

Нечего на рейтинг пенять...

Попытка расставить риэлтерские фирмы по ранжиру и выстроить рейтинг – дело небезопасное. Потому что в таких раскладах обиженных и недовольных всегда большинство (из-за естественного чувства здорового корпоративного патриотизма). Каждый агент, не говоря уже о менеджерах, считает свою фирму самой лучшей. И это правильно.

Идея

Именно поэтому, отважившись все-таки сформировать такой рейтинг, мы решили, что не стоит опираться на собственные субъективные представления или на сухие цифровые данные (количество проведенных сделок, прибыль, число претензий и судебных исков...). Достоверной статистики, по существу, нет. «Санкт-Петербургские ведомости» время от времени публикуют количество сделок, зарегистрированных риэлтерской группой ГБР от имени фирмы. Но, во-первых, далеко не каждая фирма заключает договор с ГБР (например, «ИнтерОксидентал» и «Динас», да и не только они, обходятся без него.) Во-вторых, мы совершенно не уверены в том, что ВСЕ сделки фирмы находят отражение в статистике ГБР. И, в-третьих, – не числом единым... Количество агентов, например, характеризует масштаб деятельности фирмы (многие так их и делят – до 60 – маленькие, 60–100 – средние, больше 100 – крупные, больше 200 – «монстры»). Но, опять-таки, эта характеристика косвенная: стоит присмотреться к тому, как строятся отношения агента с фирмой, к форме агентского договора...

Мы сочли, что точнее всего оценят «удельный вес» и другие достоинства каждой фирмы ее партнеры и конкуренты.

Наш рейтинг основан на тех оценках, которые сами фирмы дали друг другу.

Технология

Анкета, разосланная в пятьдесят фирм, содержала пять вопросов.

В первом мы просили расположить десять фирм в соответствии с занимаемой долей в общем объеме рынка (в порядке убывания).

Второй вопрос – назвать пять фирм, рыночная стратегия которых представляется респонденту оптимальной.

Третий вопрос – о партнерах. С кем приятно и спокойно работать?

Четвертый – о надежности (с точки зрения клиента).

И пятый – о динамике развития в 1996–97 годах.

Ответили почти все, хотя у некоторых заполненные анкеты приходилось буквально выпрашивать.

Специалисты наверняка скажут, что и вопросы сформулированы не вполне корректно, и опрос проведен не по науке.

Но это ПЕРВЫЙ опыт такого рода в Петербурге, и информация, полученная в ходе формирования рейтинга, любопытна и небезполезна. Не стоит ее абсолютизировать – равно как и отмахиваться от нее.

ПОЛУЧЕННЫЕ ответы мы суммировали. Причем в обратном порядке. Если кто-то поставил компанию X на первое место по объе-

му усвоенной доли рыночного пирога, а агентство Y – на второе, значит, X получает 10 баллов, Y – 9. Потом баллы складывались. 150 баллов, полученных «Бекаром», могут означать, что 15 фирм поставили его на первое место. Или 30 – на пятое.

Кто кому какие оценки вынес – глубокая коммерческая тайна. Отношения между агентствами и так далеко не безоблачные, и не стоит давать повод для взаимных претензий.

Места за пределами первой десятки (по отдельным критериям) и первой двадцатки (по сумме всех ответов) мы не ранжировали: чем меньше баллов, тем выше вероятность влияния одной-двух субъективных оценок.

Мнение фирмы о себе, любимой, – отбрасывали для лучшей объективности. (А то одна малоизвестная компания поставила себя во всех категориях первой – и по

сумме заняла было вполне приличное место).

Также пришлось исключить из рейтинга фирмы, для которых брокерская деятельность на вторичном рынке не является основной (РОССТРО, RVI, «Сбербанк-ВМВ-Инвест») – хотя их и упоминали.

ЕЩЕ РАЗ хочется подчеркнуть: публикуемый рейтинг «НП» – это РЕЙТИНГ МНЕНИЙ. Например,

сумма баллов по критерию «надежности» – это СУММА ПРЕДСТАВЛЕНИЙ других фирм о надежности конкретной компании. Поэтому, кстати, стоит сделать некоторую поправку: более высокие места (при приблизительном равенстве баллов) заняли те компании, которые лучше умеют себя преподнести, о себе напомнить. Это тоже вполне рыночное качество. Хотя если нет реальных объемов и если партнеры шарахаются от совместных сделок – никакой сконструированный имидж не поможет.

Мы надеемся сделать этот рейтинг ежегодным, привлечь к нему всех активных участников рынка. Тогда можно будет судить не только о том, какое положение на рынке занимает та или иная фирма, но и о том, куда – вверх или вниз – она продвинулась за год.

Рейтинг «НП» – не рекламный ход. Это инструмент, возможность увидеть себя со стороны.

Информационное Агентство R.E.M.I.

АНАЛИТИКА, ДЕЛОВАЯ ИНФОРМАЦИЯ И СТАТИСТИКА ПО РЫНКУ НЕДВИЖИМОСТИ

- КОММЕРЧЕСКАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ
- ИНВЕСТИЦИИ
- ЖИЛЬЕ
- ИПОТЕКА
- ЗЕМЛЯ
- ОЦЕНКА

Информация и маркетинговые исследования по строительству и долевого участию. R.E.M.I. – 5 лет изучения рынка. Заказчики: Восточно-Европейский фонд развития недвижимости, Международный Леонтьевский центр, Инкомбанк, «Союзконтракт» и другие. Агентство R.E.M.I. осуществляет информационную поддержку газеты «Недвижимость Петербурга».

Тел.: 298-1034,
273-6586.

ФИРМА ДОЛЯ В ОБЩЕМ ОБЪЕМЕ РЫНКА (БАЛЛЫ)

Дом Плюс	150
Бекар	150
Адвекс	148
ИнтерОксидентал	137
Динас	87
Икстлан	78
Кредо-Петербург	47
Итака	25
Экотон	19
ЦАН	18

Рыночная стратегия

Дом Плюс	154
Адвекс	100
Бекар	93
ИнтерОксидентал	65
Динас	52
Икстлан	22
Экотон	20
ЦАН	19
Итака	14
Рускол-Estate	12

Партнерские отношения

Адвекс	87
Дом Плюс	86
ИнтерОксидентал	62
Бекар	61
Динас	54
Экотон	45
Невский ключ	29
ЦАН	25
Икстлан	21
Клондайк	17

Надежность (с точки зрения клиента)

Дом Плюс	128
Адвекс	80
ИнтерОксидентал	75
Бекар	52
Итака	44
Динас	33
Икстлан	24
ЦАН	20
Экотон	17
Адвокат	16

Динамика развития

Итака	93
Дом Плюс	62
Петербургская недвижимость	54
Динас	37
Икстлан	32
Бекар	31
Адвекс	20
ИнтерОксидентал	19
Асток	17
ЦАН	16

ПО СУММЕ БАЛЛОВ:

	518
	435
	387
	358
	263
	191
	177
	108
	98
	97
	70
	64
	50
	43
	40
	40
	35
	33
	33
	25