

ВАНДОРСКИХ ДАНИИЛ СЕРГЕЕВИЧ

*магистрант направления «Менеджмент: Смарт-маркетинг: международное развитие бизнеса» Тюменского государственного университета, г. Тюмень
stud0000298673@study.utmn.ru*

ВАКОРИН ДМИТРИЙ ВАЛЕРЬЕВИЧ

*кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента и бизнеса Тюменского государственного университета, г. Тюмень
d.v.vakorin@utmn.ru*

ОСОБЕННОСТИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА В СФЕРЕ ОЦЕНОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Аннотация. В статье рассматриваются ключевые особенности стратегического развития компаний, работающих в сфере оценочной деятельности. На основе обобщенных данных, полученных в результате анализа четырех компаний, выявлены основные векторы развития, подходы к формированию конкурентных стратегий, а также роль бренда и репутации в укреплении рыночных позиций. Особое внимание уделено внутренним и внешним факторам, влияющим на развитие, что позволило выявить универсальные закономерности стратегического развития в условиях трансформации рынка оценочных услуг: от внедрения цифровых технологий до адаптации к изменениям в регуляторной среде и требованиям целевых аудиторий.

Ключевые слова: оценочная деятельность, стратегическое развитие, брендинг, репутация, конкурентные стратегии, консалтинг, цифровизация.

Оценочная деятельность в России играет ключевую роль в обеспечении прозрачности и легитимности имущественных сделок. В условиях цифровой трансформации, экономической нестабильности и изменений в законодательстве компании, работающие в этой сфере, вынуждены адаптировать свои стратегии, уделяя особое внимание брендингу и управлению репутацией как источнику устойчивого развития.

Оценочная услуга обладает уникальными характеристиками: нематериальностью, правовой значимостью, высокой индивидуализацией и зависимостью от доверия. Законодательство и принадлежность к саморегулируемым организациям задают строгие стандарты качества, а репутация на рынке становится не менее важной, чем ценовые или временные параметры услуги.

Спрос на оценочные услуги формируется под влиянием нескольких факторов:

1. Тип клиента: физические лица (оценка для ипотеки, наследства, бракоразводных процессов); юридические лица (оценка активов, сделок М&А, бухгалтерская отчетность); государственные структуры (конкурсные процедуры, изъятие имущества и др.).

2. Экономические условия: во время подъемов на рынке недвижимости, сделок и судов количество заказов возрастает.

3. Законодательные требования: многие услуги обязательны по закону (при вступлении в наследство, корпоративных реорганизациях).

4. Потребительские предпочтения:

– репутация и опыт компании. Согласно статистическим данным, около 74% российских потребителей изучают репутацию компании до приобретения услуги или товара. Более того, 87% клиентов отказываются от взаимодействия с организациями, имеющими рейтинг ниже трех звезд. Наличие негативных отзывов с оценками 1–2 звезды оказывает отпугивающее воздействие на 86% потенциальных клиентов [2];

– скорость подготовки отчета. Несмотря на отсутствие специализированных исследований в оценочной отрасли, данные по смежным сервисным секторам показывают, что для 60–70% клиентов важным фактором является оперативность предоставления результатов — будь то отчет, консультация или другой итог работы [1];

– доступность объяснений и клиентского сервиса. Метрика Customer Effort Score свидетельствует о том, что для 65–80% клиентов критически важна простота взаимодействия с компанией. Это включает в себя понятность коммуникации, легкость получения разъяснений и доступность консультаций. 80% пользователей доверяют отзывам и рекомендациям, в которых акцент делается на ясности предоставляемой информации, что подтверждает высокую значимость этого критерия при формировании клиентской лояльности [3].

Сфера оценочной деятельности в России демонстрирует умеренный, но устойчивый рост. По данным RAEX, объем выручки крупнейших оценочных компаний в 2023 году составил 13,6 млрд руб.,

что на 16% превышает показатели 2022 года. Рынок оценочных услуг в России высоко концентрирован. На топ-10 компаний приходится порядка 70–72% суммарной выручки отрасли [4].

По состоянию на 1 мая 2025 года в Едином государственном реестре СРО оценщиков зарегистрировано 17 саморегулируемых организаций. Суммарное количество членов этих СРО составляет более 9 000 организаций и индивидуальных предпринимателей, занимающихся оценочной деятельностью [5].

При этом наблюдается дефицит действующих квалифицированных специалистов, особенно в сегменте судебной оценки и оценки бизнеса. Основная доля заказов по-прежнему приходится на оценку недвижимости и транспорта, однако устойчиво растет спрос на оценку бизнеса, нематериальных активов, а также на сопровождение сделок слияний и поглощений (M&A). Заметное усиление конкуренции наблюдается в мегаполисах, тогда как в малых и средних городах компании чаще развиваются через партнерства, гибкость и специализацию.

Среди ключевых драйверов отраслевого развития можно выделить:

- цифровизацию процессов оценки и автоматизацию расчетов;
- рост спроса на переоценку активов, особенно в рамках сделок M&A и реструктуризаций;
- активное участие компаний в спорах о кадастровой стоимости;
- расширение спектра услуг, включая оценку интеллектуальной собственности;
- развитие партнерств с юридическими, банковскими и государственными структурами.

Для анализа стратегического развития были отобраны четыре компании, работающие в сфере оценки в различных регионах России. Компании имеют различный профиль, региональную привязку, масштабы и подходы к организации деятельности. Это позволило провести сравнительный анализ на основе типичных для отрасли параметров: набора услуг, года основания, уникальных особенностей и цифровых инициатив. Общая информация о компаниях представлена в табл. 1.

Таблица 1

Сравнительная характеристика оценочных компаний

Параметр	Компания № 1	Компания № 2	Компания № 3	Компания № 4
Город	Тюмень	Москва	Санкт-Петербург	Москва
Год основания	2011	2013	2011	2017
Миссия компании	Предоставление широкого спектра оценочных услуг с акцентом на доступность, надежность и партнерство с банками.	Развитие стратегического и операционного консалтинга в сфере оценочной деятельности с применением цифровых решений.	Комплексное обеспечение потребностей банковского сегмента в сфере оценки.	Предоставление индивидуальных консультационных решений по оценке бизнеса и активов с ориентацией на потребности клиентов.
Основные услуги	Оценка недвижимости, транспорта, оборудования, бизнеса, интеллектуальной собственности	Стратегическое и финансовое консультирование, оценка, инжиниринг	Оценка недвижимости, автомобилей, оборудования, бизнеса, нематериальных активов	Консультации и бухгалтерия, оценка бизнеса и активов
Особенности / уникальные предложения	Акция «Оценка с самостоятельным осмотром»; аккредитация в 18 банках, включая Сбербанк, Альфа-Банк и Газпромбанк	Активное внедрение цифровых решений; сопровождение ГЧП-проектов; регистрация торговых марок, включая «НЭОЦЕНТР»	Аккредитация в системе БАНК-ОЦЕНЩИК и ДомКлик от Сбербанка, что позволяет ускорить процесс передачи отчетов об оценке в банки	Индивидуальный подход к каждому клиенту; предоставление комплексных решений.

Источник: составлено авторами.

Представленные компании объединяет ориентация на расширение спектра услуг, использование цифровых инструментов, стремление к построению доверительных отношений с клиентами. Вместе с тем каждая компания реализует собственную стратегию — от универсализации до специализации, от индивидуальной работы с клиентом до технологического консалтинга, что создает основу для дальнейшего анализа их конкурентных стратегий.

Анализ показал, что брендинг становится интегральной частью стратегического управления в оценочной сфере. Основные элементы эффективного бренда в данной отрасли:

- наличие кейсов и доказуемых успехов (особенно в судах);
- визуальная и содержательная идентичность: логотип, сайт, контент;
- активность в профессиональном сообществе;
- ориентация на цифровые каналы и демонстрация экспертности.

Компании, стремящиеся к устойчивому развитию, делают ставку на формирование экспертного бренда. Это включает наличие кейсов, участие в профильных событиях, публикации и цифровое присутствие — все, что способствует укреплению доверия со стороны клиентов.

Компании, работающие в оценочной сфере, сталкиваются с рядом вызовов:

- экономическая нестабильность и колебания спроса на фоне санкционного давления и инфляции;
- изменения в законодательстве, включая монополизацию судебной оценки и новые требования по ФСБУ;
- высокая конкуренция в мегаполисах и необходимость выхода за пределы локальных рынков;
- дефицит квалифицированных кадров и необходимость постоянного повышения квалификации.

Однако одновременно с вызовами открываются и новые перспективы:

- растущий спрос на независимую оценку при сделках M&A (особенно в условиях ухода иностранных компаний с рынка);

- устойчивый интерес к оценке интеллектуальной собственности и нематериальных активов в связи с цифровизацией бизнеса;
- рост количества проектов по оспариванию кадастровой стоимости, особенно в регионах;
- активное развитие цифровых каналов взаимодействия с клиентами: от сайтов с онлайн-формами до автоматизированных платформ для выдачи отчетов.

Компании, работающие на рынке оценочных услуг, разрабатывают стратегии продвижения с учетом уровня экспертизы, состава целевой аудитории и конкурентной среды. Подходы к формированию бренда и взаимодействию с клиентами различаются в зависимости от масштаба бизнеса, степени цифровизации и региональной специфики, что позволяет каждой компании выстраивать индивидуальную модель позиционирования.

Компании демонстрируют различный уровень зрелости и стратегического фокуса: одни делают ставку на технологичность и масштабируемость, другие — на гибкость и нишевое позиционирование. В то же время, для всех участников характерны общие вызовы в виде конкуренции, законодательных изменений и необходимости цифровизации (см. табл. 2).

Стратегии продвижения компаний различаются по каналному подходу и глубине цифровизации. Если одни ориентированы на B2B и профессиональные мероприятия, то другие активно осваивают диджитал-среду и контент-маркетинг. Это позволяет каждой компании формировать собственную аудиторию и усиливать свою экспертную позицию на рынке.

Сравнительный анализ стратегий оценочных компаний показывает, что на современном этапе развития отрасли наблюдается высокая вариативность подходов к формированию конкурентных преимуществ. Участники рынка, независимо от особенностей деятельности, стремятся адаптировать свои стратегии под изменяющиеся условия внешней среды и требования клиентов.

Одни компании ориентированы на партнерство с банками и участие в юридических процедурах. Они делают акцент на надежность, точность и соблюдение регламентов. Имеют стабильные связи

с финансовыми структурами, опыт в кадастровой, рыночной и судебной оценке, а также квалифицированный персонал. В маркетинге чаще используют традиционные методы продвижения, отличаются устойчивостью за счет стабильного спроса на базовые услуги.

Таблица 2

Конкурентные стратегии и инструменты продвижения

Параметр	Компания № 1	Компания № 2	Компания № 3	Компания № 4
Конкурентные преимущества	Стабильные партнерские отношения с банками, гибкие форматы оценки, работа по всей России	Инновации, участие в крупных проектах, стратегическое консультирование	Прямая интеграция в ипотечную систему, быстрая выдача отчетов	Комплексное обслуживание, быстрая адаптация, высокая клиентоориентированность
Конкурентная стратегия	Фокус на специализацию в правовых аспектах оценки и поддержке сделок	Технологическое лидерство и гибкое масштабирование услуг под запросы B2B	Нишевый банковский сегмент, высокое качество и скорость обслуживания	Индивидуализация решений, digital-интеграция, удержание клиента через сервис
Стратегия продвижения	Офлайн-инструменты (листовки, маршрутки), сарафанное радио, Telegram-канал с кейсами	B2B-продвижение, деловые мероприятия, публикации в отраслевых СМИ, digital PR	SEO, тендеры, банковские платформы, кейсы по ипотеке	SMM, YouTube, email-маркетинг, CPA, чатботы, автоматизация лидогенерации

Источник: составлено авторами.

Другие организации развивают оценочную деятельность в составе комплекса консультационных услуг. Они сосредоточены на цифровизации процессов, внедрении автоматизированных решений и оперативном реагировании на потребности B2B-клиентов. Такие компании активно участвуют в проектах государственного и частного партнерства, реализуют сложные сделки и усиливают экспертный бренд через публичные мероприятия и профессиональные издания.

Есть и игроки, ориентированные на банковский сегмент с фокусом на ипотечную оценку. Они выигрывают за счет высокой скорости обработки заявок, интеграции в цифровые экосистемы банков и доступности услуг.

Отдельную нишу занимают компании с ярко выраженным индивидуальным подходом и акцентом на диджитал-маркетинг. Их конкурентоспособность обеспечивается гибкостью, персонализацией клиентского опыта и активным использованием онлайн-инструментов для продвижения.

Таким образом, рынок оценочных услуг продолжает динамично развиваться, предъявляя высокие требования к участникам, в том числе умение быстро приспосабливаться к изменениям, поддерживать репутацию и оперативно перестраивать бизнес-процессы. Устойчивое развитие оценочных компаний базируется на сочетании современных технологий, узнаваемого профессионального бренда и эффективной коммуникации с клиентами.

Несмотря на разные стратегические модели, общими чертами для всех являются стремление к цифровизации, усиление клиентской ориентации и развитие профессиональной репутации как основного нематериального актива.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Customer service — что это и как повысить удовлетворенность клиентов // ITSM 365. URL: <https://itsm365.com/blog/customer-service/> (дата обращения: 03.05.2025).
2. Анализ репутации компании в интернете: как клиенты воспринимают ваш бренд. URL: <https://markway.ru/analiz-reputaczii/> (дата обращения: 03.05.2025).
3. Как анализировать репутацию в интернете и зачем это нужно // Reputation.Moscow. URL: <https://reputation.moscow/2021/03/24/analiz-reputaczii-v-internete/> (дата обращения: 03.05.2025).
4. Крупнейшие оценочные организации России — 2024: аналитический обзор // RAEX (РАЭК-Аналитика): сайт. URL: https://raex-rr.com/b2b/evaluation/largest_appraisal_organizations/2024/analytics/ (дата обращения: 14.04.2025).
5. Реестр саморегулируемых организаций в сфере оценочной деятельности // Информационный портал «Все о саморегулировании». URL: https://www.all-sro.ru/register/sro_ocen/ (дата обращения: 03.05.2025).