

Вершинина Вероника Сергеевна

студентка

Дроник Дарья Васильевна

Студентка

Научный руководитель

Курочкина Анна Александровна

д-р экон. наук, профессор

ФГАОУ ВО «Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого»

г. Санкт-Петербург

ОЦЕНКА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ АГЕНТСТВ НЕДВИЖИМОСТИ

***Аннотация:** в статье исследована сущность понятия «экономическая эффективность деятельности агентств недвижимости», определены факторы, влияющие на экономическую деятельность агентств недвижимости, предложена оценка их экономической деятельности. Предложено собственное видение экономической эффективности как результата финансово-экономической деятельности субъекта, покрывающего все расходы на осуществление его деятельности и чистую прибыль, остающуюся для развития бизнеса.*

***Ключевые слова:** экономическая эффективность, агентства недвижимости, рыночная экономика, менеджмент, недвижимость, рынок недвижимости.*

***Введение.** В современном мире хозяйственная деятельность основывается на рыночных отношениях. Способность управлять экономической эффективностью на малых и средних предприятиях является необходимым конкурентным преимуществом в кризисный период. Результаты деятельности агентств недвижимости характеризуются экономической эффективностью, проведенных операций на рынке недвижимости. Владельцы и менеджеры компаний должны*

быть нацелены на регулярное увеличение экономической эффективности и на постоянный поиск положительных факторов, которые прямо или косвенно имеют влияние на вышеупомянутый процесс [1].

Экономическая эффективность агентств недвижимости растет при минимальном использовании ресурсов, заложенных в бизнес-процессы, и качественном применении последних.

На рынок недвижимости большое влияние оказывает общая экономическая ситуация в России, которая предопределяет спрос на объекты недвижимости. Недвижимость является фактором производства в нашей экономике точно так же, как труд и капитал. Эффективное использование недвижимости может иметь большое влияние на производительность бизнеса в целом.

Цель исследования – изучить особенности оценки экономической деятельности агентств недвижимости.

Задачи исследования:

- изучить понятие «экономическая эффективность» агентств недвижимости;
- определить факторы, влияющие на экономическую деятельность агентств недвижимости;
- предложить оценку экономической деятельности агентств недвижимости.

Методы исследования. В качестве методологии использовался системный подход, логические методы, а именно: анализ и синтез, сравнение и сопоставление, метод логической интерпретации; наблюдение как метод эмпирического исследования.

Результаты. При измерении и управлении экономической эффективностью агентств недвижимости необходимо учитывать многообразие взглядов и точек зрения владельцев, менеджеров и клиентов. Собственники рассчитывают максимизировать акционерный капитал в кратчайшие сроки. Менеджеры оценивают уровень достатка, стабильность на рынке, уровень эффективности, про-

дуктивности, состояние и тенденции денежных потоков, ликвидность, скорость реакции на изменения во внешней среде. Клиенты отдают свое предпочтение компаниям, предлагающим высокое качество продукции, по цене, соответствующей пожеланиям заказчика.

Невозможно управлять бизнесом, не измеряя экономическую эффективность отдельных бизнес-процессов. Определение стандартов влияет на достижение поставленных целей. Синтетические индикаторы играют сложную и явную роль в иллюстрации экономической реальности компании.

Учитывая эти особенности, можно говорить о сложности оценки экономической эффективности деятельности агентств недвижимости. Набор такого количества индивидуальных черт ведения бизнеса предопределяет необходимость наличия качественного и компетентного персонала, способного справиться с таким рядом задач [2].

Центральным понятием, выражающим сущность рыночных отношений, является конкуренция. Конкуренция рынка коммерческой недвижимости и жилья присуща как предприятиям-застройщикам, так и компаниям-посредникам, к которым относятся агентства недвижимости. «Агентство недвижимости – это специализированная коммерческая организация, осуществляющая посреднические услуги между продавцом и конечным покупателем на рынке недвижимости и жилья» [3].

Современные агентства предлагают достаточно обширный спектр услуг. Прибылью агентств зачастую выступает процент от сделки, осуществляющейся на рынке. Как и любое предприятие, агентства недвижимости нуждаются в оценке экономической деятельности.

«Эффективность – интегрированная экономическая категория, которая отражает производственные отношения по экономии совокупных расходов овеществленного и живого труда на получение конечного положительного результата» [4].

Можно сказать, что стремление к увеличению экономической эффективности привело к изменению подходов по ее измерению и управлению. Так в ретроспективе мы видим переход от традиционных подходов, основанных на измерении финансовых показателей, до современных подходов, которые реализуются за счет определения стоимости для собственника и акционера.

При измерении и управлении экономической эффективностью агентств недвижимости необходимо учитывать и отражать влияние внутренних и внешних факторов экономической среды.

Внутренняя среда должна трансформироваться в зависимости от внешних изменений. Следует также учитывать внешнюю среду, которая влияет на работу агентств, содержит в себе вовлеченные субъекты, являющиеся поставщиками, клиентами, инвесторами и прочими лицами, непосредственно принимающими участие в экономической эффективности предприятия. Внутренняя среда может быть определена с позиции трех значимых переменных: входы, выходы и процессы.

План измерения и управления экономической эффективностью агентств недвижимости должен быть создан при взаимном сочетании внутренних и внешних факторов. Основными факторами внешней среды, влияющими на деятельность агентств недвижимости, являются: покупатели недвижимости, конкуренты, банки, предоставляющие кредиты на приобретение объектов недвижимости, поставщики и другие лица включенные во внешнюю среду компании.

Общее состояние экономики страны – фактор, влияющий на стоимость недвижимости. На рост продаж оказывают серьезное влияние следующие факторы: уровень занятости населения, производственная активность, уровень реальной инфляции, покупательная способность населения и т. д.

Однако, стоит отметить, что цикличность экономики имеет разное влияние в зависимости от типа и характеристик недвижимости. К примеру, экономический спад затронет REIT в гораздо большей степени при преимущественном

инвестировании в отели, чем, допустим, при равной степени инвестирования в офисные здания.

Каждый бизнес, который хочет работать и быть успешным должен постоянно повышать экономическую эффективность [5]. Экономическая эффективность характеризуется количественной оценкой всей хозяйственной деятельности.

Заключение.

1. Под экономической эффективностью понимают максимальную выгоду, которую можно получить при минимальных затратах в процессе экономической деятельности с учетом дополнительных условий, имеющих место в момент определения эффективности соответствующего хозяйственного мероприятия. Проблема повышения эффективности деятельности агентства недвижимости заключается в обеспечении максимально возможного результата на каждую единицу затраченных трудовых, материальных и финансовых ресурсов.

2. Основными направлениями повышения эффективности работы агентства недвижимости являются: ресурсный, организационный и технологичный. Только комплексное использование приведенных направлений сможет повлиять на темпы роста эффективности финансово-хозяйственной деятельности агентств недвижимости.

Список литературы

1. Макарова Е.Е. Современное состояние рынка недвижимости России в условиях цифровой экономики / Е.Е. Макарова, Е.Н. Сыщикова, З.Б. Проскурина // НК. – 2021. – №3 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennoe-sostoyanie-rynka-nedvizhimosti-rossii-v-usloviyah-tsifrovoy-ekonomiki> (дата обращения: 25.03.2022).

2. Лукина О.В. Развитие системы управления малым и средним бизнесом как основа обеспечения экономической безопасности предпринимательства / О.В. Лукина, А.А. Курочкина, А.Д. Хлутков // Ученые записки Международного банковского института. – 2019. – №4 (30). – С. 35–49.

3. Буряк Н.Ю. Современные тенденции развития коммуникаций в сфере недвижимости // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. – 2021. – №5 (55) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennyye-tendentsii-razvitiya-kommunikatsiy-v-sfere-nedvizhimosti> (дата обращения: 24.03.2022).

4. Володченко В.С. Внедрение современных информационных технологий на предприятиях сервиса недвижимости / В.С. Володченко, Д.С. Ланцова, Т.А. Миронова // Достижения науки и образования. – 2020. – №12 (66) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/vnedrenie-sovremennyh-informatsionnyh-tehnologiy-na-predpriyatiyah-servisa-nedvizhimosti> (дата обращения: 22.03.2022).

5. Дружинин А.Е. Описание и качественный анализ новой модели функционирования агентства недвижимости / А.Е. Дружинин, Н.С. Алексеева // Экономика и экологический менеджмент. – 2020. – №1 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/opisanie-i-kachestvennyy-analiz-novoy-modeli-funktsionirovaniya-agentstva-nedvizhimosti> (дата обращения: 28.03.2022).