

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ТУВИНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Кафедра экономики и менеджмента

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
на тему: «Разработка бизнес-плана инвестиционного проекта
организация работы строительной бригады в г. Кызыл»

Выпускная квалификационная работа
студента 4 курса 215 группы
экономического факультета
по направлению подготовки 38.03.02
Менеджмент, профиль «Управление
малым бизнесом»

Сапыка Субудай Шой-ооловича

Сапык

Работа допущена к защите
Зав. кафедрой Ч. Донгак
к.э.н., доцент Донгак Ч.Г.
«14» июня 2019 г.

Научный руководитель
д.э.н., профессор Севек В.К.

Работа защищена в ГЭК «20» июня 2019 г.

с оценкой «отлично»

Председатель ГЭК [подпись]

Члены ГЭК Зреев Бардун [подпись]

Кызыл – 2019 г.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	4
Глава 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗРАБОТКИ БИЗНЕС-ПЛАНА ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОЕКТА ПРЕДПРИЯТИЯ ...	8
1.1. Сущность и задачи бизнес-плана.....	8
1.2. Разработка бизнес-плана.....	14
1.3. Структура и содержание бизнес-плана.....	19
Глава 2. АНАЛИЗ РЫНКА СТРОИТЕЛЬНЫХ УСЛУГ В РЕСПУБЛИКЕ ТЫВА	34
2.1. Общая характеристика и исследование строительных услуг в Республике Тыва.....	34
2.2. Анализ деятельности ООО «Стройсервис».....	36
Глава 3. РАЗРАБОТКА БИЗНЕС-ПЛАНА ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОЕКТА ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ СТРОИТЕЛЬНОЙ БРИГАДЫ В Г. КЫЗЫЛ	53
3.1. Бизнес-концепция проекта организация работы строительной бригады в г. Кызыл.....	53
3.1.1. Информация об инициаторах проекта.....	53
3.1.2. Концепция проекта.....	53
3.1.3. Текущее состояние проекта.....	54
3.2. Маркетинг и продажи.....	54
3.2.1. Маркетинговая стратегия.....	54
3.2.2. SWOT-анализ инвестиционного проекта.....	59
3.3. Ценообразование и план продаж.....	61
3.3.1. Проект по строительству доступного жилья.....	61
3.4. Инвестиционный план проекта.....	68
3.5. Юридический план.....	72
3.6. Финансовый план проекта.....	73

3.7. Оценка инвестиционной привлекательности и прибыльности.....	75
3.8. Риски инвестиционно-строительной деятельности.....	78
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	80
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК	83
ПРИЛОЖЕНИЕ 1. Примерное здание строительной бригады.....	88
ПРИЛОЖЕНИЕ 2. Схематичная планировка помещения 1го этажа.....	89
ПРИЛОЖЕНИЕ 3. Схематичная планировка помещения 2го этажа.....	90
ПРИЛОЖЕНИЕ 4. Акт о приемке выполненных работ.....	91
ПРИЛОЖЕНИЕ 5. Ведомость объемов работ.....	92
ПРИЛОЖЕНИЕ 6. Локальный сметный расчет.....	93
ПРИЛОЖЕНИЕ 7. Расчет потребности в материалах.....	94
ПРИЛОЖЕНИЕ 8. Сводный сметный расчет стоимости строительства...	95
ПРИЛОЖЕНИЕ 9. Потребности материалов.....	96
ПРИЛОЖЕНИЕ 10. Цены и услуги бригады.....	97

ВВЕДЕНИЕ

Бизнес-планирование играет важную роль для достижения успеха в любом начинании. Оно включает постановку целей и задач, определение и выбор наиболее эффективных путей и средств их достижения. Планирование предполагает определить, что и как необходимо сделать для достижения целей. Поэтому если вы понимаете, что необходимо вам сделать и как, то успех непременно будет вам сопутствовать.

Успех выхода фирмы с новым видом услуг на рынок невозможен без полного и ясного представления о перспективах предпринимательского дела, без разработки надежных предварительных ориентиров и реального плана действий.

Бизнес-план — краткое, точное, доступное и понятное описание предполагаемого бизнеса, важнейший инструмент при рассмотрении большого количества различных ситуаций, позволяющий выбрать наиболее перспективный желаемый результат и определить средства для его достижения. Бизнес-план является документом, позволяющим управлять бизнесом, поэтому его можно представить как неотъемлемый элемент стратегического планирования и как руководство для исполнения и контроля. Важно рассматривать бизнес-план как сам процесс планирования и инструмент внутрифирменного управления.

Хорошо разработанный бизнес-план помогает фирме расти, завоевывать новые позиции на рынке, где она функционирует, составлять перспективные планы своего развития, концепции производства новых товаров и услуг и выбирать рациональные способы их реализации.

Актуальность темы. Сфера строительных услуг, как сектор экономики, характеризуется динамичным развитием. На сегодняшний день одним из наиболее важных направлений экономики Российской Федерации является строительная отрасль. Строительный комплекс бурно развивается и набирает обороты - в частности, жилищное строительство России выходит на

совершенно новый уровень. Одной из основных целей, которые ставит перед собой строительная отрасль, является обеспечение граждан комфортным жильем по разумной цене, что, несомненно, является основополагающим моментом для людей со средним и небольшим достатком.

Строительство - возведение зданий и сооружений, а также их капитальный и текущий ремонт, реконструкция, реставрация и реновация.

Процесс строительства включает в себя все организационные, изыскательские, проектные, строительно-монтажные и пусконаладочные работы, связанные с созданием, изменением или сносом объекта, а также взаимодействие с компетентными органами по поводу производства таких работ. Результатом строительства считается возведённое здание (сооружение) с внутренней отделкой, действующими инженерно-технологическими системами и полным комплектом документации, предусмотренной законом.

Цель выпускной квалификационной работы - разработать бизнес-план инвестиционного проекта организация работы строительной бригады в г. Кызыл и оценить его экономическую эффективность.

Для достижения поставленной цели решены следующие **задачи**:

- раскрыта сущность и задачи бизнес-плана;
- рассмотрена разработка бизнес-плана;
- изучена структура и содержание бизнес-плана;
- осуществлен анализ рынка строительных услуг г. Кызыл Республики Тыва;
- осуществлен анализ финансовой деятельности объекта исследования ООО «Стройсервис»;
- разработать бизнес-план инвестиционного проекта организация работы строительной бригады в г. Кызыл.

Предметом выпускной квалификационной работы являются финансово-экономические отношения, складывающиеся в процессе реализации инвестиционного проекта.

Объектом исследования является финансовая деятельность ООО «Стройсервис».

Информационную базу исследования составили данные российских периодических изданий и Интернет-сайтов, статистические материалы, содержащиеся в научных публикациях.

Теоретическую и методологическую основу составили фундаментальные научные труды и практические исследования отечественных и зарубежных ученых и практиков бизнеса, посвященные вопросам организации инвестиционных проектов таких как О.А. Акопяна, А.Н. Асаула, А.В. Белицкой, А.С. Дудова, А.Н. Захарова, А.Г. Ивасенко, Л.Л. Игонина, И.В. Кузнецова, М.В. Кустова, Р.М. Мельникова, В.К. Севек, Г.С. Сергеева, Е.С. Стоянова и др.

Практическая значимость данной выпускной квалификационной работы отличается высокой практической значимостью. В ходе его создания был разработан бизнес-план инвестиционного проекта организация работы строительной бригады в г. Кызыл.

Структура выпускной квалификационной работы состоит из введения, основной части, состоящей из трех глав и тринадцать параграфов, заключения, библиографического списка и приложений.

Во введении обозначена актуальность, цель и задачи, объект, предмет исследования, также теоретическая, информационная база и практическая значимость выпускной квалификационной работы.

В первой главе изучено теоретические аспекты теоретические аспекты разработки бизнес-плана инвестиционного проекта предприятия.

Во второй главе проведено исследование рынка строительных услуг в г. Кызыле.

В третьей главе разработан бизнес-план инвестиционного проекта организация работы строительной бригады в г. Кызыл.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗРАБОТКИ БИЗНЕС-ПЛАНА ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОЕКТА ПРЕДПРИЯТИЯ

1.1. Сущность и задачи бизнес-плана

Планирование играет важную роль для достижения успеха в любом начинании. Оно включает постановку целей и задач, определение и выбор наиболее эффективных путей и средств их достижения. Планирование предполагает определить, что и как необходимо сделать для достижения целей. Поэтому если вы понимаете, что необходимо вам сделать и как, то успех непременно будет вам сопутствовать¹ [33].

Бизнес-план — это основной документ, определяющий и регулирующий предпринимательскую деятельность организации (предприятия). Он разрабатывается и постоянно корректируется в процессе бизнес-планирования² [6].

Главная цель разработки бизнес-плана это планирование хозяйственной деятельности организации на долгосрочные и краткосрочные периоды в соответствии с требованиями рынка и возможными ресурсами.

Бизнес-план позволит решить сразу несколько задач, самыми основными являются:

- обоснование экономической необходимости усовершенствования компании;
- расчеты ожидаемых финансовых показателей деятельности, таких как объем продаж и прибыль;
- определение источника финансирования;
- определение необходимости новых сотрудников для выполнения бизнес-плана.

¹ Терегина Т.К., Титкова Л.М. Реклама в бизнесе. М.: Маркетинг, 2016. - 236 с. – С. 140-142

² Андрушевская Е.Р. Роль маркетинга в бизнесе салонов красоты/ Е.Р. Андрушевская// Маркетинг МВА. Маркетинговое управление предприятием, 2016 –№ 1 – с. 205-218.

Так же бизнес-план может быть разработан и для других целей:

1. изменение формы собственности предприятия;
2. получение кредита в банке;
3. получить инвестирование за рубежом.

Замысел составления бизнес-планов родилась в США. Более 30 лет назад зарождение и развитие молодых высокотехнологичных компаний в сфере компьютерных, телекоммуникационных и медицинских технологий потребовало немалых финансовых средств. Предприниматели стали активно обращаться в финансовые организации (инвестиционные фонды, инвестиционные банки, венчурные фонды) или к индивидуальным инвесторам («бизнес-ангелам») за получением денежных средств для реализации своих инновационных идей и проектов коммерческого назначения. Благодаря венчурному капиталу были созданы такие гиганты, как Intel, Microsoft, Apple, Compaq, Federal Express, Xerox, Yahoo, Amazon и другое³ [8].

Заграницей в целом такой метод менеджмента, как бизнес-план достиг более значительных успехов, чем в России. Руководство предприятий за рубежом хорошо используют основные методологические подходы к бизнес-планированию, что позволяет им эффективно применять их в управленческой деятельности.

На сегодняшний день коммерческие организации в России редко пользуются бизнес-планом официально, так же нет четкого планирования, или каких-то официальных норм.

Планирование, которое используется на предприятии, зачастую просто заменяется решениями собственников, по обстоятельствам. Обычно подобные решения не рассчитаны на перспективу и предусматривают только ближайший период времени.

³Богомолова В.А. Бизнес-планирование: учеб. пособие / В.А. Богомолова, Н.М. Белоусова, О.В. Кублашвили, Р.Ю. Ролдугина. — М.: МГУП им. Ива-на Федорова, 2014. — 250 с.

В России основной целью составления бизнес-плана является привлечение потенциальных партнеров и инвесторов.

В наши дни у бизнес-плана выделяют пять основных функций:

1. Возможность использования бизнес-плана для продумывания стратегии бизнеса. Данная функция нужна в период создания предприятия, а так же для введения новых направлений в деятельности организации.

2. Планирование. Оно позволяет оценить, возможно, ли развитие нового направления и помогает контролировать процессы внутри фирмы.

3. Привлечения денежных средств со стороны – ссуды, кредиты. Без кредитных денежных средств реализовать значительный бизнес-проект практически невозможно. Из-за высоких процентных ставок и большой невозвратности кредит получить очень сложно. При предоставлении кредит очень часто сейчас решающим фактором является наличие четкого бизнес-плана.

4. Привлечение потенциальных партнеров, для совместной реализации планов организации, с готовностью вложить собственные технологии или капитал.

5. Вовлечения сотрудников компании в процесс реализации бизнес-плана. Создание мотивации для достижения общих целей фирм. И возможность скоординировать усилия и распределить обязанности.

Определенных требований или норм для разработки бизнес-плана нет. Лишь после составленного квартального баланса можно судить о допущенных ошибках и потерях компании.

Для того чтобы понять концепцию бизнес-плана и процесса планирования бизнеса в целом, важно признать, что план не является документом. План может быть представлен через документ планирования, но бизнес-план сам по себе это ряд управленческих решений которые помогут понять, что компания будет делать, для успеха в будущем. В своей самой основной форме, бизнес-планирование является процессом, в котором предприятие принимает следующие решения:

- какие продукты или услуги будут предоставляться;
- с кем будет конкурировать;
- с кем сотрудничать;
- как предприятие будет достигать поставленных целей.

Бизнес-планирование используется всеми организациями от крупных предприятий до малого бизнес и ИП, коммерческих и некоммерческих организаций, вне зависимости от характера бизнеса. Для небольших компаний, которые работают в достаточно стабильной бизнес-среде, процесс планирования может быть неформальным, а именно обзор некоторых ключевых аспектов деятельности компании. Когда компания становится больше, или когда бизнес-среда становится менее стабильной и менее предсказуемой, процесс планирования становится более формальным, всеобъемлющим и комплексным. Больше сотрудников участвуют в рассмотрении и планировании различных аспектов деятельности компании.

Ключевым моментом является то, что, независимо от размера, все предприятия заняты в той или иной форме бизнес-планирования.

В целом, бизнес-план необходим что бы обеспечить четкое, точное и осмысленное чувство направления для компании в течение определенного периода времени. Подготовка плана это возможность продумать предполагаемые действия организации и показывать, как они будут влиять на различные аспекты бизнеса. Бизнес-план может быть использован для внутренних и внешних целей.

Внутренние использование бизнес-плана.

Бизнес-план может обеспечить несколько внутренних преимуществ для компании. Во-первых, это может повысить производительность путем выявления сильных и слабых сторон деятельности компании и любые потенциальные или возникающие проблемные области. Повышение производительности также является результатом разработки стратегий, которые одновременно строят сильные стороны компании и исправляют слабые стороны.

Во-вторых, бизнес-план может довести до руководства и персонала четкие ожидания в отношении производительности и приоритетов компании.

В-третьих, для компаний с несколькими отделами, подразделениями бизнес-план поможет эффективно координировать и обеспечивать продуктивность работы.

В-четвертых, бизнес-план обеспечивает прочную основу для измерения эффективности работы всей компании и отдельных подразделений и менеджеров. Бизнес-план также устанавливает рамки для рассмотрения ключевых решений в текущем управлении компанией. По мере возникновения новых разработок и возможностей, бизнес-план предусматривает рациональную структуру для оценки их влияния на деятельность и производительность всей компании, и ее отдельных подразделений.

Наконец, и возможно, самое главное, бизнес-план и процесс его разработки может быть использован для обучения и мотивации ключевых сотрудников, таких как менеджеры и руководители. Благодаря участию в анализе прошлой деятельности, оценку влияния тенденций и событий, а также разработки планов действий на будущее, менеджеры и другие ключевые сотрудники могут узнать больше об общей работе компании и отношении их конкретных областей ответственности в достижение общих целей компании.

Внешнее использование бизнес-плана.

Бизнес-план имеет несколько применений в отношениях со значительными партиями за пределами компании.

Во-первых, он может быть использован для изучения внешних сторон в отношении целей, структуры и деятельности компании. Такое использование становится важным, если носитель, либо финансовых или нефинансовых, внешних сторон имеет важное значение для успеха компании. Ярким

примером является поддержка текущих или потенциальных акционеров или инвесторов⁴ [44].

Во-вторых, бизнес-план может быть использован для получения финансирования от внешних инвесторов. Если бизнес-план предназначен для этого, важно заранее определить проблемы и типы информации, которые имеют первостепенное значение и интерес для инвесторов.

В бизнес-плане могут также сообщать о планируемых действиях, отклоняя конкурентные или нормативные шаги, которые могут находиться на стадии рассмотрения внешними сторонами. Формализуя свои намерения в бизнес-плане, компания берет на себя обязательство к действию. Сообщая эту приверженность, выбранных значительных внешних сторон, компания может предвосхитить действия, которые могут оказать негативное влияние на своих собственных планах и действиях.

Многие предприятия могут оказаться в тяжелом финансовом положении или потерять свою платежеспособность, даже предприятия общественного питания и других видов популярных услуг, хотя в этих отраслях проблема неплатежеспособности должна, по идее, беспокоить меньше всего.

Можно сделать вывод, что принятые разного рода решения по обстоятельствам, даже своевременные, не заменяют четкого планирования, которое в сравнении с решениями, представляет собой управленческую деятельность гораздо более высокого уровня.

Нужно сказать, что бизнес-планирование необходимо, в качестве инструмента для принятия решений, который позволяет выявить потребности рынка и сложившуюся ситуацию хозяйствования. Так же бизнес-план помогает дать объективную оценку деятельности предприятия

Бизнес-планирование помогает решить стратегически важные задачи предприятия.

⁴ Business Plan – Entrepreneur. [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://www.entrepreneur.com/encyclopedia/business-plan> (дата обращения: 14.06.2019).

Планирование хоть и требует усилий, но пользы и выгоды от него гораздо больше:

1. Позволяет принять более правильные управленческие решения
2. Помогает определить перспективу
3. Снижает риски
4. Обеспечивает фирму всей нужной информацией.
5. Координирует действия все сотрудников компании.
6. Позволяет заглянуть в будущее и подготовиться к изменениям в рыночной обстановке.

1.2. Разработка бизнес-плана

Бизнес план должен быть хорошо оформлен. Вся суть планирования должна быть передана четко и кратко.

Как правило, в бизнес-плане выделяют пять основных этапов его формирования:

Этап 1. Определение целей разработки бизнес-плана. Прежде чем перейти к написанию бизнес-плана, необходимо определить цели его разработки и его целевую аудиторию. Необходимо также выявить интересы, предпочтения и потребности целевой аудитории, для которой разрабатывается бизнес-план, поскольку от этого зависит то, на каких ключевых моментах необходимо акцентировать внимание.

Этап 2. Составление плана работ по подготовке бизнес-плана. На данном этапе определяется состав работ, осуществляется их распределение между членами рабочей группы. Составление плана работ по разработке бизнес-плана включает в себя определение следующей информации:

- формирование перечня мероприятий и объема всех работ, которые необходимо выполнить при подготовке бизнес-плана;
- определение сроков завершения работ и составление общего графика подготовки бизнес-плана;

- назначение ответственных исполнителей по отдельным работам;
- формирование примерной структуры разделов бизнес-плана;
- определение перечня и сроков проведения текущих мероприятий,

которые необходимы, чтобы координировать работу основных участников рабочей группы.

Этап 3. Сбор информации и разработка бизнес-плана

Последовательность разработки отдельных разделов бизнес-плана может быть различной и определяется возрастом компании, опытом самих разработчиков. Прежде чем перейти к написанию бизнес-плана, необходимо собрать информацию о компании, о предполагаемом производстве продуктов/услуг и др., а также провести необходимые исследования, такие как анализ рынка, анализ финансового состояния компании и т. д. В самую последнюю очередь пишутся резюме и краткое содержание бизнес-плана, поскольку они представляют собой краткий обзор основных его разделов.

Этап 4. Редактирование и оформление бизнес-плана. Результатом бизнес-планирования является бизнес-план, представленный в письменной форме. Как правило, сам процесс письменного оформления полученных результатов существенно улучшает эффективность всей деятельности, связанной с планированием. Когда написание бизнес-плана завершено, желательно провести его экспертизу силами стороннего консультанта-рецензента. Далее в бизнес-план вносятся корректировки с учетом замечаний рецензента.

Этап 5. Оценка выполнения бизнес-плана. Поскольку со временем внешняя среда и цели бизнеса меняются, необходимо пересматривать и обновлять бизнес-план, чтобы отразить в нем происходящие изменения. Оценка степени выполнения бизнес-плана и выявления причин расхождений⁵ [34].

⁵ Торосян Е. К. Бизнес-планирование. Учебное пособие / Л. П. Сажнева, А. В. Варзунов. – СПб: Университет ИТМО, 2015. – 90 с.

Последовательность разработки бизнес-плана⁶ [12].

1. Маркетинговые исследования: сбор и анализ информации об объеме, характер спроса на аналогичную продукцию; сбор и анализ информации по рынкам сбыта, финансов, поставщиков; анализ конкуренции на рынке сбыта.

Определяется общая привлекательность рынка данного товара. Выявляются сегменты потенциальных потребителей, их платежеспособность и заинтересованность в сотрудничестве. Устанавливаются сильные и слабые стороны конкурентов. Определяются рыночные риски и барьеры. На основании результатов маркетинговых исследований разрабатывается прогноз рыночной конъюнктуры, делается вывод о целесообразности осуществления проекта.

2. Описание продукции (услуги).

Проводится экспертная оценка конкурентоспособности планируемой к выпуску продукции (товара, услуги). С этой целью используются параметрический метод, экспертная оценка, пробный маркетинг и пр. В итоге формируется ценностное предложение в виде базовой выгоды для потребителей и подкрепления товара (сервис, логотип, эмблемам пр.).

3. Разработка маркетинговых мероприятий, включая систему сбыта и продвижение продукции (услуг).

Рассчитываются основные показатели рынка сбыта: текущая и потенциальная емкость, темпы роста. Определяются маркетинговые и конкурентные стратегии, стратегии захвата рынка. Поскольку стратегические решения в этом разделе являются ключевыми, то предварительно рекомендуется разработать стратегический план маркетинга как самостоятельный документ.

4. Определение потребностей и путей обеспечения площадями, оборудованием, кадрами и сырьем (производственный план).

⁶ Васюхин О.В. Концептуальный подход к формированию и развитию инновационного потенциала предприятия. Современные проблемы науки и образования. / Васюхин О.В., Павлова Е.А.// Современные проблемы науки и образования, 2016. № 3. С. 270.

Производятся технико-экономические расчеты, разрабатывается технологическая схема производства продукции, составляется эскизный проект производственных цехов.

5. Расчет потребности в капитале и определение источников финансирования (финансовый план).

На основании ТЭО определяется общая потребность в финансировании работ, необходимых для реализации бизнес-плана. Оценивается потребность в заемных средствах с учетом возможностей предпринимателя.

6. Расчет эффективности бизнес-плана.

Помесячно рассчитываются: отчет о прибылях и убытках; отчет о движении денежных средств; налоги; срок окупаемости; индекс прибыльности PJ; внутренняя норма рентабельности IRR; чистый приведенный доход; себестоимость продукции; амортизационные отчисления; приводятся данные анализа чувствительности прибыли к изменяемым факторам (цены, рост издержек и др.). Для нового предприятия составляется прогнозный баланс.

7. Разработка организационной структуры, правового статуса и графика реализации проекта.

Определяется организационно-правовая форма предприятия, составляются организационная схема предприятия и штатное расписание. Разрабатывается план-график реализации бизнес-плана с указанием руководителей отделов, исполнителей, подрядчиков, сроков выполнения работ.

8. Комплексный анализ рисков в рамках данного проекта.

На каждом шаге реализации бизнес-плана производится анализ рисков и определение возможностей их исключения или снижения.

9. Подбор материалов и составление приложений.

В приложении рекомендуется привести данные маркетинговых исследований (маркетинговый отчет), ТЭО, отзывы экспертов, процедуры выбора стратегий и пр.

10. Составление краткого содержания (резюме) проекта.

Резюме составляется после разработки бизнес- плана.

11. Экспертиза бизнес-плана.

Бизнес-план проходит внутреннюю и внешнюю экспертизу на предмет его реальности и эффективности.

12. Оформление бизнес- плана как документа и его утверждение.

Бизнес-план оформляется согласно международным требованиям на русском или ином языке.

За границей при разработке бизнес-плана чаще всего участие руководства организации считается обязательным. Это условие вызывает гораздо большее доверие к проекту, нежели когда оно не соблюдается.

Каким бы способом не был составлен бизнес план, интересы сторон у всех разные:

1) заказчик бизнес-плана, самостоятельный инвестор, интерес – реализация проекта и получение прибыли;

2) потребители, интерес – удовлетворение в необходимом качественном товаре;

3) инвестор, интерес – окупаемость вложенных средств и получение дивидендов.

Для различных организаций есть определенные особенности для разработки бизнес-плана. Есть юридические лица, состоящие из одного предприятия, а есть организации, которые состоят из двух и более филиалов и предприятий. Соответственно и планирование у них будет разное. Если юридическое лицо имеет ни одну, а несколько предприятий, то разработка плана будет для каждого из них. После чего все планы сводятся в один бизнес-план. Бизнес-план так же разрабатывается для открытия нового предприятия, в таком случаи в него войдут лишь расчеты. Но если юридическое лицо уже существуют, то в бизнес план обязательно нужно будет включить отчеты за предыдущие периоды. Это нужно для сравнения планируемых показателей. Самый сложный вид бизнес-плана составляется

для организации, это инвестиционный проект, так как он требует внешнее финансирование. Здесь главную роль могут сыграть показатели, которые характеризуют инвестиционный проект. Но стандартные разделы бизнес-плана – не исключаются.

Непроизводственные организации так же могут составлять бизнес-план. В отличие от развернутого плана производства, в нем излагаются планируемые услуги или работы.

В первую очередь здесь это рассмотрение условий предоставления услуг, наличие различных разрешений и лицензий. В непроизводственном бизнес-плане разрабатывается оперативный план, в нем обычно выясняется какая требуется необходимость в материалах и рабочей силе. прогнозирование средств, помещений, ресурсов, необходимых для бизнеса. Данный бизнес-план так же необходим для прогнозирования средств, помещений и ресурсов, для ведения бизнеса. Остальные разделы бизнес-плана не отличаются от бизнес-планов производственных компаний.

1.3. Структура и содержание бизнес-плана

В составлении бизнес-плана нет каких-то четких норм или правил. Он может состоять из нескольких разделов, от 6 до 18. Самая главная цель бизнес-планирования – это достижение успеха в финансово-экономической деятельности. Не смотря на отсутствие строго выполнения бизнес-плана нужно учитывать несколько условий:

1. Бизнес-план не должен распространяться в широком кругу, так как вся информация, содержащаяся в нем, носить строго конфиденциальный характер. Каждый экземпляр желательно пронумеровать. И при первом знакомстве с потенциальными партнерами или инвесторами лучше для начала предоставлять краткий обзор бизнес-плана, а уже при

заинтересованности инвестора к данному проекту, предоставить ему полный план.

2. Бизнес-план должен составляться четко и грамотно. В его содержании все должно быть понятно, доступно и нечего лишнего. По внешнему виду и качеству содержания судят о компетенции предпринимателя.

3. Нужно объективно оценить бизнес-план. Все члены предпринимательского коллектива должны ознакомиться с планом. Все финансовые расчеты должны пройти проверку у главного бухгалтера. Все пункты бизнес плана должны пройти тщательную проверку на наличие ошибок, ни один потенциальный инвестор не должен усомниться в его точности.

4. Вся структура Бизнес-плана должна разделяться на разделы. В нем обязательно должны быть указаны цели и задачи предпринимательства. Составление бизнес плана должно быть направлено на простоту в его изучении. Что бы любой будущий партнер или инвестор мог легко ознакомиться с его разделами и отыскать все, интересующие его, части. Так же рекомендуется использовать, графики, таблицы, диаграммы и другие наглядные примеры.

Единой структуры бизнес-плана не существует. Но постепенно сложилась его типовая структура, состоящая из введения (резюме) и основных разделов⁷ [28].

Содержание бизнес-плана чаще всего состоит из 10 разделов. Их последовательность может выглядеть следующим образом:

1. резюме;
2. анализ рынка сбыта;
3. описание конкурентов;
4. описание товара или услуги;
5. маркетинговый план;

⁷ Осипова Н. А. Бизнес-планирование: методические указания – Ухта: УГТУ, 2015. – 27 с.

6. производственный план;
7. организационный план;
8. юридический план;
9. планирование рисков;
10. финансовый план.

Резюме. Резюме обычно состоит из двух – трех страниц.

Оформление бизнес-плана и в первую очередь таких его элементов как резюме, в значительной степени привлекает внимание инвестора и формируют его первое впечатление от проекта.

Это сокращённая версия бизнес-плана. В данном разделе содержится информация о целях и задачах инвестиционного проекта, в нем представленный выводы по всем разделам бизнес-плана. В резюме должно быть все наиболее четко и лаконично. Ознакомление именно с резюме дает полное представление о содержании самого бизнес-плана. Так как этот отдел является основным для ознакомления с потенциальными инвесторами, он создается, уточняется, корректируется в процессе составления бизнес-плана.

Цели резюме:

1. Привлечь внимание потенциальных инвесторов или партнеров.
2. Облегчить возможность принятия решения по данному проекту.
3. Создать структуру, более понятную для читателя.
4. Логически завершить бизнес-план ему поиск информации внутри бизнес-плана.

Резюме полезно для всех субъектов бизнес-планирования: заказчика, инвестора, партнеров, руководителей организации, сотрудников, принимающих участие в проекте⁸ [40].

В резюме представлены:

- цель сделки;

⁸ Шкурко, В. Е. Бизнес-планирование в предпринимательской деятельности: учеб. пособие/ В. Е. Шкурко, Н. Ю. Никитина. – М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. — Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2016. — 172 с.

- характеристика продукта или услуги, и их отличительные особенности от аналогов;
- способы достижения целей;
- сроки;
- затраты;
- на что рассчитан результат;
- финансовые показатели: объемы производства, выручка, собственные средства, заемные средства, прибыль, рентабельность и другие;
- специальные показатели: качество товара или услуг, отличительные свойства, приспособленность к запросам потребителя, срок окупаемости вложенных средств, степень риска, гарантия получения результата.

Анализ рынка сбыта.

Объем этого раздела обычно состоит из 4-6 страниц.

В данном разделе идет речь о целевом рынке, рассматриваются основные тенденции и направления на рынке. Будет пользоваться ли спросом основная идея бизнес-плана. Отражается в разделе и планируемый объем сбыта.

Ни прекрасная идея, ни новое изобретение сами по себе не могут рассматриваться как достаточное основание бизнеса. Кроме того, предприятие должно ориентироваться на относительно крупный, доступный и быстро реагирующий рынок.

Основная задача раздела это доказать потенциальному инвестору, что данный проект обоснован и будет иметь результат. В разделе анализа рынка сбыта учитываются следующие показатели:

- динамика продаж;
- ценообразование на рынке;
- характеристика конкурентов;
- запросы потребителей;
- научно-технические и социальные факторы;
- рыночные возможности в перспективе.

Анализ рынка сбыта позволит предопределить объемы производства и уровень продаж товаров или услуг на определенные периоды проекта.

Анализ и оценка рынка, в процессе разработки плана отталкиваются от предположений и имеют прогностический характер, и опираются на предварительную договоренность потенциальными покупателями или торговыми организациями.

При кратковременном планировании установить круг потребителей, и более достоверно спрогнозировать объем продаж будет гораздо проще, в отличии от долгосрочного планирования. При долгосрочном планировании все гораздо сложнее. Спрос, объем продаж будут основываться на оценках, расчетов и предположений.

Помимо аналитики и расчетов, бизнес-план в данном разделе должен рассматривать и способы активизации рынка при помощи маркетинга и других видов деятельности.

Так же не стоит забывать о конкурентах. Изучить их ценовую политику, оценить их возможности и способности. Из этого следует сделать вывод, что разработка бизнес-плана не должна упускать корректировку прогноза объема продаж, учитывая конкуренцию.

Данный раздел должен быть убедителен для потенциального инвестора, что продукты или услуги будут актуальны для своего покупателя.

В раздел так же стоит включить:

- характеристику региона;
- конкурентов;
- показать возможность конкурировать на рынке;
- рассказать о потенциальных покупателях;
- определить возможные цены.

Кроме того, важно обозначить планируемые мероприятия по продвижению товаров или услуг:

- реклама, в каком виде, в каком объеме запланирована реклама;

- сервис (обслуживание в момент приобретения товара или услуги, а также после, гарантии).

- методы стимулирования сбыта (скидки, акции, выгодные предложения и прочее).

Описание конкурентов.

В данном разделе описывается внешняя среда маркетинга организации.

Для объективного анализа нужно изучить ряд вопросов:

1. Понять, кто является крупным конкурентом аналогичного товара или услуги.³¹

2. Выяснить как их дела на рынке (с уровнем продаж; с доходами; с развитием; с технологиями; с рекламой).

3. Что из себя представляет их продукция (основные характеристики; качество; внешний вид; отзывы потребителей; ценовая политика).

Конкурентов нельзя недооценивать, иначе можно ошибиться с выбором конкурентной стратегии.

Благодаря данному разделу подобрать необходимую конкурентную стратегию будет гораздо проще.

Разработка конкурентной стратегии заключается, по существу, в отыскании четкой формулировки того, как предприятие будет вести конкуренцию, какими должны быть его цели и какие средства и действия понадобятся для достижения этих целей⁹ [25].

Самые главные конкуренты российского бизнеса, это конечно иностранные компании. Преимущество зарубежных предпринимателей зачастую не только в качестве, но и в цене. Очень большую роль так же играет броская упаковка и бренд. В бизнес-плане должны быть разработаны стратегии по борьбе с подобной конкуренцией. Без грамотно составленной стратегии продукт может просто стать не востребован на рынке¹⁰ [44].

⁹ Майкл Е. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов/ Майкл Е. Портер; Пер. с англ. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2014. —454 с.

¹⁰ Business Plan – Entrepreneur. [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://www.entrepreneur.com/encyclopedia/business-plan> (дата обращения: 14.06.2019).

С точки зрения экономической нестабильности одной из главных отличительных особенностей рынка является высокий уровень конкуренции, в то время как российские производители вынуждены конкурировать с иностранными компаниями, у которых продукты зачастую лучше и дешевле¹¹ [31].

В таких условиях, компания должна иметь определенный набор конкурентных преимуществ, для того чтобы эффективно и успешно работать.

Конкурентное преимущество является характеристикой предприятия как система, которая определяет его превосходство над конкурентами. Уникальность приобретает гораздо большее значение среди этих характеристик, то есть все, что связано со специальным и наиболее значимым свойством товаров и разнообразные «ноу-хау». Конкурентное преимущество формируется путем уникальных материальных и нематериальных активов предприятия. Низкие затраты и дифференциация имеют большое значение.

На данный момент нет общепринятой системы классификации факторов конкурентоспособности.

Различные исследователи выделяют такие группы факторов, как ресурсы, технологические, культурные, организационные, структурные, экономические, информационные и другие¹² [14].

На сегодняшний день оценка конкурентного Ad-имущества предприятия имеет смысл проводить на основе анализа его инновационного потенциала.

Инновационный потенциал компании характеризуется сложной структурой.

Первый сегмент инновационного потенциала компании является ее научно-технический потенциал. Он описывает множество различных изобретений, «ноу-хау», а также интенсивность развитие и инновации в

¹¹Савчук В.П. Практическая энциклопедия. Финансовый менеджмент: 3-е изд. — К.: Companion Group, 2015. —880 с. С. 145

¹²Васюхин О.В. Экономическая оценка инвестиций. Учебное пособие/ Е.А. Павлова, О.В. Васюхин – СПб: СПб НИУ ИТМО, 2013. – 98 с.

производстве. В этом сегменте следующие параметры имеют наибольшее значение:

1. Количество запатентованных технологий и лицензий предприятия.
2. Вес инновационной продукции в общем объеме производства.
3. Средняя продолжительность развития инновационной деятельности.
4. Влияние инноваций.
5. Статус опытно-конструкторских рамок.

Информация, предоставленная в данном разделе, должна быть дополнена наглядным материалом (таблицы, схемы, и т.д.).

Описание товара или услуги.

В данном разделе бизнес-плана рассказывается об услугах или товарах, которые будет реализовывать предприятие. Привести доводы актуальности продукта и пояснить, почему именно этот продукт будет пользоваться спросом у потребителя.

Так же в разделе нужно отметить следующее:

- продемонстрировать продукт наглядно (модель, фотографии, полное описание продукта, его презентация);
- охарактеризовать потребителей, на которых будет направлен товар, рассказать какие именно и как будет удовлетворять продукт потребности потенциального покупателя;
- указать данные региона, населения, которые должны стать потребителями.

Результаты этих данных будут включены в бизнес-план; с помощью анализа потребителей и рынка сбыта в разделе будет предполагаться цена товара или услуги. Грамотно спрогнозировать стоимость продукта является самой сложной частью бизнес-плана, из-за высокого уровня инфляции.

Анализ сильных и слабых сторон товара завершается подготовкой данных, сведенных в таблице 1.1¹³ [16].

Таблица 1.1

Анализ сильных и слабых сторон товара

Сильные стороны товара		Слабые стороны товара	
Преимущества	Причины преимущества	Недостатки	Методы их преодоления
1.Высокое качество.	1.Уникальное оборудование	1.Высокая цена	1.Снижение цены за счет роста объемов
2.Низкая цена.	2.Низкий уровень конкуренции.	2.Не презентабельный внешний вид.	2.Разработка нового дизайнерского проекта.
3.Внешний вид товара.	3.Уникальный проект товара.	3.Низкое качество.	3.Покупка современного оборудования.

Маркетинговый план.

В данном разделе указываются необходимые элементы маркетинга. Какие именно мероприятия должны проводиться, в какой период времени и на какие средства.

Деятельность предприятия сегодня сопряжена с постоянной работой на различных рынках. Именно поэтому важно заранее изучить ситуацию и выбрать верную стратегию маркетинга¹⁴ [19].

Этот раздел бизнес-плана будет полезен не только потенциальным инвесторам или партнерам, он так же подойдет для личного внутреннего пользования.

Основные фигуры раздела:

1. Ценообразование: способ определения цен; ожидаемая рентабельность.

¹³Горемыкин В.А. Планирование предпринимательской деятельности фирм. - М.: ИНФРА-М, 2014. - 367 с. – С. 117

¹⁴Журавлева Т. А. Маркетинговые коммуникации в сфере сервиса // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2014. № 3. С. 33–37.

2. Способ распространение товара: через собственные торговые точки; через интернет-магазин или социальные сети; с помощью оптовых организаций.

3. Стимулирование сбыта: за счет расширения ассортимента; за счет новых способов привлекать потребителей.

4. Реклама: способ организации рекламной компании; необходимые средства.

Общественное мнение о товаре играет большую роль для успешного бизнеса, разработка различных методов направленных на это, поможет добиться желаемого результата.

Производственный план.

Производственный план неотъемлемая часть бизнес-плана. В нем отражаются как нужное оборудование и ресурсы для производства, так и необходимый персонал. Это раздел бизнес-плана показывает потенциальным инвесторам или партнерам, что предприятие в состоянии выпускать той или иной товар качественно, в нужном количестве и в обозначенные сроки.

Главная задача производственного плана - это выбрать наилучший вариант использования ресурсов и производственного потенциала, обеспечивающего наибольший эффект¹⁵ [29].

В этом разделе представлены задачи, которые возникают во время производства и необходимые, для них, решения.

Раздел должен быть прост для ознакомления. Сложные технические термины нужно свести к минимуму, так как данный раздел бизнес-плана направлен на потенциальных инвесторов или партнеров, а они зачастую, не обладают знаниями технического характера. Но проблемы производства и производственные процесс должен быть продемонстрирован наглядно и иметь доходчивое описание.

¹⁵ Пашкина Т.И. Бизнес-планирование предприятия: Учебное пособие / Т.И. Пашкина, Л.Р. Захарова, Р.Д. Алчанова. – Уфа: Уфимск. гос. академия экономики и сервиса, 2017. – 98 с. С. 25

В производственном плане так же должны освещаться следующие вопросы:

1. Технология производственного процесса.
2. Материалы необходимые производству и у кого их достать.
3. Необходимое оборудование.
4. Структура производственного процесса. Можно наглядно продемонстрировать ее в виде схемы или графика.
5. Необходимые мощности.
6. Масштаб производства и возможное расширение производства.
7. Контроль качества продукции.
8. Месторасположение производства.
9. Необходимость в квалифицированных специалистах¹⁶ [27].

Все расчеты и аналитические данные чаще всего рассчитаны на перспективу. Крупные предприятия составляют производственный план на четыре – пять лет вперед. Организации поменьше на два – три года.

Какие потребуются ресурсы для реализации данного проекта, так же охватываются данным разделом (материалы, оборудование, производственные площади, комплектующие, рабочая сила, имеющиеся денежные средства, необходимые финансовые вложения, статистические данные, информация технического характера). В конце раздела указываются возможные издержки производства.

Организационный план.

В данном разделе указывается организационно-правовая форма собственности. Перечислится необходимый персонал и уровень его квалификации. Так же определяется тип оргструктуры фирмы.

Данный раздел, а так же его структура, зависят от вида предпринимательства (коммерческое, производственное и т.д.).
Необходимые действия в программе:

¹⁶Непомнящий Е.Г. Инвестиционное проектирование. Учебное пособие. – Таганрог; ТРТУ, 2014.

- маркетинг (рекламная компания, направление сбыта, анализ запроса потребителя);

- план производства;
- хранение и транспортировка продукции;
- послепродажное обслуживание.

Структура организационного плана состоит из разделов, таких как:

- форма собственности предприятия;
- схема организационной структуры предприятия;
- описание владельцев фирмы;
- информация о руководителях предприятия;
- персонал и его уровень квалификации;
- месторасположение фирмы.

Квалификация сотрудников играет огромную роль в исполнении бизнес-плана. Поэтому в разделе необходимо описать требования к будущим сотрудникам. Если какие-то специалисты уже наняты, необходимо дать им характеристику и указать их роль в исполнении бизнес-плана, указать уровень работоспособности в данной сфере.

Так же можно подробно описать необходимых специалистов, их профиль и уровень образования, какая для них подойдет заработная плата, для успешного ведения дел. Указать условия приема на работу, возможно установить испытательные срок. Возможно для более быстрого и качественного подбора персонала, воспользоваться услугами кадровых агентств.

Даже если фирма располагает необходимыми человеческими ресурсами, бизнес-план должен дать понять, что предприятие сможет грамотно распорядиться ими. Для этого нужно четко изложить следующие моменты¹⁷ [23]:

¹⁷ Лосев В.А. Как составить бизнес-план: практическое руководство с примерами готовых бизнес-планов для разных отраслей: [31 готовый бизнес-план] / Лосев В. А. – М.: Вильямс, 2013. - 206 с. С. 138

- требования к исполнителям каждого вида работ, необходимых для реализации бизнес-плана;
- квалификацию каждого исполнителя;
- оплата труда каждого исполнителя;
- принципы привлечения и удержания способных и высокоэффективных сотрудников;
- оценка результатов работы.

Организационная структура в разделе должна отражать:

- распределение обязанностей и полномочий сотрудников;
- сотрудничество всех отделов предприятия;
- контроль сотрудников.

Организация, которая на рынке уже не первый год, должна охарактеризовать историю создания собственности и описать ее изменения за предшествующие года.

Юридический план.

В данном разделе бизнес-плана обычно указывают, кто является учредителем предприятия, юридический адрес, и другие реквизиты фирмы. Если фирма еще не зарегистрирована и предприятие создается впервые, то указывается план, когда и где и как будет зарегистрирована фирма.

В разделе так же нужно указать форму организации предприятия:

- частная фирма;
- кооператив;
- государственная организация;
- совместный бизнес.

Планирование рисков.

В этом разделе составляется прогноз всех возможных рисков, от природных факторов (землетрясения, пожары, погодные условия и другие возможные катаклизмы) до человеческих факторов (протесты, конфликты на национальном уровне), так же учитываются экономические риски (колебание

валютного курса, инфляция и другие). Определяются и возможный момент возникновения данных рисков и их причина.

Далее в разделе следует изучения вопроса об уменьшении данных рисков, и снижения потерь от них.

В настоящее время для оценки рисков разработаны такие методы, как расчет дисперсии, анализ чувствительности, анализ сценариев, имитационное моделирование Монте-Карло и т. д.¹⁸ [40].

Так же указывается способ страхования от различных рисков, и какую сумму организация готова потратить на страховку.

Финансовый план.

В данном разделе в обобщенном виде представляются результаты разработки всех предыдущих разделов в виде финансовых показателей, терминов, стоимостных оценок и сопутствующих расчетов¹⁹ [10].

Данный раздел включает в себя: план расходов и доходов, баланс предприятия, прогноз движения денежных средств, анализ чувствительности проекта. Данный анализ помогает определить, сможет ли данный проект устоять на рынке, вне зависимости от экономических изменений, так и к изменениям внутри организации.

Финансовый план в бизнес-плане играет главную роль, так как потенциальные инвесторы в наибольшей степени интересуются именно им.

Финансовый план рассчитан на долгосрочную перспективу, чаще всего от трех до пяти лет. В первый год все финансовые показатели расписываются на каждый месяц, в последующий год на каждый квартал, затем составляется план на каждый год.

В данном разделе освещены следующие моменты:

- доходы и расходы, их соотношение;
- прибыль от объема продаж;

¹⁸ Шкурко, В. Е. Бизнес-планирование в предпринимательской деятельности: учеб. пособие/ В. Е. Шкурко, Н. Ю. Никитина. – М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. — Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2016. — 172 с.

¹⁹ Быкова Н.Г. Российское - значит качественное// Стандарты и качество. – 2017. – № 1. – С. 73-75.

- займы и кредиты, со сроками погашения, так же собственные средства;
- объем инвестируемых средств;
- срок окупаемости;
- издержки производства;
- срок выплат дивидендов.

Финансовый план помогает разработать стратегию финансирования и осветить следующие вопросы:

1. Сколько понадобится вложенных средств, для реализации инвестиционного проекта.

2. Источники финансирования (банки, собственные средства, партнеры, инвесторы и т.д.).

3. Сроки окупаемости вложенных средств и получение первой прибыли.

В финансовом плане в обязательном порядке приводятся расчеты, которые дают потенциальным инвесторам и партнерам понять, когда окупаться их вложенные средства.

В заключение настоящей главы можно сказать, что структура бизнес-плана, внешний вид и тщательная разработка очень важны. Это нужно для того чтобы потенциальные инвесторы или кредиторы отнеслись к работе серьезно, смогли уловить суть проекта и понять, стоит ли вкладываться в данный проект.

ГЛАВА 2. АНАЛИЗ РЫНКА СТРОИТЕЛЬНЫХ УСЛУГ В РЕСПУБЛИКЕ ТЫВА

2.1. Общая характеристика и исследование строительных услуг в Республике Тыва

Строительный бизнес – это прибыльная индустрия с большими финансовыми возможностями, которая имеет большие перспективы. Сегодня данный тип бизнеса является одним из самых востребованным в России, ведь он будет пользоваться спросом независимо от сезонности или экономических колебаний. По статистике, 30-40% населения в России делают частичный ремонт в своем жилье в течении года, 10% — ремонтируют дом или квартиру полностью.²⁰[31]

Бизнес идеи ремонт – это возможность организовать свой бизнес без больших капиталовложений. Предоставление данных услуг принадлежит к малому бизнесу, но высокий уровень спроса дает возможность построения надежного и крупного бизнеса, если правильно организовать работу своей команды. К примеру, в Москве рынок ремонтных услуг составляет около 50 миллиардов рублей в год. В регионах такая сумма немного ниже, но тоже существенная.²¹[33]

Отечественный рынок строительных и ремонтных услуг условно делится на два вида – нелегальный, где могут работать как строители-одиночки, так и целые бригады. Как правило, они трудятся над частными заказами, могут заниматься отделкой загородных домов, коттеджей. Их

²⁰ Севек В.К. Механизмы инвестиционно-строительной деятельности [Текст] / Е.А. Кудеева, В.К. Севек // Экономическое возрождение России. – 2012. - № 1 (31). – С.103-111

²¹ Севек В.К. Стимулирование развития жилищного строительства Республики Тыва: монография [Текст] / В.К. Севек, Ч.С. Манчык-Сат. – Кызыл: Изд-во ТувГУ, 2011. – 137 с.

основное преимущество – заниженные цены. Другой вид – это компании, которые имеют лицензию на предоставление своих услуг. Лицензии выдаются на:

- проведение строительных работ;
- проектирование;
- инженерные изыскания.

Бизнес идея по ремонту должна сопровождаться оформлением лицензии на проведение строительных работ. Специалисты рекомендуют новичкам начинать свою деятельность с легальных форм бизнеса, так как все больше клиентов желают сотрудничать только с лицензированными компаниями.

Наименование: ремонтно - строительная бригада «Субудай» (далее – бригада)

Местонахождения: Республика Тыва г. Кызыл

Директор: Сапык Субудай Шой-оолович

Форма собственности: частная.

Целью деятельности бригады является извлечение прибыли.

Основной вид предполагаемой деятельности: строительство, ремонт и квартир, домов и офисов.

На момент создания перед бригадой стоят основные цели:

1. Получение максимально возможной прибыли, достаточной для погашения заемных средств и накопления чистой прибыли для дальнейшего увеличения фондов потребления работников бригады и развития производства, своевременный и полный возврат кредитных средств.

2. Оказание населению г. Кызыла, а также населению Республики Тыва услуг по строительству малоэтажных домов, ремонту и дизайну квартир, домов, офисов.

3. Создание новых рабочих мест и тем самым снижение числа безработных в г. Кызыле Республики Тыва.

5. Завоевание основной доли строительного бизнеса в г. Кызыле и в Республике Тыва.

Для нормального функционирования бригаде необходимо изучить конкурентов, а именно: количество строительных фирм города, наименование выполняемых работ конкурентов, их ценовые стратегии, качество предоставляемых услуг, сроки выполнения заказов.

Самыми большими и сильными конкурентами предприятия будут следующие: «Ремонт квартир», «Ирина», «Ооржак» также конкурентами являются бригады приезжающие с Республики Хакасия.

2.2. Анализ деятельности ООО «Стройсервис»

Объектом исследования является Общество с ограниченной ответственностью «Стройсервис».

Юридический адрес: Республика Тыва ул. Калинина 126 а

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ:

- проектирование,
- строительство,
- реконструкция
- ремонт зданий и сооружений производственного и гражданского назначения.

Активы – это капитал, вовлеченный предприятием в хозяйственно-финансовую деятельность, и рассматриваемый с позиций его состава и размещения.

Строение баланса раскрывает высокую степень аналитичности. Это позволяет установить взаимосвязь между отдельными его статьями по активу и пассиву, а, следовательно, и источники покрытия отдельных видов имущества. Показатели структуры и динамики активов представлены в таблице 2.1.

Таблица 2.1

Общий анализ структуры баланса за 2017 год

Актив	Сумма, тыс.руб.	% к итогу	Пассив	Сумма, тыс.руб.	% к итогу
Внеоборотные активы	28637	22,2	Собственный капитал	85585	66,4
Оборотные активы	100215	77,9	Заемный капитал	43267	33,6
Итого:	128852	100	Итого:	128852	100

Из таблицы 2.1 видно, что стоимость капитала в 2017 году составляет 128 852 тыс. руб. В структуре имущества преобладает величина оборотных активов 77,9%. Положительным является факт преобладания собственного капитала над заемным, что снижает риск зависимости от внешних кредиторов.

Оценка финансовой устойчивости.

Минимальную финансовую устойчивость гарантирует соблюдение следующих условий: (все цифры приведены в тыс. руб.).

1) Собственный капитал (Пск) занимает не менее половины валюты баланса (Б), то есть больше заемного капитала. $Пск > 0,5 \cdot Б$.

2017 год: $Пск = 85\ 585$ больше половины валюты баланса.

Условие соблюдается.

2) Собственный капитал (Пск) полностью обеспечивает финансирование внеоборотных активов (Авн). $Пск > Авн$.

2017 год: $Пск = 85\ 585$, $Авн = 28\ 637$; $85\ 585 > 28\ 637$.

Условие соблюдается.

3) Активы повышенной ликвидности - дебиторская задолженность перед покупателями (Адз) в совокупности с денежными средствами (Адс) и краткосрочными финансовыми вложениями (Акфв) - «покрывают» кредиторскую задолженность (Пкз).

2017 г.: $Адз + Адс + Акфв = 58\ 375 + 1\ 564 = 59\ 939 > 39\ 960$ (Пкз).

Все условия оценки финансовой устойчивости фирмы были соблюдены, что создает благоприятные предпосылки для минимизации финансовых рисков.

Оценка деловой активности за 2017 год:

Выручка = 357 153 больше валюты баланса = 128 852;

Это свидетельствует о высокой деловой активности капитала.

Общий анализ структуры баланса за 2018 год представлен в таблице 2.2.

Таблица 2.2

Общий анализ структуры баланса за 2018 год

Актив	Сумма, тыс.руб	% к итогу	Пассив	Сумма, тыс.руб.	% к итогу
Внеоборотные активы	24153	19,5	Собственный капитал	86459	70
Оборотные активы	99429	80,5	Заемный капитал	37123	30
Итого:	123582	100	Итого:	123582	100

Как видно в таблице 2.2, стоимость совокупного капитала, вовлеченного в хозяйственную деятельность ООО «Стройсервис» в 2018 году составила 123 582 тыс. руб. В структуре имущества преобладает величина оборотных активов 80,5%. Положительным является факт преобладания собственного капитала над заемным, что снижает риск зависимости от внешних кредиторов.

По валюте баланса компания имеет малый финансовый масштаб:

$B > 200\ 000$ (до 20 млн. руб.)

По трудовому масштабу: средний размер численность рабочих 438 человек.

$100\ \text{чел.} < Ч < 1000\ \text{чел.}$

Следовательно, фирма поглощает в большом количестве трудовые ресурсы при умеренной концентрации капитала.

Оценка финансовой устойчивости.

Минимальную финансовую устойчивость гарантирует соблюдение следующих условий: (все цифры приведены в тыс. руб.).

1) Собственный капитал (Пск) занимает не менее половины валюты баланса (Б), то есть больше заемного капитала. $Пск > 0,5 \cdot Б$.

2018 год: $Пск = 86\,459$ больше половины валюты баланса.

Условие соблюдается.

2) Собственный капитал (Пск) полностью обеспечивает финансирование внеоборотных активов (Авн). $Пск > Авн$.

2018 год: $Пск = 86\,459$, $Авн = 24\,153$; $86\,459 > 24\,153$.

Условие соблюдается.

3) Активы повышенной ликвидности - дебиторская задолженность перед покупателями (Адз) в совокупности с денежными средствами (Адс) и краткосрочными финансовыми вложениями (Акфв) - «покрывают» кредиторскую задолженность (Пкз).

2018 г.: $40\,747 + 514 = 41\,291 > 31\,125$ (Пкз).

Условие соблюдается.

Все условия оценки финансовой устойчивости фирмы были соблюдены что создает благоприятные предпосылки для минимизации финансовых рисков.

Оценка деловой активности за 2018 год:

Выручка = 330 252 больше валюты баланса = 123 582.

Это свидетельствует о высокой деловой активности капитала.

В данном пункте выявляется особенность структуры капитала по составу и размещению, отслеживается динамика изменения статей актива, оценивается эффективность использования имущества. Анализ финансовой деятельности проводится на основании финансовой отчетности организации.

Основным источником информации для поведения финансового анализа является бухгалтерский баланс. Он является наиболее информативной формой для анализа и оценки финансового состояния, а структура и динамика показателей баланса отражает состояние имущества, собственного

капитала и обязательств хозяйствующего субъекта на определенную дату. Сведения о размещении капитала, имеющегося в распоряжении предприятия, содержатся в активе баланса. Аналитические данные для исследования представлены в таблице 2.3.

Таблица 2.3

Актив	2017		2018	
	Сумма, тыс.руб.	% к итогу	Сумма, тыс.руб.	% к итогу
Внеоборотные активы	28637	22,22	24153	19,54
Оборотные активы	100215	77,78	99429	80,46
Итого:	128853	100	123582	100

Исходя из данных таблицы 2.3, как в 2017 году, так и в последующем периоде наблюдается преобладание оборотных активов в структуре имущества.

Исследуя динамические сдвиги, выявлено сокращение величины активов, чему способствовали уменьшение как оборотных, так и внеоборотных активов. Соотношение внеоборотных и оборотных активов называют органическим строением капитала, он характеризует степень подвижности активного капитала, определяется по формуле (2.1).

$$ОСК = A_{вн} / A_{об} \quad (2.1)$$

где $A_{вн}$ - внеоборотные активы;

$A_{об}$ - оборотные активы.

$$ОСК_{2017} = 28\ 637 : 100\ 215 = 0,3$$

$$ОСК_{2018} = 24\ 153 : 99\ 429 = 0,2$$

$ОСК < 0,8$, это означает высокая степень подвижности капитала, создает предпосылки для хорошей оборачиваемости и ликвидности.

Коэффициент реальной стоимости имущества характеризует долг производственных активов в общей величине капитала, рассчитывается по формуле (2.2).

$$K_{р.с.и.} = A_{ос} + A_{мат} + A_{нп} + A_{рбп} / B \quad (2.2)$$

где A_{oc} – основные средства;

A_{mat} – сырье и материалы;

$A_{нп}$ – затраты в незавершенном производстве;

$A_{рбп}$ – расходы будущих периодов;

2017 год: $K_{p.c.i.} = 21\,054 + 28\,206 + 0 + 0 / 128\,852 = 0,4$

2018 год: $K_{p.c.i.} = 16\,566 + 29\,246 + 8\,865 + 0 / 123\,852 = 0,4$

В 2017 и в 2018 годах значения ниже 0,5, то есть ниже нормативного значения, что свидетельствует о недостаточно интенсивном вложении капитала в средства производства.

Изучая активы баланса необходимо более подробно изучить его составляющие, в связи с этим, рассмотрим структуру и динамику внеоборотных активов предприятия.

Таблица 2.4

Структура и динамика внеоборотных активов

Наименование	2017		2018		Отклонения	
	Сумма, тыс.руб	%	Сумма, тыс.руб	%	Сумма, тыс.руб	%
Всего внеоборотных активов:	28637	100	24153	100	-4484	-15,7
Основные средства	21054	73,5	16566	68,6	-4488	-21,3
Нематериальные активы	5	0,02	4	0,02	-1	-20
Отложенные налоговые активы	7577	26,5	7583	31,4	6	0,08

Из таблицы 2.4 можно отметить, что структура внеоборотных активов представлена преимущественно основными средствами, которые в 2017 году составляли 73,5 %, в 2018 году их доля сократилась до 68 %. В абсолютном выражении основные средства сократились на 4 488 тыс. руб.

Отсутствие финансовых вложений в компании означает, что компания работает автономно от основного учредителя. Отложенные налоговые обязательства в 2018 году увеличились и составили 31,4 %. Нематериальные

активы составили 0,02% в 2017 и в 2018 годах. Доля нематериальных активов и налоговых обязательств в структуре активов невелика.

Данные о структуре и динамике оборотных активов представлены в таблице 2.5.

Таблица 2.5

Структура и динамика оборотных активов

Наименование	2017		2018		Отклонения	
	Сумма, тыс.руб	%	Сумма, тыс.руб	%	Сумма, тыс.руб	%
Оборотные активы – всего, в том числе:	100215	100	99429	100	-787	-0,79
Запасы и затраты	39530	39,4	50696	51	11166	28,2
дебиторская задолженность	59121	59	48205	48,5	-10916	-18,5
денежные средства	1564	1,6	514	0,5	-1050	-67,1
Прочие оборотные активы	-	-	14	0,014	-	-

По данным таблицы 2.5, что наибольший удельный вес в структуре оборотных активов приходится на дебиторскую задолженность: 59% в 2017 году, 48,5% в 2018 году.

Изучая динамику, видно снижение оборотных активов на 0,79 %, данный факт был обеспечен снижением дебиторской задолженности на 18,5% и снижением денежных средств на 67,1 %. Величина запасов и затрат, а так же прочих оборотных активов подлежала увеличению.

Анализ оборачиваемости оборотных средств представлен таблице 2.6.

Таблица 2.6

Анализ оборачиваемости оборотных средств

Показатели	Единица измерения	2017г.	2018г.
Выручка от реализации продукции	тыс. руб.	357153	330252
Текущие активы	тыс. руб.	100216	99429
Оборачиваемость оборотных средств		3,56	3,32
Продолжительность оборота	дней	102,53	109,94

Оборачиваемость оборотных средств рассчитывается по формуле 2.3

$$Ooc = Vr / \text{Активы} \quad (2.3)$$

$$Ooc \text{ 2017} = 330252/99429=3,32;$$

$$Ooc \text{ 2018} = 357153/100216=3,56;$$

Продолжительность оборота рассчитывается по формуле 2.4

$$Об = 365 / Ooc \quad (2.4)$$

$$Об \text{ 2017} = 365/3,32 = 109,94;$$

$$Об \text{ 2011} = 365/3,56= 102,53;$$

В 2018 году по сравнению с 2017 произошло замедление оборачиваемости оборотных средств на 0,24 оборота, что выразилось в замедлении прохождения оборотных активов по всем стадиям кругооборота на 7 дней. В 2018 году продолжительность одного оборота составила 109,9 дней. Данная ситуация была обусловлена преобладающим снижением выручки.

Большое влияние на оборачиваемость капитала, вложенного в оборотные активы, а, следовательно, и на финансовое состояние предприятия оказывает увеличение или уменьшение дебиторской задолженности. Анализ оборачиваемости дебиторской задолженности представлен в таблице 2.7.

Таблица 2.7

Оборачиваемость дебиторской задолженности

Показатели	Единица измерения	2017г.	2018г.	Отклонение
Дебиторская задолженность, в т.ч.:	тыс. руб.	59121	48205	-10916
Выручка от реализации продукции	тыс. руб.	357153	330252	-26901
Доля дебиторской задолженности в выручке от реализации	%	16,6	14,6	-2
Оборачиваемость дебиторской задолженности (обороты)		6,04	6,85	0,81
Период погашения дебиторской задолженности	дней	60,4	53,3	-7,1

По данным таблицы 2.7 сумма дебиторской задолженности в 2018 году составляет 48205 тыс. руб. (14,6%), данная величина задолженности является приемлемой для компании и в такой ситуации оправдывается спецификой деятельности компании. В 2017 году дебиторская задолженность составляла 16,6 %, это на 2 % больше по сравнению с 2018 годом.

Анализ структуры пассива баланса необходим для оценки рациональности формирования источников финансирования деятельности организации и ее рыночной устойчивости. Финансовое положение организации во многом зависит от оптимальности соотношения собственного и заемного капитала. Общий анализ структуры и динамики источников представлен в таблице 2.8

Таблица 2.8

Структура обязательств предприятия

Показатели	2017 год		2018 год		Отклонение
	Сумма, тыс.руб	% к итогу	Сумма, тыс.руб	% к итогу	
Всего источников:	128852	100	123582	100	-5270
в том числе:					
собственных	85585	66,4	86459	70	874

Продолжение таблицы 2.8

заемных	43267	33,6	37123	30	-6144
из них:					
долгосрочных	1070	0,83	1657	1,34	587
краткосрочных	42197	32,7	35466	28,7	-6731

В данной таблице видно, что произошло увеличение собственных источников в структуре пассивного капитала на 874 тыс. руб. Доля собственных источников повысилась за счет увеличения суммы нераспределенной прибыли. В 2018 году сумма долгосрочных обязательств составляет 1657 тыс. руб. произошло увеличение в сравнении с 2017 годом на 587 тыс. руб., что является отрицательным фактором деятельности компании.

Исследование структуры пассивов, указывает на удовлетворительную структуру источников средств компании и на благоприятную тенденцию увеличения доли собственных средств.

Финансовое состояние характеризуется обеспеченностью финансовыми ресурсами, необходимыми для нормального функционирования предприятия, эффективным их использованием, платежеспособностью и финансовой устойчивостью.

Финансовая устойчивость – характеристика, свидетельствующая о стабильном превышении доходами расходов, свободном маневрировании денежными средствами предприятия и эффективном их использовании в бесперебойном процессе производства и реализации продукции. Финансовая устойчивость формируется в процессе всей производственно-хозяйственной деятельности и является главным компонентом общей устойчивости предприятия. Анализ финансовой устойчивости предприятия проведем в таблице 2.9.

Таблица 2.9

Показатели обеспеченности материальных активов источниками финансирования

Показатели	2017год	2018 год	Отклонения, тыс. руб.
Собственный капитал	85 585	86 459	874
Внеоборотные активы	28637	24153	-4484
Собственные оборотные средства	56948	62306	5385
Долгосрочные пассивы	1070	1657	587
Собственные и долгосрочные источники	58018	63963	5945
Краткосрочные кредиты и займы	902	-	-
Общая величина основных источников	58920	63963	5043
Общая величина запасов и затрат	39530	50696	11166
Излишек (+) или недостаток (-) СОС	17418	11610	-5538
Излишек (+) или недостаток (-) собственных и долгосрочных источников	18488	13267	-5221
Излишек (+) или недостаток (-) общей величины основных источников	19390	13267	-6123

Анализ финансового состояния. Компания относится к первому типу финансовой устойчивости: $A_{зз} \leq COC$, абсолютная финансовая устойчивость запасы и затраты полностью обеспечены собственными источниками финансирования. «Консервативная политика» управления пассивами.

Рассчитаем коэффициент финансирования по формуле 2.5, он показывает уровень обеспеченности запасов и затрат нормальными источниками.

$$K_{фин.} = (COC + П_{дс} + П_{кс}) / A_{зз} \quad (2.5)$$

где COC - собственные оборотные средства

П_{дс} - долгосрочные пассивы

П_{кс} - краткосрочные пассивы

A_{зз} - запасы и затраты

$$2017 \text{ год: } K_{фин.} = (56\,948 + 1\,070 + 902) / 39\,530 = 1,5$$

$$1,5 > 1$$

$$2018 \text{ год: } K_{\text{фин}} = (62\,306 + 1657 + 0) / 50\,696 = 1,3$$

$$1,3 > 1$$

Коэффициент финансирования в 2017 и в 2018 годах больше единицы, это означает что у компании высокая степень защиты от финансовых рисков правостороннего и смешанного типов. Возможна проблема избыточности финансовых ресурсов.

Коэффициентный анализ финансовой устойчивости представлен в таблице 2.10.

Таблица 2.10

Коэффициентный анализ финансовой устойчивости

Коэффициенты	2017 год	2018 год	Отклонение	Нормативное значение
Коэффициент автономии, Кавт	0,66	0,70	0,04	$\geq 0,5$
Коэффициент обеспеченности запасов и затрат, Кобзз	1,47	1,26	-0,21	$\geq 0,6$
Коэффициент обеспеченности оборотных активов, КобАоб	0,57	0,63	0,06	$\geq 0,1$
Коэффициент маневренности, Кман	0,68	0,74	0,06	$> 0,3$

Коэффициент автономии ниже нормативного значения, это значит, что предприятие неустойчиво. Коэффициент Обеспеченности запасов соответствует нормативному значению - это значит, что компания в меньшей степени формирует свои запасы и затраты с помощью заемного капитала и следовательно выше ее финансовая устойчивость. Коэффициент обеспеченности оборотных средств соответствует нормативному – это значит, что у компании высокая финансовая устойчивость. Коэффициент маневренности соответствует нормативному значению – это значит, что компания финансово независима.

Ликвидность баланса определяет такое состояние его статей, когда обязательства различной степени срочности можно погасить имуществом

соответствующей ликвидности. Группировка статей баланса по степени ликвидности приведена в таблице 2.11.

Таблица 2.11

Группировка статей баланса (тысячи рублей.)

Актив	2017 г.	2018 г.	Пассив	2017 г.	2018г.
Наиболее ликвидные активы, Анл	1564	514	Наиболее срочные обязательства, Пнс	39960	31125
Быстрореализуемые активы, Абр	59121	48219	Краткосрочные обязательства, Пкс	902	-
Медленно реализуемые активы, Амр	39530	50696	Долгосрочные обязательства, Пдс	1070	1657
Труднореализуемые активы, Атр	28637	24153	Постоянные пассивы, Пп	86920	90800
Итого:	128852	123582	Итого:	128852	123582

По данным таблицы 2.11 можно оценить ликвидность предприятия, которая признается абсолютной, если соблюдаются пропорции.

$Анл > Пнс$; $Абр > Пкс$; $Амр < Пдс$; $Атр < Ппост$

2017 г. $Анл (1564) < Пнс (39960)$ – условие не выполняется

2018 г. $Анл (514) < Пнс (31125)$ – условие не выполняется

Для компании условие абсолютной ликвидности не выполняется. У компании отсутствуют средства для оплаты наиболее срочных обязательств.

2017г. $Абр (59121) > Пкс (902)$ – условие выполняется

2018г. $Абр (48219) > Пкс (0)$ – условие выполняется.

В среднесрочном плане у компании имеются средства для оплаты своих обязательств.

2017г. $Амр (39530) > Пдс (1070)$ – условие не выполняется

2018г. $Амр (50696) > Пдс (1657)$ – условие не выполняется

У компании не имеется средств для оплаты долгосрочных обязательств.

2017г. $Атр (28637) < Ппост (86920)$ – условие выполняется

2018г. $Атр (24153) < Ппост (90800)$ – условие выполняется

В соответствии с четвертым неравенством компания предварительно можно признать финансово устойчивой.

Таблица 2.12**Расчет коэффициентов ликвидности**

Наименование коэффициента	2017 год	2018 год	Нормативное значение
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,04	0,02	>0,05
Коэффициент критической ликвидности	1,5	1,6	≥ 1,0
Коэффициент текущей ликвидности	2,5	3,2	≥1,5

Оценивая данные таблицы 2.12, следует заметить, что гарантом обеспечения срочных обязательств является коэффициент абсолютной ликвидности, значение которого по предприятию составляет 0,02, что указывает на то, что предприятие в 2018 году не может рассчитаться по своим наиболее срочным обязательствам.

При условии привлечения средств в расчетах компания также не сможет погасить все свои текущие обязательства.

Коэффициент текущей ликвидности составил в 2018 году 3,2. Если фактическое его значение выше 1,5, то это является одним из оснований признания компании платежеспособной.

Таким образом, компания финансово устойчива и относительно платежеспособна, что подтверждается показателями финансовой устойчивости и платежеспособности, представленными в расчетных таблицах.

Таблица 2.13**Финансовые результаты**

Показатели	2017	2018	Отклонения	
			Сумма, тыс. руб	%
Выручка от реализации продукции	357153	330252	-26901	-7,53
Полная себестоимость	332446	297798	-34648	-10,42
Управленческие расходы	29261	29099	-162	-0,55
Прибыль (убыток) от продаж	-4554	3355	7909	-173,7

Продолжение таблицы 2.13

Проценты к уплате	861	3	-858	-99,7
Прочие доходы	5088	6553	1465	28,8
Прочие расходы	6342	8440	2098	33,1
Прибыль(убыток) до налогообложения	-6669	1514	8183	-122,7
Чистая прибыль(убыток)	-6744	873	7617	-112,9

По данным таблицы 2.13 можно увидеть, чистая прибыль снизилась на 112,9 %. Уменьшение выручки от реализации составило в 2018 году 7,53%. Отрицательным фактором является то, что темпы роста себестоимости (10,42%) опережают темпы роста выручки от реализации. Деловая активность проявляется в динамичности развития компании, в финансовом аспекте, прежде всего, проявляясь в скорости оборота оборотных средств.

Анализ деловой активности заключается в исследовании уровней и динамики разнообразных финансовых коэффициентов – показателей оборачиваемости. Проведем его в табл. 2.14.

Таблица 2.14

Показатели деловой активности

Показатели	2017 год	2018 год	Отклонение
Коэффициент деловой активности	2,77	2,67	-0,1
Фондоотдача основных средств	17,0	19,9	2,9

Коэффициент деловой активности характеризует эффективность использования предприятием своих средств. Оборачиваемость активов замедлилась на 0,1 оборот за счет замедления оборачиваемости оборотных активов. Данный факт указывает на снижение деловой активности компании. Оборачиваемость основных средств (фондоотдача) увеличилась на 2,9. Оборачиваемость оборотных средств замедлилась на 0,24 оборота. Оборачиваемость собственных источников имущества замедлилась на 0,48 оборота, в 2018 году у компании не было заемного капитала.

Для дальнейшей характеристики эффективности деятельности организации используется относительный показатель – рентабельность,

оценить результат эффективности от вложения средств. Анализ показателей рентабельности проведем в таблице 2.15.

Таблица 2.15

Показатели рентабельности			
Показатели	2017 год	2018 год	Отклонения, %
Рентабельность продаж	-1,28	1,02	2,3
Рентабельность основной деятельности	-1,37	1,13	2,5
Рентабельность активов	-5,18	1,23	6,41
Рентабельность собственного капитала	-7,76	0,96	8,72

Проанализируем показатели таблицы 2.15. Рентабельность продаж показывает, сколько процентов прибыли от продаж приходится на выручку от реализации. В данном случае можно отметить, что в 2017 году из-за получения убытка от продаж, деятельность предприятия признавалась нерентабельной. Однако в 2018 году удалось стабилизировать ситуацию, в результате, показатель рентабельности продаж составил 1,02%.

Рентабельность основной деятельности указывает на то, что компания получает 1,13 руб. прибыли от продаж на рубль затрат, что выше показателя 2017 года на 2,5 %.

Рентабельность активов показывает, что на вложенные активы компания получает 1,23 % прибыли, что является положительным, так как с помощью этих же активов компания будет в следующем периоде своей деятельности получать прибыль.

Рентабельность собственного капитала компании позволяет установить зависимость между величиной инвестируемых собственных ресурсов и размером прибыли, полученной от их использования. В данном случае показатель составляет 0,96% прибыли на собственный капитал.

По данным расчетам можно сказать, что в 2018 году компания рентабельна, хотя показатели рентабельности имеют весьма низкие значения.

Таблица 2.16**Анализ эффективности управления и использования основных фондов**

Показатели	Нормативное значение	2017 год	2018 год	Отклонения
Фондоотдача	>1,0-2,0	17	19,9	2,9
Фондоемкость	<0,5-1,0	0,06	0,05	-0,01
Фондорентабельность	>0,5-0,7	-0,22	0,20	-0,02

Фондоотдача позволяет оценить степень использования совокупности фондов по предприятию. В данном случае, показатель соответствует нормативному значению.

Фондоемкость, обратный показатель фондоотдачи основных средств, он показывает, что количество основных производственных фондов компании, необходимых для оказания услуг на 1 руб. сократился, что является положительным фактором, так как интенсивный путь ведения хозяйства предполагает систематический рост фондоотдачи и систематическое снижение фондоемкости.

Доля прибыли от продаж на рубль стоимости основных средств составила в 2018 году 0,20%, отчего можно сделать вывод, что эффективность использования основных средств в отчетном году несколько выше.

Глава 3. РАЗРАБОТКА БИЗНЕС-ПЛАНА ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОЕКТА ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ СТРОИТЕЛЬНОЙ БРИГАДЫ В Г. КЫЗЫЛ

3.1. Бизнес-концепция проекта организация работы строительной бригады в г. Кызыл

3.1.1. Информация об инициаторах проекта

Инициатором проекта является Сапык Субудай Шой-оолович.

Реализация бизнес-плана позволит решить следующие задачи:

- создать новые рабочие места;
- позволить получить доступное жилье.

ООО «Стройсервис» предлагается создать и организовать работу строительной бригады в г. Кызыл.

Общее количество работников – 6 человек. Основной производственный фонд заработной платы с учетом налогов и страховых взносов, связанных с доходами физических лиц, составляет 1440000 руб. в год и 120000 руб. в месяц.

3.1.2. Концепция проекта

Бизнес-идея: создание и организация строительной бригады для строительства доступного жилья.

Поэтому в данной работе планируется разработать проект по строительству дома.

Проблема улучшения жилищных условий населения была и остается актуальной. Главным направлением в возведении жилых домов является крупноэлементное домостроение. Вместе с тем необходимо широко

использовать и местные строительные материалы, а также мелкогабаритные изделия, что особенно актуально для сельской местности, отдаленных районов, железнодорожных поселков.

Разработка проекта ведется в соответствии с указаниями нормативно-конструктивных документов по строительному проектированию и требованиями унификации объемно-планировочных параметров изделий и санитарно-технического оборудования на основе единой модульной системы, экономии расходования строительных материалов, техники безопасности и противопожарных мероприятий.

3.1.3. Текущее состояние проекта

В настоящее время определены:

- генеральный план индивидуального жилого дома;
- сметный расчет затрат на материалы по постройке дома 119,01 м².
- определен порядок привлечения инвестиций для реализации проекта;
- разработан финансовый план инвестиционного проекта.
- рассчитана инвестиционная привлекательность проекта.

3.2. Маркетинг и продажи

3.2.1 Маркетинговая стратегия

При разработке данного раздела был изучен рынок сбыта и выявлены потенциальные клиенты, а также спрогнозирован их спрос на услуги данного предприятия при установленных ценах.

Основная часть будущих клиентов нашей бригады - люди в возрасте от 18 до 75 лет, с уровнем доходов средним и выше среднего, проживающие в Республике Тыва.

Маркетинг бригады заключается в деятельности (управленческой и организационной) по производству и предоставлению услуг на основе предварительного изучения рынка. Таким образом, для успешной деятельности необходимо изучить рынок:

- потребности (нужд в оказании услуг, которые планирует предоставлять предприятие),

- спрос населения на ремонтно-строительные услуги, потенциал рынка (максимальное количество предоставления определенного вида услуг за конкретный период),

- конкуренты (иные строительные бригады), количество и степень заинтересованности потребителей.

Основополагающей идеей деятельности на рынке – концепцией маркетинга предприятия является концепция товара – мы будем удовлетворять потребителей, которые имеют склонность потреблять услуги высшего качества с надежными эксплуатационными свойствами, которые планирует предоставлять бригада. Поэтому возникает потребность в усовершенствовании строительных услуг, модификации и модернизации уже существующих на рынке услуг, предоставления гарантий, которую бригада планирует удовлетворить в своей деятельности.

Согласно рекомендациям основоположника рекламы Вильяма Скотта, реклама должна представлять в выгодном свете продукт не сам по себе, а как средство удовлетворения какой-либо одной или нескольких потребностей. Поэтому она призвана создать потребителей некий мысленный «образ» товара (имидж) который в их сознании будет ассоциироваться с данным изделием. Образом товара, преподносимым рекламой, может быть, например, здоровье (для лекарственных препаратов), красота (для косметических средств), комфорт семейное счастье (для предметов

домашнего обихода), скорость и принадлежность как минимум к «среднему классу» (для спортивных автомобилей) и т.д.²² [26].

В нашем случае рекламные мероприятия должны быть направлены прежде всего на то, чтобы привлечь заказчиков.

Для этой цели необходимо провести следующие мероприятия:

- размещение рекламы в средствах массовой информации;
- реклама в газетах, журналах, печатная реклама (буклеты, визитки);
- интернет реклама (создание официального сайта, в ВК, одноклассниках и других сайтах);
- проведение различных акций, привлекающих клиентов.

Неспециализированные и торговые журналы могут быть эффективны с точки зрения увеличения объемов продаж, сохраняя дополнительных торговцев вашей продукции и услуг, рекрутируя их на различных территориях, а так позволяя увеличить, сбыт через систему почтовых заказов. Реклама в них может долгое время способствовать проталкиванию результатов хотя бы потому, что данные публикации могут многие месяцы лежать под рукой в офисе и дома. По этой причине также реклама может рассчитывать на самого разнообразного читателя. В журналах хорошо смотрятся фотографии, а полноцветная репродукция является весьма полезной, если вам нужно представить внешний вид товара.

Реклама в журналах имеет преимущество перед телевизионной. Во-первых, она обеспечивает передачу большего объема информации; во-вторых, читатель по свое желанию может в любое время вернуться к заинтересовавшему его рекламному материалу и перечитать его сам или ознакомить с ним членов своей семьи. С этой точки зрения пресса (газеты, журналы и т.п.) является более удобным средством для рекламы потребительских товаров длительного пользования, поскольку решение об их

²² Максимкина Е.А., Лоскутова Е.Е., Дорофеева В.В. Конкурентоспособность медицинской организации в условиях рынка. - М.: МЦФЭР, 2011. - 256 с.

покупке принимается, как правило, коллективно и основывается на обсуждении членами семьи достоинств и недостатков различных марок изделий²³ [36].

Конечно, в подобных средствах массовой информации есть и свои минусы. С одной стороны, требуется значительней промежуток времени для окончательных результатов - вашу продукцию могут купить и через несколько месяцев благодаря подобной рекламе. С другой стороны, стоимость места для рекламы в журнале высока.

Таблица 3.1

Преимущества и недостатки основных каналов рекламной информации

Средства информации	Преимущества	Недостатки
Газеты	Быстро достигает потенциального покупателя. Низкие затраты на экземпляр. Быстрый учет изменений. Широкий охват рынка	Конкуренция с другой рекламой и колонками новостей
Журналы	Продолжительная рекламная жизнь. Разнообразие читателей. Способность к отбору рынка. Хорошие репродукции фотографий. Возможность цветного изображения	Отложенная результативность. Трудно оценить влияние на изменение продаж. Более высокие затраты на экземпляр, чем для газет
Радио	Быстрые результаты. Быстрое время достижения. Относительно недорого. Способность к отбору рынка	Короткая жизнь посланий. Ограничено одним органом чувств. Фрагментарность аудитории. Большая
Телевидение	Быстрые результаты воздействия. Широкий охват. Запланирован быстрый учет изменений	Высокая стоимость времени передач. Высокая стоимость производства рекламных роликов. Короткая жизнь посланий
Интернет	Оперативность, быстрые результаты воздействия, комбинация преимуществ газет и телевидения, относительно невысокая стоимость. Объем предоставляемой информации потенциально не ограничен	Специфическая аудитория (не все люди имеют доступ к Интернету), возможность потонуть в гигантском объеме информации, предоставляемой в Интернет. Неустойчивый, зарождающийся рынок
Прямая почта	Наиболее убедительный вид рекламы. Может достичь особо выделенные группы	Высокая стоимость за экземпляр. Проблема «мусорной корзины»

²³Терегина Т.К., Титкова Л.М. Реклама в бизнесе. М.: Маркетинг, 2016. - 236 с. – С. 140-142

Любое рекламное послание, которое используется, должно быть нацелено в первую очередь на то, чтобы информировать людей о его продукции и (или) услуги и убедить их сделать покупку. Каждое послание должно:

- быть ясным, изложенным языком выделенного потребителя;
- вызывать интерес;
- взывать к нуждам и чаяниям людей;
- подчеркивать желаемые черты продукции или услуги
- выглядеть убедительными;
- мотивировать, почему ее нужно покупать;
- информировать о том, где можно купить.

В зависимости от интересов человека, его потребностей один и тот же рекламный текст может вообще не восприниматься или восприниматься с разной степенью глубины, одна и та же реклама может сформировать у разных людей совершенно различные реакции. На характер восприятия влияют особенности личности, настроение и эмоциональное состояние, обстановка, ценностные ориентации (житейские критерии ценностей, их индивидуальная иерархия), демографические и национальные особенности и многие другие факторы.

В целях продвижения предприятия будут использоваться различные виды рекламы, такие как буклеты, визитки, реклама в СМИ и интернет реклама.

Годовой бюджет на маркетинг в целом обобщим в таблице 3.2.

Таблица 3.2

Затраты на маркетинг, руб.

Статьи затрат	Сумма, руб.
Рекламные буклеты, визитки	4000
Реклама в средствах массовой информации	3000
Интернет-реклама	3000
ИТОГО в месяц	10000
ИТОГО в год	120000

Таким образом, бюджет на маркетинг составит 40000 руб. Эти средства планируется потратить на размещение рекламных буклетов в местах большого скопления родителей с детьми, на объявления в газетах и СМИ, на изготовление вывесок, интернет-реклама. Формирование спроса заключается в том, чтобы сообщить потенциальному клиенту о существовании определенных видов услуг, которые удовлетворяли бы их потребности на сегодняшний день.

3.2.2. SWOT-анализ инвестиционного проекта

Любое сегментирование начинается со всестороннего изучения рыночной ситуации, в которой работает строительная компания, и оценки типов возможностей и угроз, с которыми она может столкнуться. Отправной точкой для подобного обзора служит SWOT-анализ, один из самых распространенных видов анализа в условиях рынка. Проще говоря, SWOT-анализ позволяет выявить и структурировать сильные и слабые стороны строительной фирмы, а также потенциальные возможности и угрозы. Достигается это за счет того, что менеджеры должны сравнивать внутренние силы и слабости своей строительной компании с возможностями, которые дает им рынок. Исходя из качества соответствия делается вывод о том, в каком направлении строительная организация должна развивать свой бизнес и в конечном итоге определяется распределение ресурсов по сегментам²⁴[30].

В этом параграфе рассматриваются сильные и слабые стороны, возможности и угрозы по отношению к изучаемым сегментам или рынкам. Для определения относительной важности каждой из перечисленных составляющих SWOT необходим обширный ряд входных данных. Изучив этот параграф, можно построить SWOT-анализ для каждого сегмента.

²⁴Ример, М. Экономическая оценка инвестиций / Под ред. М. Римера. 3-е изд., перераб. и доп. (+CD с учебными материалами). — СПб.: Питер, 2013. —326 с.

Объекты в рамках каждого элемента (например, сильные стороны) ранжируются по значимости: первой будет идти самая важная сила, затем вторая и так далее.

Благодаря своей концептуальной простоте SWOT стал легко применимым для менеджеров и столь же подверженным неправильному применению. Для его проведения не требуются ни обширные базы данных, ни формальная подготовка. Любой, кто хоть немного знаком со строительной компанией и имеет представление о рынке строительных услуг, может составить простой SWOT²⁵ [37]. С другой стороны, присущая анализу простота может привести к поспешным и бессмысленным выводам, полным таких неопределенных и двусмысленных понятий, как «эксплуатационная характеристика продукта», «современное оборудование», «цены». Вдобавок, пользователи иногда забывают об объективности и полагаются на устаревшую или ненадежную информацию.

Таблица 3.3

Оценка сильных и слабых сторон

<i>Сильные стороны</i>	<i>Слабые стороны</i>
<p>Строительная бригада имеет хорошую репутацию Предприятие имеет связи в правительственных структурах. Продумана схема получения разрешений, строительства и ввода в эксплуатацию объектов недвижимости. Квалифицированные строители. Эффективный менеджмент (опытные руководители).</p>	<p>Экономия на материалах приводит к снижению качества построенных объектов. Недостаток денежных средств, т.к. деньги находятся в обороте. Получение оплаты труда в конце выполнения заказа</p>
<i>Возможности</i>	<i>Угрозы</i>
<p>Приобретение земельного участка и строительство малоэтажных домов в черте города (окраина, левобережные и правобережные дачи) – сектор эконом жилья Увеличение количества покупателей за счет зачета имеющейся недвижимости в счет покупки новой. Выход на рынок соседней области</p>	<p>Появление конкурирующих организаций, строящих жилье в тех же районах. Увеличение себестоимости строительства из-за роста цен на строительные материалы.</p>

²⁵ Торосян Е. К. Бизнес-планирование. Учебное пособие / Л. П. Сажнева, А. В. Варзунов. – СПб: Университет ИТМО, 2015. – 90 с.

По результатам SWOT-анализа можно отметить, что у строительной бригады имеются много сильных сторон и обладает достаточными возможностями для дальнейшего развития.

3.3. Ценообразование и план продаж

Одним из важнейших факторов маркетинга является ценообразование.

Итак, как выше уже было упомянуто деятельность строительной ремонтной бригады будет заключаться в предоставлении ремонтных и строительных работ.

Примерные цены на услуги бригады представлены в таблице 3.1. см. в прил. 1.

3.3.1. Проект по строительству доступного жилья

Итак, отдельно представим проект доступного жилья и примерные затраты на жилье.

Район строительства: г. Кызыл

Тип дома: двухэтажный (второй этаж – мансардный) деревянный дом

Материал основных элементов здания:

Фундамент – ленточный

Наружные стены – брус 200 мм.

Перекрытия – по деревянным балкам

Кровля – мансардная

Покрытие – металлочерепица

Наружная отделка – деревянная обшивка

Цоколь – натуральный камень

Здание принадлежит:

- ✓ по назначению: жилое;
- ✓ по этажности: малоэтажное

- ✓ по долговечности: II степень (здания со сроком службы 50-100 лет);
- ✓ по огнестойкости: II степень;
- ✓ по капитальности: II степень.



Рис. 3.1. 2 – х этажный жилой дом

На рисунке 3.1 показан примерный вид помещения строительной бригады.

Высота первого этажа – 3.1 м. (схематичная планировка помещения представлена в прил. 1)

Толщина перекрытия между первым и мансардным этажами – 300 мм

Здание не содержит подвалов и технических подполей.

Проектирование входного узла и лестницы

Для главного входа выбрано крыльцо с прямым входом. Вход в дом осуществляется через террасу, а затем через тамбур, заглубленный в основной объем коттеджа. Наружная и внутренняя двери тамбура шириной 1100 мм и высотой 2200 мм расположены по одной оси.

Площадь застройки определяется, как площадь горизонтального сечения по внешнему обводу здания первого этажа, включая выступающие части.

$$S_{\text{тер}} = 115,76 \text{ м}^2$$

Площадь общая определяется, как сумма площадей всех помещений здания.

$$S_{\text{общ}} = 215,68 \text{ м}^2$$

Площадь жилая определяется, как сумма площадей всех жилых помещений здания.

$$S_{\text{жил}} = 119,01 \text{ м}^2$$

Строительный объем определяется, как сумма строительных объемов подземных и надземных частей здания, без учета выступающих частей, балконов.

$$V_{\text{стр}} = 181,08 \text{ м}^2 \cdot 3 \text{ м} = 543,24 \text{ м}^3$$

Коэффициент целесообразности планировки здания

$$K_1 = S_{\text{жил}} / S_{\text{общ}} = 119,01 \text{ м}^2 / 215,68 \text{ м}^2 = 0,552$$

Коэффициент использования внутреннего (строительного) объема здания, м

$$K_2 = V_{\text{стр}} / S_{\text{жил}} = 543,24 \text{ м}^3 / 119,01 \text{ м}^2 = 4,56 \text{ м}.$$

Выбраны бескаркасная (стеновая) конструктивная система и перекрестное расположение внутренних несущих стен.

Фундамент ленточный, сборный из фундаментных подушек и фундаментных блоков. Глубина заложения фундамента:

$$H^p = H^н \cdot m + 0,2 = 2 \cdot 0,7 + 0,2 = 1,6 \text{ м}.$$

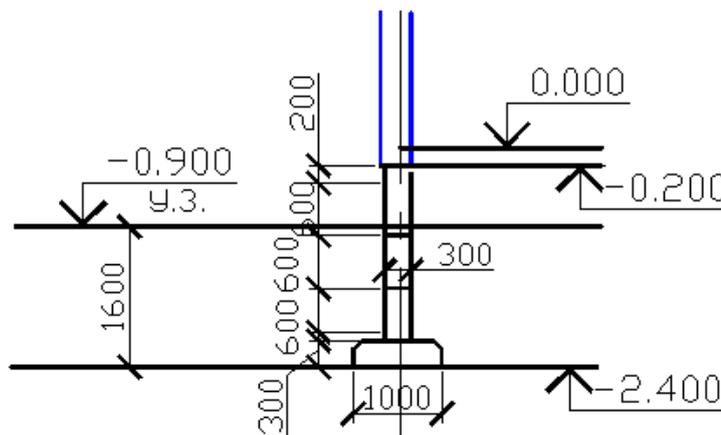


Рис. 3.2 Фундамент

Наружные стены из деревянного бруса, размеры поперечного сечения 200 мм на 200 мм.

Конструкция наружной стены, представлена на рис.3.8.

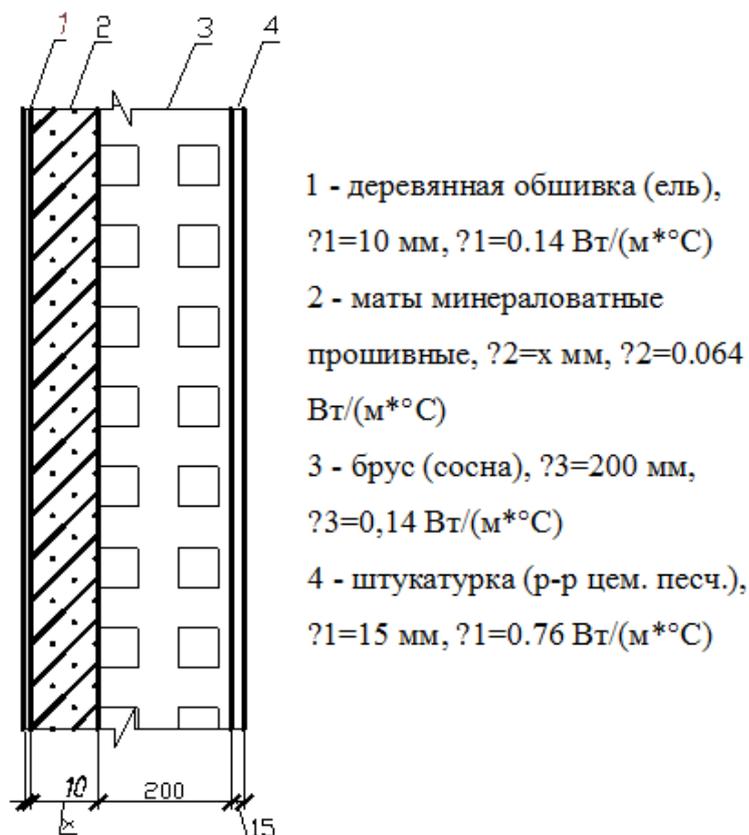


Рис 3.3. Схема ограждающей конструкции

Внутренние несущие стены – из бруса толщиной 200 мм, перегородки - из бруса толщиной 100 мм.

Перекрытия по деревянным балкам. На наружные стены балки укладываются от внутреннего края стены на 115 мм., на внутренние несущие стены – 100 мм.

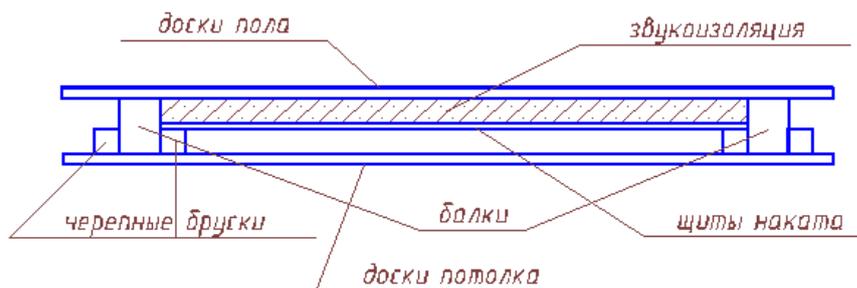


Рис. 3.4. Схема пола

Запроектирована стропильная, двускатная крыша. Запроектированные наклонные стропила опираются на несущую стену, на которой закреплен мауэрлат. Стропильные ноги запроектированы в виде деревянного бруса.

Кровля запроектирована из металлочерепицы. Места стыка трубы и кровли обрамляется листами из оцинкованной стали.

Водосток – организованный, наружный. Он выполняется по водосточным трубам, водосточным воронкам и водосточным желобам.

Окна в здании запроектированы с двойным остеклением. Рамы в окнах деревянные. Размеры окон: 1500x1800мм, 900x1800мм. В оконных проемах устанавливаются также деревянные подоконные плиты и сливы из оцинкованной стали. Двери в здании запроектированы однопольные и двухпольные. Размеры дверей: высота — 2200 мм, ширина двери 1300, 1100, 900 и 600 мм.

По завершении строительства выполняются оценка соответствия законченного объекта требованиям действующего законодательства, проектной и нормативной документации, а также его приемка в соответствии с условиями договора при подрядном способе строительства. Под оценкой соответствия понимается соблюдение требований, предъявляемых к объекту.

Приемку законченных строительством объектов от исполнителя (генерального подрядчика) может производить как заказчик, так и любое другое уполномоченное инвестором лицо.

Заказчик производит приемку объекта на основе результатов проведенных им проверок, контрольных испытаний, документов исполнителя работ, подтверждающих соответствие принимаемого объекта утвержденному проекту, стандартам, а также на основе заключений органов надзора. Порядок проведения работ по приемке объекта, стадии приемки, объем контроля и методы испытаний принимаются в соответствии с требованиями стандартов, а также указаниями проектной/технологической документации.

Объекты могут быть приняты в целом (в том числе «под ключ») или по мере завершения отдельных очередей, пусковых комплексов, зданий и сооружений в объеме, предусмотренном в договоре подряда на строительство.

Приемка законченного строительством объекта оформляется актом, к которому помимо документации, представляемой исполнителем, прилагается следующий перечень документов²⁶ [24]:

- 1) утвержденный проект;
- 2) документы об отводе земельных участков, а по объектам жилищно-гражданского назначения также разрешения на производство СМР;
- 3) документы на специальное водопользование;
- 4) документы на геодезическую разбивочную основу для строительства, а также на геодезические работы, выполненные заказчиком в процессе строительства;
- 5) документы о геологии и гидрологии строительной площадки, о результатах испытаний грунта и анализах грунтовых вод, данные о результатах микросейсмораионирования и об экологических изысканиях;
- 6) паспорта на установленное оборудование;
- 7) справки городских и других эксплуатационных организаций о том, что внешние наружные коммуникации холодного и горячего водоснабжения, канализации, теплоснабжения, газоснабжения, энергоснабжения и связи обеспечат нормальную эксплуатацию объекта и приняты ими на обслуживание;
- 8) документы о разрешении на эксплуатацию объектов и оборудования, подконтрольных соответствующим органам государственного надзора РФ и в случаях, когда выдача таких разрешений предусмотрена положениями об этих органах;

²⁶ Мазур И.И., Шапиро В.Д. Управление проектами: учеб. пособие для студентов, обучающихся по специальности «Менеджмент организации» / И.И. Мазур [и др.]; под общ. ред. И.И. Мазура и В.Д. Шапиро. – 5-е изд., перераб. – М.: Издательство «Омега-Л», 2009. – 188 с.

9) заключения органов государственного надзора о соответствии
завершенного строительством объекта законодательству, действующим
стандартам, нормам и правилам.

Вся документация, прилагаемая к акту приемки законченного
строительством объекта, после окончания работы приемочной комиссии
должна быть передана заказчику (исполнителю).

Факт ввода в действие принятого объекта регистрируется заказчиком в
местных органах исполнительной власти в порядке, установленном этими
органами.

Инвестиционный проект – это обоснованный ресурсами и условиями
план или программа вложения капитала от конкретных субъектов в
конкретный объект при условии расчетного или установленного срока
возврата инвестиций с целью последующего получения прибыли. В основе
процесса принятия управленческих решений инвестиционного характера
лежит оценка и сравнение предполагаемых инвестиций и будущих денежных
поступлений. Общая логика анализа с использованием формализованных
критериев в принципе достаточно очевидна – необходимо сравнивать
величину требуемых инвестиций с прогнозируемыми доходами²⁷ [38].

Таблица 3.4

Смета проекта 2 – х этажного жилого дома

№	Наименование материалов	Ед.изм.	Количес тво	Цена единицы	Сумма
Фундаменты					
1*	Бетон (доставка включена)	м3	23	4100	94300
2	Арматура	кг	550	45	24750
3	Проволока вязальная				1200
4	Доска обрезная 25 мм	м3	3,2	7600	23680
5	Доска 50 х 100	м3	1,6	7600	11840
6	Песок	маш	2	5000	10000
7	Метизы				4000
Итого:					169770
Материалы					
1*	Профилированный брус 192х145(н)	м3	50	9100	455000

²⁷Трушина, И.А. Анализ методов финансирования инвестиционных проектов // Евразийский Союз Ученых (ЕСУ). Экономические науки. – 2016 - № 2 (23) - С. 95

Продолжение таблицы 3.4

2	Брус 100 х 200(н) (балки перекрытия 1-го и 2-го этажей)	м3	5,28	7800	39600
3	Брус 200 х 200(при свайно винтовом фундаменте)	м3			
4	Брусочек 50 х 50 (черепной брусочек)	м3	1,5	7800	11250
5	Брус 50х200(н) — стропильная система	м3	4	7800	30000
6	Доска обрезная 25 мм — черновой пол	м3	3,5	7800	26250
7	Доска обрезная 25 мм — обрешетка на крышу	м3	3,5	7800	26250
8	Подкладочная доска 200х50	м3	0,6	7800	4500
9	Леса	м3	1,5	7800	11250
10	Льноватин	мп	400	9	3600
11	Березовые нагеля	шт	340	20	6800
12	Рубероид	рул	18	400	7200
13	Метизы (скобы строительные, скобки степлера, гвозди)				8000
14	Осадочный домкрат	шт	1	700	700
	Лента металлическая	рул	2	850	1700
15	Антисептик	канистра	6	2000	12000
Итого:					644100
Всего:					813870

Итого на строительство дома потребуется всего материалов на сумму 813870 тыс. руб.

Плюс к этому заработная плата составит 30% от суммы. То есть в данном случае 244161 руб.

Итого выйдет на постройку вышепредставленного дома 1 058 031 руб.

Стоимость земельного участка допустим на окраине г. Кызыла составит примерно 400000руб.

Итого дом с земельным участком составит 1458031 руб.

3.4. Инвестиционный план проекта

На стадии становления, предполагается единоличное владение и регистрацию в качестве индивидуального предпринимателя.

Права предприятий с любой организационно-правовой формой абсолютно идентичны. С точки зрения оптимизации налогов лучше использовать упрощенную систему налогообложения (УСН). Переход на УСН возможен при форме собственности «Индивидуальный предприниматель» (ИП) или Общество с ограниченной ответственностью (ООО).

Преимущества ИП достаточно привлекательные: простая регистрация (нет необходимости в уставных документах), можно не иметь счета в банке, существенная меньшая ответственность при проверках (в 10 раз меньше, чем для ООО).

Примерный календарный график реализации проекта представлен в таблице 3.5

Таблица 3.5

Календарный график реализации проекта

Название	Дата начала	Дата окончания
Разработка инвестиционного проекта	01.06.2019	10.06.2019
Составление договоров аренды торговых площадей	11.06..2019	13.06.2019
Получение лицензии	14.06.2019	14.07.2019
Приобретение основных средств	15.07.2019	19.07.2019
Подбор персонала, собеседование	20.07.2019	30.07.2019

1. оформление документов, получение лицензии – 30000

2. заключение договора аренды – 15000 2.3.

Создание строительно-ремонтной бригады начинается с выбора помещения, приобретения оборудования и оформление лицензии.

ИП Сапык Субудай Шой-оолович заключил договор с арендодателем нежилого помещения сроком на 1 год, общей площадью 15 кв.м., которое отвечает всем требованиям, помещение оборудовано офисной мебелью.

Все материалы, которые будут использоваться для работы, планируем закупать у поставщиков города Кызыл таких, как магазины «Ошеан»,

«Строймаркет», «Хозяин», также в других регионах, таких как г. Абакан, г. Красноярск.

Также возможны варианты работы, когда заказчик будет предоставлять свои стройматериалы и запчасти.

Таблица 3.6

Потребность в инструментах				
Вид инструмента	Единица измерения	Стоимость	Кол-во	Итого в руб.
Перфоратор MAKITA HR2470	шт.	6899	1	6899
Шуруповерт MAKITA 18 вольт	шт.	10000	2	20000
Лазерный уровень MAKITA	шт.	2870	1	2870
Лобзик MAKITA	шт.	4329	1	4329
Набор инструментов STERN HTS-28 В	шт.	3500	2	7000
Плиткорез ручной Rubi Star-30	шт.	6600	1	6600
Дрель	шт.	2800	1	2800
Молоток	шт.	220	4	880
Спец. одежда	шт.	1500	10	15000
ИТОГО:				66378

Расходы на приобретение материалов составили 66378 рублей.

Вложения в ремонтно-строительную бригаду могут быть весьма скромными. Основное – найти заказчиков и квалифицированных мастеров.

Под офис будет арендоваться помещение площадью 15 м².

Стоимость арендной платы в месяц составляет 15000 руб. в год 180000 руб. Склад бригаде не требуется. Все требующиеся для проведения ремонта материалы будут закупаться после принятия заказа.

Бригаде необходима покупка автомобиля «Газель». Без автомобиля трудно придется даже самой мелкой фирме.

Стоимость автомобиля «Соболь Бизнес» 230000руб.

Все затраты можно разделить на постоянные и переменные.

Переменные затраты зависят от вида предоставляемых услуг:

1) покупка инструментов – 66378 рублей.

2) покупка автомобиля – 230000 рублей.

Итого: 66378 рублей

К постоянным затратам относятся:

1. аренда помещения - 15000 руб.мес./ 180000 руб. /год
2. заработная плата наемных работников – 120000 руб.мес. /1440000руб.г.

3. реклама – 10000 руб./мес.120000руб. в год.

Итого затрат: 145000 руб.в мес. / 1740000 руб. в год.

4. закупка оборудования, инструментов – 66378 руб.

5. приобретение автомобиля – 230000 руб.

6. найм персонала (6 человек) – 120000 руб. в мес./ в год 1440000

7. Маркетинг – 10000 руб. в мес./ в год 120000

Всего первоначальные затраты: 471378 руб. в месяц. / 1859378 руб. в год.

Таблица 3.7

План по персоналу

Должности работающих	Кол-во штатных единиц	Оклад	В месяц	Итого за год
Директор	1	20000	20000	240000
Инженер	1	20000	20000	240000
Рабочие	4	20000	80000	960000
ИТОГО ФОТ			100000	1440000

Фонд оплаты труда в год составил 1440000 рублей.

Директор. В его обязанности входит:

- ✓ заключение договоров, расчет сметы;
- ✓ совершенствованию целевого сегмента;
- ✓ управленческая организация персонала;
- ✓ ведение бухгалтерии;
- ✓ прием кадров.

Бригадир. В его обязанности входит:

- ✓ технология выполнения работ;
- ✓ техника безопасности;
- ✓ поставка инвентаря;

- ✓ организация труда;
- ✓ дисциплина.

Рабочие – в обязанности рабочих входит:

- ✓ выполнение работ;
- ✓ уборка помещения после выполнения работы.

В дальнейшем планируется принять на отдельной должности бухгалтера.

3.5. Юридический план

Для получения лицензии необходимо обратиться в федеральный лицензионный центр Росстроя РФ. Ее вы можете оформить на один или несколько видов деятельности. Для оформления разрешения нужно предоставить документы о наличии офисного помещения, об образовании юридического лица. Из числа наемного персонала должен быть инженер промышленно-гражданского строительства со стажем работы от пяти лет. Данный специалист должен предоставить удостоверение государственного образца о том, что за последние пять лет он хотя бы раз проходил курсы повышения квалификации. Если такого документа не имеется, его необходимо отправить на данные курсы. Срок обучения составляет 72 часа.

Лицензия на строительные работы оформляется в следующем порядке:

Подготовка пакета необходимых документов.

Подача заявления в регулирующий орган.

Проверка экспертной комиссией строительной компании на предмет соответствия технической базы, уровня квалифицированности рабочего персонала, а также уровня контроля качества установленным правилам и требованиям.

Если все будет в порядке, то застройщику будет выдана лицензия.

Для получения лицензии, предоставляющей право на осуществление строительной деятельности, потребуется подготовить следующие документы:

- заявление установленного образца; ксерокопия документа, подтверждающего личность;
- свидетельства о государственной регистрации и ИНН;
- квитанция об уплате лицензионного сбора;
- перечень видов работ, которыми планирует заниматься компания;
- документы, подтверждающие квалификацию сотрудников.

3.6. Финансовый план проекта

Финансовый план проекта поможет определить, когда и сколько средств понадобится для создания и развития прибыльного предприятия. В этом разделе необходимо дать пояснения об источниках финансирования проекта предприятия:

Первоначальные используемые источники финансирования проекта

Личные средства (денежные) 471378 руб.

Поскольку приоритетом в данном инвестиционном проекте является постройка доступного жилья, то ссылаясь на гл. 3 настоящей работы стоимость дома оставит 1 058 031 руб.

Переменные затраты:

1) покупка инструментов – 66378 рублей.

2) покупка автомобиля – 230000 рублей.

Итого: 296378 рублей

К постоянным затратам относятся:

1) аренда помещения - 15000 руб.мес./ 180000 руб. /год

2) заработная плата наемных работников – 120000 руб.мес. /
1440000руб. в год

3) реклама – 10000 руб./мес.120000руб. в год.

Итого: 145000 руб.в мес. / 1740000 руб. +296378 = 2036378 в год.

Итого затрат в первый год: 2036378 руб.

Выручка в год:

$360000 * 12 = 4320000$ руб. в год

Выручка за минусом затрат:

$4320000 - 2036378 = 2283622$ руб. в месяц

Чистая прибыль в год: 110226,68 руб.

1) Выручка 2283622 руб. в год.

2) Налоги 6% = 137017,32 рублей.

3) Доход за минусом налога 6%: $2283622 - 137017,32 = 2146604,68$ руб. в

год

4) ЧП: $2146604,68 - 2036378 = 110226,68$ рублей в год.

Таблица 3.8

**Расчет финансовых результатов деятельности за первое полугодие
с 01.08.2019 по 30.01.2020г., руб.**

Доходы/ расходы	01.08. 2018	01.09 2018	01.10. 2019	01.11. 2019	01.12. 2019	01.01. 2020
Выручка	360000	360000	360000	360000	360000	360000
Налоги	10543,11	10543,11	10543,11	10543,11	10543,11	10543,11
Доход за минусом налога 6%	349456,89	349456,89	349456,89	349456,89	349456,89	349456,89
Затраты	-471378	145000	145000	145000	145000	145000
Чистая прибыль	-121922	254543,11	254543,11	254543,11	254543,11	254543,11

Таблица 3.9

**Расчет финансовых результатов деятельности за второе полугодие
с 01.02.2019 по 30.07.2020г., руб.**

Доходы/ расходы	01.02. 2020	01.03. 2020	01.04. 2020	01.05. 2020	01.06. 2020	01.07. 2020
Затраты	145000	145000	145000	145000	145000	145000

Выручка	360000	360000	360000	360000	360000	360000
Налоги	10543,11	10543,11	10543,11	10543,11	10543,11	10543,11

Продолжение таблицы 3.9.

Доход за минусом налога 6%	349456,89	349456,89	349456,89	349456,89	349456,89	349456,89
Затраты	145000	145000	145000	145000	145000	145000
Чистая прибыль	254543,11	254543,11	254543,11	254543,11	254543,11	254543,11

3.7. Оценка инвестиционной привлекательности и прибыльности

В качестве безрисковой ставки дохода в условиях работы на российском рынке принято использовать ставку рефинансирования ЦБ РФ. На сегодняшний день ставка рефинансирования центрального банка РФ составляет 7,5%.

Рассчитаем ставку дисконтирования:

$$d = d_{БР} + R_{риска} \quad (3.1)$$

где, $d_{БР}$ – безрисковая ставка дисконтирования, $R_{риска}$ – премия за риск.

Премию за риск определяем в размере 5 %.

Следовательно, ставка дисконтирования для исследуемого проекта составит:

$$d = 7,5\% + 5\% = 12,5\%$$

Определение срока окупаемости финансовых вложений. Расчет срока окупаемости производится по формуле:

$$PP = \frac{I_0}{P} \quad (3.2)$$

где, I_0 – первоначальные затраты,

P – чистая прибыль

$$PP = 471378 / 110226,68 = 4,3 \text{ месяца}$$

Определение величины чистого приведённого эффекта.

Расчет индекса рентабельности инвестиции

Численное значение индекса рентабельности инвестиции (Profitability Index) определяется по формуле:

$$PI = \frac{\sum_{i=1}^N \frac{CF_i}{(1+r)^i}}{CF_0} \quad (3.3)$$

где N – срок жизни проекта; CF_i – чистый денежный поток в i-ом периоде; r – ставка дисконтирования; CF_0 – денежный поток в 0-ой точке (сумма первоначальных инвестиций).

Индекс рентабельности (доходности, прибыльности) – показатель количества прибыли на единицу инвестиций. Он отражает, сколько денег вы получите с каждого вложенного рубля. И чем выше этот показатель, тем лучше.

$PI > 1$ – что означает, что инвестиционный проект рентабельный и его можно принять к рассмотрению;

$PI = 1$ – проект должен быть подвергнут анализу по другим показателям оценки эффективности инвестиционных вложений, чтобы понять принимать его к рассмотрению или отвергнуть;

$PI < 1$ – проект убыточен и снимается с рассмотрения.

Таблица 3.10

Данные для расчета индекса рентабельности инвестиций

Первоначальные инвестиции	01.08 2019	01.09 2019	01.10 2019	01.11 2019	01.12 2019	01.01 2020	01.02 2020	01.03 2020	01.04 2020	01.05 2020	01.06 2020	01.07 2020
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12

468378	-121922	254543,11	254543,11	254543,11	254543,11	254543,11	254543,11	254543,11	254543,11	254543,11	254543,11	254543,11
--------	---------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------

$$\begin{aligned}
PV &= \frac{-121922}{(1+0,125)^1} + \frac{254543,11}{(1+0,125)^2} + \frac{254543,11}{(1+0,125)^3} + \frac{254543,11}{(1+0,125)^4} + \frac{254543,11}{(1+0,125)^5} + \\
&+ \frac{254543,11}{(1+0,125)^6} + \frac{254543,11}{(1+0,125)^7} + \frac{254543,11}{(1+0,125)^8} + \frac{254543,11}{(1+0,125)^9} + \frac{254543,11}{(1+0,125)^{10}} + \\
&+ \frac{254543,11}{(1+0,125)^{11}} + \frac{254543,11}{(1+0,125)^{12}} = 413435,8 \\
PI &= \frac{413435,11}{471378} = 0,87
\end{aligned}$$

Из приведенных расчетов, видно, что в данном проекте не имел смысл расчет внутренней нормы доходности, так как вложения небольшие и срок окупаемости 4,3 месяца, поэтому предлагается использовать простые показатели, такие как коэффициент эффективности финансовых вложений ($E_{\text{КВ}}$) и обычный срок окупаемости.

$$PP = 471378 / 110226,68 = 4,3 \text{ месяца}$$

Расчёт коэффициента эффективности финансовых вложений по формуле:

$$E_{\text{КВ}} = \text{Прибыль} / \text{Первоначальные инвестиции} \quad (3.4)$$

$$E_{\text{КВ}} = 110226,68 / 471378 = 0,23$$

В целом показатели неплохие и бизнес-план следует принять, так как

$$PI = 0,87$$

$$PP = 4,3 \text{ месяца}$$

$$E_{\text{КВ}} = 0,23$$

В первый год PI находится ближе к 1 (0,87) и это значит, что проект на в принципе хороший, и скорее всего он со второго года реализации PI увеличится и будет больше 1.

Для подтверждения, рассчитаем второй год, но только уже без первоначальных затрат, но с минимальным количеством заказов, а точнее 6 заказов со средней выручкой 60000 руб. в месяц и 4320000 руб. в год.

$$\begin{aligned}
 PV = & \frac{254543,11}{(1+0,125)^1} + \frac{254543,11}{(1+0,125)^2} + \frac{254543,11}{(1+0,125)^3} + \frac{254543,11}{(1+0,125)^4} + \frac{254543,11}{(1+0,125)^5} + \\
 & + \frac{254543,11}{(1+0,125)^6} + \frac{254543,11}{(1+0,125)^7} + \frac{254543,11}{(1+0,125)^8} + \frac{254543,11}{(1+0,125)^9} + \frac{254543,11}{(1+0,125)^{10}} + \\
 & + \frac{254543,11}{(1+0,125)^{11}} + \frac{254543,11}{(1+0,125)^{12}} = 789900,9
 \end{aligned}$$

$$PI = \frac{789900,9}{471378} = 1,67$$

Итак, как видим PI на второй год составляет 1,67, то есть проект можно принять.

3.8. Риски инвестиционно-строительной деятельности

Строительство имеет репутацию сферы деятельности, для которой характерны нарушения сроков сдачи объектов, при этом реальные затраты превышают расходы по сметам. Выявление причин нарушений неизбежно приводит к анализу условий реализации проекта и рисков, оказавших влияние на разных этапах его жизненного цикла. Поэтому очень важно идентифицировать источники рисков, а не концентрироваться на выявлении отдельных рисков факторов.

Наиболее распространенными причинами нарушений, возникающих при реализации строительных проектов, считаются: вмешательство владельца, недостаточный опыт работы подрядчика, недостаточное финансирование, низкая производительность труда, медленное принятие решений, неправильное планирование, не в полной мере отвечающие требованиям²⁸ [40].

²⁸ Черняк В.З. Управление инвестиционным проектом в строительстве. – Русская деловая литература, 2016, 800 с.

Согласно данным Федеральной службы государственной статистики РФ, факторами, ограничивающими деловую активность строительных организаций, являются:

- недостаток заказов на работы;
- конкуренция со стороны других компаний;
- недостаток квалифицированных рабочих;
- высокий уровень налогов;
- неплатежеспособность заказчиков;
- высокая стоимость материалов, конструкций, изделий; нехватка и изношенность машин и механизмов; высокий процент коммерческого кредита²⁹ [39].

Для повышения конкурентоспособности в строительной сфере необходимо разработать механизм управления рисками, который позволит предотвратить появление убытков. Механизм управления рисками можно разделить на 4 основных этапа:

- 1) выявление и определение риска;
- 2) разработка шагов для снижения выявленных рисков;
- 3) внедрение разработанного плана в проект;
- 4) проведение анализа внедрений с наблюдением за исполнением проекта.

²⁹ Шенаев, Ю.В. Проектное финансирование как эффективная форма кредитования инвестиционных проектов: дис. канд. экономических наук. – Москва – 2017– С. 36

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Бизнес-план для привлечения инвестиций, разрабатывается в качестве коммерческого предложения для внешней стороны – инвестора либо кредитора. Тут особенно важна детальная проработка вопросов реализации плана и реальных возможностей заявителя проекта.

В этом случае бизнес-план служит обоснованием того, что существуют реальные возможности достижения поставленных в нем целей, и компания достаточно компетентна для их реализации и способна отвечать по своим обязательствам (в том числе своевременно и в полном объеме выплачивать платежи по заёмным средствам). Не стоит приукрашивать возможности перед инвестором: завышение или искажение показателей могут привести к катастрофическим последствиям.

Бизнес – планирование в индустрии красоты служит следующим целям:

- 1) Привлечь денежные средства
- 2) Сохранять выбранный курс и достигать поставленных целей

В результате анализа компании ООО «Стройсервис» можно отметить, что по валюте баланса компания имеет малый финансовый масштаб, по трудовому масштабу средний размер.

Органическое строение активного капитала меньше 0,8, это говорит о высокой степени подвижности капитала, создает предпосылки для хорошей оборачиваемости и ликвидности.

Пассивный капитал сформирован преимущественно за счет собственных источников (69,9 %), что является достаточной гарантией возврата долгов. Компания относится к первому типу финансовой устойчивости, то есть запасы и затраты меньше собственных оборотных средств - это говорит об абсолютной финансовой устойчивости, запасы и затраты полностью обеспечены собственными источниками финансирования.

Коэффициент финансирования больше единицы означает, что у компании высокая степень защиты от финансовых рисков.

Наиболее ликвидные активы не покрывают наиболее срочные обязательства, это говорит об отсутствии у компании средств для оплаты наиболее срочных обязательств. Трудно реализуемые активы меньше чем постоянные пассивы, следовательно, компанию предварительно можно признать финансово устойчивой.

Коэффициент абсолютной ликвидности составил 0,02 ниже норматива, что говорит о том, что компания не может рассчитываться по своим наиболее срочным обязательствам. Коэффициент текущей ликвидности составил 3,2 выше норматива, это является одним из оснований признания компании платежеспособной.

Оборачиваемость активов замедлилась на 0,1 оборот за счет замедления оборачиваемости активов, данный факт указывает на снижение деловой активности компании. Рентабельность основной деятельности указывает на то, что компания получает 1,13 руб. прибыли от продаж на рубль затрат, что выше показателя 2017 года на 2,5 %.

Рентабельность активов показывает, что на вложенные активы компания получает 1,23 % прибыли, что является положительным, так как с помощью этих же активов компания будет в следующем периоде своей деятельности получать прибыль.

Можно сделать вывод о том, что компания финансово устойчива, платежеспособна и рентабельна, но у компании отсутствуют средства для оплаты наиболее срочных и долгосрочных обязательств. Поэтому предприятию предлагается внедрение нового инвестиционного проекта по организации строительной бригады для постройки малоэтажного строительства.

Современное состояние и основные тенденции развития рынка жилой недвижимости позволяют сделать заключение о необходимости разработки дополнительных механизмов стимулирования строительства жилья экономического класса, снижения его стоимости и повышения доступности более широким слоям населения.

Для ускорения темпов строительства нового и комфортабельного жилья, отвечающего современным требованиям, приоритетным направлением должна стать поддержка предприятий индустриального домостроения и разработка механизма государственно-частного партнерства.

Возрождение института типового проектирования и переход к индустриальным методам домостроения могут стать эффективным механизмом снижения стоимости жилья в рамках реализации государственных жилищных программ.

На данный момент можно смело заявить о том, что строительство стало одной из ведущих отраслей промышленности по всему миру. Особенно актуально строительство малоэтажных домов по всему миру. Сейчас, когда можно наблюдать тенденцию к глобальной анти-урбанизации, малые архитектурные формы становятся все актуальнее.

Строительство доступного жилья набирает темпы с бешеной скоростью. Многие люди отдают предпочтение именно таким объектам. Конечно, для наших просторов эта ветвь строительной промышленности достаточно новая, но по аналогии с прогрессивным западом, стремительно развивается.

Итак, бизнес-идея инвестиционного проекта по созданию и организации строительной бригады для строительства доступного жилья считаю реализуемой, поскольку в целом показатели неплохие и бизнес-план следует принять, так как

$$PI = 0,87$$

$$PP = 4,3 \text{ месяца}$$

$$E_{\text{кв}} = 0,23$$

В первый год PI находится ближе к 1 (0,87) и это значит, что проект на в принципе хороший, и скорее всего он со второго года реализации PI увеличится и будет больше 1.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Гражданский кодекс Российской Федерации/ст.48-64,66-115//<http://www.garant.ru> – режим доступа свободный, время обращения 11.12.2019г.
2. Методические рекомендации по оценке эффективности инвестиционных проектов и их отбору для финансирования. Утверждено: Министерство экономики РФ, Министерство финансов РФ. Государственный комитет РФ по строительной, архитектурной и жилищной политике № ВК 477 от 21.06.1999 г.
3. Постановление Правительства Республики Тыва от 28 декабря 2017 г. № 597 «Об утверждении Стратегии развития малого и среднего предпринимательства в Республике Тыва на период до 2030 года» // СПС Консультант плюс
4. Постановление Правительства Республики Тыва от 10 июня 2015 г. №279 «О внесении изменения в Положение «О предоставлении государственной поддержки на реализацию мероприятий по развитию малого и среднего предпринимательства в Республике Тыва»
5. Постановление Правительства Республики Тыва от 20.12.2017 г. №552 «Об утверждении Положения о государственной финансовой поддержке субъектов малого и среднего предпринимательства в Республике Тыва» // СПС Консультант плюс
6. Андрушевская Е.Р. Роль маркетинга в бизнесе салонов красоты/ Е.Р. Андрушевская// Маркетинг МВА. Маркетинговое управление предприятием, 2016 –№ 1 – с. 205-218.
7. Балашевич М.И Экономика и организация малого бизнеса: Учебное пособие. – М.: Бизнес, 2013. – 214 с.
8. Богомолова В.А. Бизнес-планирование: учеб. пособие / В.А. Богомолова, Н.М. Белоусова, О.В. Кублашвили, Р.Ю. Ролдугина. — М.: МГУП им. Ива-на Федорова, 2014. — 250 с.

9. Борисов А. Б. Большой экономический словарь. – М. : Книжный мир, 2013. – 895 с.
10. Быкова Н.Г. Российское - значит качественное// Стандарты и качество. – 2017. – № 1. – С. 73-75.
11. Вагазова Г.Р., Лукьянова Е.С. Сущность финансовых результатов деятельности предприятия // Молодой ученый. – 2015. – № 11.3. – С. 13-15.
12. Васюхин О.В. Концептуальный подход к формированию и развитию инновационного потенциала предприятия. Современные проблемы науки и образования. / Васюхин О.В., Павлова Е.А.// Современные проблемы науки и образования, 2016. № 3. – 230 с.
13. Васюхин О.В. Основы ценообразования. Учебное пособие. – СПб: СПбГУ ИТМО, 2016. – 125 с.
14. Васюхин О.В. Экономическая оценка инвестиций. Учебное пособие/ Е.А. Павлова, О.В. Васюхин – СПб: СПб НИУ ИТМО, 2013. – 98 с.
15. Виханский О. С., Наумов А. И. В54 Менеджмент: учебник / О. С. Виханский, А. И. Наумов. — 5-е изд. стереотипн. — М.: Магистр : ИНФРА-М, 2014. — 576 с.
16. Горемыкин В.А. Планирование предпринимательской деятельности фирм. - М.: ИНФРА-М, 2014. – 367 с.
17. Грибов В.Д., Грузинов В.П., Кузьменко В.А. Экономика организации (предприятия): учебник. – 6-е изд., перераб. – М.: КНОРУС, 2013. – 416 с.
18. Ефимова О.В. Финансовый анализ: современный инструментарий для принятия экономических решений: учебник / О.В. Ефимова. – М.: Омега-Л, 2014. – 348 с.
19. Журавлева Т. А. Маркетинговые коммуникации в сфере сервиса // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2014. № 3. С. 33–37.

20. Зеленкина, Е.В. Инвестиционный анализ: краткий курс лекций для студентов направления подготовки 38.03.01 Экономика/ В.В. Кондак, Е.В. Зеленкина // ФГБОУ ВО Саратовский ГАУ. – Саратов, 2016. – 30 с.
21. Кабушкин Н.И Основы менеджмента. - М. : ИНФРА-М, 2015. — 576 с.
22. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности. [Текст]. / Н. А. Толпегина, О. А. Толпегина – Москва. Юрайт, 2013. – 672 с.
23. Лосев В.А. Как составить бизнес-план: практическое руководство с примерами готовых бизнес-планов для разных отраслей: [31 готовый бизнес-план] / Лосев В. А. – М.: Вильямс, 2013. - 206 с.
24. Мазур И.И., Шапиро В.Д. Управление проектами: учеб. пособие для студентов, обучающихся по специальности «Менеджмент организации» / И.И. Мазур [и др.]; под общ. ред. И.И. Мазура и В.Д. Шапиро. – 5-е изд., перераб. – М.: Издательство «Омега-Л», 2009. – 188 с.
25. Майкл Е. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов/ Майкл Е. Портер; Пер. с англ. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2014. — 454 с.
26. Максимкина Е.А., Лоскутова Е.Е., Дорофеева В.В. Конкурентоспособность медицинской организации в условиях рынка. - М.: МЦФЭР, 2011. – 256 с.
27. Непомнящий Е.Г. Инвестиционное проектирование. Учебное пособие. – Таганрог; ТРТУ, 2014. – 330 с.
28. Осипова Н. А. Бизнес-планирование: методические указания – Ухта: УГТУ, 2015. – 27 с.
29. Пашкина Т.И. Бизнес-планирование предприятия: Учебное пособие / Т.И. Пашкина, Л.Р. Захарова, Р.Д. Алчанова. – Уфа: Уфимск. гос. академия экономики и сервиса, 2017. – 98 с.
30. Ример, М. Экономическая оценка инвестиций / Под ред. М. Римера. 3-е изд., перераб. и доп. (+CD с учебными материалами). —СПб.: Питер, 2013. — 326 с.

31. Севек В.К. Механизмы инвестиционно-строительной деятельности [Текст] / Е.А. Кудеева, В.К. Севек // Экономическое возрождение России. – 2012. - № 1 (31). – С.103-111
32. Севек В.К. Повышение конкурентоспособности строительной организации на основе развития ее кадрового потенциала: монография [Текст] / Н.И. Барановская, Ч.Г. Донгак, В.К. Севек. – Кызыл: Изд-во ТувГУ, 2011. – 128 с.
33. Севек В.К. Стимулирование развития жилищного строительства Республики Тыва: монография [Текст] / В.К. Севек, Ч.С. Манчык-Сат. – Кызыл: Изд-во ТувГУ, 2011. – 137 с.
34. Савчук В.П. Практическая энциклопедия. Финансовый менеджмент: 3-е изд. — К.: Companion Group, 2015. — 880 с.
35. Степанова О. Н. Социально-педагогическая эффективность маркетинга: опыт детско-юношеских клубов физической подготовки / О.Н. Степанова // Физическая культура: воспитание, образование, тренировка. - 2016. № 6. С. 39-41.
36. Терегина Т.К., Титкова Л.М. Реклама в бизнесе. М.: Маркетинг, 2016. - 236 с. – С. 140-142
37. Торосян Е. К. Бизнес-планирование. Учебное пособие / Л. П. Сажнева, А. В. Варзунов. – СПб: Университет ИТМО, 2015. – 90 с.
38. Трушина, И.А. Анализ методов финансирования инвестиционных проектов // Евразийский Союз Ученых (ЕСУ). Экономические науки. – 2016 - № 2 (23) - С. 95
39. Хартанович К.В, Краев В.Н. Основы менеджмента: Учебное пособие.– Владимир, 2015. – 194 с.
40. Черняк В.З. Управление инвестиционным проектом в строительстве. – Русская деловая литература, 2016, 800 с.
41. Шевчук, Д.А. Организация и финансирование инвестиций [Текст] / Д.А. Шевчук. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2006. – 62 с.

42. Шенаев, Ю.В. Проектное финансирование как эффективная форма кредитования инвестиционных проектов: дис. канд. экономических наук. – Москва – 2017– С. 36
43. Шкурко, В. Е. Бизнес-планирование в предпринимательской деятельности: учеб. пособие/ В. Е. Шкурко, Н. Ю. Никитина. – М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. — Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2016. — 172 с.
44. Шкурко, В. Е. Управление рисками проектов: учеб. пособие/ В. Е. Шкурко – М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2014. – 184 с. С. 85
45. http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12453/886577905315979b26c9032d79cb911cc8fa7e69/ (дата обращения: 15.11.2018)
46. Bashkov A.V., Poletaev D.A., Chayka Y.A. Employees like a key factor of efficient organization management. Journal of Economics and Social Sciences. 2014. No.5, pp. 33-34
47. Business Plan – Entrepreneur. [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://www.entrepreneur.com/encyclopedia/business-plan> (дата обращения: 14.06.2019).

