# 中国物业管理市场走势分析

来源：网络 作者：蓝色心情 更新时间：2024-04-08

*一、 中国 物业管理市场化的现状分析 对于物业管理的概念,学术界还没有作出完整准确的定义,也没有为物业管理提供市场化方法的指导,可以说理论上欠缺。但是在实践中,随着1981年我国第一家物业管理公司在深圳建立,在将近30年里,物业管理实践一直...*

一、 中国 物业管理市场化的现状分析

对于物业管理的概念,学术界还没有作出完整准确的定义,也没有为物业管理提供市场化方法的指导,可以说理论上欠缺。但是在实践中,随着1981年我国第一家物业管理公司在深圳建立,在将近30年里,物业管理实践一直进行。我们从实践中,可以分析其市场化的现状,具体可分为以下三个方面。

(一)物业管理市场定位与服务意识的缺失

物业管理虽然在走向市场化,但是其市场定位不明确,没有搞清市场化的主旨与精髓。这种以管理者自居的后果在现实中表现为服务质量低下。大部分房屋者对业主的服务态度不满意,这主要是其自身意识没有转变,由于以前计划 经济 条件下的惯性作用,服务还不可能完全跟上市场化的运作,加之目前物业管理成本的上升,而管理收费标准又存在偏低的现象,成本收益低,这就导致了一个恶性循环,造成服务态度越差,意识逐步丧失。

而且,投资商应该明白,由于物业管理属于一种成本收益低、低风险的行业,理论上来要想获得良好的 发展 ,必须进行规模化经营,物业公司应将经营定位在规模效应上。但是纵观我国目前的物业管理市场,绝大部分经营规模偏小,利润小,形不成规模优势,因此发展壮大不起来。再加上政府没有对物业管理行业进行充分的了解调查,所定收费标准仍低于物业管理的标准,所以其发展步履维艰。可以说,物业管理市场定位的不明确,服务意识的缺失,使得 企业 市场化的改善变得更加的艰难。

(二)物业管理队伍水平与市场不同步

目前很多物业公司的高层管理都是家族化管理,大部分人员都为初高中学历,由于其最初的成立期就一直随企业主经营,到现在在公司的位置已经处于高层。但是其水平已经老化,知识学历偏低,观念成就落后跟不上时代的发展。由于情分、个人关系等影响,又不能将其辞退。这极大的影响了整个企业的人力资源的建设。

同时,目前物业管理队伍中,有的公司根本就没有专门的技术人员,加上公司内部没有明显的制度规范,人员纪律松散,服务观念与态度较差。在现实中,80%的住户感觉物业服务人员服务态度较差。而且很多行内人员认为,物业管理的工作无技术含量,不需要知识文化水平高的人去做都能做好,这种错误的观念在很大程度上造成了现在物业管理队伍水平的低下。而人力资源的更新不像物质资本那样,它更新速度慢,具有滞后性,其难度也很大,所以,素质水平提高起来就非常的艰难。

(三)物业管理市场运行机制不健全

虽然我国的物业管理公司现在都是朝着市场化的方向在建设,但是它并没有建立起规范有效的物业管理运行机制。据资料统计,我国目前大概有2万多家的物业管理公司,但是大部分都是从自己原来的房地产开发公司中分离出来的,管理经验缺乏,真正按照市场运行的还在少数,很多都没有建立起 现代 企业管理制度。

同时,在市场中存在不良竞争、垄断经营等现象。现在很多的房管所都变相的改成物业管理公司,其运行机制及其不规范,同时极大的排斥正规物业管理公司的市场进入,他们极力奉行“肥水不流外人田”的信念。这“很大的程度上影响了许多正处于发展中的优秀物业管理企业的竞争和发展,同时这也将影响到整个行业推广市场化的进程。”这也是导致目前物业管理市场不景气的一个重要原因。 二、完善我国物业管理市场的对策

(一)建立物业管理市场的三级管理体制

我国有关物业管理的行政法规十分多,如《物业管理条例》、《城市房地产开发经营管理条例》、《城市私有房屋管理条例》等,国家应该在这些基础上逐步完善其 法律 法规。

同时,我们应该看到,在推动物业管理市场 发展 的过程中,行业协会应该发挥自己的作用。它要积极争取参与政府有关法律法规的建设,发挥自己的影响力,同时对于物业管理市场的一些纠纷争端,或不良竞争现象,给以协调与管理。而且要协助主管部门规范市场运作,完善行业的各种评测体系等。政府和协会发挥作用之外,物业管理 企业 自身的建设则是具有关键性的。企业应该拓展自己的经营面,实行规模化经营,以赢得规模效益的优势,同时,也应该也应该多方向的来发展业务,多提供基本业务以外的多元化的有偿的服务项目,以带动相关产业的协调发展。

(二)准确市场定位,确定物业管理方向

可以说,物业管理要想市场化,其准确的市场地位是必须的。目前我们看到,物业管理企业已经很多,但是经营业务都相对单一,造成过分的竞争,这样必然会导致一些企业破产倒闭。“由于物业管理企业的发展背景、管理特色的不同,一个企业的人、财、物、信息资源是有限的,如何将这些资源合理使用,发生规模效应,产生最大的效能,就需要有一个明确的、适合企业发展的市场定位,需要根据市场的发展、企业的变化,适时地调整定位。”企业要在楼盘开之前做好充分的思考准备,对于整个期间的规划要做到尽量细致,不要一味的去争抢,因小失大。而且要找准优质市场,积极的开放优质市场的消费能力。同时也要具体选择的去考虑,地区差异也会导致物业管理定位与实施方法的不同。

同时不得不提的是,品牌战略也是物业管理公司定位需要考虑的重要内容之一。企业市场要细分,根据居民消费者的具体情况来做出具体合理的管理服务措施,这样精而细的分工需求,可以有效的提高企业的管理水平,同时也更符合物业管理的市场化走向。

(三)加强物业管理的人力资源建设

人力资源是 现代 公司发展必不可少甚至是至关重要的一环,如果人力资源搞不好的话,那么公司在管理上很难做到合格。鉴于此,物业管理企业在人力资源上应该做两方面的工作。一就是对现有的物业管理人员实行培训与再 教育 。因为现在大部分在岗的物业管理人员由于 历史 与个人关系的原因,要想逼其退位再来招聘优秀人才这样显然不现实,只能对其进行继续教育,这种教育包括两方面,一个是短期集中的培训,还有就是部分重要的人士让其进行深造。二是在培训的同时,招聘外来的优秀员工与管理人才。现在人才市场自由开放,只要在人才引进标准与质量上把好关,那么人力资源的更新势必会对物业管理市场化走向上起到较大的帮助作用。

本文档由028GTXX.CN范文网提供，海量范文请访问 https://www.028gtxx.cn