

Содержание:

ВВЕДЕНИЕ

Выбор темы проведения аудита маркетинговой деятельности предприятия обусловлен тем, что в современных условиях для активного развития компании, роста ее конкурентоспособности и соответствия ее требованиям рынка, важно проводить маркетинговый аудит, который направлен на комплексный анализ внешней и внутренней среды компании и дает четкое представление о рынке, на котором работает и развивается компания.

Проведение такого анализа, а также сопоставление деятельности компании, ее целей, сильных и слабых сторон с основными тенденциями рынка, потребностями потребителей, а также угрозами внешней среды позволяет выработать направления совершенствования маркетинговой политики компании, способов увеличения конкурентоспособности и методов ее работы с целевыми аудиториями.

Аудит маркетинга представляет собой одно из средств стратегического контроля и является основанием при разработке маркетинговой стратегии. Маркетинговый аудит позволяет определить собственное положение компании на рынке и перспективы ее развития.

Для проведения аудита маркетинговой деятельности применяются специальные инструменты аудита внешней и внутренней среды, к которым относится PEST-анализ, анализ пяти конкурентных сил Майкла Портера, анализ маркетинговой политики, SWOT-анализ.

Целью данной работы выступает проведение аудита маркетинговой деятельности, на примере агентства недвижимости «Сити Трейд», генеральным директором которого является автор.

Для достижения этой цели были поставлены следующие задачи:

1. Провести аудит внешней среды агентства недвижимости «Сити Трейд»;
2. Провести аудит внутренней среды агентства недвижимости «Сити Трейд»;
3. Провести SWOT-анализ агентства недвижимости «Сити Трейд»;

4. Сформулировать выводы и рекомендации на основе проведенного аудита.

ГЛАВА 1. Анализ и оценка ситуации. Аудит внешней среды агентства недвижимости «Сити Трейд»

1.1. Анализ рынка услуг в сфере недвижимости

Агентство недвижимости «Сити Трейд» работает на рынке услуг в сфере недвижимости города Барнаула. В первую очередь в рамках аудита внешней среды агентства рассмотрим общее положение и тенденции рынка недвижимости в России и Барнауле, а затем основные тенденции в сфере риэлторских услуг.

В 2018 году рынок недвижимости в России демонстрировал устойчивый рост в большинстве сегментов: произошло подорожание вторичного жилья, стала выше средняя арендная ставка на квартиру, несколько выросли цены на загородную недвижимость. При этом в течение года был отмечен неравномерный рост продаж по основным сегментам рынка. Так, пик по большинству показателей пришелся на четвертый квартал 2018 года.

Ключевым фактором, который повлиял на состояние и динамику рынка недвижимости в стране в 2018 году, стали изменения Центробанком ключевой ставки, которые происходили несколько раз в году. Это обусловлено тем, что изменение ключевой ставки влияет на стоимость ипотечных кредитов.

В начале года ключевая ставка равнялась 7,75%, а в марте она снизилась до 7,25%. На этом уровне она продержалась до начала осени. В итоге средняя ипотечная ставка в банках в сентябре достигла исторического минимума: она опустилась до 9,4%[\[1\]](#).

После этого Центробанк повысил ключевую ставку дважды, и к концу года она вернулась на уровень 7,75%. В итоге население в опасении удорожания ипотечных кредитов поспешили приобрести недвижимость, в следствие чего спрос на квартиры в новостройках и вторичное жилье в конце года значительно увеличился, что также повлияло и на рост цен[\[2\]](#).

Еще одним фактором, обусловившим рост цен на рынке в сегменте первичного жилья, было принятие закона о переходе на проектное финансирование вместо долевого участия. В ожидании ужесточения условий застройщики поспешили объявить о новых строительных проектах и анонсировали повышение цен, что также повлияло на рост спроса.

В целом, все указанные факторы повлияли на то, что рост продаж на рынке жилья вырос на 17% по сравнению с 2017 годом. Данный процентный показатель явился значительным показателем роста, который не наблюдался с периода кризиса 2014 года.

В связи с ростом спроса произошло и увеличение стоимости квадратного метра. Показатель составил 6%, по сравнению с предыдущим годом, при этом основной скачок произошел в IV квартале 2018 года.

По итогам I квартала средняя цена предложения повысилась только на 1% по отношению к IV кварталу 2017 года, во II — 2,1%, в III — 3,6%, а в IV квартале — уже 6%. Таким образом, средняя цена выросла с 58741 рублей за кв. м. в IV квартале 2017 года до 62259 рублей в IV квартале 2018-го [\[3\]](#).

Что касается рынка аренды жилья, то на нем наблюдается определенная стабильность спроса и предложения, а также средней стоимости. По итогам 2018 года средняя стоимость аренды жилья увеличилась только на 3,4% с 15298 рублей до 15822 рублей.

На Рисунке 1 представлена динамика стоимости квадратного метра жилья в период 2017-2018 годов и начала 2019 года в разрезе первичного и вторичного жилья.



Рисунок 1 – Динамика стоимости квадратного метра жилья[4]

В целом, общие тенденции рынка недвижимости в России наблюдаются и в регионах. Так, в Барнауле по итогам 2018 года был отмечен рост продаж первичного и вторичного жилья на 10,2%, что меньше среднего показателя по России, но является определяющим показателем значительного роста спроса на региональном рынке, который был обусловлен общими тенденциями.

Увеличившийся спрос на рынке недвижимости Барнаула повлиял и на рост цен.

При этом в Барнауле сильнее всего подорожал более ликвидный, бюджетный тип жилья – однокомнатные квартиры и квартиры-студии. С начала года и по июль на первичном рынке они прибавили 3,08%, а на вторичном – 3,03%. Также выросла цена на двухкомнатные квартиры в новостройках на 1,41%. При этом, на рынке недвижимости Барнаула было отмечено падение стоимости квадратного метра на первичное и вторичное жилье большого метража и элитного жилья, причем падение составило вплоть до 10% по отношению к ценам прошлого года[5].

В итоге с начала 2018 года средняя стоимость квадратного метра недвижимости в Барнауле выросла на 2,92% для первичного жилья и на 0,87% - для вторичного[6]. Средняя стоимость аренды также осталась практически без изменений, как и стабильность спроса и предложения на арендное жилье.

В целом, можно отметить, что рынок недвижимости Барнаула характеризуется положительными темпами роста, отмечается увеличение спроса, хотя отчасти это вызвано общими тенденциями на рынке недвижимости, обусловленными

ожиданиями увеличения стоимости ипотечных кредитов и средней стоимости первичного жилья.

Что касается предпочтений покупателей на рынке недвижимости Барнаула относительно сроков эксплуатации домов, то они все более смещаются в сторону первичного, нового жилья, спрос на аренду остается примерно на одном уровне. Причем эти изменения произошли всего за полтора года, что видно на Рисунке 2.

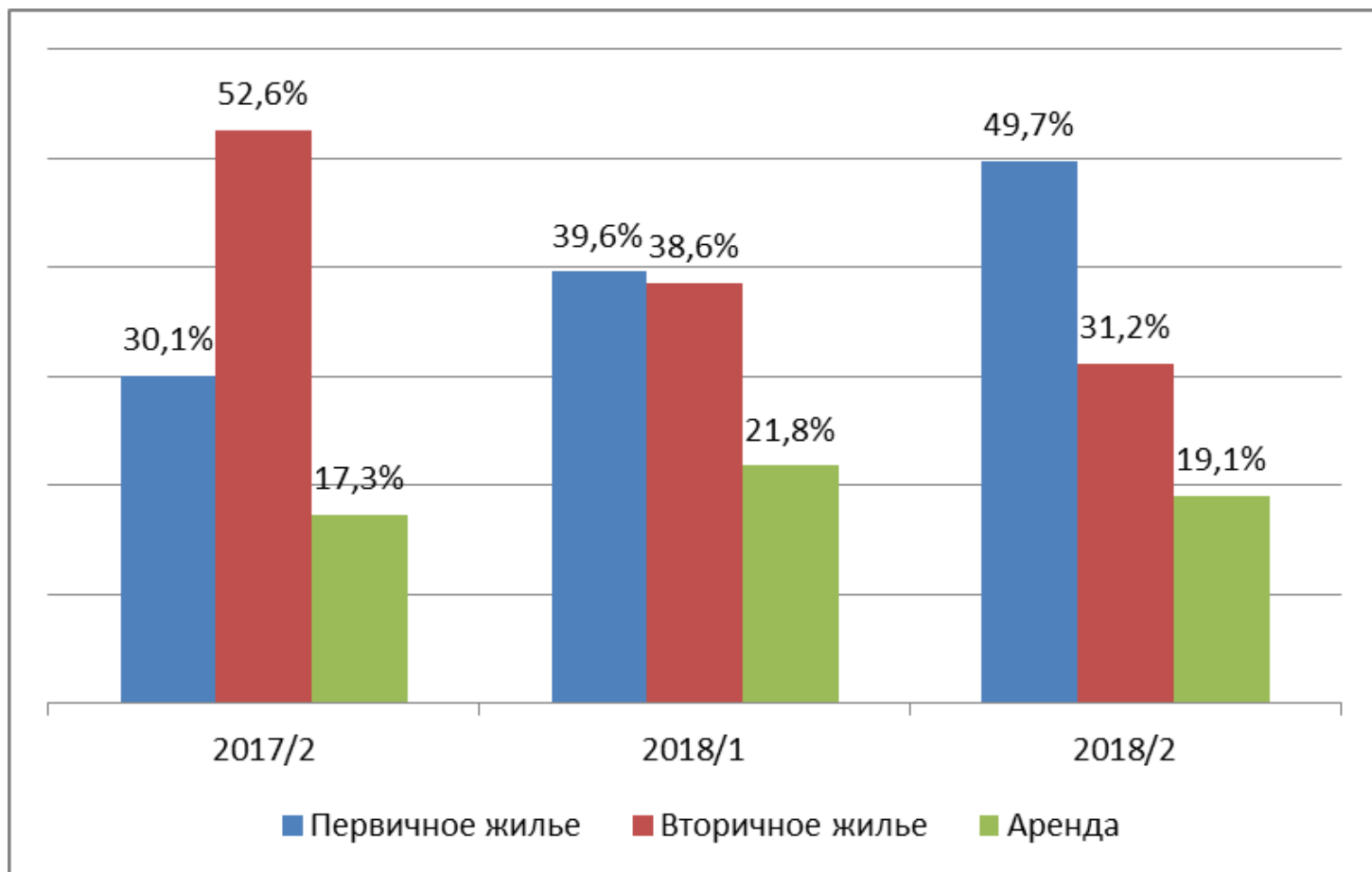


Рисунок 2 – Предпочтения покупателей на рынке недвижимости Барнаула[7]

Если во втором полугодии 2017 года более половины всех сделок с недвижимостью приходилось на вторичное жилье, а треть на новостройки, в первом полугодии 2018 года отмечалось примерно поровну сделок в обоих сегментах, а уже во второй половине 2018 года новостройки стали более востребованными среди жителей Барнаула, чем вторичное жилье.

Покупательские предпочтения также хорошо заметны и в разрезе типов домов. Наиболее востребованным является современное монолитно-кирпичное жилье, наименее – дома раннего советского периода («сталинки», т.н. «старый фонд»).

Также довольно популярно современное панельное жилье, а спрос на пятиэтажные «хрущевки» и «брежневки» падает.

Это связано с тем, что первичный рынок предлагает покупателям более разнообразные форматы и качество жилья, кроме этого, субсидированная ипотека распространяется только на первичное жилье, что также способствует переходу покупателей на новостройки.

Такая ситуация преобладания новостроек над вторичным жильем с одновременным ростом тенденции застройщиков реализации своего жилья самостоятельно, усиливает конкуренцию среди агентств недвижимости в Барнауле. Более того, у покупателей есть возможность не только прибегнуть к услугам риэлторских агентств, но и совершить сделку самостоятельно.

На Рисунке 3 представлено изменение структуры решения жилищного вопроса населением.

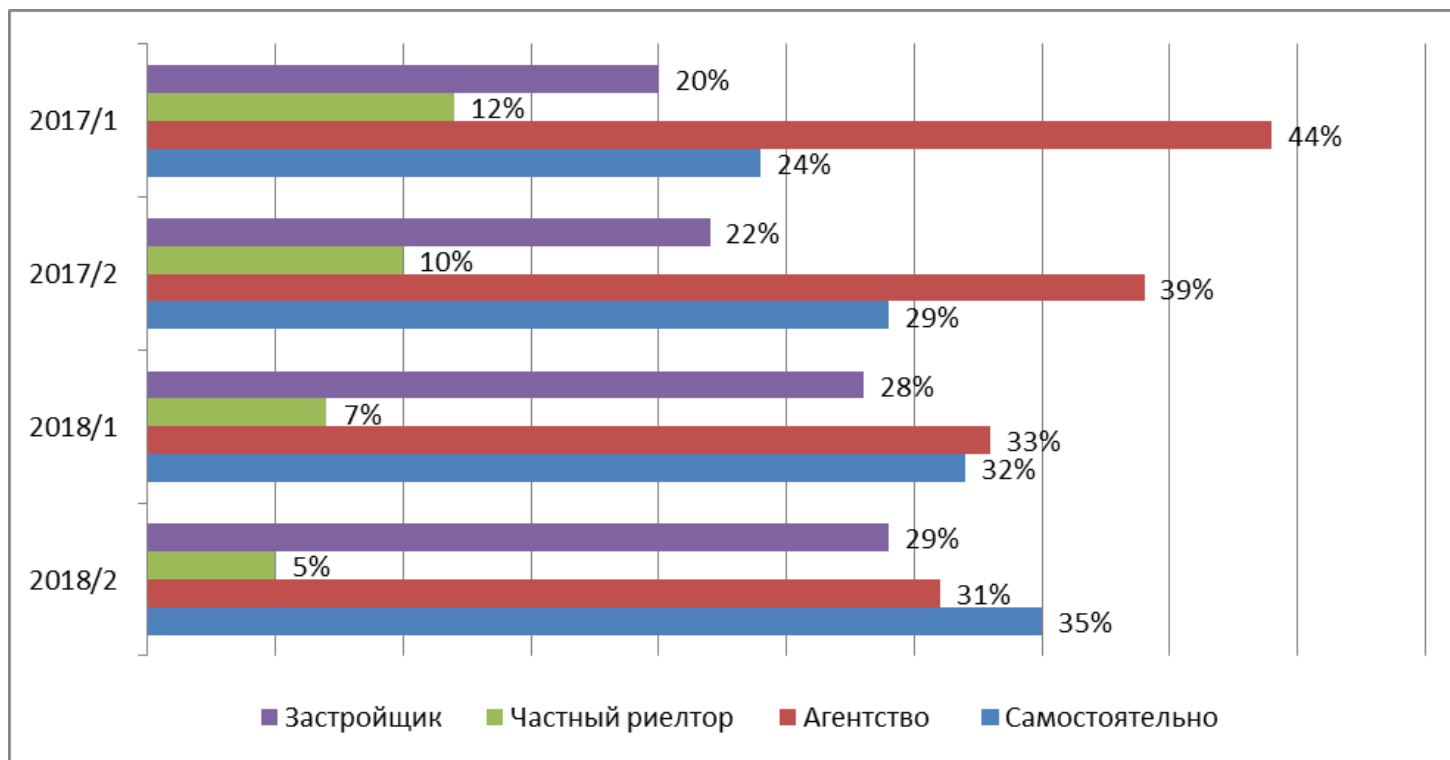


Рисунок 3 – Структура способов покупки недвижимости[8]

Из рисунка видно, что наиболее распространенным способом покупки недвижимости является самостоятельная покупка без посредников, при этом доля таких покупок постоянно увеличивается. Также растет и количество покупок недвижимости, совершаемых напрямую через застройщика. При этом падает доля

сделок по покупке недвижимости, совершаемых через риэлторские агентства и частных риэлторов.

Согласно Российской Гильдии Риэлторов (РГР), ежегодно в России с помощью риэлторов заключается около 3,5 миллионов сделок, а оборот составляет около шести триллионов руб. Примерная комиссия риэлтора составляет около 2%, причем по регионам она не сильно отличается, это средний показатель по стране. Таким образом, общая выручка российских риэлторских агентств может достигать 120 миллиардов рублей ежегодно[9].

В настоящее время на рынке риэлторских услуг Барнаула преобладают следующие тенденции:

1. Рост строительства и ввода нового жилья, послужили привлечением на рынок риэлторских услуг новых субъектов – строительных, девелоперских и инвестиционных компаний;
2. Использование принципа единого окна, заключающегося в предложении клиентам всех вариантов новостроек от застройщиков;
3. Возможность приобрести квартиру в новостройке с зачетом уже имеющегося жилья или путем оформления ипотечного кредита с помощью риэлторского агентства;
4. Ипотечное кредитование начинает вытеснять с рынка недвижимости услуги аренды, так как ежемесячные ипотечные платежи примерно равны затратам на аренду;
5. Неравномерность развития рынка по субъектам РФ;
6. Рост доверия к риэлторским агентствам со стороны населения, выход профессии риэлтора из «тени», что обеспечивается продвижением системы добровольной сертификации услуг на рынке недвижимости Российской Федерации;
7. Рост и усиление конкуренции способствует улучшению качества услуг и росту профессионализма на рынке – наиболее конкурентоспособными являются добросовестные и профессиональные агентства;
8. Конкурентным преимуществом агентств недвижимости становится наличие полного спектра услуг, по подбору программы кредитования, по вопросам оформления документов, по приобретению недвижимости и реализации

имеющегося жилья;

9. Активная экспансия московских риэлторских компаний на региональные рынки, в частности, по схеме франчайзинга;

10. Рост информационной насыщенности рынка, что говорит о том, что современный рынок риэлторских услуг становится более цивилизованным[\[10\]](#).

1.2. PEST-анализ

На основании проведенного анализа рынка услуг с недвижимостью Барнаула проведем PEST-анализ данного рынка, результаты которого представлены в Таблице 1.

Таблица 1 – PEST-анализ[\[11\]](#)

Фактор	Уровень влияния	Вектор влияния
Политические факторы		
Государственные программы развития и поддержки строительства доступного жилья	6	+
Субсидирование ипотеки	4	+
Замена долевого строительства проектным финансирование	4	-
Экономические факторы		
Высокая налоговая нагрузка	6	-

Снижение реальных доходов населения для приобретения жилья	7	-
Нестабильность ключевой ставки и стоимости ипотечных кредитов	8	-
Рост конкуренции между риэлторскими агентствами	4	-
Положительная динамика спроса	5	+
Социальные факторы		
Изменение структуры спроса на рынке недвижимости	2	+
Развитие тенденций самостоятельной покупки жилья	4	-
Рост доверия к агентствам недвижимости со стороны населения	5	+
Технологические факторы		
Рост информационной насыщенности рынка	7	+
Развитие технологий поиска и подбора жилья, продвижения агентств	8	+

Из Таблицы видно, что воздействие многих факторов макросреды оказывает достаточно негативное влияние на рынок услуг в сфере недвижимости, особенно сильно негативное влияние со стороны экономических факторов.

1.3. Анализ пяти конкурентных сил Майкла Портера

Далее, в рамках аудита внешней среды агентства, проведем анализ его конкурентного окружения с помощью модели пяти конкурентных сил Майкла Портера, представленной в Таблице 2. Данный инструмент помогает определить интенсивность присутствия и выраженность конкурентных сил в отрасли.

Чем выше влияние конкурентных сил, тем меньше вероятность обеспечения высокой прибыльности для компании. И наоборот, чем слабее влияние, тем больше возможностей к получению высокой прибыли в отрасли имеет компания.

Таблица 2 – Анализ пяти конкурентных сил Майкла Портера[\[12\]](#)

Угроза со стороны	Значение	Описание
Товаров-заменителей	Высокое	Большое количество заменителей: отделы продаж застройщиков, частные риэлторы, такие агрегаторы, как Домклик, ЦИАН, позволяющие самостоятельно покупать и продавать объекты недвижимости, нотариусы, электронная регистрация сделок
Внутри-отраслевой конкуренции	Высокое	Высокий уровень насыщенности рынка Рост объемов рынка Выход на рынок франчайзинговых сетей Средняя дифференциация продукта Возможность повышения цен ограничена

		Экономия на масштабе невысокая
		Невысокие барьеры входа и стартовые затраты, но высока роль репутации и стоимость бренда
Появления новых игроков	Среднее	Высокий уровень рентабельности не характерен для данного сегмента рынка
		Крупные затраты на рекламные компании
		Снижение темпов роста рынка
		Государственный надзор за отраслью
		Объем продаж распределен довольно равномерно между покупателями
Потребителей	Высокое	Склонность к переключению на услуги-субституты
		Невысокая чувствительность к цене на услуги
		Высокая чувствительность к качеству услуг
		Значительное число поставщиков: застройщики, частные продавцы, финансовые и банковские организации, инвесторы, подрядчики
Поставщиков	Среднее	Низкие издержки переключения
		Объем ресурсов, который обеспечивают поставщики, не ограничен в объеме и во времени, обеспечивает потребность рынка
		Высокая приоритетность отрасли для поставщика

Из таблицы видно, что уровень конкуренции в сфере услуг на рынке недвижимости высокий. Практически все конкурентное окружение агентства недвижимости представляет для него довольно сильную угрозу, которая выражается как в наличии альтернативных способов покупки жилья, так и в разнообразии каналов

реализации жилья, которые в последнее время только все более усиливаются.

Одновременно высок уровень внутриотраслевой конкуренции, который только обострился в результате изменения потребительского поведения и изменения структуры рынка, проведения агрессивной политики захвата рынка крупными игроками. Более того, такая группа представителей сектора, как частные маклеры, зачастую сильно демпингуют цены на услуги, качество оказываемых которыми, оставляет негативные последствия для профессии.

Барьеры входа на рынок риэлторских услуг довольно низкие, что усиливает конкуренцию и со стороны новых игроков, ее сдерживает только важность репутации и надежность компании для клиентов при выборе агентства.

ГЛАВА 2. Анализ и оценка ситуации. Аудит внутренней среды агентства недвижимости «Сити Трейд»

2.1. Позиционирование компании на рынке

Агентство недвижимости «Сити Трейд» является одной из ведущих и крупнейших брокерских компаний Барнаула на рынке недвижимости, которая осуществляет оказание услуг во всех сегментах рынка недвижимости. По организационно правовой форме оно является обществом с ограниченной ответственностью – ООО «Сити Трейд».

Агентство представлено на рынке с 2006 года, за это время оно заслужило признание среди потребителей, как одно из наиболее опытных и профессиональных агентств недвижимости в городе. Агентство представлено двумя офисам в городе.

Его конкурентными преимуществами является качественная информационная база объектов недвижимости, уникальные технологии продаж, штат опытных и профессиональных сотрудников, широкий ассортимент оказываемых услуг. Компетентные специалисты помогают провести экспертную оценку жилья, выгодно продать, обменять, купить или арендовать недвижимость, подобрать оптимальную ипотечную программу. Сотрудничество с ведущими банками

предоставляет возможность для клиентов агентства воспользоваться преференцией по процентным ипотечным ставкам[13].

С августа 2018 года в офисе компании действует услуга электронной регистрации сделок, что помогает существенно экономить время клиентов, так как позволяет, в случае представления документов в электронном виде провести регистрацию договора, осуществить переход права собственности в течение рабочего дня.

Деятельность компании сертифицирована и застрахована. Компания является обладателем ряда наград в своей специализации, что говорит о высоком профессионализме. На протяжении нескольких лет, по итогам работы на вторичном рынке жилья, агентство было признано лучшим, а также за достижение лидирующих показателей в реализации квартир от застройщиков признаны «Лидером новостроек»[14]. В 2019 году компания получила признание на Российском уровне, вошла в тройку лучших брокерских компаний на рынке продажи жилья.

Агентство недвижимости «Сити Трейд» предоставляет услуги по следующим направлениям:

- сделки с жилыми помещениями на первичном рынке;
- сделки с жилыми помещениями на вторичном рынке;
- сделки с коммерческой недвижимостью;
- сделки с загородной недвижимостью;
- содействие в ипотечном кредитовании;
- юридические услуги в сфере недвижимости.

В агентстве для реализации всех риэлторских и иных видов услуг, присутствующих на рынке недвижимости, принята линейно-функциональная организационная структура, что позволяет организовать деятельность агентства наиболее эффективно, так как каждый из директоров отвечает за управление всей совокупности процессов конкретного направления, в которое входит несколько отделов. Организационная структура агентства «Сити Трейд» представлена на Рисунке 4.

Рисунок 4 – Организационная структура агентства недвижимости «Сити Трейд»

Отделы новостроек, вторичного жилья, коммерческой недвижимости и юридический отдел заняты в непосредственной работе с клиентами, административный отдел поддерживает нормальное функционирование

организации, коммерческий отдел ответственен за поддержание финансового положения компании и маркетинговую деятельность. Каждый руководитель отдела отвечает за деятельность своего подразделения.

К недостаткам организационной структуры можно отнести отсутствие отдела стратегического планирования, что влечет доминирование решений оперативных задач над стратегическими. Отсутствие документально зафиксированной регламентации бизнес-процессов, четко прописанных критериев эффективности каждого подразделения, системно упорядоченных плановых показателей, автоматизации системы обучения, а также наличие некоторой текучести кадров снижают потенциал использования ресурсов.

Агентство недвижимости «Сити Трейд» показывает довольно стабильное развитие на протяжении последних лет. Основные финансово-экономические показатели компании представлены в Таблице 3.

Таблица 3 – Финансово-экономические показатели агентства недвижимости «Сити Трейд» [\[15\]](#)

Показатели	В млн.руб.				Изменение Темп роста	
	2016	2017	2018	2017	2018/2017, %	
Выручка	3,4	4,2	10,3	6,1	245 %	
Себестоимость продаж	2,8	3,5	7,9	4,4	226 %	
Валовая прибыль	0,6	0,7	2,4	1,7	343 %	
Управленческие и коммерческие расходы	0,2	0,2	0,9	0,7	450 %	
Начисленный налог на прибыль	0,1	0,1	0,4	0,3	400 %	

Чистая прибыль (убыток)	0,3	0,4	1,1	0,7	275 %
-------------------------	-----	-----	-----	-----	-------

Из таблицы следует, что агентство недвижимости «Сити Трейд» в 2018 году показало рост выручки, но при этом снижение прибыли, относительно суммы выручки, что обусловлено тем, что темпы роста управленческих и коммерческих расходов происходят быстрее, чем рост выручки, также увеличивается и себестоимость продаж. При этом затраты на маркетинг составляют только около 14 % от всех коммерческих расходов.

На Рисунке 5 представлен вклад каждого направления деятельности агентству недвижимости «Сити Трейд» в его выручку. Из Рисунка видно, что сегментами, приносящими основную выручку, являются сделки с недвижимостью на первичном и вторичном рынке, на их совместную долю приходится более половины выручки. Среди других направлений наиболее прибыльными являются содействие ипотечному кредитованию и сделки с коммерческой недвижимостью.

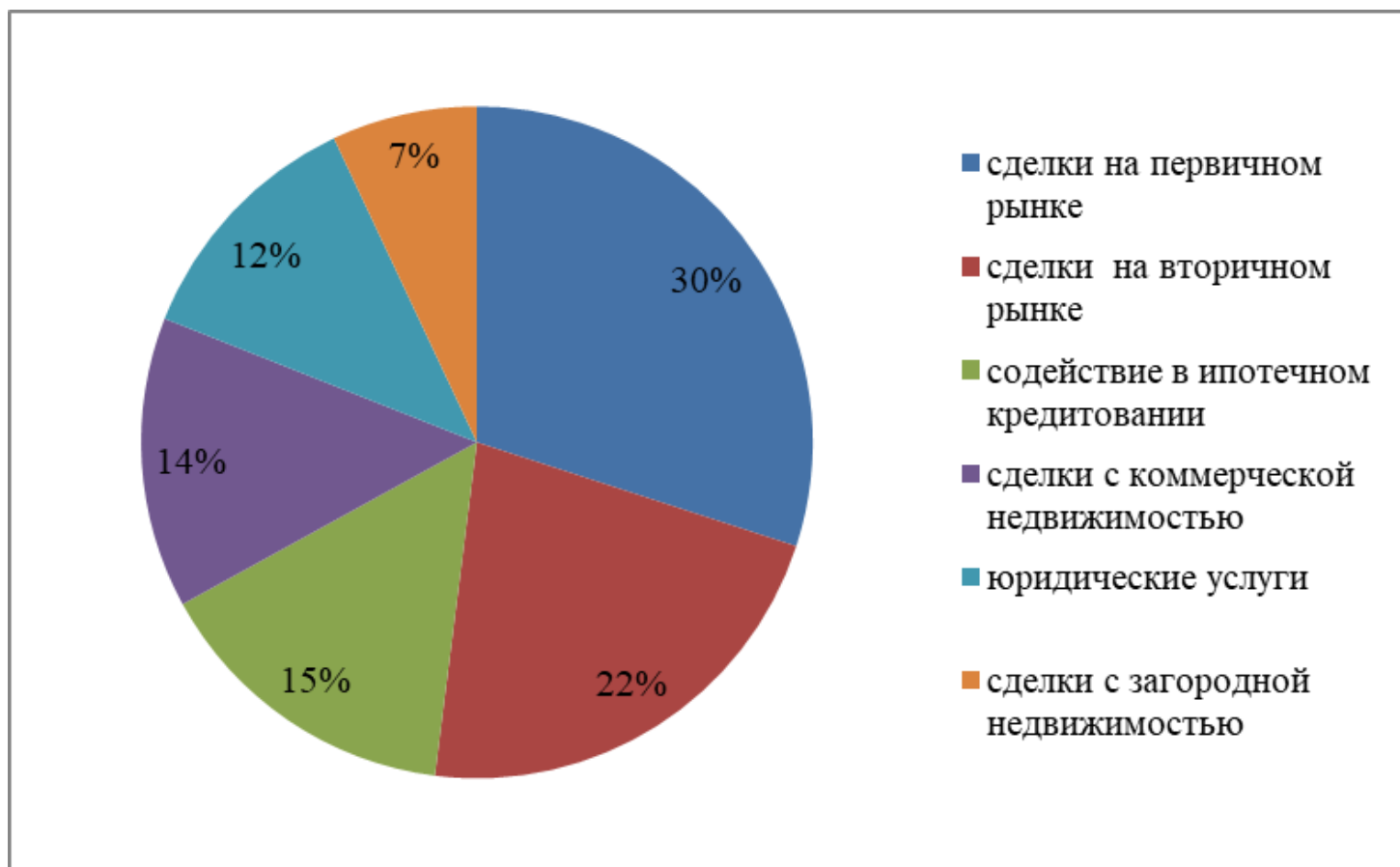


Рисунок 5 – Структура выручки агентства недвижимости «Сити Трейд»

2.2. Анализ маркетинговой политики

Реализацией маркетинговой деятельности в агентстве занимается маркетолог, который отвечает за проведение исследований рынка, потребностей потребителей, действий конкурентов, а также отвечает за разработку и реализацию маркетинговой политики.

1. Товарная политика. Агентство характеризуется широким ассортиментом услуг на рынке недвижимости, который включает все виды сделок с первичной, вторичной и коммерческой недвижимостью, большой перечень юридических услуг в сфере недвижимости. Однако в ассортимент услуг агентства не входят услуги аренды недвижимости и все связанные с ними операциями, хотя данный сегмент на рынке характеризуется стабильным спросом.

2. Сбытовая политика. Агентство работает в сфере услуг, где преимущественно применяется прямой канал сбыта, то есть услуги предоставляются напрямую сотрудниками компании, но при этом агентство активно сотрудничает с различными организациями, которые непосредственно оказывают ряд услуг в сфере недвижимости, выступая посредниками между ними и клиентами.

К таким организациям относятся банки, нотариусы, государственные организации, регулирующие и контролирующие сферу недвижимости: Бюро технической инвентаризации (БТИ), Росреестр, МФЦ, Комитеты по управлению имуществом, земельными отношениями, Архитектура, Администрации и др.

3. Ценовая политика агентства недвижимости «Сити Трейд» предполагает установление цен на уровне среднерыночных. Так как в сфере риэлторских услуг преимущественно преобладают стандартные средние расценки по рынку, основная конкуренция осуществляется в сфере качества услуг и репутации агентства.

4. Коммуникационная политика. Агентство недвижимости «Сити Трейд» для своего продвижения применяет довольно ограниченный перечень коммуникационных инструментов, основные рекламные усилия направляя на продвижение объектов недвижимости клиентов на сайтах недвижимости. В рамках своего продвижения дополнительно применяются инструменты SEO-продвижения и контекстной рекламы, e-mail рассылки, публикация статей в СМИ, наружная реклама.

В целом, маркетинговая политика агентства недвижимости «Сити Трейд» находится на среднем уровне развития, применяются не все возможные инструменты и технологии маркетинга, основной упор агентство делает на свою репутацию и опыт работы на рынке.

2.3. SWOT-анализ

Для подведения итогов по проведению аудита маркетинговой деятельности агентства недвижимости «Сити Трейд» необходимо обобщить информацию, полученную о внешней и внутренней среде агентства.

Одним из комплексных методов аудита маркетинговой деятельности, который предполагает анализ внутренней среды, с учетом влияния внешней выступает метод SWOT-анализа.

Аудит внутренней среды предприятия в данном методе предполагает выделение его сильных и слабых сторон. Аудит влияния внешней среды предполагает выделение угроз и преимуществ. В Таблице 4 представлен SWOT-анализ агентства недвижимости «Сити Трейд».

Таблица 4 – SWOT-анализ [\[16\]](#)

Сильные стороны

Слабые стороны

1. Высокое качество оказания услуг

2. Широкий ассортимент услуг, работа с различными видами недвижимости

3. Сильная юридическая поддержка

4. Наличие 2 офисов и возможности электронной подачи документов

5. Ведение информационной базы недвижимости

6. Наличие собственных уникальных методик продаж

7. Конкурентные цены на услуги

1. Отсутствие услуги «Аренда»

2. Незрелость системы обучения персонала

3. Присутствует текучесть кадров

4. Ограниченный маркетинговый бюджет

5. Недостаточно развитая маркетинговая политика

6. Рост коммерческих и управленческих расходов и сокращение прибыли

Возможности

1. Государственные программы строительства

2. Наличие субсидированных ипотечных кредитов

3. Рост спроса на первичное жилье

4. Выход рынка недвижимости в стадию роста

5. Рост доверия населения к сфере риэлторских услуг

Угрозы

1. Рост конкуренции в сфере риэлторских услуг, выход на региональные рынки крупных московских агентств

2. Появление новых игроков на рынке

3. Сокращение реальных доходов населения, что может негативно сказываться на спросе

4. Нестабильная экономическая ситуация, которая влияет на колебания ипотечных ставок

5. Рост продаж от застройщиков

6. Тенденция к самостоятельной купле-продаже жилья потребителями

Из SWOT-анализа агентства недвижимости «Сити Трейд» видно, что компания обладает довольно большим перечнем сильных сторон, которые преобладают над ее недостатками. В частности, несомненными сильными сторонами компании является ее сосредоточенность на качестве, широкий перечень предоставляемых услуг и реализуемых типов недвижимости, на которые агентство предоставляет конкурентные цены.

Все эти сильные стороны позволят агентству сопротивляться угрозам, связанным с ростом конкуренции как со стороны риэлторских агентств, так и застройщиков, а также привлекать клиентов, которые рассматривают возможность самостоятельной покупки. Кроме этого, они позволят воспользоваться возможностями внешней среды, связанными с ростом спроса и развитием рынка.

К недостаткам агентства относится отсутствие такой услуги как «Аренда», хотя он пользуется стабильным спросом на рынке, что снижает возможности агентства по росту прибыли. Также недостатком является недостаточно развитая система маркетинга и ограниченный бюджет на маркетинг, что снижает возможности компании по привлечению новых клиентов, а также увеличивает угрозы оттока клиентов из-за роста конкуренции и самостоятельного проведения сделок.

В целом, связи с довольно сложной экономической ситуацией в стране, которая оказывает влияние на сферу недвижимости, внешняя среда предоставляет больше угроз, чем возможностей для компании, они связаны с ростом конкуренции при одновременном возможном падении спроса из-за роста ипотечных кредитов и снижения покупательской способности.

ГЛАВА 3. Выводы и рекомендации

На основе проведенного аудита агентства недвижимости выделим основные направления развития его маркетинговой деятельности с целью повышения конкурентоспособности, развития сильных сторон и нейтрализации недостатков для того, чтобы агентство могло эффективно воспользоваться возможностями внешней среды и избежать негативного влияния угроз.

1. Агентству недвижимости «Сити Трейд» требуется оптимизация коммерческих и управленческих расходов с целью повышения объемов прибыли, которая показывает некоторое снижение, несмотря на рост выручки компании. Для этого агентству необходимо проанализировать свои расходы и выделить пути их

оптимизации.

Это необходимо также по причине того, что агентство выделяет только небольшую долю коммерческих расходов на бюджет маркетинга. Необходимо пересмотреть структуру расходов. Проконтролировать не только в сторону сокращения и оптимизации, но также и перераспределения их части для увеличения бюджета маркетинга, что позволит ему более эффективно привлекать клиентов, что также будет способствовать росту выручки и прибыли агентства «Сити Трейд».

2. Проведение анализа товарной политики и исследования потребности потребителей с целью рассмотрения возможности введения услуги аренды в ассортимент услуг агентства недвижимости «Сити Трейд». Регулярный спрос на данную услугу позволит агентству иметь более устойчивые доходы в ситуации повышения ипотечных кредитов и роста стоимости недвижимости, которые негативно влияют на спрос на покупку недвижимости.

Кроме этого, данная услуга позволит увеличить клиентскую базу агентства, так как арендаторы и арендодатели могут в последствии воспользоваться и другими услугами агентства по продаже или покупке.

3. Совершенствование системы обучения персонала, а также их удержания и мотивации, что позволит поддерживать высокий уровень качества услуг агентства недвижимости «Сити Трейд», повышать уровень доверия к нему и продвигать репутацию наиболее профессионального агентства на рынке услуг с недвижимостью.

4. Развитие системы продвижения агентства на основе увеличения количества применяемых коммуникационных инструментов, что позволит более эффективно привлекать новых клиентов, увеличивать информированность аудитории об агентстве, его преимуществах и услугах. Параллельно коммуникационная политика должна быть направлена на укрепление репутации агентства, повышения его конкурентоспособности во внешней среде.

Подводя итоги, таким образом, на основе проведения аудита маркетинговой деятельности агентства недвижимости «Сити Трейд» были определены пути совершенствования системы маркетинга агентства.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Аудит / под ред. В. И. Подольский, А. А. Савин. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 687 с.
2. Багиев Г.Л., Тарасевич В.М. Маркетинг: учебник – СПб.: Питер, 2017. – 556 с.
3. Бун Л., Куртц Д. Современный маркетинг / пер. с англ. В.Н. Егорова. – М.: Юнити-Дана, 2012.
4. Горнштейн, М.Ю. Современный маркетинг: монография. – М.: Дашков и К, 2017. – 404 с.
5. Игрунова О.М. Методика и практика проведения маркетинговых исследований различных рынков товаров и услуг: учебное издание. – М.: Directmedia, 2016. – 102 с.
6. Кеворков В. Как проводится аудит маркетинга в компании? // Индустриальный и b2b маркетинг. – 2011. – №.1. – С. 64-67.
7. Медведева Т.В. и др. Аудит маркетинговой деятельности как инструмент контроля в системе управления предприятием // Концепт. – 2015. – №. 9.
8. Минько Э.В., Карпова Н.В. Маркетинг. – М.: Юнити-Дана, 2017. – 560 с.
9. Морщинина Н.И. Особенности рынка риелторских услуг в России // Человеческий капитал и профессиональное образование. – 2018. – №2. – С. 62-65.
10. Агентство недвижимости Сити Трейд. Официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://city-trade.pro/>
11. Годовой объем рынка риелторских услуг оценили в 3,5 млн сделок // РБК [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://realty.rbc.ru/news/57c6e6449a79471cc44edc52>
12. Обзор рынка недвижимости // Adindex Market [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://adindex.ru/specprojects/market4/realty-2.shtml>
13. Отчет о финансовых результатах ООО «Сити Трейд». // rusprofile.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.rusprofile.ru/accounting?ogrn=1062221055192>
14. Рынок недвижимости 2018. Цены на продажу и аренду в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.domofond.ru/pricearchive/downloads/100/annual-report-2018>
15. Рынок недвижимости России вошел в необычное для себя состояние [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://realty.rbc.ru/news/5cd1069a9a7947b28feaebfd>
16. Хватай дешевое, продавай дорогое. Что происходит на рынке недвижимости Барнаула [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

<https://altapress.ru/realty/story/hvatay-deshevoe-prodavay-dorogoe-что-proishodit-na-rinke-nedvizhimosti-barnaula-252961>

1. Рынок недвижимости 2018. Цены на продажу и аренду в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа:
<https://www.domofond.ru/pricearchive/downloads/100/annual-report-2018> ↑
2. Рынок недвижимости 2018. Цены на продажу и аренду в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа:
<https://www.domofond.ru/pricearchive/downloads/100/annual-report-2018> ↑
3. Рынок недвижимости 2018. Цены на продажу и аренду в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа:
<https://www.domofond.ru/pricearchive/downloads/100/annual-report-2018> ↑
4. Рынок недвижимости России вошел в необычное для себя состояние [Электронный ресурс]. – Режим доступа:
<https://realty.rbc.ru/news/5cd1069a9a7947b28feaebfd> ↑
5. Хватай дешевое, продавай дорогое. Что происходит на рынке недвижимости Барнаула [Электронный ресурс]. – Режим доступа:
<https://altapress.ru/realty/story/hvatay-deshevoe-prodavay-dorogoe-что-proishodit-na-rinke-nedvizhimosti-barnaula-252961> ↑
6. Хватай дешевое, продавай дорогое. Что происходит на рынке недвижимости Барнаула [Электронный ресурс]. – Режим доступа:
<https://altapress.ru/realty/story/hvatay-deshevoe-prodavay-dorogoe-что-proishodit-na-rinke-nedvizhimosti-barnaula-252961> ↑
7. Обзор рынка недвижимости // Adindex Market [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://adindex.ru/specprojects/market4/realty-2.phtml> ↑
8. Обзор рынка недвижимости // Adindex Market [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://adindex.ru/specprojects/market4/realty-2.phtml> ↑

9. Годовой объем рынка риелторских услуг оценили в 3,5 млн сделок // РБК [Электронный ресурс]. – Режим доступа:
<http://realty.rbc.ru/news/57c6e6449a79471cc44edc52> ↑
10. Морщинина Н. И. Особенности рынка риелторских услуг в России // Человеческий капитал и профессиональное образование. – 2018. – №2. – С. 63.
↑
11. Таблица составлена автором ↑
12. Таблица составлена автором ↑
13. Агентство недвижимости Сити Трейд. Официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://city-trade.pro/> ↑
14. Агентство недвижимости Сити Трейд. Официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://city-trade.pro/> ↑
15. Отчет о финансовых результатах ООО «Сити Трейд». // rusprofile.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа:
<https://www.rusprofile.ru/accounting?ogrn=1062221055192> ↑
16. Таблица составлена автором ↑