

\*

# ЧГУ Бизнес школа

Дипломная работа

**Разработка бизнес-плана развития  
предприятия на примере  
ООО «Этажи»**



Выполнил: студент  
Бабайцев Илья Сергеевич  
Проверил: Преподаватель  
Крылова Наталья  
Павловна

# Цели и задачи

Цель выпускной квалификационной работы  
разработка бизнес-плана, экономическое обоснование  
целесообразности развития деятельности  
предприятия (на примере ООО «Этажи»).

## Объект и предмет ВКР

Предмет исследования разработка  
бизнес-плана развития предприятия.

Объект исследования - ООО «Этажи».



## Результаты анализа

Агентство недвижимости ООО «Этажи» предоставляет услуги по покупке, продаже, сдаче в аренду недвижимости. Основными клиентами являются физические лица, но также оказываются услуги и юридическим лицам. Как таковой сезонности в данном бизнесе нет. Главное - выстраивать свою работу правильно, быть гибким к внешним условиям и их изменению.

Для максимизации прибыли ООО «Этажи» оказываются дополнительные услуги, такие как:

- консультационные услуги;
- юридические услуги;
- сбор и оформление документов;
- комплексные оформительские услуги.



Анализ численности и заработной платы  
персонала ООО «Этажи» за период  
2017-2019 г.г.

Показатели	Годы			Абсолютные отклонения, тыс. руб.	
	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2018 к 2017	2019 к 2017
Среднесписочная численность работников, чел.	105	101	98	-4	-3
Фонд заработной платы, начисленной работникам среднесписочного состава, включая совместителей, тыс. руб.	36350	39750	40550	3400	4200
Начислено выплат социального характера, тыс. руб.	10899	11925	12165	1026	1266



## Анализ основных показателей деятельности ООО «Этажи» за период 2017-2019 г.г.

Наименование показателей	2017 г.	2018 г.	2019 г.	Абсолютное отклонение, тыс. руб.			Относительное отклонение, %		
				2018г. к 2017г.	2019г. к 2018г.	2019г. к 2017г.	2018г. к 2017г.	2019г. к 2018г.	2019г. к 2017г.
Актив баланса (стоимость имущества)	10681	13225	14677	2544	1452	3996	23,82	11,00	37,41
Пассив баланса (источники формирования имущества)	10681	13225	14677	2544	1452	3996	23,82	11,00	37,41
Внеоборотные активы	2597	2918	3813	321	895	1216	12,36	30,70	46,82
Основные средства	674	1394	3177	720	1783	2503	106,82	127,90	371,36
Оборотные активы	8084	10307	10864	2223	557	2780	27,50	5,40	34,39
Материальные запасы	2561	3770	4228	1209	458	1667	47,21	12,10	65,09
Дебиторская задолженность:	4049	4137	4947	88	810	898	2,17	19,60	22,18
Краткосрочная	3526	4137	4947	611	810	1421	17,33	19,60	40,30
Денежные средства и краткосрочные финансовые вложения	709	1599	734	890	-865	25	125,53	-54,10	3,53
Прибыль организации	172	288	930	116	642	758	67,44	222,90	440,70
Прибыль от продажи продукции	47	64	829	17	765	782	36,17	1195,30	1663,83
Нераспределенная прибыль	216	403	1110	187	707	894	86,57	175,40	413,89

## Анализ ликвидности и платежеспособности ООО «Этажи»

№ п/п	Наименование показателей	Условные обозначения и методика расчета	2017 г.	2018 г.	2019 г.	Абсолютные отклонения		
						2018г. к 2017г.	2019г. к 2018г	2019г. к 2017г
1	Коэффициент первоклассных ликвидных средств	ДС	0,066	0,121	0,050	0,055	-0,071	-0,016
		АБ						
2	Коэффициент легкорезализуемых активов	ЛА	0,612	0,591	0,599	-0,021	0,008	-0,013
		АБ						
3	Коэффициент среднереализуемых активов	СА	0,187	0,006	0,000	-0,181	-0,006	-0,187
		АБ						
4	Коэффициент труднореализуемых активов	ВА	0,243	0,221	0,259	-0,022	-0,038	0,016
		АБ						
5	Коэффициент абсолютной ликвидности	ДС	0,068	0,125	0,054	0,057	-0,071	0,014
		КО						
6	Промежуточный коэффициент покрытия	ДС + ЛА	0,694	0,735	0,704	0,041	-0,031	0,010
		КО						
7	Коэффициент текущей ликвидности	ОА	0,775	0,806	0,802	0,031	-0,004	0,027
		КО						

## Анализ деловой активности ООО «Этажи»

№ п/п	Наименование показателей	Условные обозначения и методика расчета	2017 г.	2018 г.	2019 г.	Абсолютные отклонения		
						2018г. к 2017г.	2019г. к 2018г.	2019г. к 2017г.
1	Коэффициент оборачиваемости имущества	P	3,320	4,163	4,623	0,843	0,460	1,303
		$(АБ_1 + АБ_2) : 2$						
2	Коэффициент оборачиваемости оборотных активов	P	3,955	5,411	6,093	1,456	0,682	2,138
		$(ОА_1 + ОА_2) : 2$						
3	Коэффициент оборачиваемости материальных запасов	P	12,421	15,719	16,130	3,298	0,411	3,709
		$(МЗ_1 + МЗ_2) : 2$						
4	Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности	P	8,557	12,156	14,200	3,599	2,044	5,643
		$(ДЗ_1 + ДЗ_2) : 2$						
5	Коэффициент оборачиваемости денежных средств и краткосрочных финансовых вложений	P	32,107	43,120	55,272	11,013	12,152	23,165
		$(ДС_1 + ДС_2) : 2$						
6	Коэффициент оборачиваемости собственного капитала	P	115,699	147,437	82,221	31,738	-65,216	-33,478
		$(СК_1 + СК_2) : 2$						
7	Коэффициент оборачиваемости основных средств и нематериальных активов	P	48,530	48,124	28,222	-0,406	-19,902	20,308
		$(ОС_1 + ОС_2) : 2 + (НА_1 + НА_2) : 2$						



# Мероприятия

## Разработка маркетингового плана

Основным видом деятельности ООО «Этажи» является предоставление услуг на рынке недвижимости. В ходе исследования выявлено, что в организации применяется автоматизированная система учета и анализа. Основой организации и ведения учета являются: разработанная бухгалтером «Учетная политика организации на 2019 г.» и утвержденный график документооборота на 2019 г. Управление ООО «Этажи» основано на принципах системы управления предоставления услуг на рынке недвижимости. Функциями управления являются обособленные направления управленческой деятельности, осуществляющие управленческое воздействие.

В них раскрывается:

- содержание управления как процесса;
- вид управленческой деятельности;
- утвержденные должностные обязанности персонала;
- определение органа управления.



## План рекламных воздействий по видам рекламной деятельности

В процессе разработки программы рекламной деятельности ООО «Этажи» должно разрабатывать постановку задач, составлять смету, формулировать рекламные обращения, выбирать средства распространения информации, оценивать рекламную программу. Оно должно планировать рекламные мероприятия, которые основываются на анализе требований клиентов к качеству предоставляемых услуг.

Цели стимулирования в ООО «Этажи» должны быть различны: придание услугам определенного имиджа, чтобы сделать их легко узнаваемыми на рынке недвижимости, увеличение объемов услуг, поступающих на рынок, и повышение заинтересованности посредников в активном сбыте различных видов предлагаемых услуг.

Выбор средств массовой информации для проведения рекламы должен осуществляться в зависимости от доступности средства информации, частоты рекламных сообщений, воздействия рекламы на клиентов и сметы расходов на рекламу.

1. Внедрить нормативы расходов на рекламу. Такие нормативы в перспективе должны иметь тенденцию к снижению, что приведет к увеличению прибыли предприятия.

№ п/п	Виды рекламного воздействия	Частота использования и сроки	Исполнитель	План тыс. руб.
Ненормируемые расходы				
1	Телемаркетинг	с 1 июля по 30 декабря	PR-менеджер	331
2	Демонстрация услуг и торговые шоу	2 публикации в неделю	Директор	230
3	Реклама	1 раз в день по 30 сек. 3 раза в неделю	PR-менеджер	50
	Итого:			611
Нормируемые расходы				
4	Стимулирование сбыта	с 1 июля по 30 декабря	PR-менеджер	617
5	Обучение сбытового персонала	с 1 июля по 30 декабря	Директор	148
6	Отношения с общественностью и паблсити	с 1 июля по 30 декабря	Директор	74
	Итого:		$83900 \times 0,01\% = 839$	839
	Всего:			1450

2. Для продвижения на рынке Московского региона ООО «Этажи» необходимо внедрить разработанный в выпускной квалификационной работе бизнес-план, определяющий финансовые возможности и сроки предоставления услуг.

План позволяет свести воедино все направления в области продвижения услуг на рынке недвижимости Московского региона, повысить эффективность рекламных мероприятий, что особенно важно при ограниченных финансовых возможностях предприятия во время кризиса 2020-2021 г.г.

План прибыли по развитию ООО «Этажи» на  
2020 г., тыс. руб.

Показатели	2019 г.		План 2020 г.	В т.ч. по кварталам			
	План на 2019 г.	Факт за 2019 г.		1	2	3	4
Прибыль от продажи услуг	830	819	900	225	225	225	225
Прибыль от прочей продажи	50	40	20	5	5	5	5
Прочие операции (±)	100	31	0	-	-	-	-
Прибыль (стр. 1 + стр. 2 ± стр. 3)	980	890	920	230	230	230	230



Раздел затрат, в разработанном производственном плане определил общие затраты на развитие ООО «Этажи» в 2020 г., они составят:

- 1) единовременные затраты организации увеличатся на 14,3 тыс. руб.;
- 2) текущие затраты уменьшатся на 209,3 тыс. руб.
- 3) общая сумма затрат на развитие ООО «Этажи» составит 798,2 тыс. руб.

Произойдет также увеличение численности работников за счет расширения системы информационного обеспечения в ООО «Этажи», и составит – 1 чел. (PR-менеджер).

Выявлено, что выручка планируется в 2020 г. в сумме - 8390 тыс. руб. или на 30% больше, чем в 2019 г.

Чистая прибыль по плану возрастет до 920 тыс. руб. в 2020 г., соответственно вырастет и налог на прибыль до 45 тыс. руб.



Спасибо за внимание!!!

