

Авдонькина Валерия Владимировна

кандидат экономических наук,
доцент кафедры управления и маркетинга
Нижегородского института управления – филиала
Российской академии народного хозяйства
и государственной службы при Президенте РФ

АНАЛИЗ КОНКУРЕНТНЫХ СИЛ НА РЫНКЕ РИЕЛТОРСКИХ УСЛУГ НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

Аннотация:

В статье произведен анализ конкурентных сил на рынке риелторских услуг Нижегородской области. Конкурентная борьба в этой сфере особенно обострилась со вступлением РФ в ВТО. Важной становится адаптация российских предприятий к условиям рыночной среды путем овладения ими современными знаниями, умениями и навыками в управлении корпоративной конкурентоспособностью. В статье в динамике рассмотрены показатели сферы риелторских услуг. Для прогнозирования и оценки конкурентной силы на рынке риелторских услуг используется маркетинговая модель пяти сил конкуренции Майкла Портера. Данная методика оценки конкурентной ситуации на рынке в некоторой степени субъективна и упрощена, но тем не менее она дает информацию для принятия решений по управлению конкурентоспособностью организаций региона. Статья представляет интерес для специалистов в области экономики и управления предприятиями в сфере услуг.

Ключевые слова:

услуги, рынок услуг, рынок риелторских услуг, конкуренция, конкурентоспособность, конкурентные силы, рынок риелторских услуг Нижегородской области.

Avdonkina Valeriya Vladimirovna

PhD in Economics, Associate Professor,
Management and Marketing Department,
Nizhny Novgorod Institute of Management,
Branch of the Russian Presidential Academy of
National Economy and Public Administration

ANALYSIS OF COMPETITIVE FORCES ON THE REAL ESTATE MARKET OF NIZHNY NOVGOROD REGION

Summary:

The research analyzes competitive forces on the real estate market in Nizhny Novgorod region. Competition has intensified in the context of the accession of Russia to the WTO. Nowadays, it is important for Russian companies to adapt to the market environment by mastering up-to-date knowledge, skills, and abilities in corporate competitiveness management. The paper deals with the dynamics of real estate indicators. Porter's Five Forces marketing model is used to predict and evaluate the competitive power on the real estate market. This technique for assessing the competitive situation on the market is subjective and simplified to some extent. Nevertheless, it provides information for making decisions on company competitiveness management in the region. The research is of high interest to experts in economics and company management in the service sector.

Keywords:

services, services market, real estate market, competition, competitiveness, competitive forces, real estate market of Nizhny Novgorod region.

Современная мировая экономика во всех сферах деятельности не может быть представлена без конкурентных отношений. Ни одна страна мира, ни один регион, ни одна организация или профессиональный специалист не могут игнорировать объективную необходимость конкуренции. Все экономические субъекты на разных уровнях управления стараются понять и применять методы успешной конкурентной борьбы. Российским организациям приходится постоянно работать в условиях ужесточения конкуренции на внутреннем и зарубежном рынках. Особенно обострилась конкурентная борьба в условиях вступления РФ в ВТО, в связи с чем актуальной становится адаптация российских предприятий к условиям рыночной среды путем овладения ими современными знаниями, умениями и навыками в управлении корпоративной конкурентоспособностью. Причем важно научиться не только использовать зарубежный и отечественный опыт управления конкурентоспособностью, но и творчески его адаптировать применительно к специфике российской экономики и конкретной организации.

Развитие рынка недвижимости способствовало росту сферы риелторских услуг. Рынок риелторских услуг является одной из составляющих рынка недвижимости. В законопроекте «О риелторской деятельности в Российской Федерации» под риелторскими услугами понимается комплекс действий, направленных на подготовку и сопровождение перехода права собственности или пользования недвижимым имуществом. Анализ современной экономической литературы, посвященной проблемам формирования и развития рынка риелторских услуг, позволяет сделать вывод о наличии научного интереса к этой сфере деятельности. Риелторские услуги направлены на обеспечение функционирования рынка недвижимости и удовлетворение потребности населения в улучшении жилищных условий. С каждым годом объем деятельности риелторских организаций увеличивается, что подтверждается данными таблицы 1, составленной автором по материалам статисти-

ческого ежегодника «Нижегородская область в цифрах» за 2015, 2016 и 2017 гг. [1]. Подтверждением являются такие показатели, как: увеличение числа человек, занятых деятельностью на рынке риелторских услуг, рост числа субъектов малого предпринимательства, увеличение объема оборота риелторских фирм, число зарегистрированных населением прав на жилые помещения на основании договора купли-продажи и др.

Таблица 1 – Показатели сферы риелторских услуг по Нижегородской области в динамике за 2015–2017 гг.

Показатель	2015	2016	2017
1. Суммарная стоимость услуг от операций с недвижимым имуществом, арендой и предоставлением услуг, % к итогу выпуска товаров и услуг (X1)	10,3	11,6	12,2
2. Организации, занятые в строительстве, единиц (X2)	10 184	10 170	9 751
3. Организации, занятые по операциям с недвижимым имуществом, арендой и предоставлением услуг, единиц (X3)	20 207	19 631	7 582
4. Малые предприятия, осуществляющие деятельность по операциям с недвижимым имуществом, арендой и предоставлением услуг, единиц (X4)	1 391	1 306	1 342
5. Среднесписочная численность работников малых предприятий, осуществляющих деятельность по операциям с недвижимым имуществом, арендой и предоставлением услуг, чел. (X5)	16 988	18 124	24 600
6. Оборот малых предприятий, осуществляющих деятельность по операциям с недвижимым имуществом, арендой и предоставлением услуг, млн р. (X6)	33 979	31 397	44 187
7. Использование денежных доходов населения на приобретение объектов недвижимости, млн р. (X7)	9 766	9 414	9 365
8. Число зарегистрированных населением прав на жилые помещения на основании договора купли-продажи (X8)	65 446	69 389	75 970
9. Общая площадь жилых помещений, на которые зарегистрировано право собственности населения, тыс. м ² (X9)	2 651	2 231	2 467
10. Ввод в действие жилых помещений, построенных за счет собственных и заемных средств населения, тыс. м ² (X10)	519	612	621
11. Стоимость 1 м ² жилого помещения на первичном рынке, р. (Y1)	63 559	60 522	59 711
12. Стоимость 1 м ² жилого помещения на вторичном рынке, р. (Y2)	65 856	64 594	61 155

Из таблицы 1 следует, что доходы риелторских организаций увеличиваются, причем темп увеличения доходов от риелторской деятельности опережает темп роста численности сотрудников риелторских фирм (соответственно 41 и 35 %). Проведенный автором анкетный опрос сотрудников риелторских фирм Нижнего Новгорода показал, что доходы от сделки купли-продажи объектов недвижимости занимают около 80 % общей прибыли риелторских фирм. Тем не менее снижение стоимости 1 м² жилого помещения на первичном и вторичном рынках жилья не отразилось на стоимости риелторской услуги. Вместе с тем наблюдается положительная динамика по таким показателям, как ввод в действие жилых помещений, построенных за счет собственных и заемных средств населения, общая площадь жилых помещений, на которые зарегистрировано право собственности населения, и число зарегистрированных населением прав на жилые помещения на основании договора купли-продажи. Анализируя вопрос роста оборота малых предприятий, осуществляющих риелторскую деятельность, можно сказать, что положительная динамика этого показателя явилась следствием повышения эффективности и интенсивности работы риелторских фирм на рынке. Рынок риелторских услуг Нижегородской области продолжает активно развиваться, и исследование конкурентной ситуации на данном рынке в достаточной мере актуально.

За рубежом выделяют три научных центра, занимающихся проблемами конкуренции и конкурентоспособности: США, Гарвардская школа бизнеса; Япония, университеты Токайский, Хиточубаси, Васеда; европейские школы. Наиболее значимой считают научную школу США и ее представителей М. Портера, М. Энрайта, Дж. Макарура и др. Эти ученые впервые предложили решение проблемы измерения конкурентоспособности различных субъектов. Особенно большой вклад был внесен ими в исследование проблем конкуренции на уровне отраслей. Методология прогнозирования конкурентоспособности различных субъектов (объектов) практически не разработана. Большинство российских ученых рассматривают сложившуюся на данный момент конкурентоспособность объекта, не пытаясь спрогнозировать его будущее развитие. Некоторые немногочисленные авторы, например Р.А. Фатхутдинов, пытались рассматривать конкурентоспособность как объект управления [2].

Для прогнозирования и оценки конкурентной силы на рынке риелторских услуг воспользуемся маркетинговой моделью пяти сил конкуренции Майкла Портера [3]. Данная модель позволяет оценить конкурентную среду по пяти силам конкуренции, которые образуют группы, влияющие на положение риелторских фирм в отрасли. Рассмотрим влияние на конкурентную среду рынка риелторских услуг Нижегородской области каждой конкурентной силы.

1. Соперничество между существующими конкурентами. В 2011 г. на рынке риелторских услуг Нижегородской области функционировало около 160 агентств недвижимости и множество частных маклеров (в том числе сертифицированных Нижегородской гильдией сертифицированных риелторов (НГСР) 749 брокеров и агентов, 24 организации) [4]. По данным Нижегородской гильдии сертифицированных риелторов, в настоящее время на рынке риелторских услуг работает около 370 агентств недвижимости, в том числе сертифицированных НГСР 33 компании и 739 агентов и брокеров. Практически отсутствуют на рынке представители других регионов, в том числе иностранные. Риелторские услуги представляют собой целый комплекс разнообразных видов деятельности, таких как брокерская, агентская деятельность, деятельность в качестве поверенного или дилера, посредническая, торговая деятельность. Нельзя не отметить и новые для российских условий направления риелторской деятельности, такие как девелоперская и редевелоперская, управление недвижимостью, деятельность в качестве специалиста по информационным технологиям, юридическое сопровождение объектов недвижимости. Но в целом риелторская услуга в большей степени стандартизирована.

2. Угроза появления новых конкурентов в отрасли. В среднем для создания агентства недвижимости с нуля необходимо около 200 000–250 000 р. (источник – анкетные данные автора). Так как риелторская услуга в большей степени стандартизирована, идентична и имеется расширяющийся спрос на данную услугу на рынке, существуют трудности входа в отрасль качественного характера: от новых участников рынка требуется наличие профессионального опыта и репутации.

3. Способность поставщиков диктовать свои условия. В данном случае в качестве поставщиков рассматриваются строительные компании, которые предлагают потребителю риелторские услуги на первичном рынке недвижимости, частные нотариусы (оказывающие услуги чаще всего на вторичном рынке) и финансово-кредитные учреждения (по поводу ипотечного кредитования). Потребитель имеет возможность выбирать поставщика оказания риелторской услуги, что в конечном счете не может не отражаться на цене и условиях оказания риелторской услуги.

4. Способность потребителей диктовать свои условия. Потребителями риелторской услуги являются население и юридические лица, которым необходимы услуги фактического характера (действия риелтора как посредника, подготовка и согласование условий проведения сделки между продавцом и покупателем недвижимости, консультационные услуги), услуги юридического характера (поручения, комиссии), смешанные услуги (доверительное управление имуществом). Как показало проведенное автором исследование, 67 % респондентов обращались в агентства недвижимости, наиболее важными для них являлись надежность фирмы (46 %), юридическая ответственность агентства перед клиентом (42 %) и стоимость услуг (34 %) [5]. Нельзя не отметить, что на динамику спроса на риелторские услуги влияет ввод в эксплуатацию объектов недвижимости (таблица 1).

5. Появление товаров или услуг-заменителей. Спрос на объект недвижимости индивидуален и невзаимозаменяем (потребность в жилье можно удовлетворить только покупкой или арендой жилья), а риелторскую услугу в силу ее специфики нельзя заменить никакой другой услугой, поэтому угроза появления услуг-заменителей на рынке отсутствует [6].

Таким образом, рассмотренные пять сил конкуренции определяют прибыльность отрасли, потому что они влияют на цены, которые могут диктовать риелторские фирмы, на расходы, которые им приходится нести, и на размеры капиталовложений, необходимые для конкурентоспособности на рынке. Значимость каждой из пяти сил конкуренции определяется структурой рынка, т. е. основными экономическими и техническими характеристиками. Структура рынка относительно стабильна, но все же может со временем изменяться. Стратегия развития риелторской фирмы также оказывает влияние на все пять сил в ту или иную сторону.

Для анализа сферы риелторских услуг по модели М. Портера было проанализировано влияние каждой из сил применительно к рынку риелторских услуг Нижегородской области. Для начала были определены значимые факторы по каждой из сил конкуренции, которые оценивались по пятибалльной шкале (1 балл – совсем не важно, 2 – не важно, 3 – имеет некоторое значение, 4 – важно, 5 – очень важно). Поскольку все выбранные факторы оказывают различное влияние на конкуренцию, для определения их значимости были применены весовые коэффициенты. В сумме весовые коэффициенты по группам факторов (сил конкуренции) должны быть равны 1,0. Результаты анализа сферы риелторских услуг по данной методике представлены в таблице 2.

Анализ рынка риелторских услуг Нижегородской области с использованием маркетинговой модели пяти сил конкуренции М. Портера позволяет сделать вывод о приблизительно равной степени влияния на рынок каждой из перечисленных групп факторов. Силу влияния можно охарактеризовать как выше средней, суммарная интегральная оценка внутриотраслевой конкуренции составила 12,65 из возможных 20 баллов.

Таблица 2 – Анализ сферы риелторских услуг по модели пяти сил конкуренции М. Портера

Фактор конкуренции	Вес фактора	Оценка фактора, балл	Единичный показатель конкуренции
1. Соперничество существующих фирм в отрасли			
Число и мощность фирм, конкурирующих в отрасли (концентрация рынка)	0,35	4	1,40
Степень стандартизации услуги, предлагаемой на рынке (риелторские услуги фирмы и услуги конкурентов практически взаимозаменяемы, набор риелторских услуг фирм-конкурентов отрасли в целом идентичен)	0,15	2	0,30
Барьеры входа на рынок (начальные затраты для работ на рынке риелторских услуг невелики, услуга в большей степени стандартизирована)	0,30	3	0,9
Привлекательность рынка риелторских услуг (имеется явно расширяющийся спрос, большие потенциальные возможности, благоприятный прогноз)	0,20	2	0,4
<i>Интегральная оценка внутриотраслевой конкуренции</i>	3,0		
2. Угроза появления новых конкурентов в отрасли			
Трудности входа в отрасль (потребность в инвестициях, знание рынка, наличие опыта и репутации на рынке, отсутствие агрессивных стратегий против новых участников рынка)	0,50	4	2,0
Доступ к каналам распределения (в отрасли большое количество посредников, есть возможность формирования собственной сети)	0,35	3	1,05
Отраслевые преимущества (легкость поиска клиентов, наличие и доступность квалифицированного персонала, отсутствие конкурентных преимуществ высшего порядка, недоступных для подражания конкурентами)	0,15	2	0,30
<i>Интегральная оценка внутриотраслевой конкуренции</i>	3,35		
3. Способность поставщиков диктовать свои условия			
Уникальность канала поставок (концентрация строительных компаний, финансово-кредитных учреждений, нотариусов и их возможность диктовать свои цены и условия реализации объектов недвижимости)	0,35	4	1,4
Значимость покупателя (значимость для строительных компаний объемов предложения со стороны риелторских фирм)	0,35	3	1,05
Дифференцированность товара – объектов недвижимого имущества (товар в большей степени стандартизирован)	0,30	2	0,6
<i>Интегральная оценка внутриотраслевой конкуренции</i>	3,05		
4. Способность потребителей диктовать свои условия			
Стандартизация услуги (риелторская услуга стандартизирована, низкая степень дифференцирования, незначительная вероятность перехода покупателей к новому продавцу)	0,20	3	0,6
Уровень концентрации покупателей	0,20	3	0,6
Чувствительность потребителей к уровню цен на риелторскую услугу	0,25	4	1,0
Уровень покупательского спроса	0,15	3	0,45
Качественные критерии выбора риелторской фирмы (надежность, юридическая ответственность, срок и качество обслуживания, наличие сертификата НГСР, спектр услуг, солидность офиса, объем рекламы)	0,20	3	0,60
<i>Интегральная оценка внутриотраслевой конкуренции</i>	3,25		
Суммарная интегральная оценка внутриотраслевой конкуренции	12,65		

Несомненно, на конкурентную ситуацию на рынке риелторских услуг оказывают влияние спрос и предложение на рынке недвижимости. При помощи показателей корреляции и детерминации автором была произведена оценка степени взаимосвязи между показателями цены 1 м² стоимости жилья на первичном и вторичном рынках недвижимости и рассмотренными в таблице 1 переменными факторами. Полученные значения позволили построить матрицу результатов корреляционного анализа и оценить взаимосвязь между факторами рынка риелторских услуг по Нижегородской области (таблица 3).

Таблица 3 – Матрица результатов корреляционного анализа

	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10
Y1	-0,9936	0,6840	0,6927	0,8040	-0,7602	-0,5079	0,9960	-0,8933	0,6994	-0,9926
Y2	-0,8912	0,9728	0,9755	0,3433	-0,9924	-0,8985	0,7822	-0,9931	0,1898	-0,7616

Проведенный корреляционный анализ позволил сделать вывод, что между ценой 1 м² стоимости жилья и рассмотренными переменными существует линейная связь, причем между ценой

на жилье и стоимостью риелторских услуг (X1), числом зарегистрированных прав на жилые помещения на основании договора купли-продажи (X8), численностью работников агентств недвижимости (X5) и количеством помещений, построенных за счет собственных и заемных средств населения (X10), существует обратная высокая корреляционная зависимость. Т. е. чем ниже цена на жилье на первичном или вторичном рынке, тем выше спрос на объекты недвижимости со стороны населения и юридических лиц и тем выше спрос на риелторскую услугу (и, соответственно, на количество персонала, оказывающего данную услугу), которая в любом случае сопровождает сделку с объектом недвижимости. Корреляционная прямая связь аналогичной силы характеризует взаимодействие цены 1 м² стоимости жилья и таких факторов, как количество строительных организаций (X2), количество организаций, занятых по операциям с недвижимым имуществом, арендой и предоставлением услуг (X3), а также доходов населения на приобретение объектов недвижимости (X7). Положительная динамика функционирования строительной отрасли (интегральная оценка равна 3,05) и устойчивый спрос на объекты недвижимости (интегральная оценка равна 3,25) обуславливают тенденцию увеличения количества риелторских организаций и необходимость повышения качества оказываемых риелторских услуг.

Таким образом, использование предложенных автором количественных и качественных методик оценки конкурентной ситуации на рынке позволяет агентствам недвижимости получить информацию, необходимую для принятия стратегических решений повышения конкурентоспособности и выбора направлений формирования уникальных конкурентных преимуществ. Необходимо отметить, что данная методика оценки конкурентной ситуации на рынке в некоторой степени субъективна и упрощена, но тем не менее она дает информацию для принятия решений по управлению конкурентоспособностью организаций региона.

Суммируя вышесказанное, можно отметить, что рынок риелторских услуг Нижегородской области является высококонцентрированным, что обусловлено большим числом риелторских фирм и других профессиональных участников рынка, оказывающих аналогичные услуги, и достаточно привлекательным для фирм-конкурентов (в связи с высокой стоимостью объектов недвижимости). Нельзя не отметить, что на рынок риелторских услуг оказывают влияние рынок недвижимости и рынок строительной отрасли, которые служат базой для его роста и развития. Достаточная стандартизация и идентификация риелторской услуги (в том числе в результате специфики правового регулирования рынка) затрудняет формирование уникальных конкурентных преимуществ профессиональных участников рынка. Важным является правильное определение положения самой риелторской фирмы в структуре конкурентных отношений на данном рынке. Таким образом, актуальным для любой риелторской фирмы становится понимание значимости описанных выше особенностей конкуренции на рынке, что позволит ей разработать стратегию развития с учетом конъюнктуры рынка и добиться долгосрочной конкурентоспособности на рынке риелторских услуг.

Ссылки:

1. Краткий статистический сборник «Нижегородская область в цифрах» за 2015, 2016, 2017 гг. [Электронный ресурс] // Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Нижегородской области. URL: http://nizhstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/nizhstat/ru/publications/official_publications/electronic_versions/ (дата обращения: 29.12.2018).
2. Фатхутдинов Р.А. Стратегический маркетинг : учеб. для вузов. 5-е изд. СПб., 2008. 368 с.
3. Кравцевич С.В. Научный вклад М. Портера в развитие теории конкуренции [Электронный ресурс] // Восточноевропейский журнал. 2017. № 4. URL: <https://eesa-journal.com/2017/04/04/nauchnyj-vklad-m-portera-v-razvitie-teorii-konkurencii/> (дата обращения: 28.12.2018).
4. Авдонкина В.В. Пути совершенствования функционирования риелторских организаций в регионе // Теория и практика общественного развития. 2011. № 3. С. 388–390.
5. Авдонкина В.В. Оценка населением деятельности риелторских фирм Нижегородской области // Там же. № 2. С. 343–345.
6. Окольнишников А.Д. Маркетинговый анализ конкурентной ситуации на рынке риелторских услуг г. Челябинска // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия «Экономика и менеджмент». 2016. Т. 10, № 4. С. 137–143.

References:

- 'A Brief Statistical Compilation of Nizhny Novgorod Region in Figures 2015, 2016, 2017' 2018, *Official website of Territorial Body of the Federal State Statistics Service for the Nizhny Novgorod Region*, viewed 29 December 2018, <http://nizhstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/nizhstat/ru/publications/official_publications/electronic_versions/>, (in Russian).
- Avdonkina, VV 2011a, 'People's Estimation of Activities of Estate Agencies in Nizhny Novgorod Region', *Teoriya i praktika obshchestvennogo razvitiya*, no. 2, pp. 343-345, (in Russian).
- Avdonkina, VV 2011b, 'Ways of Improving the Functioning of Real Estate Organizations in the Region', *Teoriya i praktika obshchestvennogo razvitiya*, no. 3, pp. 388-390, (in Russian).
- Fatkhutdinov, RA 2008, *Strategic Marketing*, study guide, 5th ed., St. Petersburg, 368 p., (in Russian).
- Kravtsevich, SV 2017, 'M. Porter's Scientific Contribution to the Development of the Theory of Competition' *Vostochnoevropeyskiy zhurnal*, no. 4, viewed 28 December 2018, <<https://eesa-journal.com/2017/04/04/nauchnyj-vklad-m-portera-v-razvitie-teorii-konkurencii/>>, (in Russian).
- Okolnishnikov, AD 2016, 'Marketing Analysis of the Competitive Situation on the Real Estate Market in Chelyabinsk', *Vestnik Yuzhno-Ural'skogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya "Ekonomika i menedzhment"*, vol. 10, no. 4, pp. 137-143, (in Russian).