

Нанакон Владислав Игоревич
Студент
ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет»
г. Ростов-на-Дону, Россия
nanakovvlad@icloud.com

Механизмы стратегического управления агентствами недвижимости

В статье рассмотрено понятие механизма стратегического управления и определены их виды. В рамках исследования была рассмотрена сущность каждого из предложенных механизмов и проанализирована возможность их применения в агентствах недвижимости.

Ключевые слова: стратегия, стратегическое управление, механизм стратегического управления, агентство недвижимости.

Nanakov Vladislav
Student
FSAEI of the Southern Federal University
Rostov-on-Don, Russia
nanakovvlad@icloud.com

Strategic Management Mechanisms for Real Estate Agencies

The article discusses the concept of a strategic management mechanism and defines their types. As part of the study, the essence of each of the proposed mechanisms was considered and the possibility of their application in real estate agencies was analyzed.

Keywords: strategy, strategic management, strategic management mechanism, real estate agency.

В современных практиках управленческой деятельности процесс управления агентствами недвижимости предполагает работу над комплексами мероприятий по улучшению и развитию компании на рынке, реализации плановых заданий и показателей, эффективности организационных мер,

которые были выработаны на этапе планирования, для последующей их корректировки. Такой подход полностью применим к существующим агентствам недвижимости г. Ростова-на-Дону и является тем самым механизмом стратегического управления агентством недвижимости.

Многие исследователи по-разному трактуют основные составляющие стратегического управления: Д. Аккер говорит о том, что такими звеньями могут являться стратегический анализ, его результаты и идентификация, реализация и выбор стратегии. О.С. Виханский и С.П. Роббинз отмечают проведение анализа среды, формировании миссии и цели организации, выбор стратегии, ее оценка и контроль. [1]

Стратегическое управление предлагается проводить на основе SWOT-анализа и делить его на следующие этапы:

- выбор стратегии;
- анализ пробелов;
- реализация стратегии;
- стратегический анализ.

Основным этапом стратегического управления выступает стратегическое планирование. В силу специфики отрасли недвижимости многие агентства пренебрегают данным механизмом, так как не видят в нем необходимости, хотя планирование деятельности любой организации является основополагающим моментом в долгосрочной эффективности бизнеса. Планирование помогает руководству сформировать цели организации, которые способствуют появлению стратегических целей и стратегических прогнозов, влияющие на установку плановых показателей, что является важнейшей частью деятельности агентства недвижимости. В целом, если говорить о стратегическом планировании, то это разработка глобальной программы ориентации агентства недвижимости на долгосрочный успех.

На данном этапе разрабатываются цели и стратегия с учетом прогнозируемых вариантов развития внутренней и внешней среды агентства недвижимости, для того чтобы предопределить возможные угрозы и возможности. Зачастую именно эта часть планирования является самой сложной для руководства организации, так как рынок недвижимости находится в постоянном движении и сильно зависит от внешних экономических факторов, которые являются крайне нестабильными в современной России. Основной задачей руководства на данном этапе считается сведение к минимуму ошибок, связанных с прогнозными данными, чтобы не допустить существенных корректировок в изначально заданных плановых показателях. Иначе организация сталкивается с ситуацией, когда существуют предпосылки формирования ложных стратегических целей развития агентства, что повлияет на успешность и эффективность данного бизнеса.

В силу того, что агентства недвижимости являются узконаправленным видом бизнеса и зачастую не являются организацией, в которой осуществляют деятельность сразу несколько подразделений, стратегический анализ в такой организации проводится только на уровне отдельных бизнес-процессов и функциональных единиц. Важно отметить, что выбирая определенную структуру стратегического анализа, руководству следует сопоставлять ее со структурой процесса разработки общей стратегии агентства недвижимости и, безусловно, с итоговой структурой его корпоративной стратегии.

По мнению Виханского О.С., внешняя среда организации выступает источником, который питает ее ресурсами, выступающими основными звеньями, за счет которых формируется внутренний потенциал предприятия. Внешний анализ организации состоит из оценки всех существенных составляющих внешней среды предприятия и способствует поиску угроз, возможностей, тенденций рынка и определенных стратегических альтернатив.

Изучая актуальные и будущие угрозы и возможности, руководство получает результат внешнего анализа, которые впоследствии может быть применены для формирования стратегии развития организации. На этапе стратегического планирования деятельности организации, в том числе и агентства недвижимости, определяется стратегический потенциал, предлагаемые услуги предприятия и выявляются определенные конкурентные преимущества как внутри организации, так и вне ее, формируя, тем самым, стратегический план развития бизнеса. [2]

Миссия организации и сформированные цели, целевые показатели этапов достижения стратегических целей, разработка мер персональной ответственности и отчетности по этапам достижения целей, которые сведены в общую систему по стратегическому развитию предприятия – все это является заключительным этапом стратегического планирования деятельности агентства недвижимости. Важно отметить, что стратегическое развитие бизнеса невозможно без оперативного вмешательства в запланированные показатели в случае их отклонения, поэтому руководству агентства необходимо постоянно следить за существующей ситуацией в пределах фирмы и во внешней среде для возможности корректировки изначальных критериев. Важно непрерывно осуществлять анализ деятельности организации, таким образом повышая ее эффективность.

Следующим этапом стратегического планирования выступает этап реализации стратегического плана развития организации. Данный процесс в современных практиках управленческой деятельности состоит из нескольких этапов:

- разработка оперативного планирования;
- выполнение разработанного плана по текущей деятельности;

– непрерывный анализ достижения целевых показателей оперативного планирования.

На первом этапе – разработке оперативного планирования создается текущий план деятельности предприятия, включающий в себя цели оперативного функционирования, методы, механизмы и инструменты достижения плановых показателей.

На втором этапе – реализации текущего оперативного плана происходит производственная деятельность организации и ее подразделений с помощью заранее подготовленных механизмов и инструментов достижения плановых показателей. Для того чтобы стратегия развития агентства недвижимости реализовывалась эффективно, руководству необходимо довести основные положения стратегии до каждого сотрудника агентства, сформировать понимание персональной ответственности и формат отчетности перед руководством по каждому плановому показателю, а также выработать рекомендации для сотрудников по корректировке критериев, являющихся фундаментом стратегических целей организации. В случае выполнения всех вышеперечисленных операций данный подход будет обеспечивать руководству сознательное отношение сотрудников агентства недвижимости, формировать заинтересованность и коллективную ответственность в достижении стратегических целей организации.

Заключительным этапом реализации стратегического плана развития агентства недвижимости выступает анализ достижения целевых показателей оперативного планирования. Этот этап подразумевает оценку эффективности текущей деятельности организации в части реализации оперативного плана и разработку корректировок, которые необходимы в случае ошибочно установленных методов, механизмов и инструментов достижения плановых показателей агентства недвижимости. Многие исследования по менеджменту

обращают внимание на то, что на данном этапе проводится оценка и контроль именно для того, чтобы разработать корректировки к изначально заданным плановым показателям, так как в силу специфики рынка недвижимости и его подвижности, руководству таких организаций сложно спрогнозировать все факторы, способные повлиять на достижение сформулированных стратегических целей.

Исследователи в области стратегического управления выделяют следующие этапы стратегического контроля:

- разработка показателей оценки реализации заданной стратегии развития;
- сравнение достигнут результатов с плановыми;
- сравнительный анализ и выработка решений по корректировке первоначальной стратегии. [3]

Этап стратегического контроля является ключевым и обязательным этапом стратегического управления организацией. Непрерывность процесса стратегического управления заставляет руководство агентства недвижимости постоянно отслеживать и производить оценивание реализации заданной стратегии развития. Необходимо правильно подобрать критерии, по которым менеджмент сможет определить, насколько верно выбраны стратегические цели с точки зрения их анализа. Основным фактором здесь выступает осуществимость стратегии развития на практике, руководству необходимо оценить весь объем усилий и все возможные трудности, которые могут возникнуть как внутри агентства, так и за его пределами, способные помешать воплощению стратегии развития на практике. Также важно помнить о приемлемости – определении того, в какой мере результаты применения определенного стратегического варианта направлены на выполнение заранее заданных стратегических целей агентства недвижимости. [4]

В случае, когда достигнутые результаты соответствуют показателям оценки, принимается решение о том, что первоначальная стратегия не нуждается в корректировке. При превышении фактических показателей руководство вправе сделать корректировку показателей оценки с целью повышения эффективности агентства недвижимости. В обратной ситуации руководству крайне необходимо выявить причину недостаточности фактических показателей, внести изменение в текущую операционную деятельность агентства и выработать совместно с персоналом методы, которые способствуют изменению сложившейся ситуации.

Разрабатываемые компанией механизмы реализации стратегии, должны обладать целостностью и, одновременно, рациональной обособленностью его элементов. Это означает, что изменение одного элемента механизмов должно приводить к некоторым сдвигам в изменениях других механизмов. Например, структурная модернизация компании приводит к изменению количества и состава подразделений (бизнесов), а также затрагивает интересы высокого процента сотрудников. В то же время за счет этого можно получить новую, более гибкую и мобильную структуру, активно реагирующую на изменение рыночной конъюнктуры.

При этом некоторая обособленность отдельных элементов механизмов реализации стратегии должна позволять компенсировать издержки, относящиеся к другому механизму.

Таким образом, все предложенные механизмы следует использовать в единой системе стратегического управления агентства недвижимости как элементы общей системы управления.

Список источников и литературы

1. Арутюнова Д.В. Стратегический менеджмент. – Таганрог: Изд-во ТТИ ЮФУ, 2019. – С. 122.
2. Виханский О.С., Наумов А. И. Менеджмент: Учебник. – 3-е изд. // Москва: Гардарики, 2020 г. – С. 110–119.
3. Хорев А.И., Морозов Л.Н., Сухоруков Е.В. Формирование стратегии предприятия. Москва: 2018. – С. 35–41.
4. Хасанов М.А. Основы построения разработки плана стратегии развития предприятий и организаций и его роль в обеспечении развития экономики // Управление. Экономический анализ. Финансы: сборник трудов конференции. – Уфа: 2018. – С. 77–83.

Выходные данные статьи:

Нанаков В. И. Механизмы стратегического управления агентствами недвижимости. // Журнал «У». Экономика. Управление. Финансы., №2. 2021.
URL: <https://portal-u.ru/index.php/journal/article/view/513>