

**Шер Марина Леонидовна**

кандидат экономических наук, доцент,  
доцент кафедры экономики  
Северо-Кавказского филиала  
Российского государственного университета  
правосудия

**Опрышко Елена Леонидовна**

кандидат экономических наук,  
старший преподаватель кафедры экономики  
Северо-Кавказского филиала  
Российского государственного университета  
правосудия

**ОСНОВНЫЕ СТРАТЕГИИ  
ПОВЫШЕНИЯ  
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ  
ФИРМЫ В ОБЛАСТИ УПРАВЛЕНИЯ  
НЕДВИЖИМОСТЬЮ**

**Аннотация:**

*В статье представлены направления повышения конкурентоспособности компаний в сфере управления недвижимым имуществом: использование инноваций; исследование занимаемой фирмой позиции на рынке, анализ полученной информации и включение корректировок в стратегический план; проведение периодического анализа качества предоставляемых фирмой услуг.*

**Ключевые слова:**

*конкурентоспособность, управление недвижимостью, конкурентные стратегии, современные подходы, управленческие инновации.*

**Sher Marina Leonidovna**

PhD in Economics,  
Assistant Professor,  
Economics Department,  
North Caucasus branch of  
Russian University of Justice

**Opryshko Elena Leonidovna**

PhD in Economics,  
Senior Lecturer,  
Economics Department,  
North Caucasus branch of  
Russian University of Justice

**THE KEY STRATEGIES OF  
COMPETITIVE STRENGTH  
IMPROVEMENT OF  
REAL ESTATE MANAGEMENT  
COMPANY**

**Summary:**

*The article discusses the ways of improvement of competitive strength of companies engaged in the real estate management. The authors suggest following: to apply innovations; to research market position of a company, analyse obtained information and include adjustments into the strategic plan; to carry out periodic analysis of the quality of services rendered by the company.*

**Keywords:**

*competitive strength, property management, competitive strategies, current approaches, management innovations.*

С развитием сферы недвижимости в России все большую актуальность приобретают вопросы, касающиеся управления объектами недвижимости. Это связано прежде всего с ростом масштабов недвижимого имущества, вовлекаемого в оборот, а также с появлением компаний, профессионально занимающихся управлением недвижимостью. Данный вид управления включает выбор целевого сегмента (группы потребителей на рынке, на которых рассчитан данный объект), осуществление маркетинга, организацию эксплуатации объекта и другие многочисленные задачи.

Основной целью любого предприятия в условиях рыночной экономики является расширение своих позиций, которое затруднительно без привлечения новых подходов и технологий в работе. Особенно это становится актуальным в современных условиях турбулентности экономики. Многое зависит от способности компании обеспечить: уникальность и качество услуг; высокий профессионализм сотрудников всех уровней и т. д. – другими словами, от конкурентоспособности фирмы.

Конкурентоспособность представляет собой конечный результат, подтверждающий наличие конкурентных преимуществ, а не является имманентным, объективно присущим свойством объекта. Конкурентные преимущества проявляются в различных формах. Перечень конкурентных преимуществ компаний и их классификация подробно рассмотрены в работах М. Портера, Р.А. Фатхутдинова, О.К. Филатова, В. Петрова, А.Н. Панова и многих других. Совершенствовать сразу все типы факторов невозможно. Поэтому необходимо, на наш взгляд, определить факторы, оказывающие наибольшее влияние на уровень конкурентоспособности данной компании, и использовать их воздействие в нужных направлениях.

В общем виде инновационную стратегию предприятия (стратегию инновационной деятельности) можно охарактеризовать как определенное логическое построение, на основе которого предприятие решает основные задачи, стоящие перед ним в инновационной сфере деятельности [1].

Поиск новых источников конкурентных преимуществ, обеспечивающих более высокую прибыльность организаций, волнует всех менеджеров без исключения. Управленческие инновации – это то новое знание, которое воплощено в новых управленческих технологиях, в новых административных процессах и организационных структурах (например, введение новых методов организации работы, структурирование задач, распределение ресурсов, определение вознаграждения и т. п.) [2].

Каждая фирма в области управления недвижимостью сталкивается с агрессивной конкуренцией на рынке. Для того чтобы выжить и продолжать развиваться, ей стоит провести исследование занимаемой позиции, а также выработать заключения по добавлению мер, направленных на увеличение уровня конкурентоспособности фирмы. Достичь необходимого уровня конкурентоспособности и укрепить свои позиции на рынке фирма может, используя определенные конкурентные технологии.

Конкурентоспособность различных компаний зависит от ряда трех основных групп факторов, которые можно считать компонентами (составляющими) конкурентоспособности. Техно-экономические факторы включают: качество, продажную цену и затраты на эксплуатацию (использование) или потребление продукции или услуги. Коммерческие факторы определяют условия реализации товаров на конкретном рынке и представлены конъюнктурой рынка, предоставляемым сервисом, рекламой, имиджем фирмы. Нормативно-правовые факторы отражают требования технической, экологической и иной безопасности использования товара на данном рынке, а также патентно-правовые требования [3].

Сложность, а иногда и полное отсутствие доступа к информации о деятельности конкурентов может создать у руководства фирмы необоснованное мнение о превосходстве фирмы над конкурентами, привести к самоуспокоению и ослаблению усилий, связанных с поддержкой необходимого уровня конкурентного преимущества своей фирмы. Технически конкурентоспособность предприятия обеспечивается за счет сбора данных о состоянии конкуренции на рынке, анализа полученной информации и включения корректировок в стратегический план. Постоянное наблюдение за конкурентами при использовании выработанного подхода, а также активные, взвешенные действия со стороны руководства и менеджеров агентства по управлению недвижимостью позволят выявить слабые и сильные стороны конкурентов, правильно оценить их потенциал, цели и стратегии – все для того, чтобы максимально удовлетворить специфические потребности покупателей раньше и лучше других.

Проведение периодического анализа качества предоставляемых данной фирмой услуг на рынок недвижимости – значимая часть для стратегической и маркетинговой конкурентоспособности фирмы. При оценке качества услуг следует обращать внимание не только на комплекс извлеченных свойств из самого объекта недвижимости и его технико-эксплуатационных характеристик, но и на параметры обслуживания непосредственно собственника объекта. Такой метод поможет определить уровень удовлетворенности потребностей и ожиданий целевых клиентов фирмы, управляющей недвижимостью. Главным для клиента является соотношение стоимости и качества услуг, уровень его доверия к ним, своевременное предоставление информации о проделанной работе, а также оказание необходимой помощи.

Фирме по управлению недвижимостью, которая, исходя из собственного уровня развития, нацелена на повышение уровня конкурентоспособности, следует последовательно обратить внимание на решение трех задач:

- 1) составить список проблем, с которыми ежедневно сталкивается фирма с установленной политикой поведения;
- 2) перечислить все варианты и способы избавления от этих проблем на данный момент и в перспективе;
- 3) отсортировать варианты, оставить только те, которые более привлекательны и наиболее вероятны для применения [4].

Какой бы стратегии ни придерживалась фирма, она должна ответить на главный вопрос: как вести конкурентную борьбу в выбранных направлениях, учитывая постоянную изменчивость рынка недвижимости? Для повышения конкурентоспособности фирме необходимо постоянно контактировать с внешней средой, а также быстро приспосабливаться к ее изменениям, быть готовой к появлению качественно новой информации, возникающим материалам, иметь доступ к новым источникам ресурсов, которые поступают из окружающей среды.

В итоге конкурентоспособность складывается из суммы всех проведенных улучшений, новшеств и перемен на организационном уровне. В самом широком смысле именно они приведут к смене лидерства в конкуренции и быстрому занятию намеченной ниши на рынке, особенно если остальные соперники вовремя не среагировали и упустили шанс внедрить что-то совершенно новое.

## Ссылки:

1. Шер М.Л., Гоголь К.Э., Коченов В.Ю. Основы повышения конкурентоспособности российских предприятий сферы товаров и услуг в современных условиях // Известия высших учебных заведений. Северо-Кавказский регион. Серия: Общественные науки. 2005. № S8. С. 59–65.
2. Шевченко А.И. К вопросу об организационно-правовом обеспечении трудовой занятости людей с ограниченными возможностями // Общество и право. 2014. № 1 (47). С. 282–285.
3. Шер М.Л. Формирование инновационной стратегии предприятия в условиях глобализации // Управление социально-экономическим развитием регионов: проблемы и пути их решения : материалы Международной научно-практической конференции (1 июля 2011 г.). Курск, 2011. С. 264–266.
4. Шер М.Л. Государственная макроэкономическая политика на рынке посреднических услуг // Экономика и предпринимательство. 2012. № 5 (28). С. 94–97.

## References:

Sher, ML 2011, 'Formation of innovative strategy of the enterprise in the conditions of globalization', *Upravleniye sotsial'no-ekonomicheskim razvitiyem regionov: problemy i puti ikh resheniya : materialy Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii (1 iyulya 2011 goda)*, Kursk, pp. 264-266, (in Russian).

Sher, ML 2012, 'National macroeconomic policies on the market intermediary services', *Ekonomika i predprinimatel'stvo*, no. 5 (28), pp. 94-97, (in Russian).

Sher, ML, Gogol, KE & Kochenov, VY 2005, 'Fundamentals of improving the competitiveness of Russian enterprises in the sphere of goods and services in modern conditions', *Izvestiya vysshikh uchebnykh zavedeniy. Severo-Kavkazskiy region. Seriya: Obshchestvennyye nauki*, no. S8, pp. 59-65, (in Russian).

Shevchenko, AI 2014, 'On the question of the organizational and legal support to the employment of people with disabilities', *Obshchestvo i pravo*, no. 1 (47), pp. 282-285, (in Russian).