**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

**«Сибирский государственный университет науки и технологий**

**имени академика М.Ф. Решетнева»**

Институт инженерной экономики

институт/факультет/подразделение

Кафедра информационно-экономических систем

кафедра/цикловая комиссия

**ОТЧЕТ ПО ЛАБОРАТОРНОЙ РАБОТЕ №10**

«Формирование миссии и стратегии предприятия»

Вариант №14

В.И. Василенко

Преподаватель

инициалы, фамилия

подпись, дата

М. В. Марков

Обучающийся БПЭ22-01, 223410027

инициалы, фамилия

подпись, дата

номер группы, зачетной книжки

Красноярск 2024

**1. Формирование общего представления о предприятии**

**1.1 Совокупность факторов, влияющих на организационную структуру:**

* **Размер агентства**: количество сотрудников определяет количество уровней иерархии.
* **Тип и объем сделок**: специализированные отделы могут быть созданы для сделок по аренде и продаже недвижимости.
* **Региональные и законодательные нормы**: особенности работы с недвижимостью, требующие взаимодействия с государственными органами и соблюдения правовых норм.
* **Технологическая база**: наличие CRM-систем и других инструментов автоматизации, которые влияют на распределение задач между сотрудниками.
* **Конкуренция**: высокая конкуренция на рынке может побуждать агентство к внедрению специализированных отделов для улучшения клиентского сервиса.

**1.2 Продукция (услуги) предприятия:**

* **Подбор и продажа недвижимости**: помощь клиентам в поиске подходящих объектов для покупки или продажи.
* **Аренда и сдача недвижимости**: поиск арендаторов или арендодателей, оформление договоров аренды.
* **Юридическая поддержка сделок**: проверка документов, сопровождение сделки с соблюдением всех правовых норм.
* **Консультации по недвижимости**: оценка объектов недвижимости, советы по выбору и продаже.

**1.3 Существующая стратегия предприятия:**

* **Расширение клиентской базы**: активное привлечение клиентов через маркетинг и рекламу.
* **Автоматизацию процессов**: внедрение CRM для повышения эффективности работы с заявками и клиентами.
* **Юридическую безопасность сделок**: усиление работы юридического отдела для минимизации рисков при сделках.
* **Повышение уровня сервиса**: улучшение клиентского сервиса для удержания клиентов и получения рекомендаций от старых клиентов к новым путем сарафанного радио.

**2. Определение внутренних и внешних факторов, влияющих на развитие предприятия**

**2.1 Мотивация потребителей:**

* **Надежность и безопасность сделки**: клиенты хотят минимизировать риски при продаже или покупке недвижимости.
* **Экономия времени**: профессиональная помощь риелторов экономит время клиентов на поиски вариантов.
* **Качество обслуживания**: клиенты ценят вежливое и уважительное отношение и компетентное видение и исполнение сделки, что способствует повторным обращениям.

**2.2 Мотивация персонала:**

* **Финансовое вознаграждение**: работники агентства ориентированы на процент от сделок. При достижении определенного количества заключенных сделок работником он будет получать не только фиксированный оклад, но и небольшой процент от самой исполненной сделки.
* **Карьерный рост**: возможность профессионального развития и повышения квалификации, которое будет при необходимости спонсироваться компанией.
* **Работа в стабильной компании**: сотрудникам важно работать в стабильной и надежной организации, обеспечивающей постоянный поток сделок.

**2.3 Мотив внешних инвесторов:**

* **Получении прибыли**: они рассчитывают на увеличение доходов агентства за счет роста количества сделок.
* **Надежности и устойчивости бизнеса**: вложения делаются в компании, которые демонстрируют стабильные результаты на рынке недвижимости.

**2.4 Макроэкономические тенденции:**

* **Рост процентных ставок ЦБ** может снизить покупательскую способность клиентов, так как
* **Изменения в законодательстве** могут как способствовать сделкам, так и ограничивать их.

**2.5 Положение на рынке:** на рынке работы с недвижимостью компания занимает уверенное положение и постоянно сталкивается со здоровой конкуренцией, что способствует улучшению качества сделок. Основными конкурентами могут быть другие риелторские агентства, а также онлайн-платформы для аренды и покупки недвижимости. Ограничением сбыта является высокая конкуренция и изменения в спросе.

**3. Характеристика процессов, происходящих на предприятии**

**3.1 Политика предприятия по отношению к спросу:**

* **Ориентация на клиента**: персонализированный подход к каждому клиенту для удовлетворения их потребностей.
* **Адаптация под спрос**: при изменении спроса агентство может снижать/повышать цены на свои услуги или расширять предложение недвижимости.

**3.2 Кадровая политика:**

* **Привлечение квалифицированных сотрудников**: агентство активно привлекает специалистов с опытом работы. Если на рынке наблюдается спад, возможно снижение штата или перераспределение обязанностей.

**3.3 Направления структурных изменений:**

* **Увеличить количество риелторов** для работы с большим объемом заявок.
* **Автоматизировать часть процессов** через внедрение CRM-систем и онлайн-сервисов для агрегации заявок через онлайн сервисы.

**3.4 Технология на предприятии:**

* **Внедрение автоматизированных систем управления**: использование CRM-систем позволяет быстрее обрабатывать заявки и сделки.
* **Экономия на масштабе**: увеличение объема сделок может снизить операционные издержки за счет оптимизации процессов.

**3.5 Стиль управления:**

* **Контроль ключевых процессов**: чтобы избежать ошибок, менеджеры контролируют ключевые этапы сделок, которое производят и ведут риелторы, что помогает избежать фатальных ошибок в ведении сделки.
* **Делегирование**: однако рутинные задачи могут быть делегированы, что повышает эффективность.

**3.6 Состояние капитала и инвестиционная привлекательность:**

* **Нестабильность спроса**: сезонные колебания или экономические кризисы могут снизить доходность. Нейтрализация таких факторов возможна через диверсификацию услуг и повышение эффективности управления.

**3.7 Перспективы дальнейшего существования:**

* Расширение географического присутствия в регионе позиционирования.
* Увеличение числа сделок за счет новых инструментов маркетинга и рекламы, то есть повышение узнаваемости компании на рынке риелторских агентств.