

商品房住宅小区物业企业管理的优化对策研究

彭鹿峰

(天津科技大学, 天津 300222)

摘要: 伴随着社会的不断进步, 物业管理已成为基层治理的重要组成部分, 在提升小区品质、改善人居环境、提升居民幸福指数方面发挥着不可替代的作用。随着人们生活品质的不断提升, 居民对住宅小区物业管理的要求也在不断提高, 尤其是商品房住宅小区, 物业纠纷逐年上升, 物业管理问题已成为当前关注度较高的问题。在日渐激烈的市场竞争背景下, 需进一步优化物业企业的运行机制, 构建多元共治的物业管理体系, 促进企业长远发展。

关键词: 商品房住宅; 物业管理; 对策

物业管理是我国改革开放以后社会进步和居住生活改善的伴生物。自1981年中国第一家物业管理企业成立以来, 物业管理行业已在中国发展整整40年, 在这短短40年中, 物业管理行业飞速发展, 从起步阶段的摸索状态逐渐转向高速成长扩张阶段。2021年12月《苏州市住宅区物业管理条例》重新修正并从次年3月开始实施。从政策法规的不断完善可以看出住宅小区物业管理已成为保障和改善民生、创新基层治理、维护社会稳定的重要举措, 但与此同时各类物业纠纷激增, 住宅小区物业管理存在诸多问题, 特别是商品房住宅小区物业管理陷入不少困境。因此, 必须有效减少物业纠纷投诉, 大力提升行业管理水平, 满足人们对美好生活的需要。

一、住宅小区物业管理工作的重要性的

物业公司旨在为小区提供更加便捷的服务, 规范住宅小区的管理, 可见小区物业管理工作至关重要。第一, 提供安全保障。随着社会经济的发展, 人们生活水平不断提高, 对居住安全也提出更高要求。小区安保工作是物业管理的首要任务, 通过动态监控、出入登记、随时巡逻等多项措施的综合使用, 使居住环境更为安全。包括雨雪天气的警示, 小区内整修建设的提示, 都与居住安全密切相关。第二, 规范小区秩序。当前城市社区建设水平稳步提升, 无论是老旧小区的改造, 还是新建社区, 都正在纳入物业化管理的轨道。物业公司通过合理划分出行、停车、休闲等区域, 能够使功能分区更为清晰, 便于保持小区良好的公共秩序。尤其是老旧小区内部较为拥挤, 车位紧张, 每日早晚高峰的出行更是紧张, 科学的物业管理有助于提高出行效率。第三, 打造便捷服务。互联网时代各大网络购物平台争相抢占市场, 服务内容不断推陈出新, 网购已经延伸到社区生活的方方面面, 例如小区内快递代收点的建立、送货上门服务; 新能源汽车增加的同时小区内也建立起充电桩; 垃圾分类的实施进一步推动了可持续利用。这些都是物业管理工作的重要组成部分, 也是新型居住环境的体现。第四, 提升居住品质。社会经济的飞速发展使人们受教育水平得到提高, 对精神文化生活有更多的需求, 不少小区的物业定期组织文化活动, 极大地丰富了人们的精神世界, 包括小区内的绿化、儿童活动区域的建设、健身器材的配备等, 在提升居住品质方面发挥了不可或缺的作用。物业公司多元化的服务是小区综合居住条件的体现。

二、商品房住宅小区物业企业管理中存在困境的原因

(一) 物业管理人员素质参差不齐

第一, 物业管理企业中缺少相应的技能型人才, 出现这一情况的主要原因在于: 一方面, 人才大多从事和房地产相关的工作, 真正参与物业管理的人才储备较少; 另一方面, 可以胜任此类岗位的人才较多, 精通多种技能的复合型人才也很多; 再者, 物业

管理水准仍处于初级阶段, 缺少高级管理人才。这样的人才建构不如尽早调整, 否则会阻碍物业管理行业的整体建设。第二, 物业行业的从业人员缺少正确的认知, 进而产生一定的危机感。物业从业人员大多缺少危机感, 并没有建构更加完备的市场竞争意识和观念, 大多因为重视管理活动疏于服务。从业人员将这一工作视为简单的管理和清洁工作等融合。物业管理工作是物业企业为业主和使用人员合理服务为前提, 方可更好地适应市场竞争活动, 进一步助推其平稳健康发展。对此, 深化这一管理人员的专业素养成为亟待解决的问题。目前物业管理的专业化队伍建设尚未成熟, 多数企业的从业人员是临时聘用的, 没有经过岗前设置的培训, 如何提升物业从业人员的管理水平更为重要。

(二) 预算资金紧张

物业管理工作十分复杂, 且涉及大量的内容, 除日常的卫生、安保工作外, 基础设施的维护、整体维修改造、配套服务的提供等都需要投入大量的资金。例如高层小区的电梯经过几年的使用, 往往出现各种潜在隐患, 必须进行彻底维修, 甚至动用维修基金。小区内物业费的收缴常遇到困难, 部分业主不能及时缴纳物业费, 尽管物业部门在门禁卡、电梯卡方面可采取一定的限制措施, 但并不能从根本上改变业主的思想观念。不少物业公司都会面临资金紧张的局面, 一些重要的维修、建设工作只能被放缓。

(三) 物业企业运行机制僵化, 缺乏创新服务

提供个性化服务(移情性)得分较低, 反映出物业公司在提供物业服务类型较为基础和单一。目前物业公司除提供基础物业服务内容外, 个性化服务中仅有个别简单的特约服务, 这些服务显然无法满足业主日趋多元化、全面化、特色化的需求。物业基础服务主要包含下述几个方面: 二十四小时的安保服务、车库车辆管理服务、环境清洁服务、绿化养护服务和公共设施基础性服务等等。个别特约服务, 包括代缴水电费、入户收费维修、便捷小推车服务、快递代收服务、个别孤寡老人上门提供帮助服务等。随着居民生活水平的不断提高, 越来越多的业主产生了物质生活需求是基础, 全面化、个性化服务需求是提升的想法和期望。但是根据前期调查, 物业公司提供的服务大大滞后于业主需求, 个性化、全面化的服务还未能真正推行。

三、破解商品房住宅小区物业企业管理困境的对策

(一) 加大物业从业人员专业能力培训

要加强对物业服务从业人员的培训力度, 从业务水平、服务意识、专业知识等多个方面全方位提升从业人员素质, 着力构建一支业务水平过硬、理论基础扎实、平均素质达标的高素质物业管理队伍, 从而实现企业整体物业管理服务水平的上升。积极鼓励员工使用空闲时间参与各类培训工作, 以此满足岗位工作实际

的需求,同时也可成为高质量、技能型人才。通过整合不同工种服务、实现岗位交互融合,有助于发掘员工的个人潜能。对于管理人员、提升管理成效而言,有着十分重要的作用,同时也能让员工参与职业等级证书测试,并在工作期间持有相关责任认证。借助培训手段可以使员工个人能力得到提升,进而使员工集体综合素质水平提高,企业整体服务质量必然能够得到有效提升,企业竞争力随之增强,企业生命力愈加旺盛。培养员工的服务意识,在企业内部主动响应号召,伴随着消费者的需求日益增加,更加重视对快节奏和高效率的使用,应当提升从业人员的快速反应能力。将其化繁为简,进而提升工作成效,尽可能地减少服务流程,明确梳理服务的关键点,进而形成快速的响应机制,设置责任问责,明确应急突发事件的处理指标,让全体员工执行,便于快速响应落实,提升工作成效。

(二) 提升物业企业信息化管理水平

许多企业将物业信息化作为提升物业管理水平的重要法宝,传统小区物业存在人力密集、工作内容庞杂繁复的特点,随着信息化进程的加快,要求物业企业在信息化变革中快速做出响应,物业管理软件的作用将日益凸显。目前国内一些知名物业公司,比如万科、中海等物业公司,均推出了以自用为主的物业管理软件。比如万科物业通过“睿服务 3.0”对公共服务收入进行公开,业主可以了解到除物业服务费之外的“公共广告收入、场地租赁收入等”,只需要使用“住这儿 App”对电梯内的二维码进行扫描,即可以轻松获取小区公共收入具体情况。通过“睿服务 3.0”,万科物业还实现了对设施设备的监督“闭环”,同样是通过扫描二维码的方式,业主可以随时查看、监督该设施设备信息及维修保养记录。面向员工,万科物业也推出了相应功能,在移动终端就能完成的移动考勤使员工无需到固定考勤点打卡,只要在工作区域内都可以按时完成签到打卡。员工完成包括家政维修、周期性巡检和临时公共报事在内的标准维修工单,可以根据标准工时计算“员工财富值”。碧桂园服务也提出“对外赋能,对内创收”,期望通过数字化管理与数字化服务科技对外赋能,向中小型物业管理公司输出数字化能力,主要输出 AI+ 的互联网技术、SaaS 服务平台,同时为中小型物业管理公司开发了数字化服务平台-天石云平台,辅助进行智能化的升级,他们相信数字化将会为企业未来的增长和管理的提升提供新助力。

(三) 探索个性化增值服务

随着时间的推移,一批品质住宅物业服务企业积极探索高质量发展之路,如碧桂园物业服务、正弘物业、雅生活服务、龙湖智慧服务、时代邻里以及绿城服务等企业,积极为业主提供高品质物业服务,且各具特色,收获了业主的充分肯定。2019年详细披露毛利率的13家上市物企,物业管理服务毛利率范围在11.4%至30.2%,而增值服务的毛利率则在29.6%至60.9%。增值服务的毛利率远高于物业管理服务。所以物业作为服务业中的重要一元,未来发展中全面化、个性化的增值服务将是极为重要的方面。在物业服务多元化的今天,许多成功的物业企业已将物业服务扩展到社区服务的方方面面,充分满足业主日常点滴需求。物业行业领头羊的万科物业,分析业主到极致,充分利用信息化,通过分析业主信息需求,增加开展极具针对性的配套服务,包括房屋交易中心、居民社区餐饮、老年人活动中心等,将差异化的服务匹配到差异化的业主需求,提高了社区业主的满意度和幸福感。随着国有企业办社会职能分离,企业配套及“三供一业”逐步向社会移交,大量居民社区推到市场进行社会化管理。对小区物业服

务的进入是一种极大的机遇和挑战,物业公司只有积极学习先进物业企业的理念,不断创新个性化、全面化的服务,才能在盈利市场上拥有一席之地。

(四) 加强沟通,构建人文社区

和谐社会的整体离不开人文社区的构建,作为其重要组成部分,人文社区构建是许多物业企业的基本目标,也是企业价值观的直接体现。随着国家治理体系、治理能力的完善和进步,和谐社会已经逐渐形成,人民的精神文化需求也逐步增加,因此构建人文社区,推动小区风尚建设,是当前物业重点工作之一。物业公司首先要倡导人文理念。通过张贴和谐社会宣传、车库入口轮流播放积极向上的社会正能量视频,摆放和民法典相关内容,在整个小区形成一种人文风气,来规范引导业主提升自身思想观念、思维理念、言行举止,深化业主对人文社区基本理念和理想追求的总体认识,深耕人文精神,宣扬人文理念,形成共同崇尚的理想信念,自觉自愿遵循的道德规范,在小区形成强大的凝聚力,自主的向心力、自然的亲和力,为构建和谐人文社区创造良好的人文条件。一个地区的政府政策,往往对市民思想、行为产生较大的影响,物业应该抓住机遇,推进人文社区建设。以山东济南为例,从2018至2020年,济南实现连续三年获得“全国文明城市”称号,在创建文明城市的过程中,这座以“泉水”闻名天下的城市,不断加强人文建设,精神文明建设成果丰硕,人民群众的思想认识、精神面貌、生活习惯、行为方式都发生了改变,耳濡目染之中,市民都接受了教育。此时的文明城市建设就是契机,物业公司应抓住契机,加强人文社区建设积极配合济南市文明城市创建。坚持以创建文明城市为契机,组织物业员工通过深入学习宣传社会主义核心价值观体系和“诚信、创新、和谐”的济南精神,积极开展社会公德、职业道德、家庭美德和个人品德教育,在物业管理服务中形成知荣辱、讲正气、做奉献、促和谐的良好风尚。通过开展人文社区建设,充分展示“品质生活”的社区形象,全力打造一个和谐平安、环境优美的现代化小区。

四、结语

随着经济社会的发展,物业管理行业的规模还将持续扩大,这是一个有着丰厚利润的新兴行业。同时,物业公司的数量不断增加,“马太效应”更加明显,人财物、政策等资源向大企业汇集,小企业则为了生存而激烈的拼杀,这也将是一个“几家欢喜几家愁”的时代。人们的需要和要求也倒逼物业不断提高服务水平,随着生活的不断改善,人们的需求也在提升,低水平、简单化、重复性的服务已经无法满足用户的需求,人们更加向往高效、舒适、便捷、温馨的物业服务,机械地执行命令式服务提供者,将不能为用户所满意。合理提升企业服务质量,对企业长远发展具有积极意义,同时为企业未来战略调整提供参考。

参考文献:

- [1] 崔建军. 智能化管理对现代住宅物业的作用[J]. 中国室内装饰装修天地, 2020(6): 49.
- [2] 郭金龙. 物业公司转型升级为社区生活服务商需要跨过的三道坎[J]. 住宅与房地产, 2020(28): 16-20.
- [3] 陈智永. 住宅小区物业管理中的治理问题初探[J]. 晋阳学刊, 2019(3): 108-113.
- [4] 刘书渊. 城市新型住宅小区物业管理服务满意度研究: 以哈尔滨市为例[J]. 中国林业经济, 2018(5): 37-40.
- [5] 吴薇薇. 大连市住宅小区物业管理中政府监管存在的问题及对策研究[D]. 大连: 辽宁师范大学, 2019.