# **к**ак добиться успеха на рынке недвижимости?

**п**ути совершенствования механизма риэлтерской деятельности организаций сферы услуг на рынке недвижимости

Аннотация
инпотации

В статье анализируются проблемы сферы услуг на рынке недвижимости, определены факторы, оказывающие влияние на формирование преимущественного положения риэлтерской компании на рынке услуг.

од риэлтерской деятельностью понимается предпринимательская деятель-■ность на рынке недвижимости, связанная с систематическим извлечением прибыли в интересах риэлтора, как субъекта предпринимательской деятельности в сфере услуг. Это – классическое определение риэлтерской деятельности, впервые сформулированное в Положении о лицензировании риэлтерской деятельности [1]. В данном определении необходимо подчеркнуть, что деятельность риэлтора именно предпринимательская, то есть целью его деятельности является извлечение прибыли. В связи с этим в качестве риэлторов понимаются индивидуальные предприниматели, а также юридические лица – коммерческие организации. Это не означает, что некоммерческие организации не могут заниматься риэлтерской деятельностью. Просто целью этих организаций не является извлечение прибыли.

#### Дешевизна риэлтерского труда и «скрытая комиссия»

Опрос риэлтерских агентств показывает, что средняя стоимость риэлтерской (агентской)

#### Медовый А.Е.

меоовы А.Е. канд. техн. наук, профессор, Международная академия финансовых технологий, г. Пятигорск Finteh 1@narod.ru



... деятельность риэлтора именно предпринимательская, то есть целью его деятельности является извлечение прибыли

услуги сейчас составляет 2-2,5%, в лучшем случае – 4% от сделки. В настоящее время большинство фирм считает, что комиссия должна составлять не менее 6-10% от суммы сделки: ЭТО ДАСТ ВОЗМОЖНОСТЬ ПОВЫСИТЬ КАЧЕСТВО УСЛУГ. Дешевизна риэлтерского труда уже сейчас приводит к тому, что зачастую профессиональный уровень сотрудников агентств недвижимости очень низок. В большинстве региональных агентств комиссия составляет 2% с продавца и 2% с покупателя, хотя иногда, некоторые риэлторы идут на неоправданное снижение комиссионных до 1% с каждой стороны или сознательно рекламируют то, что комиссия с продавца недвижимости не взимается. Такого рода риэлторы, как правило, используют «скрытую комиссию», использование которой запрещено хотя бы даже по соображениям -морально-этического плана, так как это граничит с мошенническими действиями.

Демпинг<sup>1</sup> цен не поощряется даже на застоявшемся рынке, так как неминуемо ведет к падению качества услуг в целом и к снижению валовых доходов фирм. Тем более, что снижение стоимости услуги не сдвинет рынок с места, как бы мы этого не хотели.

#### У каждого риэлтора – своя база данных

Информационные услуги приносят риэлтору значительную долю дохода. Самым крупным сектором этой работы является поиск возможных вариантов сделок, а также предоставление информации об объектах недвижимости, являющейся предметом дальнейших сделок.

В социалистические времена в стране существовала сеть бюро по обмену жилой площади, в которых имелась система картотек с вариантами, обмениваемой недвижимости. Варианты предлагались самими будущими участника-

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> Демпинг (от англ. *dumping* – сбрасывание) – продажа товаров и предоставление услуг на внешнем и внутреннем рынках по искусственно заниженным ценам, меньшим средних розничных цен, а иногда и более низким, чем себестоимость – *прим. ред.* 

ми сделок. За небольшую плату те, кто хотели обменять квартиру, помещали свое объявление в картотеку. Объявления составлялись по определенной форме на стандартных бланках-карточках. Карточки помещались в картотечные ящики и классифицировались по типам квартир, городам обмена и другим существенным признакам. Широкое распространение в то время получило частное «маклерство», которые было запрещено, как и вся предпринимательская деятельность. В настоящее время система предоставления информации об объектах недвижимости полностью перешла к риэлторам. К недостаткам этого перехода относится то, что теперь не существует единой информационной базы, у каждого риэлтора имеется своя база данных. Предпринимаются попытки создания единых компьютерных баз данных по недвижимости, есть успешный опыт.

#### Две схемы оказания информационных услуг

Среди риэлторов распространены две схемы оказания информационных услуг.

Первая схема нередко вызывает большие нарекания у клиентов, однако она выгодна риэлторам. Сущность этой схемы в том, что, согласно договору, об оказании информационных услуг, риэлтор информирует клиента о наличии в его базе данных (вариант – в открытой базе данных городской недвижимости) обо всех вариантах, удовлетворяющих требованиям клиента. Допустим, в бланке заявке клиент указывает, что он хотел бы получить информацию обо всех продающихся двухкомнатных квартирах, улучшенной планировки на 2-4 этажах, в кирпичных домах в Краснопресненском районе г. Москвы с 1 по 30 августа 2007 года. Если такая информация имеется в базе, то ежедневно клиент получает распечатку продающейся недвижимости, удовлетворяющим требованиям. При этом может оказаться, что к моменту обращения к продавцу данная квартира уже запродана (заключен предварительный договор купли-продажи), однако риэлтор, представивший информацию, за это ответственности не несет.

#### Ключевые слова:

риэлтор, риэлтерская фирма, недвижимость, рынок недвижимости

## Keywords:

realtor, a real estate firm, real estate, real estate market

Кроме того, может выясниться, что некоторые квартиры, помещенные в базу, вообще не могут быть проданы по разным причинам (например, отсутствие правоустанавливающих документов или невыясненность прав). Это не может считаться браком в работе. Подбор реального варианта производит сам клиент. Информация не предоставляется в связи с окончанием срока договора. Риэлтор только информирует клиента о наличии отвечающего требованиям варианта, ответственности же за то, что сделка не будет заключена, он не несет. Такого рода услуги распространены при аренде жилой недвижимости, при этом клиенту вручаются списки с адресами арендуемых квартир, а подходящий для себя вариант клиент находит самостоятельно. Нелишне в данном случае упомянуть о злоупотреблениях некоторых риэлторов, которые вручают своим клиентам нереальные варианты, заставляют обращаться по несуществующим адресам, дают адреса квартир, которые уже не продаются и т.д. Тем не менее, сам по себе этот метод оказания информационных услуг имеет недостатки, главный из которых - отсутствие заинтересованности риэлтора. Данные отношения иллюстрируют так называемую «институциональную ловушку», при которой мы, по существу, стимулируем плохую работу риэлтора.

Вторая схема индивидуальная. Она более дорогостоящая, но, практически всегда приводит к лучшим результатам, так как риэлторы сами ищут необходимый вариант.

### Мастерство риэлтора

Деятельность риэлтора психологически и организационно сложна. Джек Траут [2], ведущий эксперт по маркетинговым войнам, утверждал: «Ищите успех не в себе, а во всем, что вас окружает». Можно долго учиться мастерству риэлтора, но так и не добиться успеха, если не понять главного: риэлтор работает не с недвижимостью, а с клиентом. Этот вина риэлтора, а не клиента, если последний не понял, что рынок недвижимости ограничен и рано или поздно приходится соглашаться

...большинство фирм считает, что комиссия должна составлять не менее 6–10% от суммы сделки: это даст возможность повысить качество услуг

на вариант совсем не лучший, а оптимальный. В данном случае налицо задача по оптимизации. В задачу риэлтора входит внушить клиенту доверие к себе настолько, что клиент примет его вариант. Это совсем не означает, что риэлтор будет обманывать клиента, просто степень доверия между риэлтором и клиентом будет настолько высока, что он поймет, что вы действуете заодно.

Любой риэлтор должен понимать, что он работает на определенную задачу, поставленную клиентом, но далеко не всегда он готов потратить силы и время, чтобы досконально расспросить его и попытаться понять, что действительно нужно этому клиенту. По экспертным оценкам, причиной отказа клиента от сделки в 74% случаев являются ситуации, которые риэлтор не переломил в свою пользу. На непрофессионализм риэлтора указывают только 6% респондентов, но такие варианты, как «другие факторы», «затруднились ответить», «не было подходящего варианта», «фактор высокой цены» и пр. означают, что клиент, не готовый к столкновению с реалиями рынка, не нашел в риэлторе своего союзника. По сути, это тот же непрофессионализм.

# Факторы, формирующие преимущество на рынке недвижимости

Результаты исследования, проведённого с использованием метода опроса порядка 60 экспертов, позволили выявить факторы, оказывающие влияние на формирование преимущественного положения компании на рынке услуг, связанных с недвижимостью:

- 1 большая доля рынка (19,2%);
- 2 известность наименования или бренда (12,4%);
- 3 низкая цена услуги (11,8%);
- 4 стабильное финансовое положение (8,6%);
- 5 качество предоставляемых услуг (7,4%);
- 6 предоставление финансовых льгот (рассрочка и отсрочка платежа, кредит) (7,3%);
- 7 монополизм компании в каком либо виде деятельности (7,2%);

можно долго
учиться
мастерству
риэлтора,
но так и не
добиться успеха,
если не понять
главного: риэлтор
работает
не с недвижи-
мостью,
а с клиентом



... вина риэлтора, а не клиента, если последний не понял, что рынок недвижимости ограничен и рано или поздно приходится соглашаться на вариант совсем не лучший, а оптимальный

8 – широкий ассортимент услуг, позволяющий удовлетворять спрос полностью (6,7%);

9 – проведение мероприятий по продвижению услуг и рекламных кампаний (5,8%);

10 – деловая репутация (4,9%);

11 – качественный и подготовленный персонал (4,6%);

12 – отсутствие сильных конкурентов (4,1%).

Следует отметить, что преимущественными факторами, оказывающими влияние на формирование лидирующего положения компании, являются: доля рынка, которую занимает компания, а также известность бренда, качество услуг, предоставление финансовых льгот, низкая цена.

#### Литература

- 1. Постановление Правительства РФ от 23 ноября 1996 г. N 1407 "Об утверждении Положения о лицензировании риэлтерской деятельности» (утратило силу)
- 2. Джек Траут, Эл Райс. Маркетинговые войны.— Издательство: Питер, 304 с.

bn

#### Medovy A.E.

Cand. of Tech. Sci., Professor, International Academy of Financial Technologies, Pyatigorsk

Ways of improving the mechanism of the real estate activity for the service organizations in the real estate market

Abstract

be article examines the problem of human services in the real estate market, determines the factors which influence the formation of the market's prior position for a real estate company.