

Содержание

[Аннотация бизнес-плана 3](#_Toc90738436)

[1 Резюме 4](#_Toc90738437)

[2 Описание отрасли и компании 5](#_Toc90738438)

[3 Описание продукции 7](#_Toc90738439)

[4 Конкуренция и конкурентное преимущество 8](#_Toc90738440)

[5 Анализ рынка сбыта 10](#_Toc90738441)

[6 Маркетинговый план 12](#_Toc90738442)

[7 Производственный план 14](#_Toc90738443)

[8. Организационный план 16](#_Toc90738444)

[9. Финансовый план 18](#_Toc90738445)

[10. Оценка рисков 23](#_Toc90738446)

[СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ 26](#_Toc90738447)

**Аннотация бизнес-плана**

Предприятие: ИП Петрусенко Мария Александровна

Адрес: г. Краснодар ул.Будённого,129

Телефон +7 (989) 142-89-86

Строго конфиденциально

Просьба вернуть, если Вас не заинтересует проект

Кому: Петрусенко Мария Александровна

Полное название проекта: Агентство недвижимости «ЛюбыеМетры»

Суть предполагаемого проекта и место реализации: Агентство недвижимости – это компания, предлагающая клиентам услуги по покупке, продаже и аренде недвижимости. Данный бизнес-план рассчитан на открытие агентства недвижимости в центре города в недавно построенном жилом комплексе.

Руководитель предприятия: Петрусенко Мария Александровна

Тел. +7 (989) 142-89-86

Проект подготовила: Петрусенко Мария Александровна

Тел. +7 (989) 142-89-86

Дата начала реализации проекта: 01.01.2022 г.

Стартовый капитал: 654 800 рублей

Срок окупаемости проекта: 4 месяца

Ожидаемая среднегодовая прибыль за 5 лет: 1 973 580 рублей

Продолжительность проекта: бессрочно

Период времени, на которую актуальны исходные данные, от даты начала проекта: 3 месяца

Дата составления: 20.12.2021 г.

**1 Резюме**

«ЛюбыеМетры» – это коммерческая организация, которая предоставляет услуги клиентам по профессиональному оформлению и сопровождению всех законных операций с недвижимостью.

Цель данного проекта – помощь гражданам в поиске жилой и коммерческой недвижимости, для последующей ее покупки, аренды, а также продажи.

Основная миссия компании – это оказание посреднических услуг между покупателем и продавцом объектов недвижимости, арендатором и арендодателем, официальное оформление их отношений, составление договоров, помощь в получении ипотечных кредитов [3].

Над проектом будет работать команда: директор, риэлторы, юрист, программист, бухгалтер.

Целевая аудитория: Сфера бизнеса направлена на массовый рынок. Квартиры покупают в основном трудоспособное население 24-50 лет. Степень важности потребностей варьируется в зависимости от возраста и социального статуса. Так, для респондентов из возрастных групп «24-30 лет» жилищные потребности входят в разряд первостепенных.

Для создания бизнеса и начального его функционирования необходимо – 654 800 рублей. Привлечение внешних инвестиций на начальном этапе не потребуется, так как имеются собственные денежные средства.

Инвестиции в открытие агентства недвижимости: регистрация ИП и оформление документов, аренда помещения, затраты на покупку мебели и технического оборудования, создание сайта, запуск рекламной кампании [8]. В финансовый план также включены: выплата заработной платы работников, налоги, реклама, непредвиденные расходы и т.д.

Ожидаемая чистая прибыль за первый год – 741 580 рублей, за второй год – 1 874 148 рублей, за третий год – 2 136 883 рублей, за четвертый год – 2 412 793 рублей, за пятый год – 2 702 496. Ожидаемая среднегодовая прибыль – Полная окупаемость проекта – 4 месяца.

**2 Описание отрасли и компании**

Агентства недвижимости играют основную роль в организации и проведении операций с жильем. С их участием осуществляется свыше 90% сделок. Специалисты находят выход из любой сложной ситуации и делают это в сжатые сроки с максимальной выгодой для клиента.

Цель агентства недвижимости – предложение широкого ассортимента объектов недвижимости и услуг на постоянно высоком качестве обслуживания.

Агентство недвижимости «ЛюбыеМетры» имеет организационно-правовую форму ИП.

Директор: Петрусенко Мария Александровна

Основной вид деятельности по ОКВЭД (68.31): «Деятельность агентств недвижимости за вознаграждение или на договорной основе» [7].

Основой целью создания агентства по торговле недвижимостью «ЛюбыеМетры» является осуществление предпринимательской деятельности для получения прибыли.

В качестве системы налогообложения планируется применение упрощенной системы налогообложения (УСН). В агентстве недвижимости будет выбрана уплата налога «доход минус расход» в размере 15%. Компания планирует получать прибыль от продаж жилой и коммерческой недвижимости, от сдачи недвижимости в аренду, от консультации и помощи в составлении документов, а также от дополнительных услуг компании.

Для открытия агентства потребуется внедрить отраслевую CRM-систему для риэлторов (SalesapCRM) [2]. Она позволяет вести единую базу объектов, чтобы в одной карточке видеть всю информацию об объекте, ее владельце, схему планировки, историю работы с ней, фотографии. Также она автоматически подбирает варианты по запросу клиента и автоматизирует бизнес-процессы агентства.

Метод ведения бизнес отражает модель Остервальдера (см.табл 1.). Компании используют эту модель для поиска новых точек роста, анализа конкурентов и определения лучших практик развития бизнеса.

Таблица 1 – Модель Остервальдера агентства недвижимости «ЛюбыеМетры» (составлено автором)

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Ключевые партнеры**  Строительные компании  Банки | **Ключевые виды деятельности**  Аренда жилой и коммерческой недвижимости  Консультирование клиентов по правовым и иным вопросам  Оказание помощи в получении ипотечных кредитов  Экспертная оценка объектов недвижимости | **Ценностные предложения**  Сотрудничество более чем 100 коммерческих банков (дающее возможность нашему клиенту на скидку по заемным средствам от 1% до 3%)  Сотрудничество со всеми крупными застройщиками Краснодара (дающие право на скидку нашим клиентам до 1000р с квадратного метра) | | **Взаимоотношения с клиентами**  Поиск недвижимости, подходящей под требования покупателя  Показ помещений  Посредничество в переговорах между сторонами сделки  Проверка юридической чистоты помещений  Сбор и подготовка документов, необходимых для заключения договора купли-продажи квартиры | **Потребительский сегмент**  Население примерной возрастной категории от 21 года и более |
| **Ключевые ресурсы**  Помещение  Начальный капитал  Оборудование  Персонал  Интеллектуальные ресурсы | **Каналы сбыта**  Рекламные баннеры  «Сарафанное радио»  Сайт  Телевизионная реклама  Реклама в социальных сетях |
| **Структура издержек**  Аренда помещения и при необходимости ремонт; Регистрация ИП; Закупка мебели; Покупка оборудования; Создание сайта и рекламные услуги; Подключение интернета; Закупка хозтоваров и канцтоваров; Заработная плата персонала; Налоги; Коммунальные счета. | | | **Потоки поступления доходов**  Купля-продажа жилого недвижимого имущества Купля-продажа коммерческой недвижимости Аренда жилых помещений Аренда офисных и торговых помещений | | |

Учитывая тенденции рынка недвижимости и опираясь на сильные стороны проекта, экспертность сотрудников, клиентскую базу, возможно выбрать собственную нишу для развития. Пандемия оказала влияние на рынок недвижимости. Комплексные меры государства поддерживают отрасль в долгосрочной перспективе, сохраняют спрос и предложение [4].

Запас прочности у рынка недвижимости есть и открытие собственного бизнеса, при условии детальной проработки проекта не несет существенных рисков для предпринимателя.

**3 Описание продукции**

Агентство недвижимости «ЛюбыеМетры» – это коммерческая организация, которая будет предоставлять услуги клиентам по профессиональному оформлению и сопровождению всех законных операций с недвижимостью.

Приходя в агентство недвижимости, клиент сможет рассчитывать на следующий спектр услуг [6]:

1. Разнообразные консультации по подбору, оформлению, регистрации недвижимости;

2. Продажа и покупка жилой недвижимости;

3. Продажа и покупка коммерческой недвижимости;

4. Снятие и сдача недвижимости в аренду;

5. Экспертная оценка объектов недвижимости;

6. Консультации юристов и проверка юридической чистоты объекта недвижимости;

7. Помощь в составлении документов (договора купли-продажи, аренды и т.п.);

8. Консультации по получению и рефинансированию ипотеки.

В компанию будут тщательно отбираться сотрудники в соответствие с составленными критериями касательно уровня знаний и навыков.

Подбор персонала – ключевой этап успешной деятельности агентства недвижимости, именно от их работы зависит прибыль организации. При подборе сотрудников необходимо обратить внимание на такие факторы как, опыт работы и личные качества претендента (обаяние, коммуникабельность, обучаемость, мобильность, стрессоустойчивость) [8]. Для того чтобы найти опытных риэлторов можно использовать социальные сети (заходить в профессиональные публичные сообщества), так же можно воспользоваться ярмаркой вакансий или биржей труда. Поиск остальных сотрудников лучше всего осуществить через HR-сайты, соцсети, учебные заведения.

**4 Конкуренция и конкурентные преимущества**

Основной сложностью открытия агентства недвижимости состоит в большом количестве крупных агентств недвижимости, риэлторских контор и строительных компаний (застройщиков), которые давно на рынке недвижимости и уже зарекомендовали себя. Их опасность состоит в том, что они охватывают огромное количество предлагаемой недвижимости, сотрудничают со многими банками и имеют внушительную базу клиентов. Зачастую граждане обращаются в крупные и известные агентства опираясь на отзывы предыдущих клиентов и опыт работы организации в сфере оказания риелторских услуг. Поэтому новой организации, ещё не зарекомендовавшей себя на рынке, важно наработать лояльную клиентскую базу [10]. Также крайне важна реклама. Без активного маркетингового продвижения новому бизнесу будет сложно закрепиться на рынке. Но даже среди таких конкурентов можно занять свою нишу, если правильно выбрать месторасположение, грамотно подобрать персонал, настроить каналы продвижения агентства через рекламу, а также тщательно организовать оперативность предоставления услуг и процесс совершения сделок.

К сильным сторонам конкурентов относятся:

– высококвалифицированные сотрудники;

– большая база клиентов;

– офисы в разных районах Краснодара.

К слабым сторонам конкурентов относятся:

– завышенные цены на услуги;

– график работы по выходным.

Конкурентное преимущество агентства недвижимости «ЛюбыеМетры» заключается в гибкой ценовой политике на предоставляемые услуги и проведении грамотных маркетинговых мероприятий, постоянный анализ конкурентов, удобный график работы и наличие выгодных предложений.

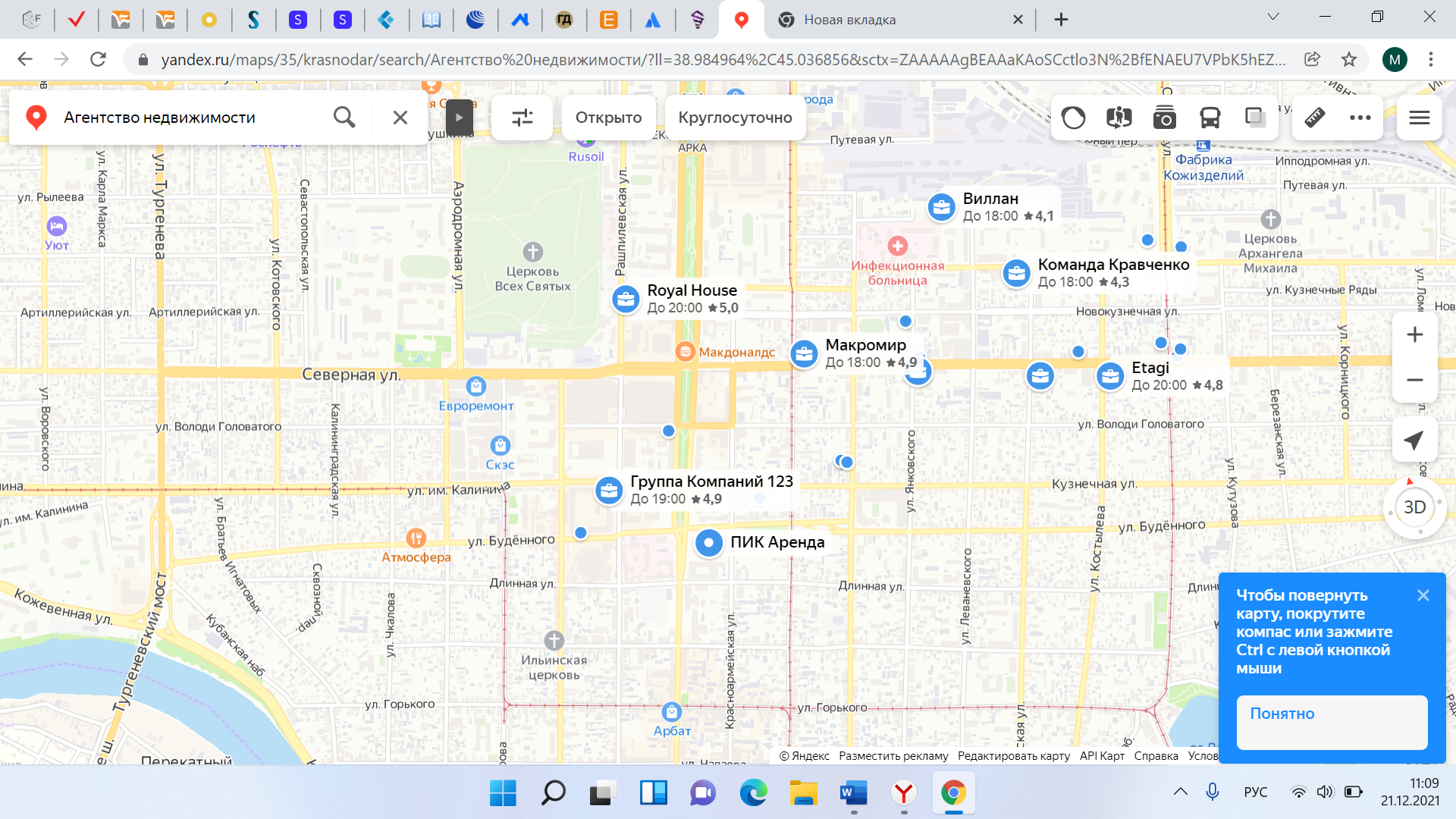


Рисунок 1 – Месторасположение конкурентов на карте города Краснодар в центре города (Яндекс.Карты)

Рассмотрим сильные и слабые стороны проекта, а также ее возможности и угрозы, позиции компании на рынке для этого проведен SWOT-анализ (таб.2). SWOT-анализ является эффективным и удобным инструментом стратегического анализа конкурентной среды компании. Для его разработки необходимо в первую очередь определить сильные и слабые стороны организации, а также угрозы и возможности ее развития. После этого устанавливаются связи между ними, которые в дальнейшем могут быть использованы для формирования стратегии организации.

Таблица 2 – SWOT - анализ агентства недвижимости (составлено автором)

|  |  |
| --- | --- |
| **Сильные стороны** | **Слабые стороны** |
| 1. Подготовка и комплексное сопровождение сделки  2. Сотрудники с высшим экономическим и юридическим образованиями и опытом работы не менее 3-х лет  3. Ежегодное повышение квалификации сотрудников с результатом не менее 80%  4. Скидка по заемным средствам от 1% до 3% в пяти коммерческих банках  5. Расположен в ЖК «Центральный»  6. Транспортная доступность и возможность быстрого поиска офиса | 1. Несформировавшиеся репутация компании на начальном этапе  2. Недостаточный опыт рекламы, задействованы не все каналы продвижения  3. Нет клиентской базы  4. Один офис |
| **Возможности** | **Угрозы** |
| 1. Сотрудничество с 10-ю коммерческими банками (Сбербанк, Совкомбанк, ВТБ, Газпромбанк) и с крупными застройщиками Краснодара (ЮгСтройИнвест, ЮгСтройИмпериал, Девелопмент-Юг)  2. Офис находится около ТЦ и парка  3. Большой выбор при наборе персонала | 1. Наличие свободного помещения в районе, подходящего для открытия бизнеса в сфере недвижимости  2. Снижение доходов населения  3. Несоблюдение договорных обязательств в сотрудничестве с партнерами  4. Снижение цен на услуги у конкурентов |

Таким образом, для реализации своих возможностей, агентство недвижимости должно зарекомендовать себя на рынке недвижимости: предложить выгодные цены на услуги, наработать клиентскую базу, задействовать как можно больше каналов продвижения, привлечь к работе высококвалифицированный персонал.

**5 Анализ рынка сбыта**

Сфера бизнеса направлена на массовый рынок. Квартиры покупают в основном трудоспособное население 24-50 лет. Степень важности потребностей варьируется в зависимости от возраста и социального статуса. Так, для респондентов из возрастных групп «24-30 лет» жилищные потребности входят в разряд первостепенных [1].

Выбор квартиры (однокомнатная, двухкомнатная и т.д.) зависит от уровня достатка людей. Однокомнатные квартиры чаще всего выбирают в качестве первого жилья молодые люди и пары, а также семьи с одним ребенком. Зачастую в них отселяются от детей пенсионеры. Двухкомнатные квартиры – это в основном выбор более состоятельных семей с одним ребенком. В случае если детей двое или больше (десятая часть клиентов), интерес проявляется уже к сегменту трехкомнатных квартир. Жилье большей площади – это для ограниченного круга людей с большим чем средний достатком.

Рост уровня доходов увеличивает спрос среди населения на всевозможные виды услуг, которые непосредственно связаны с деятельностью агентства недвижимости.

Выполним анализ сегментов целевой аудитории, на основании которого можно сформировать уникальное торговое предложение.

Таблица 3 – Анализ сегментов целевой аудитории агентства недвижимости (составлено автором)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Сегмент 1 | Сегмент 2 | Сегмент 3 |
|  | Работающее трудоспособное население в возрасте от 24 до 35 лет | Возрастная группа примерно от 30 до 50 | Возрастная группа от 45 и более |
| В чем заинтересован покупатель? | Приобретение квартиры для собственного проживания. Для осуществления коммерческой деятельности. | Заинтересованы в приобретении жилья, которое будет приносить доход. (Сдача в аренду, вложение в жилье как в инвестицию, для дальнейшей перепродажи) | Заинтересован в приобретении жилья для членов своей семьи (дети, внуки, родители) |
| Какова его мотивация к покупке? | Приобретение собственного жилья, создание семьи | Получение прибыли и сохранение накопленных сбережений | Помощь в обеспечении жильем своих близких |

Подробно разобрав сегменты целевой аудитории, можно сказать, что бизнес имеет широкий диапазон потребителей, охватывает граждан разной возрастной категории.

**6 Маркетинговый план**

Маркетинговый план – это дорожная карта, показывающая конкретные шаги для достижений целей бизнеса. Цель маркетингового плана – сбалансировать ценовые изменения, оптимальным образом рассредоточить во времени рекламные усилия, контролировать работу отдела маркетинга, прогнозировать прибыль и соотносить ожидаемые результаты с фактическими [9]. Планирование систематизирует и повышает эффективность маркетинга за счет комплексного подхода.

Следует разработать систему поощрения персонала за добросовестно выполненную работу, внесение нестандартных решений острых проблем, креативных подход к работе. Выделение Агентства из сегмента однотипных фирм, предлагающих типовые услуги позволит привлечь большее внимание новых клиентов. Один из самых надежных маркетинговых ходов – это создание образа давно и успешно работающей компании на рынке недвижимости. При осуществлении этого способа следует исключить рекламу в дешевых или бесплатных изданиях, и повысить качество оказания услуг [8]. Необходимо наладить контакты с фирмами, оказывающими охранные услуги, и проводящими монтаж и обслуживание охранно-пожарной сигнализации, чтобы при заключении договоров предоставлять клиентам их координаты.

В нише агентств недвижимости конкуренция высока. Поэтому для осуществления наиболее эффективной деятельности особое внимание следует уделить рекламе. Реклама агентства недвижимости должна содержать как можно больше полезной информации, на основе которой потенциальные клиенты смогут оценить компанию и сформировать определенное мнение.

Для агентства недвижимости «ЛюбыеМетры» наиболее эффективными инструментами продвижения будут [4]:

– размещение рекламы в своей группе в социальных сетях;

– яркая и цепляющая взгляд вывеска на входе в офис;

– таргетированная реклама;

– распространение листовок по почтовым ящикам, раздача листовок промоутерами, расклейка листовок на досках объявлений;

– публикация в газетах, журналах по недвижимости;

– реклама на телевидении.

В месяц планируется тратить на рекламу около 45 000 руб. Причем, планируется применять вышеперечисленные маркетинговые мероприятия в той или иной комбинации в зависимости от их эффективности.

Таблица 4 – Список мероприятий по продвижению агентства недвижимости (составлено автором)

|  |  |
| --- | --- |
| Мероприятие | Затраты |
| Таргетированная реклама в Instagram | 8 000 рублей |
| Вывеска на входе в офис | 20 000 рублей |
| Реклама у блогеров в Instagram с 50 тыс. подписчиков (Краснодар) | 12 000 рублей за пост |
| Реклама у блогеров в Instagram с 80 тыс. подписчиков (Краснодар) | 20 000 рублей за пост |
| Печать листовок | 6 000 рублей |
| Реклама на телевидении | 15 000 рублей |
| Реклама в газетах и журналах | 3 000 рублей |
| Промоутеры | 5 000 рублей |
| Итого: | 89 000 рублей |

В первые три месяца планируется реклама на телевидении и раздача листовок промоутерами, а также реклама в Instagram, для ознакомления с агентством и привлечения максимального количества потребителей. В дальнейшем мероприятия по продвижению бизнеса будут чередоваться в зависимости от посещаемости агентства недвижимости.

Активная маркетинговая стратегия позволяет ускорить процесс окупаемости средств, вложенных в открытие агентства недвижимости. Необходимо комплексно использовать инструментов продвижения – тогда реклама даст максимально быстрый и эффективный результат.

**7 Производственный план**

Для организации работы агентства недвижимости потребуется:

1. Регистрация предприятия (ИП). Зарегистрировать юридическое лицо в форме ИП. После выбора организационно-правовой формы необходимо обратиться в налоговую инспекцию и подать документы на регистрацию. При подаче документов в налоговую необходимо предоставить бланк о переходе на упрощенную систему налогообложения (УСН). Основной вид деятельности по ОКВЭД (68.31): «Деятельность агентств недвижимости за вознаграждение или на договорной основе». Для регистрации ИП понадобятся следующий пакет документов [10]:

– копия паспорта (страница с фотографией и пропиской),

– СНИЛС,

– ИНН (если ранее было получено свидетельство о присвоении номера в качестве физлица),

– заявление о выбранной форме налогообложения,

– заявление по установленной форме в двух экземплярах,

– Код ОКВЭД (68.31).

Регистрация простая – на основании заявления Р21001. Придется оплатить госпошлину в размере 800 рублей. Срок регистрации составляет 3 рабочих дня.

2. Открытие расчётного счёта. Когда регистрационные документы будут на руках, предстоит открыть расчётный счёт в банке. Он используется для безналичных расчетов с контрагентами, выплаты заработной платы, уплаты налогов и сборов. Понадобится кассовый аппарат и терминал для оплаты безналичным расчетом. Нужно заключить договор эквайринга. Можно взять оборудование в аренду вместе с обслуживанием расчетного счета обойдется в 2 000 – 2 500 рублей в месяц или купить (30 000 – 45 000 рублей).

3. Подбор оптимального помещения. Можно воспользоваться сайтами агрегаторами недвижимости (Авито, ЦИАН). Необходимая площадь помещения 60-80 м2. Стоимость аренды такого помещения будет составлять примерно 90-110 тыс. рублей. Месторасположение в центре города, так как агентства c офисом в центральном районе внушают доверие и сообщают клиенту, что он имеет дело не c «однодневной» фирмой, a c надёжной кoмпaниeй.

4. Ремонт помещения. При необходимости потребуется косметический ремонт, так как клиент будет судить o вашем бизнесе в том числе и пo внешнему виду офиса.

5. Закупка необходимой мебели и техники. Потребуются рабочие столы и офисные стулья, шкафы для документов и тумбы c ящиками, диваны для клиентов, a также дополнительные аксессуары: настольные лампы, лотки для корреспонденции, стаканы для канцелярии, мaгнитнo-мapкepнaя доска и многое другое. В дальнейшем если останутся деньги или когда бизнес начнет приносить ощутимую прибыль, можно обустроить для сотрудников кухню и зону отдыха [6]. Также надо закупить ноутбуки, МФУ, телефоны, понадобится мини ATC – частная телефонная сеть, которой пользуются сотрудники внутри компании, a также сервер, на котором будет храниться база данных агентства.

6. Разрешения и документы. Далее, когда все оборудование будет установлено, необходимо получить разрешение от пожарной инспекции.

7. Поиск персонала. Затем происходит подбор профильных сотрудников. Квалификация, опыт работы, экспертность в вопросах недвижимости, собственная база лояльных клиентов-конкурентное преимущество. Сотрудники должны обладать навыками продаж, клиентской работы, ориентироваться в юридических вопросах. Для этого необходимо, мотивировать сотрудников, предлагать фиксированный оклад и проценты по результатам работы.

8. Проведение рекламной кампании.

9. Начало деятельности агентства.

Все вышеперечисленные действия позволят подготовить агентство недвижимости к ведению бизнеса.

**8. Организационный план**

Пристальное внимание следует обратить на кадровый состав агентства. Поскольку работа связана с общением с людьми, отбор сотрудников проводится тщательно. Коммуникабельность, доброжелательность, выдержка и стрессоустойчивость – это минимальный набор качеств для успешного агента по недвижимости [5].

Штат сотрудников агентства недвижимости состоит из:

– Директора;

– Риэлторов (4 человека);

– Юриста для сопровождения сделок;

– Бухгалтера, для ведения налоговой и управленческой отчетности;

– Уборщица.

Таким образом, общая численность сотрудников составит 8 человек. Остальные специалисты будут привлекаться с аутсорсинга при их необходимости.

Директор является руководителем агентства, помимо этого, директор отвечает за деятельность агентства, решает внешние и внутренние коммуникационные вопросы, определяет стратегию развития компании.

Риэлтор сопровождает покупку и продажу квартиры с самого ее основания, у него находятся временные права на использование помещения. В обязанности агента входит: подробное общение с клиентом, оценка жилья, учет всех пожеланий, маркетинговый план, общение с потенциальными покупателями, сопровождение сделки на всех ее этапах, решение проблем и затруднительных вопросов. Кроме основных обязанностей, агент может взыскать с клиента сверхурочную сумму за дополнительные услуги и обязанности, которые не прописаны в официальном договоре агентства с физическим лицом [1]. В перечень дополнительных обязанностей входит:

– договор с потенциальным покупателем (без участия продавца);

– подписание актов;

– поиск покупателя под дополнительные критерии.

Главными обязанностями риелтора является общение с клиентом и правильный подбор покупателей. На работу в агентство берут только самых квалифицированных и опытных риелторов с образованием.

В штате агентства недвижимости обязательно должен быть опытный юрист для решения правовых вопросов. Основной должностной обязанностью является правовое сопровождение договоров. Важную часть работы составляет оценка правовых рисков, а также консультации сотрудников компании по вопросам владения, распоряжения недвижимым объектом. А также подготовка заключений по объектам, создание и ведение договорной базы с внешними агентами – страховщиками, банками [11].

Бухгалтер должен быть внимательным и требовательным человеком, который структурирует и поддерживает порядок ведения всего документооборота компании. К основным обязанностям бухгалтера относятся:

– организация бухгалтерского учета компании;

– своевременная сдача отчетности;

– выполнение распоряжений директора.

К обязанностям уборщицы относится уборка офисного помещения 2 раза в день в будние дни.

График работы агентства недвижимости: в будние дни с 10:00 до 21:00, в выходные дни с 10:00 до 18:00.

Для улучшения работоспособности, удобства контакта с клиентами необходимо привлечь программиста-разработчика, который разработает коммерческий сайт, будет участвовать в его отладке и тестировании, сопровождение и обновлении., и настроит автоматизацию программного обеспечения [10]. Разработчик будет работать в Краснодаре на удаленной основе, для отслеживания и согласования результатов будут проводиться онлайн-совещания, а также личные встречи для обсуждения возникающих вопросов.

**9. Финансовый план**

Начальный финансовый план включает в себя следующие этапы:

1. Регистрация ИП;

2. Аренда помещения;

3. Приобретение мебели и технического оборудования;

4. Рекламная кампания;

5. Создание сайта;

6. Коммунальные платежи;

7. Заработная плата.

Таблица 5 – Расчет стоимости мебели и технического оборудования (составлено автором)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Наименование | Стоимость, тыс.руб. | Количество, шт. | Всего, тыс.руб. |
| Рабочий стол | 7 000 | 7 | 49 000 |
| Офисный стул | 4 000 | 7 | 28 000 |
| Шкаф | 6 000 | 1 | 6 000 |
| Тумба с ящиками | 3 000 | 7 | 21 000 |
| Диван | 9 000 | 1 | 9 000 |
| Ноутбук | 18 000 | 7 | 126 000 |
| Канцелярия | 3 000 | – | 3 000 |
| Доска | 5 000 | 1 | 5 000 |
| МФУ | 4 700 | 4 | 18 800 |
| Телефон | 3 000 | 4 | 12 000 |
| Декор и вывеска | 15 000 | – | 15 000 |
| Касса и терминал | 20 000 | 1 | 20 000 |
| Охранная система | 8 000 | 1 | 8 000 |
| Итого: |  |  | 320 800 |

Таблица 6 – Инвестиции в открытие агентства недвижимости (составлено автором)

|  |  |
| --- | --- |
| Наименование статьи затрат | Сумма, руб. |
| Регистрация ИП и оформление документов | 15 000 |
| Аренда помещения (2 месяца) | 180 000 |
| Затраты на покупку мебели и технического оборудования | 320 800 |
| Создание сайта | 50 000 |
| Запуск рекламной кампании | 89 000 |
| Итого: | 654 800 |

Источник финансирования проекта собственные средства в размере – 564 800 рублей. В смете на запуск проекта разовыми затратами можно назвать те, которые идут на уставной капитал, оборудование и создание сайта. К постоянным расходам можно отнести: аренду помещения, коммунальные платежи, налогообложение, рекламу, заработную плату сотрудникам. Переменные расходы будут включать издержки на обслуживание офиса и на поддержку сайта.

Рассчитаем фонд оплаты труда. Налог на доходы рассчитывается от фактических доходов сотрудников за месяц и составляет 13 % для резидентов РФ. В таблице 7 учтены страховые взносы во внебюджетные фонды начисляются и перечисляются по следующим тарифам:

1. ПФР – 22 %,

2. ФОМС – 5,1 %,

3. ФСС – 2,9 %.

Таблица 7 – Фонд оплаты труда (составлено автором)

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование должности | З/п до вычета налога (руб./мес.) | НДФЛ (13% от з/п) (руб.) | З/п после вычета налога (руб./мес.) | Страховые взносы (вкл: ПФР – 22%, ФФОМС – 5,1%, ФСС – 2,9%) (руб.) | ФОТ (руб./мес.) |
| Директор | 30 000 | 3 900 | 26 100 | 9 000 (из них: ПФР – 6 600, ФФОМС – 1 530, ФСС – 870) | 39 000 |

Продолжение таблицы 7

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Риэлторы (4 человека) | 40 000 | 5 200 | 34 800 | 12 000 (из них: ПФР – 8 800, ФФОМС – 2 040, ФСС – 1 160) | 52 000 |
| Бухгалтер | 20 000 | 2 600 | 17 400 | 6 000 (из них: ПФР – 4 400, ФФОМС – 1 020, ФСС – 580) | 26 000 |
| Юрист | 25 000 | 3 250 | 21 750 | 7 500 (из них: ПФР – 5 500, ФФОМС – 1 275, ФСС – 725) | 32 500 |
| Уборщица | 10 000 | 1 300 | 8 700 | 3 000 (из них: ПФР – 2 200, ФФОМС – 510, ФСС – 290) | 13 000 |
| Программист | 20 000 | 2 600 | 17 400 | 6 000 (из них: ПФР – 4 400, ФФОМС – 1 020, ФСС – 580) | 26 000 |
| Итого: | 145 000 | 18 850 | 126 150 | 43 500 | 188 500 |

Зарплата риэлтора складывается из оклада и процента от совершенных сделок. Общая сумма страховых взносов во внебюджетные фонды составит 43 500 рублей. Следовательно, в фонд оплаты труда необходимо перечислять 188 500 рублей в месяц. Также понадобятся дополнительные затраты для найма фрилансеров по разовым заказам.

Ежемесячные расходы агентства недвижимости включают в себя следующие статьи затрат (таб.8).

Таблица 8 – Ежемесячные затраты агентства недвижимости (составлено автором)

|  |  |
| --- | --- |
| Наименование статьи затрат | Сумма, руб |
| Аренда помещение | 90 000 |
| Коммунальные услуги | 5 000 |
| ФОТ | 188 500 |
| Реклама | 30 000 |
| Непредвиденные расходы | 10 000 |
| Услуги связи | 3 000 |
| Транспортные расходы | 5 000 |
| Итого: | 331 500 |

Доходы агентства зависят от количества совершенных сделок с недвижимостью и от их стоимости. Комиссия агентству недвижимости за сделку по продаже рассчитывается как стоимость сделки сложить с наценкой агентства (3%) и из полученной цены вычесть 25% услуг риэлтора. Комиссия агентству за сдачу жилья в аренду рассчитывается как стоимость аренды прибавить 40% (комиссия от арендной ставки) и из полученной цены вычесть 20% услуг риэлтора. Также агентство может предоставлять дополнительные услуги, которые будут оплачиваться отдельно.

Можно рассчитать приблизительные планируемые объемы выручки в первый месяц.

Таблица 9 – Планируемые объемы выручки в первый месяц работы, руб. (составлено автором)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Количество сделок | Средняя сумма сделки | Общий доход с предоставляемой услуги | Дополнительные услуги |
| Покупка, продажа жилой недвижимости | 2 | 2 500 000 | 150 000 | 3 000 |
| Покупка, продажа коммерческой недвижимости | 2 | 2 700 000 | 162 000 | 3 000 |
| Сдача жилья в аренду | 10 | 20 000 | 80 000 | 3 000 |
| Сдача офисов и торговых помещений в аренду | 7 | 23 000 | 64 400 | 3 000 |
| Выручка итого, руб. | 456 400 + 12 000 = 468 400 | | | |

Из таблицы 9 можно увидеть, что выручка будет составлять приблизительно 468 400 рублей в первый месяц. Она может колебаться от количества сделок и приобретению дополнительных услуг. Следовательно, доход в первый год составит 5 620 800 рублей. Следующий год компания будет стримиться к увеличению дохода на 10%, затем увеличение на 5% от предыдущего года.

Таблица 10 – Финансовые показатели проекта, руб. (составлено автором)

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 1 год | 2 год | 3 год | 4 год | 5 год |
| Инвестиции в открытие | 654 800 |  |  |  |  |
| Ежемесячные затраты | 3 978 000 | 3 978 000 | 3 978 000 | 3 978 000 | 3 978 000 |
| Доход | 5 620 800 | 6 182 880 | 6 491 980 | 6 816 579 | 7 157 407 |
| Налог (УСН 15%) | 246 420 | 330 732 | 377 097 | 425 786 | 476 911 |
| Чистая прибыль | 741 580 | 1 874 148 | 2 136 883 | 2 412 793 | 2 702 496 |

Ожидаемая чистая прибыль за первый год – 741 580 рублей, за второй год – 1 874 148 рублей, за третий год – 2 136 883 рублей, за четвертый год – 2 412 793 рублей, за пятый год – 2 702 496. Ожидаемая среднегодовая прибыль – 1 973 580 рублей. Полная окупаемость проекта – 4 месяца.

Спрогнозируем доходы и прибыль по пессимистическому и оптимистическому исходу.

Таблица 11 – Оптимистический и пессимистический прогноз доходов и прибыли агентства недвижимости за год (составлено автором)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Оптимистический | | | | |
|  | Покупка, продажа жилой недвижимости | Покупка, продажа коммерческой недвижимости | Сдача жилья в аренду | Сдача офисов и торговых помещений в аренду |
| Количество сделок | 300 | 300 | 600 | 600 |
| Средняя сумма сделки, руб. | 2 500 000 | 2 500 000 | 20 000 | 25 000 |
| Общий доход с предоставляемой услуги, руб. | 22 500 000 | 22 500 000 | 4 800 000 | 6 000 000 |
| Доход в год, руб. | 55 800 000 | | | |
| Годовые затраты, руб. | 3 978 000 | | | |
| Налог (15%), руб. | 7 773 300 | | | |
| Прибыль в год, руб. | 43 393 900 | | | |

Таблица 12 – Пессимистический прогноз доходов и прибыли агентства недвижимости за год (составлено автором)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Пессимистический | | | | |
| Количество сделок | 30 | 30 | 60 | 60 |
| Средняя сумма сделки, руб. | 2 500 000 | 2 500 000 | 20 000 | 25 000 |
| Общий доход с предоставляемой услуги, руб. | 2 250 000 | 2 250 000 | 480 000 | 600 000 |
| Доход в год, руб. | 5 580 000 | | | |
| Годовые затраты, руб. | 3 978 000 | | | |
| Налог (15%), руб. | 240 300 | | | |
| Прибыль в год, руб. | 706 900 | | | |

В случае с оптимистическим сценарием прибыль, полученная агентством недвижимости будет составлять 43 393 900 рублей. А в случае пессимистического сценария агентство недвижимости получит годовую прибыль в размере 706 900 рублей.

**10. Оценка рисков**

Риск, является неотделимой частью экономической, политической, социальной жизни общества неизбежно сопровождает все сферы деятельности и направления любой организации, которая функционирует в условиях рынка. В связи с этим главным и непременным критерием нормальной дееспособности современной компании является умение руководителя прогнозировать, разумно контролировать и эффективно управлять рисками. Риск связан с управлением и напрямую зависит от эффективности, обоснованности и своевременности управленческих решений [6]. Риском можно и необходимо управлять, то есть использовать определенные меры, позволяющие максимально прогнозировать наступление рискового события и применять соответствующие мероприятия к снижению степени риска.

Риски, связанные с реализацией проекта, можно разделить на внешние и внутренние.

К внешним рискам можно отнести конкурентов, находящихся на близлежащей территории, а также вероятность появление новых конкурентов в сфере недвижимости. Данный риск может привести к долгой окупаемости и низкой прибыли. Это довольно существенный риск в современных условиях экономического рынка. Чтобы избежать его неблагоприятного воздействия, важно создать уникальные условия для привлечения клиентов и роста конкурентоспособности агентства. Важно предоставлять акции, выгодные предложения и скидки на услуги. Также к внешним рискам относится несоблюдение договорных обязательств в сотрудничестве с партнерами [5]. Потенциальные партнеры агентства могут изменить требования в совместном сотрудничестве, тем самым поставить в затруднительное положение компанию, что может привести к увеличению расходов или расторжению договора.

Увеличение цен на аренду помещения, которая повлечет увеличение постоянных расходов и может отразиться на финансовом состоянии компании. Снизить вероятность риска возможно, для этого надо заключить договор долгосрочной аренды и выбрать надежного арендодателя.

К внутренним рискам можно отнести отсутствие в команде опытных профессионалов, чтобы исключить этот риск, нужно принять на работу высококвалифицированных сотрудников, регулярно их обучать и повышать их квалификацию [8]. Не менее важный риск – это плохое качество услуг, данный фактор может привести к неудовлетворенности клиентов и их потере. Чтобы исключить возможность наступления этого риска, необходимо грамотно и тщательно разработать стандарты обслуживания потребителей.

Известно, что самые интересные для агентства клиенты – это люди, покупающие недвижимость, а именно квартиры для личных нужд, а не для перепродажи. Но как раз именно эта категория покупателей и продавцов стремится выбрать крупное и известное агентство недвижимости, осознавая собственную неопытность [2].

Однако при осуществлении грамотной политики можно с легкостью преодолеть все эти трудности, находиться в постоянном росте и получать стабильную прибыль. Сведение всех возможных рисков к минимуму достигается надлежащим контролем со стороны руководства агентства и эффективной системой поощрения сотрудников.

**СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ**

1 Агентство недвижимости и агент: чем они занимаются, и какие услуги оказывают. – URL: https://jur24pro.ru/populyarnye-temy/zhile-kvartiry-doma/agentstvo-nedvizhimosti-i-agent-chem-oni-zanimayutsya-i-kakie-uslugi-okazyvayut/ © jur24pro.ru (дата обращения: 18.12.2021).

2 Багданас И.А. Как выбрать агентство недвижимости / И.А. Багдасян. – URL: https://nn.vladis.ru/news/kak-vybrat-agentstvo-nedvizhimosti (дата обращения: 16.12 2021).

3 Берёзкин А.В. Каково будущее агентств недвижимости? / А.В. Берёзкин. – URL: https://ksonline.ru/325588/kakovo-budushhee-agentstv-nedvizhimosti/ (дата обращения 19.12.2021).

4 Дружинин А.Е. Экономическая эффективность новой модели риелторского агентства / А.Е. Дружинин, Н.С. Алексеева // Экономика и экологический менеджмент. – 2020. – № 3. – С. 4.

5 Как открыть агентство недвижимости c нуля. – URL: https://j.etagi.com/ps/kak-otkryt-agentstvo-nedvizhimosti/ (дата обращения: 18.12.2021).

6 Как открыть агентство недвижимости. Начало бизнеса. – URL: https://www.business.ru/article/1064-kak-otkryt-agentstvo-nedvijimosti (дата обращения: 15.12.2021).

7 Код ОКВЭД 68.31: Деятельность агентств недвижимости за вознаграждение или на договорной основе. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons\_doc\_LAW\_163320/72304571aea41735016964be63961f2ac0b8c103/ (дата обращения: 15.12.2021).

8 Купцова, Е.В. Бизнес-планирование: учебник и практикум для вузов / Е.В. Купцова, А.А. Степанов. – М.: Юрайт, 2021.

9 Лопарева А.М. Бизнес-планирование: учебник для вузов / А.М. Лопарева. – М.: Юрайт, 2021.

10 Прудников И.А. Рынок недвижимости и его структура / И.А. Прудников, А.М. Ротарь // Инновации и инвестиции. – 2019. – № 11.

11 Щербакова Н.В. Эффективные рыночные инструменты обеспечения конкурентоспособности агентств недвижимости / Н.В. Щербакова, О.С. Мысова, О.В. Елисеева // Journal of Economy and Business. Шахты: Институт сферы обслуживания и предпринимательства, 2020. – Вып. 9. – С. 153-157.

