

КОНКУРЕНТНАЯ РАЗВЕДКА КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ДЕВЕЛОПЕРСКИХ КОМПАНИЙ НА РЫНКЕ НЕДВИЖИМОСТИ УКРАИНЫ

Колосова О.В., аспирант, Харьковский национальный университет городского хозяйства имени А.Н. Бекетова

Рынок недвижимости Украины за последние годы привлекает внимание многих международных девелоперских компаний. Недвижимость связана, с тем земельным участком на котором она построена и знание рынка данной территории имеет для начинающей девелоперской компании почти определяющее значение. Постоянно в своей деятельности следует руководствоваться принципом «работать на конкретный рынок». Только в этом случае девелоперская компания сможет избежать сложностей конкурентной борьбы.

Для начинающей девелоперской компании, которая еще не имеет собственного участка земли для начала собственного проекта, на первом этапе следует сосредоточиться на определении целевого рынка деятельности. Нужно выбрать регион (район), где будет осуществляться основная часть ее девелоперских проектов и, конечно, с видом продукта, предлагаемого на рынок.

Целью данной статьи является установление как экономический кризис, нестабильная политическая ситуация, коррупция, спекулятивность, специфика процедуры получения документации, завышенная стоимость земли в Украине влияет на деятельность и конкурентоспособность инвестиционно - девелоперских и девелоперских компаний.

Важнейшей составляющей успешной деятельности девелоперских компаний следует считать выработку «чувства рынка». Компания девелопер должна постоянно «мониторить» рынок, для того, чтобы обеспечить себе стартовое преимущество в том сегменте рынка и в тот момент, когда другие компании-конкуренты еще не видят новых возможностей и еще не начинают активных наступательных действий.

В борьбе за выживание шансы на успех имеет та компания, которая грамотно использует разведку в своей деятельности.

Среди знаковых отличий украинской конкурентной разведки от общепринятых в мире является так называемый «интеллектуальный» фактор. Руководители и владельцы украинских девелоперских компаний часто недооценивают или не понимают значение конкурентной разведки. Считается, что в данной деятельности есть что-то запрещенное, не совпадающее с национальными моральными ценностями. Вместе с тем, сами аналитики, работающие в указанной сфере, свидетельствуют: конкурентная разведка – это специальная аналитическая деятельность, направленная на то, чтобы ее результаты стали эффективным инструментом в деле стратегического и тактического планирования.

В конкурентной разведке не применяется экономический шпионаж, а путем изучения и анализа открытых информационных источников делаются выводы по необходимому вопросу. Естественно, это сложный вид деятельности, но, как показывает практика, без конкурентной разведки в современном мире не обойтись..

Для того, чтобы выйти на рынок недвижимости, сегодня мало провести его маркетинговое исследование. Важно получить полную информационно-аналитическую картину по основным игрокам рынка недвижимости, по факторам внутреннего и внешнего влияния на рынок, получить прогноз развития рынка на обозримое будущее. И узнать, как повлияют на рынок недвижимости нестабильная политическая и экономическая ситуация в Украине, коррупция, спекулятивность, специфика процедуры получения документации, а, так же завышенная стоимость земли в Украине.

Не менее важна конкурентная разведка и в периоды обострения конкурентной борьбы. Часто случается, что две или несколько девелоперских компаний, работающих на одном рынке, имеют различные показатели продаж при практически одинаковых производственных возможностях. Не исключено, что лидер в указанной группе активно использует в своей деятельности конкурентную разведку. Не исключено также, что компания-аутсайдер в случае использования конкурентной разведки может изменить положение игроков на рынке в свою пользу. То есть конкурентная разведка эффективна только при системном, профессиональном подходе.

Концепция конкуренции представляет собой схему внешних факторов воздействия, несущих в себе как перспективы, так и угрозы для бизнеса. Поэтому понятие конкурентной разведки следует распространить не только на существующие компании, реализующие аналогичные товары или услуги, но и возможных в будущем конкурентов, а также отчасти - на поставщиков и клиентов.

Информация о конкурентах может стать существенным конкурентным преимуществом и добыча инсайдерской информации является отдельной задачей маркетинга.

В цели конкурентной разведки входит только собственно добыча информации, а не ее анализ. Анализ присутствует только в качестве инструмента извлечения необходимой информации из косвенных данных.

Задачи конкурентной разведки являются вспомогательной информационной функцией дополнения маркетингового анализа для целей стратегического управления.

При этом всегда учитывается, что противодействие конкуренту предпочтительнее его копирования, потому что стратегия "опережать" в долгосрочной перспективе выгоднее стратегии "догонять". Кроме того, надо помнить, что каждый рубль, отображенный у конкурента в отличие от доходов от освоения незанятых ниш, приносит не только лишний доход, но и отбирает доход конкурента, что ослабляет его в конкурентной борьбе. И конкурентная разведка нацелена, чаще всего, на усиление негативных

тенденций у конкурента, пока остальной маркетинг занимается поиском новых ниш.

В некоторых видах деятельности коммерческий сбор информации о компаниях, является составной частью бизнес-процесса, например, в собственно, маркетинге, журналистике, консалтинге и в рекрутинге.

Таким образом, конкурентная разведки – это аналитический инструмент, без применения которого уже в ближайшее время будет невозможно добиться успехов в развитии деятельности девелоперских компаний.