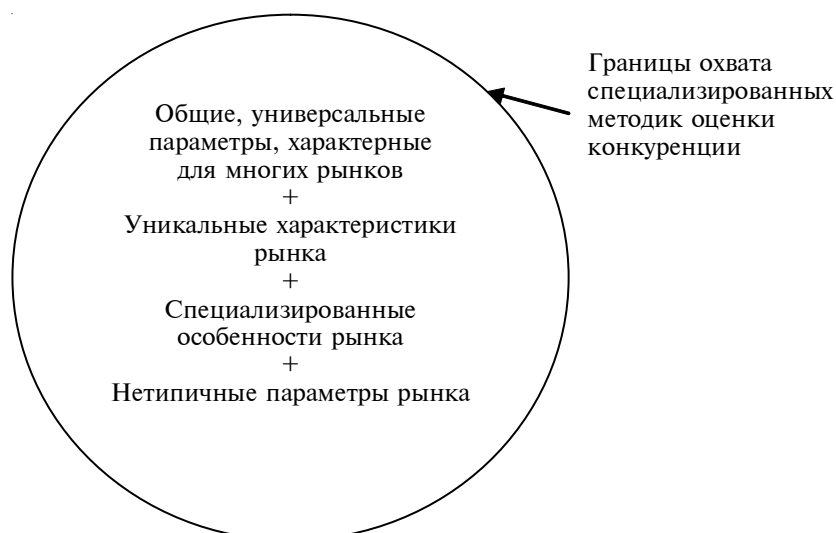


Рис. 2. Параметры, анализируемые при использовании специализированных методик оценки конкуренции

Специализированную методику оценки конкретного рынка можно сформировать аналогично составленной автором схеме (рис. 2).

Если переходить к процессу формирования методики анализа конкурентных отношений на рынке риэлтерских услуг, то представляется целесообразным изучение конкуренции, базирующееся на принципах дедуктивного подхода.

Как уже отмечалось, конкуренция на данном рынке носит нестандартный характер. В частности, конкурентные отношения на рынке риэлтерских услуг могут быть представлены как пирамида, на которой можно выделить различные уровни конкуренции, в значительной степени обуславливаемые размерами компании или масштабами ее деятельности. Кроме того, между указанными слоями существуют определенные “зоны конкурентной активности”, которые выражаются в повышенной конкурентной борьбе на этих участках риэлтерского рынка. Также на развитие конкурентных отношений на риэлтерском рынке оказывает влияние такой фактор, как неформальная конкуренция, которая проявляется в присутствии независимых нерегламентированных экономических агентов, вмешивающихся в характер рыночных отношений и деятельность риэлтерских компаний. Наконец, заключительной особенностью конкуренции на рынке риэлтерских услуг является то, что она базируется на тенденциях, влияющих на риэлтерский рынок с сопряженных рынков - системы рынков недвижимости. Таким образом, в процессе выработки методики оценки конкурентных отношений на рынке риэлтерских услуг необходимо учитывать все перечисленные особенности конкуренции на этом рынке.

Сложная структура конкурентных отношений определяет характер ее анализа. Как было обозначено выше, предлагается многоступенчатая методика оценки конкуренции, базирующаяся на дедуктивном подходе. Это означает, что в процессе анализа мы будем опираться на выводы, ведущие от исследования общих явлений к частным, от глобальных рыночных аспектов конкуренции к их влиянию на модели поведения и стратегии отдельных компаний. Такая методика является особенно актуальной в силу ее прикладного характера. Она изначально ориентирована на получение практических результатов, способствующих не только анализу конкуренции на рынке, но и формированию моделей предпринимательской активности в условиях такой конкуренции. Попробуем представить такую методику в виде алгоритма действий риэлтерской компании в процессе оценки конкуренции на рынке.

Первым этапом анализа конкуренции в таком случае будет являться анализ сопряженных рынков как базы функционирования рынка риэлтерских услуг. При этом необходимо заметить, что границы такого анализа должны определяться каждой риэлтерской компанией индивидуально, исходя из сферы ее текущей деятельности и рыночных интересов. В частности, это может быть комплексный анализ рынка недвижимости, целесообразный для риэлтерских компаний, принадлежащих к верхнему уровню конкуренции на рынке. В то же время это может быть специализированный анализ конкретных сегментов одного из рынков недвижимости, который представляет сферу функционирования малых риэлтерских компаний или индивидуальных риэлтеров.

В целом, независимо от того, каким образом проводится исследование, самостоятельно или с привлечением сторонних организаций, такой анализ должен включать в себя систему показателей, таких как:

- объем и структура предложения на сопряженном рынке;
- перспективные проекты и тенденции развития сопряженного рынка;
- ценовая составляющая предложения на сопряженном рынке:
- значения цен на покупку (продажу) недвижимости;
- значения цен на аренду недвижимости;
- территориальное распределение предложения недвижимости по сопряженному рынку.

Анализ такого рода предназначен для формирования информационной базы функционирования компании, которая является основой предпринимательской деятельности на риэлтерском рынке. Кроме того, такой анализ позволяет уже на начальном этапе спрогнозировать формирование зон конкурентной активности на различных уровнях риэлтерского рынка. Дело в том, что выявленные тенденции, характеризующиеся появлением, например, перспективных проектов на рынке недвижимости чаще всего являются индикаторами повышения спроса на услуги риэлтерских компаний в конкретном секторе сопряженного рынка. При этом можно предположить, что активизация интереса к предоставлению посреднических услуг будет происходить не только на том уровне конкуренции, к которому непосредственно относится данный сегмент, но и на смежных уровнях.

Таким образом, первый этап оценки конкуренции является одновременно и анализом сопряженных рынков и исследованием предложения в зоне взаимного проникновения рынка риэлтерских услуг и системы рынков недвижимости.

Следующим этапом выступает оценка конкуренции в рамках самой пирамиды конкуренции на рынке риэлтерских услуг. Это наиболее сложный и емкий этап в рамках данной методики. Первым шагом, который должна предпринять риэлтерская компания на данном этапе, – это также определить границы анализа. В случае с маленькими компаниями им целесообразно ограничиться анализом в рамках одного уровня конкуренции, на котором они присутствуют. В то же время для крупных риэлтерских агентств целесообразным представляется проведение более комплексного анализа. Это объясняется тем, что крупные риэлтерские компании, которые в рамках единого риэлтерского рынка (например, на уровне оценки конкуренции в стране) нахо-

дятся на высшем уровне конкуренции, при изучении обособленных рынков более мелкого размера, например при территориальном дроблении, могут занимать позиции, соответствующие различным уровням конкуренции. В данной ситуации также должен соблюдаться принцип дедукции. Компании следует сначала оценить общее состояние конкуренции на глобальном риэлтерском рынке, а затем детализировать полученные выводы применительно к отдельным территориальным или функциональным составляющим его деятельности. В этом случае компания будет располагать информацией о структуре ее конкуренции на различных рынках, что позволит выявить зоны риска – зоны повышенной конкурентной активности – и сконцентрировать свое внимание на конкурентной борьбе именно на данных участках рынка.

Сам анализ можно разделить на несколько стадий. Во-первых, следует выделить несколько стадий исходя из методологической составляющей анализа. Так, можно выделить:

- методы, базирующиеся на математических способах оценки конкуренции;
- нематематические методы.

Большая часть математических методов ориентирована на изучение концентрации рыночной власти в руках ведущих компаний на рынке. Но применение большинства математических методов не дает ответов на вопросы о структуре конкуренции на рынке. Кроме того, математические методы не учитывают воздействия сопряженных рынков, которые изначально формируют условия ведения предпринимательской деятельности на данном рынке. Поэтому целесообразным представляется обращение к анализу различных проявлений конкуренции, не привязанных к изучению рыночных долей компаний. Такой анализ также складывается из нескольких составляющих:

- анализ проявлений конкуренции в реальном экономическом пространстве;
- анализ проявлений конкуренции в виртуальной среде.

Такое подразделение становится все более актуальным в современном обществе и настоящих условиях функционирования рынка. Процессы перевода бизнеса из реального сектора в виртуальное пространство находят все большее распространение. Это можно объяснить воздействием таких факторов, как:

- снижение издержек ведения риэлтерской деятельности за счет использования виртуальных средств: создание собственного сайта и поддержание его нормального функционирования обходятся компании значительно дешевле содер-

жания значительного штата сотрудников, аренды помещений и всего другого, связанного с процессами ведения бизнеса в реальной экономической среде;

- облегчение доступа к информации: виртуальная среда в значительной степени сокращает расстояние между риэлтерской компанией и ее клиентами. Отсутствие необходимости физического присутствия клиента в процессе обсуждения вопросов, связанных с оказанием ему риэлтерских услуг, позволяет проводить операции, заключать сделки параллельно с осуществлением иных видов деятельности;

- формирование информационной базы: большая часть сайтов риэлтерских агентств изначально ориентирована на сбор информации о структуре спроса и предложения на сопряженном рынке. Специфика риэлтерской деятельности проявляется еще и в том, что рынок, на котором работают компании, не признает какой-либо единой стандартизированной среды. Предложение недвижимости изначально неоднородно, и на формирование цены на этом рынке влияет ряд факторов субъективного характера. Поэтому возможности аккумулирования детализированной информации о потребностях и возможностях клиента, а также получение ценовой оценки требуемого или предлагаемого продукта позволяют значительно облегчить процесс функционирования риэлтерских агентств.

Кроме всего перечисленного, виртуальное пространство является оптимальным источником информации о характере неценовой конкуренции на рынке. Сложности конкурентных отношений на рынке риэлтерских услуг изначально обусловлены тем, что различные риэлтерские агентства обладают различными информационными базами. То есть ни одна риэлтерская компания не может предоставить клиенту полной информации о структуре спроса и предложения на сопряженном рынке. Поэтому инструменты неценовой конкуренции являются действенным способом привлечения клиентов в компанию, и конкуренция на этом участке проявляется даже в большей степени, чем в реальном секторе рынка. Процессы ценообразования в меньшей степени являются гибкими, примерные схемы формирования тарифной политики - общими для всего рынка. В то же время возможности неценового конкурирования ничем не ограничены и могут предоставить компании действенное конкурентное преимущество на необходимом ей уровне конкуренции.

Третий этап оценки конкуренции на рынке риэлтерских услуг связан с изучением роли неформальной конкуренции. В данном случае це-

лесообразным представляется проведение математического анализа доли сделок, происходящих с участием неформальных экономических агентов, а также каналов их осуществления. Специфика неформальной конкуренции не предполагает применения особых средств неценовой конкуренции, она в значительной степени базируется на инструментарии "сарафанного радио", поэтому в данном случае математическими методами оценки можно ограничиться. В то же время неформальный, часто не фиксируемый характер сделок при неформальной конкуренции сводит к минимуму информативность данного этапа методики, так как реально оценить объемы и структуру сделок, производимых посредством неформальных каналов, чрезвычайно сложно.

Наконец, завершающим этапом оценки конкуренции должны стать подведение комплексных итогов, интеграция анализа состояния сопряженных рынков и характера конкурентных отношений на самом рынке риэлтерских услуг. Необходимо выявление логических взаимосвязей между развитием рынков недвижимости и активизацией конкуренции на риэлтерском рынке. Кроме того, представляется целесообразным выработка на основании полученных выводов специальных рекомендаций по формированию стратегий поведения компании в сложившихся конкурентных условиях. Именно это должно являться коренной установкой при реализации данной методики. Она должна носить прикладной характер, быть применима в условиях предпринимательской деятельности компаний.

Суммируя все вышесказанное, отметим, что специфика рынка риэлтерских услуг является предпосылкой для формирования новых подходов к оценке конкуренции на данном рынке. При этом не стоит отказываться от традиционных методов оценки, а необходимо интегрировать их в систему анализа конкурентных отношений. Так, особенности описанного алгоритма проведения оценки конкуренции на рынке риэлтерских услуг проявляются в первую очередь во включении в рамки анализа изучения сопряженных рынков. Такой подход является необходимым, так как сопряженные рынки - системы рынков недвижимости - являются базой функционирования риэлтерского рынка. Предлагается включение оценки тенденций развития сопряженных рынков в анализ конкуренции на рынке риэлтерских услуг как фактора, определяющего участки формирования зон конкурентной активности. Кроме того, специфика метода проявляется во включении в него не только изучения реальных экономических пространств (анализ ценовой конкуренции), но и конкурентных отноше-

ний в виртуальном мире (анализ неценовой конкуренции). Такой подход позволяет более полно отразить конкурентные реалии риэлтерского рынка. Следующим значительным нововведением является вовлечение в процесс оценки конкуренции влияния неформальной конкуренции на рынке. Неформальная конкуренция – это специфичное явление, свойственное рынку риэлтерских услуг, при этом масштабы его воздействия на общее состояние рынка могут быть столь значительны, что им нельзя пренебрегать. Одной из особенностей риэлтерского рынка является проблема конфликта интересов риэлтерских компаний и их клиентов, и в некоторых случаях она решается за счет привлечения инструментов неформальной конкуренции: клиенты предпочитают пользоваться услугами неформального рынка вместо использования посреднических услуг профессиональных риэлтеров.

Наконец, наиболее важной особенностью представленной методики является ее приклад-

ной характер. Она в максимальной степени ориентирована на дальнейшее использование в процессе выработки стратегий поведения компании на рынке в сложившихся конкурентных условиях. Это является актуальным для рынка риэлтерских услуг, так как риэлтерская деятельность является одной из форм предпринимательства, которое в свою очередь сопряжено с наличием ряда рисков, с которыми компании вынуждены бороться. В данном случае при рассмотрении рынка риэлтерских услуг к числу таких рисков в первую очередь следует отнести конкурентные риски, а именно риски формирования зон конкурентной активности в участках рынка, в которых функционирует компания. Она должна быть к этому готова, должна иметь представление о том, какие шаги следует предпринять для выживания в этой конкурентной борьбе. Именно поэтому применение описанной методики является целесообразным и актуальным в условиях современного российского риэлтерского рынка.

Поступила в редакцию 05.01.2009 г.