

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИС-
СЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**
(Н И У « Б е л Г У »)

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ

КАФЕДРА МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА И ГОСТИНИЧНОГО
БИЗНЕСА

**ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ
ПРОЕКТА ПО ВНЕДРЕНИЮ НОВОЙ УСЛУГИ
(НА ПРИМЕРЕ ООО «ЛИНДОР»)**

Выпускная квалификационная работа
обучающегося по направлению подготовки 43.04.01 Сервис
заочной формы обучения, группы 09001460
Мужикян Гарника Саркисовича

Научный руководитель:
к. социолог. н.,
доцент Семченко И.В.

БЕЛГОРОД 2019

Содержание

Введение	3
1. Описание бизнеса.....	7
2. Анализ отрасли и локального рынка	17
3. Организация производства и управление предприятием.....	40
4. Маркетинговый план	48
5. Финансовый план.	
Оценка эффективности проектных мероприятий.....	59
Заключение.....	65
Список использованных источников.....	68
Приложения	77

Введение

Одним из главных условий для успешной реализации коммерческого проекта является бизнес планирование, то есть целый комплекс мер, направленных на получение прибыли с минимальными затратами ресурсов. Независимо от сферы деятельности, бизнес планирование на предприятии имеет, как внутренние, так и внешние цели. В первом случае, разрабатывается финансовый документ для обеспечения текущей деятельности компании, а также, чтобы оценить перспективы новых проектов и контролировать все этапы их реализации. Например, предприятие имеет свободные финансовые средства, но вкладывать их в развитие основного направления деятельности не рационально (предложение на рынке выпускаемой продукции на сто процентов удовлетворяет спрос).

Поэтому менеджеры компании решили вложить их в дополнительные сферы деятельности, но они не знают, какой бизнес будет приносить стабильную и высокую прибыль. Для решения данного вопроса необходимо оценить активы компании и составить список тех направлений, которые являются самыми перспективными. После этого, для каждой сферы деятельности составляется бизнес план с учетом возможных рисков. На последнем этапе выбирается самый перспективный бизнес и начинается процесс реализации этого коммерческого проекта.

Актуальность темы исследования выпускной квалификационной работы заключается в том, что в современных условиях хозяйствования возрастает актуальность бизнес-планирования как инструмента организации и координации менеджмента предприятия, обеспечивающего формирование программы действий растет. Вне зависимости от отраслевой принадлежности коммерческих организаций планирование бизнеса основано на систематической методологии достижения эффективности при реализации любого типа деловых операций и сохранении приемлемых уровней рисков.

Составление бизнес-плана поможет оценить эффективность реализации данной стратегии, после чего руководство примет решение о принятии про-

екта к реализации или же наоборот. Бизнес-план определяет объем требуемых финансовых ресурсов, оценивает их наличие у организации, а затем в случае необходимости выступит инструментом привлечения инвесторов. Таким образом, бизнес-планирования является важной составляющей стратегического планирования. Без бизнес-плана стратегия остается лишь абстрактной целью без способа реализации.

Обоснование эффективности реализации выбранной стратегии, экономической целесообразности, оценка наличия различных ресурсов, необходимых для достижения цели, привлечение инвесторов возможны путем процесса бизнес-планирования. Каждой организации, нацеленной на успешную деятельность, не следует пренебрегать планированием – как стратегическим, так и бизнес-планированием.

Современный мир для продвижения и раскрутки брендов использует всевозможные виды рекламы, в том числе и специальную продукцию. Ее разновидностей бесчисленное количество, и каждая категория выполняет свои функции и задачи, следует поставленным целям, отличается не только технологиями производства, но и смысловой нагрузкой. Самое важное правило, на которое стоит опираться при выборе вида рекламной продукции – это цели и целевая аудитория продуктов. Используются брендинговые фишки абсолютно в любой сфере жизни - от политических мероприятий, презентаций и конференций до выставок, театральных постановок и при оформлении мест реализации товаров. Трейд-маркетологи провели разнообразные исследования, целью которых было выявление самых эффективных рекламных материалов. Оказалось, что универсального варианта нет. Результативность воздействия зависит от целевой аудитории, специфики продукции либо услуг, а также от места размещения информации.

Проблема исследования в ВКР заключается в выявлении потенциальных возможностей развития предприятия и предложение конкретных рекомендаций по бизнес-планированию в исследуемой компании.

Объектом исследования в выпускной квалификационной работе явля-

ется – ООО «Линдор». Предмет – бизнес-планирование новой услуги в деятельности предприятия.

Цель ВКР является разработка и экономическое обоснование проекта внедрения новой услуги на предприятии.

Задачами выпускной квалификационной работы являются:

– изучить теоретические основы бизнес-планирования новой услуги или продукта;

– провести анализ деятельности ООО «Линдор»;

– провести анализ внешней и внутренней стороны развития компании

– предложить рекомендации по внедрению новой услуги;

– представить проект с экономическим обоснованием возможности внедрения и всесторонней оценкой деятельности предприятия.

Теоретической базой исследования в выпускной квалификационной работе являются исследования отечественных и зарубежных ученых, таких как Абаева А. Л. и Алексунина В. А., Андрейчикова А. В., Балабанова И. Т., Барсуковой И. В., Бланка И. А., Губанова С. В., Завьялова П. С., Карагодовой Е. А., Керимова В. Э. и другие. Особое внимание заслуживают труды авторов, которые занимались маркетинговыми исследованиями, методиками и методологиями проведения и анализа: Прайнер А., Сафронова Н. Б., Тюрин Д. В., Хан Р. С., Шептиева, О. Е. Шекова, Е. Л. и другие.

Существенный вклад в разработку технологии, принципов и методов управления персоналом внесли такие зарубежные авторы как И. Метцнер, Т. Питере, Р. Смит, Р. Уотермен, А. Файоль, Й. Хентце Р. Эренберг и др., а также российские ученые: В. В. Адамчук, В. И. Бовыкин, В. Р. Веснин, О. С. Виханский, Н. А. Волгин, В. А. Гага, Б. М. Генкин, М. В. Грачев, А.З. Дадашев, Г.В. Дворецкая, В.А. Дятлов, А.П. Егоршин, Л. И. Жуков, Н. А. Иванов, А. Г. Касаев, Е. В.Катульский, В. П. Кокорев, Ю. Г. Одегов, П. М. Першукевич, И. П. Поварич, В. А. Поляков, Е. Ф. Прокушев, К.С. Ремизов, О. К. Слинкова, Г. Э. Слезингер, В. В. Травин, Г. В. Щекин и др.

Информационной базой исследования послужили материалы сайта

Российской Федеральной службы государственной статистики, информационные и аналитические материалы научно-исследовательских организаций, статистическая и иная информация, касающаяся деятельности ООО «Линдор».

Методы исследования: теоретический анализ литературы проблем исследования, методы сравнения, факторный анализ. Нормативно-правовой базой работы послужили законодательные и нормативные акты Российской Федерации, постановления и распоряжения Правительства РФ, отдельные решения органов власти субъектов Федерации и управления, касающиеся вопросов управленческого аудита и управления персоналом на предприятии. В числе информационных источников используются публикации в периодической печати, данные статистической отчетности и первичного учета исследуемого предприятия. Сравнительный метод позволил выявить недостатки существующей системы управления в конкретной организации и на этой основе выработать предложение по совершенствованию деятельности, а также были переименованы следующие методы: контент-анализ документов, сбор и систематизация данных, анализ бухгалтерской отчетности.

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, пяти основных разделов, списка использованных источников, приложений.

1. Организационно-экономический анализ деятельности

ООО «ЛИНДОР»

Учетная политика ООО «ЛИНДОР» разработана в соответствии с Федеральным законом «О бухгалтерском учете» от 21 ноября 1996 года № 129-ФЗ, Положением по бухгалтерскому учету «Учетная политика организации» (ПБУ 1/98), Положением по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в Российской Федерации, утвержденного приказом Минфина России от 29.07.1998 г № 34-н в целях обеспечения целостности бухгалтерского учета.

Организация ООО «ЛИНДОР» занимается удовлетворением потребностей населения в надлежащем транспортно – экспедиционном состоянии автомобильных дорог общего пользования и численность составляет 68 человек. Выручка определяется по факту отгрузки товара, оказания услуг и предъявления расчетных документов покупателям, что отражено в учетной политике предприятия.

Поскольку предприятие является коммерческой организацией, основными целями деятельности являются: получение прибыли от производства и реализации продукции, работ, услуг; удовлетворение потребностей населения, экономики государства в надлежащем транспортно – экспедиционном состоянии автомобильных дорог общего пользования и дорожных сооружений.

Для достижения этих целей организация выполняет следующие виды деятельности: выполнение работ по содержанию, ремонту, реконструкции и строительству автомобильных дорог и сооружений на них, производственных баз и других объектов дорожного хозяйства; благоустройство автомобильных дорог, включая полосу отвода и придорожную полосу; производство и реализация строительных и дорожно – строительных материалов, асфальтобетонных смесей, конструкций, полуфабрикатов, комплектующих изделий, технических средств организации дорожного движения; осуществле-

ние промышленного строительства, всех видов ремонтных и строительных работ, со всеми сопутствующими работами; оказание всех видов транспортных, консультационных, информационных, экспертных, инжиниринговых, маркетинговых и других услуг организациям и физическим лицам; реализация строительных и дорожно-строительных материалов, асфальтобетонных смесей, конструкций, полуфабрикатов, комплектующих изделий, технических средств организации дорожного движения.

Выпускаемая продукция.

- · асфальтобетонные смеси: холодные типа БХ, ВХ, ДХ; горячие типа АБВ, АБ, ТД; литые;
- · щебеночно-мастичные смеси (ЩМС);
- · чёрный фракционный щебень;
- · товарный бетон, цементные растворы, дорожный бетон;
- · фундаментные блоки, укрепительная плитка;
- · щебень рядовой и фракционный, песок дробленый и природный.

Для выполнения производственных задач предприятие обладает основными видами дорожно-строительной техники:

- асфальтоукладчики;
- автогрейдеры;
- бульдозеры;
- тракторы;
- автогудронатор;
- топливозаправщик;
- погрузчики;
- шнекороторные снегоочистители;
- экскаваторы;
- катки дорожные;
- комбинированные дорожные машины.

ООО «ЛИНДОР» – ведущее предприятие дорожно-строительной отрасли в Белгородской области. У него есть собственная производственная база: асфальтобетонные заводы с производительной мощностью 220 тонн в час, 2 бетонорастворных завода мощностью 70 м³ в час, более 80 единиц дорожной, автомобильной и другой специализированной техники и механизмов, которые отвечают всем современным требованиям по экологичности, надежности в эксплуатации и качеству выпускаемой продукции. Также было реконструировано старое битумохранилище, его емкость доведена до 1800 тонн.

Таким образом, при производстве работ ООО «ЛИНДОР» имеет возможность снижать себестоимость за счет отсутствия расходов:

- 1) на приобретение на стороне бетона, раствора, асфальтобетона, ПГС;
- 2) на аренду спецтехники;
- 3) на аренду производственных баз.

Правовое положение ООО «ЛИНДОР», порядок его реорганизации и ликвидации, а также права и обязанности участников определяются Гражданским кодексом РФ, Федеральным законом «Об обществах с ограниченной ответственностью, прочими федеральными законами и правовыми актами РФ, а также Уставом.

Общество с ограниченной ответственностью «ЛИНДОР» – предприятие дорожно-строительной отрасли. Организация ООО «ЛИНДОР» является членом некоммерческого партнерства саморегулируемой организации «Строители Белгородской области».

Предприятие является юридическим лицом, имеет самостоятельный баланс, расчетный и иные счета в банках, круглую гербовую печать со своим наименованием, и организует свою деятельность на основании Устава и действующего законодательства. Место нахождения предприятия: Российская Федерация, 308015, г. Белгород, ул. Сумская, 68.

Приоритетными направлениями деятельности ООО «ЛИНДОР» являются:

1. Текущее содержание автомобильных дорог общего пользования и сооружений на них;
2. Ремонт автомобильных дорог и сооружений на них;
3. Выполнение мероприятий по повышению безопасности дорожного движения (установки дорожных знаков, устройство остановочных площадок, установка барьерных ограждений и т.д.).

Наряду с приоритетными направлениями деятельности общество осуществляет другие виды деятельности, не запрещенные правовыми актами РФ:

- различные работы по благоустройству и ремонту автомобильных дорог, тротуаров и площадок для внешних заказчиков;
- реализация асфальтобетонных смесей и других дорожно-строительных материалов.

ООО «ЛИНДОР» возглавляет генеральный директор, который организует всю работу предприятия и несет полную ответственность за его состояние и деятельность перед учредителями (собственниками предприятия) и трудовым коллективом. Генеральный директор представляет предприятие во всех учреждениях и организациях, распоряжается имуществом предприятия, заключает договора, издает приказы по предприятию, в соответствии с трудовым законодательством принимает и увольняет работников, применяет меры поощрения и налагает взыскания на работников предприятия, открывает в банках счета предприятия. Генеральный директор осуществляет оперативное руководство деятельностью предприятия и несет ответственность за соблюдение режима секретности проводимых работ, разработку и осуществление необходимых мероприятий по защите государственных секретов Российской Федерации.

При существующей структуре управления руководителю предприятия непосредственно подчиняются: главный инженер, главный бухгалтер, начальник планово-экономического отдела, начальник отдела кадров, главный юрист и секретарь-референт (рис. 2.1).

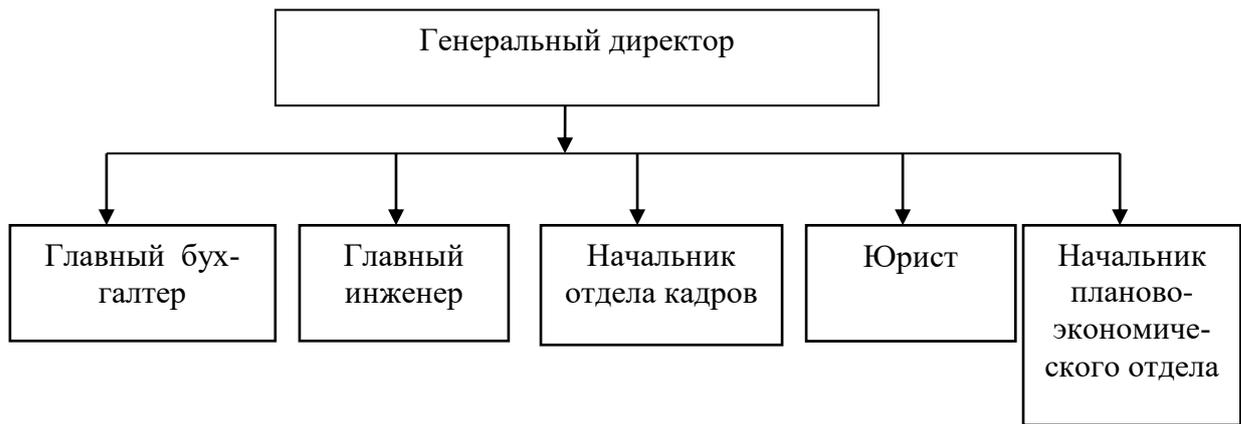


Рис. 1.1. Структура управления ООО «ЛИНДОР»

Структура ООО «ЛИНДОР» может быть отнесена к линейно-функциональным со всеми присущими ей преимуществами и недостатками. ООО «ЛИНДОР» возглавляет генеральный директор, который организует всю работу предприятия и несет полную ответственность за его состояние и деятельность перед учредителями (собственниками предприятия) и трудовым коллективом. Возглавляет организацию генеральный директор, который осуществляет оперативное руководство деятельностью предприятия и несет полную ответственность за его состояние и деятельность перед учредителями (собственниками предприятия) и трудовым коллективом.

Главный инженер руководит работой технических служб предприятия, несет ответственность за выполнение плана, работу на строительных объектах, использование новейшей техники и технологии, а также отвечает за выполнение требований по охране труда и технике безопасности, экологической безопасности. Координирует подразделения по разработке технического развития предприятия, обеспечивает систематическое повышение эффективности производства, производительности труда, обеспечивает производство конкурентоспособной продукции. Главному инженеру подчиняются отделы:

1. Производственно-технический отдел отвечает за подготовку проектной документации объекта, согласование проектной документации, сдачу объектов. Возглавляет отдел начальник ПТО.

2. Материально-технический отдел обеспечивает материально-техническую базу.

3. Отдел главного механика отвечает за проведение ремонтных работ – вместе с другими подразделениями и участками обеспечивает контроль за работой и наладкой технологического оборудования, проводит все виды ремонта технологического оборудования, а также монтаж нового и демонтаж устаревшего оборудования.

4. Отдел главного энергетика вместе с подчиненными ему подразделениями обеспечивает бесперебойное снабжение предприятия электроэнергией, теплотой, сжатым воздухом, водой, кислородом и другим, а также отвечает за бесперебойное снабжение электроэнергией, подачу тепла в административные здания, подачу воды и т.п.

5. На ремонтно-строительном участке его начальник осуществляет оперативный контроль за ходом ремонтных и строительных работ, следит за соблюдением календарного графика работ, устраняет причины, нарушающие нормальный режим работы, осуществляет контроль за качеством готовых объектов.

Главный бухгалтер осуществляет учет средств предприятия и хозяйственных операций с материальными и денежными ресурсами, устанавливает результаты финансово-хозяйственной деятельности предприятия и др., руководит (через зам. гл. бухгалтера по экономике) работой по планированию и экономическому стимулированию на предприятии, повышению производительности труда, выявлению и использованию производственных резервов улучшению организации производства, труда и заработной платы, организации хозрасчета и др. Бухгалтерия осуществляет учет средств предприятия и хозяйственных операций с материальными и денежными ресурсами, устанавливает результаты финансово-хозяйственной деятельности предприятия и др.

Начальник отдела кадров руководит отделом кадров, обеспечивает подбор, расстановку, изучение и использование рабочих кадров и

специалистов; организует систему учета кадров, анализ текучести кадров организует прохождение медосмотра персонала предприятия и т.п.

Задача главного юриста – свести к минимуму возможности возникновения конфликтных дел, связанных с возможными правонарушениями в организации.

В обязанности секретаря-референта входит работа с документами, обеспечение и обслуживание работы руководителя.

На предприятии работают высоко-квалифицированные руководители, специалисты, имеющие высшее образование (инженер-строитель, инженер-механик, инженер-электрик) и среднее специальное образование (техник-строитель, техник-электрик) с опытом работы от 1 до 30 лет. Специалисты аттестованы по промбезопасности по охране труда и технике безопасности, по электробезопасности (согласно должностным обязательствам). Численность персонала на декабрь 2018 составляла 165 человек (табл. 1.1).

Таблица 1.1

Анализ обеспеченности трудовыми ресурсами предприятия

Показатель	Годы			Абсолютное отклонение (+/-)			Темп роста, %		
	2016	2017	2018	2017 / 2016	2018 / 2017	2018 / 2016	2017 / 2016	2018 / 2017	2018 / 2016
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Средне-списочная численность персонала, чел.	92	123	167	31	44	75	1,23	1,38	1,7
Средняя заработная плата, руб.	20000	22000	24500	2000	2500	4500	1,1	1,11	1,23
Всего по штатному расписанию чел., в т. ч.:	97	120	165	23	45	68	1,23	1,38	1,7
В возрасте 18-30 лет	15	23	24	8	1	9	1,5	1,04	1,6

Продолжение табл. 1.1

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
В возрасте 31-45 лет	60	81	96	21	15	36	1,35	1,18	1,6
В возрасте старше 46 лет	22	16	45	- 6	29	23	0,72	2,8	2,04
Основной персонал	91	111	154	20	43	63	1,21	1,38	1,69
Вспомогательный персонал	6	9	11	3	3	5	1,5	1,22	1,83

Как видно из таблицы 1.2, численность персонала в 2017 г. увеличилась на 23 человека по отношению к 2016 г., в 2018 г. на 25 человек увеличилась по сравнению с 2017 г. Это свидетельствует о том, что организация увеличивает объемы производства и ведется кадровая политика по увеличению рабочих мест. Количество работников в возрасте от 18 до 30 лет в 2017 г. увеличилась на 8 человек и на 1 человека в 2018 г по сравнению с 2017 г. Количество работников в возрасте от 31 до 45 лет в 2017 г. увеличилось на 21 человека и на 15 человек увеличилось в 2018 г. по сравнению с 2017 г. Количество работников в возрасте 30 до 40 лет сократилось в 2016 г. на 23 человека и на 21 человека в 2017 г. Состав работников в возрасте старше 45 увеличилось на 29 человек, что объясняется спецификой работы (рис. 1.2).

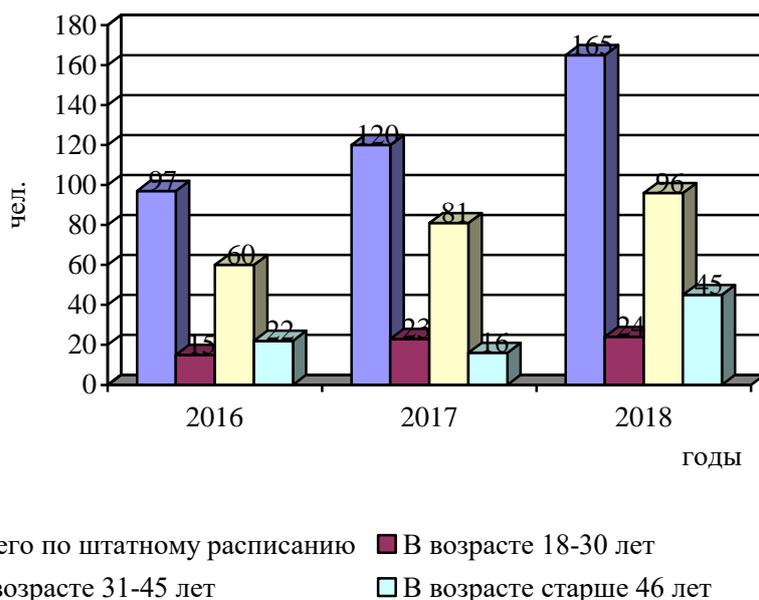


Рис. 1.2. Численность персонала в ООО «Линдор»

При приеме на работу предпочтение отдается кандидатам в возрасте от 31 до 45 лет, это объясняется тем, что данная категория имеет наибольший потенциал, энергию и желание работать и зарабатывать деньги.

Теперь рассмотрим экономическую сторону деятельности ООО «ЛИНДОР» (табл. 1.2), в соответствии с данными бухгалтерской отчетности предприятия (Приложение 1).

Таблица 1.2

Показатели финансово-хозяйственной деятельности предприятия

Показатели	Год			Абсолютное отклонение		Темпы роста, %	
	2016	2017	2018	2017/16	2018/17	2017/16	2018/17
Выручка	201752	278432	346348	76680	67916	1,38	1,24
Себестоимость	172290	239983	334455	67693	94472	1,39	1,39
Прибыль от продаж	14009	10592	11893	-3417	1301	0,75	1,12
Чистая прибыль	1462	1729	1915	267	186	1,18	1,10
Валовая прибыль	29 462	38449	11 893	8987	-26556	1,30	0,30
Среднегодовая стоимость основных средств	62004	48272	76019	-13732	27747	0,77	1,57
Среднегодовая стоимость кредиторской задолженности	197874	253587	198372	55713	-55215	1,25	0,78
Среднегодовая стоимость дебиторской задолженности	87918	127547	114565	39629	-12982	1,45	0,89

Из таблицы 1.2, отражающей показатели финансово-хозяйственной деятельности, видно, что выручка от реализации компании по сравнению с базовым периодом значительно увеличилась (с 201 752 тыс. руб. на 31.12.2016 г. до 346 348 тыс. руб. на 31.12.2018 г.). За анализируемый период изменение объема продаж составило 144 596 тыс. руб. (рис. 1.3).

Валовая прибыль на конец 2016 г. составляла 29 462 тыс. руб. За анализируемый период она уменьшилась на 17 569 тыс. руб., что следует рассматривать как отрицательный момент в исследовании хозяйственной деятельности, и на 31.12.2018 г. составила 11 893 тыс. руб. Прибыль от продаж на 31.12.2016 г. составляла 14 009 тыс. руб. За анализируемый период она, также, как и валовая прибыль, уменьшилась на 2 116 тыс. руб., и на 31.12.2018 г. прибыль от продаж составила 11 893 тыс. руб.

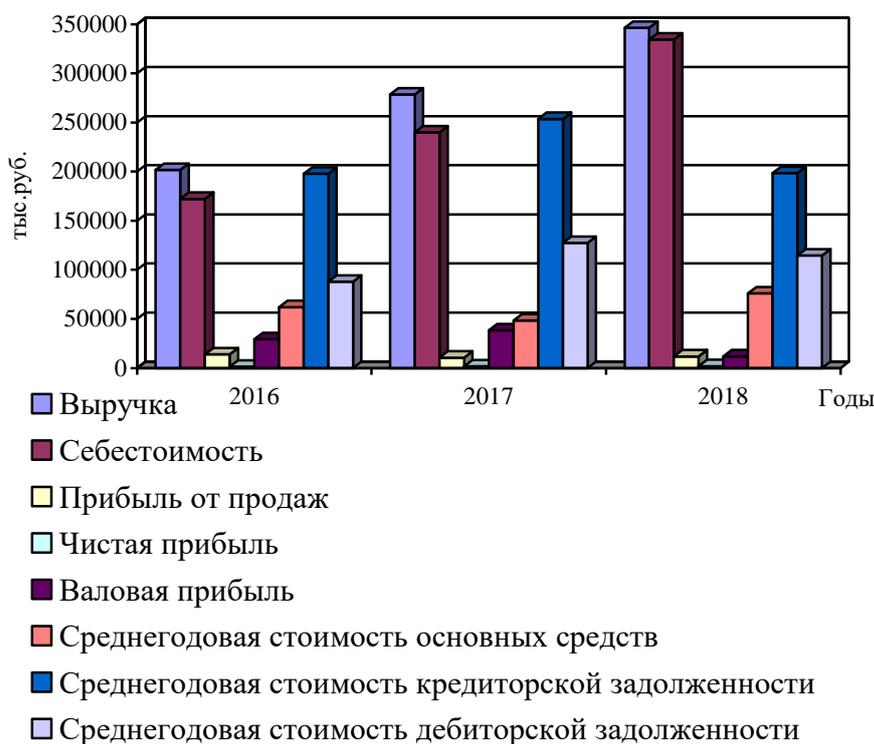


Рис. 1.3. Показатели хозяйственной деятельности ООО «Линдор»

На конец отчетного периода наибольший удельный вес в структуре совокупных активов приходится на оборотные активы, что говорит о достаточ-

но мобильной структуре активов, способствующей ускорению оборачиваемости средств предприятия. К тому же наблюдается положительная тенденция к росту оборотных активов. Совокупность всех экономических показателей имеет тенденцию к стабильному росту, что указывает на сильный потенциал предприятия.

Анализ конкуренции на региональном рынке показал, что ООО «ЛИНДОР» развивается достаточно в сложной конкурентной ситуации (табл. 1.3). Наиболее крупными предприятиями, определяющими развитие дорожной отрасли в области, являются ООО «Белдорстрой», ООО «Белгороддорстрой», ООО «Автодорстрой-подрядчик».

Как видно на региональном рынке достаточно много конкурентов исследуемого предприятия. Поэтому особое значение имеют способы и методы продвижения на рынке, а также увеличение и удержание собственной доли на рынке.

Таблица 1.3

Конкуренты по основным отраслям деятельности ООО «ЛИНДОР»

Благоустройство	Строительство дорог
ООО «Классик-Строй»	ООО ГК «СТРОЙ»
ОАО «Эксплуатационно-дорожная служба №2»	ООО «Вирострой»
ООО «Экосфера»	ОАО «Специализированная монтажно-эксплуатационная служба»
ООО «СтройХолдинг»	ОАО «Дорстроймеханизация»
ООО «Кромтехстрой»	ОАО «Белдорпроект»
АО «Ландшафт Строй»	ООО «СпецСтрой31»
ООО «Белмаг»	ООО «Трансюжстрой»
ОАО «Ландшафтное бюро»	ООО «Строй на Века»
ООО «ЭкоТехСтрой»	ООО «Белдорстрой»
ООО «Логос»	ОАО «Белгороддорстрой»
	ООО «Автодорстрой»

Итак, быстрый рост городов, высокая плотность застройки, загруженность городских магистралей, большая концентрация жителей и работающего населения встречается во многих городах. Проблемы формирования ком-

фортной, экологически безопасной среды, ремонта и реконструкции дворовых территорий затрагивает широкие массы населения.

Из всего вышесказанного можно сделать вывод, в компании проводится эффективная хозяйственная деятельность, которая показывает положительную динамику в развитии ООО «ЛИНДОР» заняло особый сегмент на рынке, со стороны хозяйственной деятельности, компания эффективно работает на рынке, достигая определенных положительных результатов в собственном направлении деятельности.

2. Анализ отрасли и локального рынка

Быстрый рост городов, высокая плотность застройки, загруженность городских магистралей, большая концентрация жителей и работающего населения встречается во многих городах. Проблемы формирования комфортной, экологически безопасной среды, ремонта и реконструкции дворовых территорий затрагивает широкие массы населения.

Базовая сеть автомобильных дорог (с твердым покрытием) сформировалась в России к концу 1980-х годов. Формирование произошло на 100 лет позже, чем в других странах мира с развитой автомобилизацией. По всем своим основным характеристикам (протяженность, конфигурация, пропускная способность, осевая нагрузка) эта дорожная сеть не соответствовала даже тем объемам движения и грузовой работы, которые были в указанный период [31]. Поэтому при планировании текущей деятельности дорожно-строительного предприятия становится актуальным наличие минимальной стратегии его развития, учитывающей все особенности функционирования современного рынка и регулирующего его законодательства.

Определение «инерционный» как нельзя лучше подходит для современного рынка строительства в России. Некогда стабильные показатели сменились нисходящим трендом.

Аналитики, проводящие анализ рынка дорожного строительства, однако, выявили положительные тенденции, сменив цифры в отчетах на отношение текущего периода к аналогичному прошлого года.

Особое внимание девелоперов сегодня приковано к емкости рынка, которая сильно зависит от потребителя. Потребность в новой коммерческой недвижимости обусловлена строго целевым подходом, поэтому строить впрок и без внешних инвестиций стало сложно.

Базовая сеть автомобильных дорог (с твердым покрытием) сформировалась в России к концу 1980-х годов. Формирование произошло на 100 лет позже, чем в других странах мира с развитой автомобилизацией.

По всем своим основным характеристикам (протяженность, конфигурация, пропускная способность, осевая нагрузка) эта дорожная сеть не соответствовала даже тем объемам движения и грузовой работы, которые были в указанный период [31].

В последующее время в России наблюдался ускоренный рост автомобильного парка.

За последние 10 лет парк легковых автомобилей увеличился на 51% – с 27 млн. штук в начале 2006 года до 40,9 млн. штук к началу 2016 года. В 1990 году данный показатель составлял 11,9 млн. единиц.

С учетом одновременного роста среднегодовых пробегов автомобилей загрузка дорог, измеряемая количеством автомобиле-километров на 1 км сети, выросла за тот же период в 5-6 раз. В результате этого процесса наблюдается рост загрузки дорог и рост разрыва между спросом на пользование дорожной сетью и объемами предложения [17]. Исторически сложившиеся особенности национальной дорожной сети России следующие:

- дорожная сеть на европейской территории России сохраняет архаическую звездообразную структуру, замкнутую на Москву;
- почти 46 тысяч сельских населенных пунктов (31 % от общего числа сельских населенных пунктов) с общей численностью населения 2,6 млн. жителей не имеют связи с транспортной сетью страны по автомобильным дорогам общего пользования с твердым покрытием;
- сохраняется значительная региональная неравномерность в развитии дорожной сети; в частности, в районах Севера, Сибири и Дальнего Востока не завершено формирование опорной сети автомобильных дорог [16].

Региональная неравномерность в развитии дорожной сети оказывает влияние на уровень социально-экономического развития регионов.

В рейтинге качества дорожной инфраструктуры, который был представлен в рамках Всемирного экономического форума (WEF 2016-2017), российские дороги по качеству заняли 123-ю строчку. Соседями в списке оказались Габон (121-е место), Сьерра-Леоне (122-е), Ливан (124-е) и

КостаРика (125-е).

Весьма наглядно сравнение российской дорожной сети с зарубежными аналогами по коэффициенту Энгеля, показывающему уровень обеспеченности населения автомобильными дорогами и определяемому как отношение плотности автомобильных дорог к корню квадратному от плотности населения, показывая факт наличия слабообжитых территорий. Для территории России он составляет 2,67, для ее европейской части – 4,22. Для сравнения, в Индии этот коэффициент равен 7,3, в европейских странах – 10-12 и более. Даже в Восточной Европе он выше российского: Польша – 12, Чехия – 14. В Белоруссии – 6,8.[1]

На ремонт износившихся и строительство новых дорог в России в 2017 году из федерального бюджета выделено 494 миллиарда рублей, по большей части на федеральные трассы – 375 миллиардов (260 миллиардов на ремонт и 115 миллиардов на реконструкцию и прокладку новых).

Строительство Крымского моста в 2017 году обойдется в 60 миллиардов рублей. Более 36,6 миллиарда дорожное агентство направит в качестве субсидий в регионы. Год в России функционирует система взимания платы за проезд с 12- тонников по федеральным трассам «Платон».

По данным Росавтодора за 2016 год собрали около 22 миллиардов рублей. Средства от сбора платы за проезд с 12-тонников поступают в федеральный дорожный фонд, откуда распределяются по трем направлениям:

- во-первых, деньги идут на ремонт дорог в городах и регионах;
- во-вторых, на восстановление (строительство, ремонт, реконструкцию) искусственных сооружений;
- в-третьих, на софинансирование дорожных ГЧП-проектов в субъектах страны.

В конце 2016 года в Росавтодоре прошел первый этап отбора шести заявок от субъектов Федерации на софинансирование дорожных ГЧП-проектов за счет сборов системы «Платон». Это строительство обхода

Хабаровска, обхода Перми с мостом через реку Чусовая, трассы Стерлитамак-Кага-Магнитогорск и восточного выезда из Уфы, моста через реку Обь в Новосибирске и проспекта Карла Маркса в Самаре.

В 2017 году Росавтодор предлагает приступить к реализации программ развития транспортной инфраструктуры в 15 крупнейших городах, где в общей сложности проживают более 17 миллионов человек, или около 12 процентов населения страны. Это Новосибирск, Екатеринбург, Нижний Новгород, Казань, Челябинск, Омск, Самара, Ростов-на-Дону, Уфа, Красноярск, Пермь, Воронеж, Волгоград, Краснодар и Саратов.

В рамках ГЧП организация, привлеченная для строительства (реконструкции) объекта, принимает на себя не только строительные, но и эксплуатационные риски, поскольку в течение длительного срока после завершения строительства использует автомобильную дорогу по целевому назначению, либо принимает на себя обязательства по ее техническому обслуживанию.

«Транспортная стратегия Российской Федерации на период до 2030 года» определила масштабную программу развития сети автомобильных дорог, в реализации которой важная роль отведена проектам ГЧП.

В соответствии с указанным документом к 2030 году предполагается довести протяженность данной сети до 12 000 километров, связав системой скоростного автодорожного сообщения основные экономические и промышленные центры страны (стратегией планируется обеспечить скоростную связь территорий, на которых проживает около 70% населения и производится 80% валового внутреннего продукта) [11].

Важной особенностью предложенной стратегии является закладываемый в ней матрично-сетевой принцип построения сети, позволяющий изменить сложившуюся радиально-центрическую систему и обеспечить прямую и кратчайшую скоростную автодорожную связь между регионами.

Основной объем мероприятий в рамках стратегии запланирован на

2021-2030 годы, предусматривающий увеличение объемов строительства и смещение территориального развития сети на восток европейской части России и в западные регионы Сибири.

В части нормативно-законодательного регулирования на сегодняшний день основным документом регламентирующим строительство автомобильных дорог является СНиП 2.05.02-85* «Автомобильные дороги», данный документ был разработан в 1985 году, и последний раз отредактирован в 2003 г. Законодательная база норм проектирования, применяемая уже более 25 лет, ориентирована на движение одиночных автомобилей, то есть на очень низкий уровень автомобилизации (30-40 автомобилей на тысячу жителей).

В целях совершенствования и развития дорожной инфраструктуры, обеспечения качественного транспортного обслуживания и повышения качества жизни населения на территории Белгородской области реализуется государственная программа области «Совершенствование и развитие транспортной системы и дорожной сети Белгородской области на 2014-2020 годы.

В 2017 году, в рамках данной программы, построены и реконструированы 34,9 км автодорог общего пользования, отремонтированы 395,6 км автодорог и 13 мостов, в населенных пунктах области построено 94,9 км и отремонтировано 119,4 км автодорог по улично-дорожной сети, в микрорайонах ИЖС выполнено строительство 298,4 км автодорог.

Наиболее крупные объекты 2017 года:

– реконструкция автодорог на участках «Новый Оскол – Валуйки» – 8 км, и от г. Бирюч до г. Алексеевка – 8,1 км;

– строительство и реконструкция автомобильных дорог, соединяющих населенные пункты с сетью автодорог общего пользования в Губкинском городском округе, Белгородском и Красногвардейском районах общей протяженностью 18,8 км.

Далее для более полного анализа дорожно-строительных работ,

представлен SWOT-анализ дорожно-строительной отрасли Белгородского региона в табл. 2.1.

Таблица 2.1

SWOT-анализ дорожно-строительной отрасли Белгородской области

Сильные стороны	Слабые стороны
<ul style="list-style-type: none"> – уникальное экономико-географическое положение; – большой резерв территорий; – свободные для развития бизнеса и проживания населения; – богатые природно-ресурсные потенциалы; – развитая транспортной инфраструктурой; – опыт реализации крупных инвестиционных проектов; – высокий уровень образования населения; – качество трудовых ресурсов; – стабильная общественно-политическая ситуация; – отсутствие межнациональных и межконфессиональных конфликтов. 	<ul style="list-style-type: none"> – высокий уровень монополизации в отраслях специализации; – низкая доля производств глубокой переработки продукции; – недостаточный уровень развития инновационного предпринимательства; – недостаток трудовых ресурсов.
Возможности	Угрозы
<ul style="list-style-type: none"> – использование потенциала традиционно сильных отраслей региональной экономики; – внедрение инновационных технологий и выпуск инновационной продукции; – формирование новых сфер и направлений, основанных на достижениях современной науки и производстве новых знаниях; – строительство новых транспортных коридоров; – усиление интеграционных связей российских регионов. 	<ul style="list-style-type: none"> – консервация сложившейся структуры экономики с преобладанием добывающего сектора и низкой долей сектора переработки и инноваций; – высокорисковая структура экономики; – недостаток инвестиционных вложений в экономику региона и низкие темпы преодоления инфраструктурных ограничений.

Сильные стороны и возможности развития Белгородской области в сочетании с реальными возможностями региона по проведению эффективной политики в целях устранения слабых сторон и потенциальных угроз, дают основание оценивать конкурентные позиции как очень высокие.

При этом необходимо иметь в виду, что Белгородская область – это территория с высоким потенциалом развития и уникальной специализацией, взаимодополняющей хозяйственные комплексы других регионов. Такой интеграционный сценарий, устраняющий конкурентные противоречия,

обеспечивает наиболее эффективное развитие и усиление в масштабах страны позиций. Из-за расположения Белгородской области развитие дорожно-строительной отрасли это ключевой фактор его социально-экономического состояния.

Для обеспечения конкурентоспособности организации необходимо наращивать конкурентный потенциал, который означает потенциальную возможность (текущие предпосылки) сохранять или увеличивать стратегическую конкурентоспособность. Этот показатель определяется совокупностью параметров, характеризующих возможность (потенциал) и способность организации эффективно функционировать на рынке, удерживать или увеличивать свою рыночную долю, иметь достаточную рентабельность, финансовую устойчивость в перспективе.

Задача конкурентного анализа заключается в изучении возможностей предприятия организовывать и развивать основной вид деятельности в реальных условиях с учетом нестабильности факторов внешней среды и их неопределенности.

Стратегический конкурентный анализ выступает эффективным инструментом выявления конкурентных преимуществ, разработки, реализации и изменения конкурентоспособной стратегии строительной организации, направленной на обеспечение ее динамичного развития и устойчивый экономический рост. Он предполагает анализ факторов внешней среды и анализ ресурсов и конкурентных возможностей самой строительной компании.

Это позволит повысить эффективность действующей стратегии, выявить сильные, слабые стороны, возможности и угрозы компании, конкурентоспособность по ценам и издержкам, устойчивость позиции по сравнению с конкурентами. Все это в последнее время приобретает большую актуальность.

Согласно статистическим данным, представленным в табл., видно, что предприятий строительной сферы достаточно много зарегистрировано и

работает более 70 предприятий на территории Белгородской области. Но в то же время предприятий, занимающихся дородным строительством и оказанием параллельных услуг, как в сфере строительства.

Таблица 2.2

Количество, действующих предприятий дорожно-строительной отрасли в Белгородской области

Всего	2013	2014	2015	2016	2017
		3897	3664	2971	3451
в том числе по формам собственности:					
государственная	9	10	6	2	3
муниципальная	6	4	6	6	12
частная	3782	3534	2952	3437	3243
смешанная российская	11	12	3	2	8
прочие	71	104	4	4	7

В Белгороде, в старых кварталах обустройство дворовых территорий находится в неудовлетворительном состоянии, не отвечает предъявляемым к ним требованиям и давно нуждается в реконструкции. К проблеме благоустройства придомовых территорий необходимо подходить комплексно: учитывать особенности местности, пожелания жителей, возможности ответственных служб. Двор это место для проведения досуга взрослых и детей.

Для нормального функционирования города большое значение имеет инженерное благоустройство территорий. Сегодня в г. Белгороде в районах старой застройки существуют территории, требующие комплексного благоустройства и включающие в себя ремонт внутридворовых проездов, ремонт и замену детского оборудования, установку элементов малых архитектурных форм, устройство пешеходных дорожек, реконструкцию элементов озеленения (газоны, клумбы).

Срок службы дорожных покрытий дворовых территорий истек с момента массовой застройки г. Белгорода многоквартирными домами. Из-за

недостаточного финансирования отрасли практически не производился ремонт дворовых территорий, в результате чего асфальтобетонное покрытие внутриквартальных проездов и тротуаров пришло в негодность. Дворовые территории являются важнейшей составной частью транспортной системы. От уровня транспортно-эксплуатационного состояния дворовых территорий многоквартирных домов и проездов к дворовым территориям во многом зависит качество жизни нашего населения.

До настоящего времени благоустройство на придомовых территориях жилой застройки г. Белгорода осуществлялось по отдельным видам работ. Наиболее значимым достижением жилищного строительства в области за последние одиннадцать лет является неуклонный рост показателей ввода жилья. За 2011–2017 годы общий объем ввода жилья увеличился в два раза, а ввод индивидуальных жилых домов возрос в 3,2 раза. За последние одиннадцать лет введено в эксплуатацию 13,5 миллионов квадратных метров жилья».

На сегодняшний день в Белгородской области в рамках «проектной» структуры существуют следующие направления в части строительства и благоустройства:

1. «Новая жизнь». Обеспечение жильем молодых специалистов.
2. «Правильная эксплуатация зданий». Организация системы эксплуатации зданий и сооружений.
3. «BIM-технологии». Внедрение системы автоматизированного проектирования.
4. «Чистая стройка». Эстетичный вид строительных площадок на территории области.
5. Комплексная модернизация входных групп (подъездов) многоквартирных домов.
6. Реформирование системы контроля и надзора в области долевого строительства.

7. Внедрение единой типовой формы государственного (муниципального) контракта, методологии ее применения, расширение сферы банковского сопровождения контрактов.

8. Приведение рекламных конструкций и вывесок на фасадах зданий в соответствие с архитектурными стандартами.

9. Капитальный ремонт поликлиник центральных районных больниц Белгородской области.

10. Строительство и модернизация объектов культурной сферы в муниципальных образованиях Белгородской области.

11. Проведение государственной экспертизы проектной документации в электронной форме.

12. Создание локальных общественных центров на базе магазинов пешеходной доступности в микрорайонах ИЖС Белгородской области.

13. Озеленение микрорайонов ИЖС Белгородской области.

Под благоустройством общественной территории понимается совокупность работ и комплекс мероприятий, направленных на создание благоприятных, здоровых и эстетических условий жизни населения на территории г. Белгород. Среднегодовая численность населения г. Белгорода составляет 389,210 тыс. чел., общая численность населения, проживающего в многоквартирных домах города, – 299,642 тыс. чел. В городе расположены 1549 многоквартирных домов без учета домов блокированной застройки, из которых 700 многоквартирных домов расположены на благоустроенных территориях, а 839 многоквартирных домов расположены на территориях, нуждающихся в благоустройстве.

Потребность в благоустройстве территорий г. Белгород обусловлена износом объектов благоустройства их составляющих в результате длительной эксплуатации. Адресные перечни территорий, подлежащих благоустройству и включению в муниципальную программу, формируются на основании предложений граждан, организаций и заинтересованных лиц с учетом проведенной инвентаризации в соответствии с постановлением

Правительства Белгородской области от 10.07.2017 г. № 256 «Об утверждении Порядка проведения инвентаризации дворовых и общественных территорий (с учетом их физического состояния), объектов недвижимого имущества (включая объекты незавершенного строительства) и земельных участков, находящихся в собственности (пользовании) юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, уровня благоустройства индивидуальных жилых домов и земельных участков, предоставленных для их размещения на территории Белгородской области, а также объектов централизованной (нецентрализованной) систем холодного водоснабжения сельских населенных пунктов Белгородской области» и ресурсного обеспечения программы.

Всего в городе Белгороде 1073 дворовых территорий, общей площадью 5 500,4 тыс. кв.м и 55 территорий общего пользования, общей площадью 1520,0 тыс. м². Степень благоустройства общественных и дворовых территорий в городе Белгороде оценивается по показателям, представленным в таблице 2.3.

Таблица 2.3

Степень благоустройства общественных и дворовых территорий

Наименование показателя	Значение показателя
Количество благоустроенных дворовых территорий, а также дворовых территорий, находящихся в удовлетворительном физическом состоянии и не требующих срочного капитального ремонта и благоустройства	1023
Площадь благоустроенных дворовых территорий, тыс. кв.м, а также дворовых территорий, находящихся в удовлетворительном физическом состоянии и не требующих срочного капитального ремонта и благоустройства	5241,9
Количество дворовых территорий, нуждающихся в благоустройстве (исходя из минимального перечня работ), ед.	50
Площадь дворовых территорий, нуждающихся в благоустройстве (исходя из минимального перечня работ), тыс. кв.м	293,0
Доля благоустроенных дворовых территорий многоквартирных домов, а также дворовых территорий, находящихся в удовлетворительном физическом состоянии и не требующих срочного капитального ремонта и благоустройства, от общего количества дворовых территорий многоквартирных дворов, %	95,3
Доля дворовых территорий, нуждающихся в благоустройстве, %	4,7

Количество общественных территорий массового отдыха населения (площади, скверы и т.п.), ед.	44
Количество наиболее посещаемых территорий общего пользования (центральные улицы, аллеи, набережные и т.п.), ед.	11
Количество общественных благоустроенных территорий массового отдыха населения (площади, скверы и т.п.), ед.	29
Площадь благоустроенных общественных территорий, тыс. кв.м	608,0
Количество общественных территорий, нуждающихся в благоустройстве, в том числе:	26
территории массового отдыха населения (площади, скверы и т.п.), ед.	19
наиболее посещаемых муниципальных территорий общего пользования, ед.	7
Площадь общественных территорий, нуждающихся в благоустройстве, тыс. кв.м	912,0
Доля благоустроенных территорий общего пользования, %	52,7
Доля территорий общего пользования, нуждающихся в благоустройстве, %	47,3

Ресурсное обеспечение и прогнозная (справочная) оценка расходов на реализацию основных мероприятий муниципальной программы из различных источников финансирования и ресурсное обеспечение реализации муниципальной программы за счет средств бюджета городского округа «Город Белгород».

Планируемый объем финансирования муниципальной программы в разрезе источников финансирования по годам представлен в таблице 2.4.

Таблица 2.4

Планируемый объем финансирования программы

Годы	Источники финансирования, тыс. руб.				Всего
	Федеральный бюджет	Областной бюджет	Бюджет городского округа «Город Белгород»	Внебюджетные источники	
2018	0,0	0,0	17 356,0	0,0	17 356,0
2019	88 224,0	23 453,0	39 598,0	80 145,0	231 420,0
2020	48 482,0	12 888,0	7 220,0	3 610,0	72 200,0
2021	60 827,0	16 170,0	35 146,0	96 857,0	209 000,0
2022	86 483,0	22 990,0	28 234,0	66 353,0	204 060,0

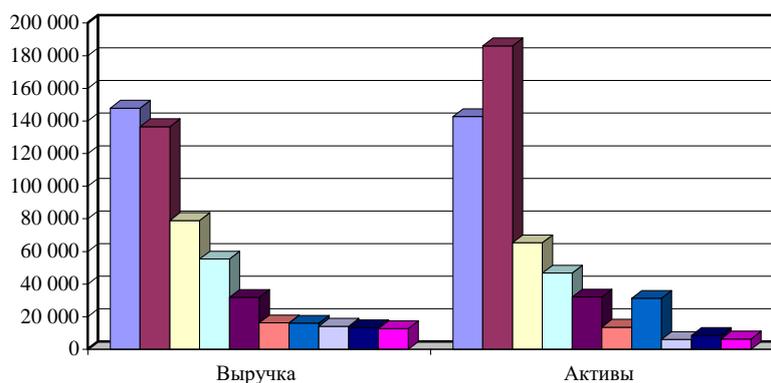
Далее представим предприятия, которые являются крупными «игроками» на рынке дорожно-строительных работ. В ходе исследования отрасли, необходимо выделить лидеров по выручке и объему предоставляемых работ на российском рынке в целом (табл. 2.5).

Таблица 2.5

Дорожно-строительные предприятия в РФ

Организация	ИНН	Показатели, млн. руб.		Регион
		выручка	активы	
ПАО «МОСТТРЕСТ»	7701045732	147 840	142 706	Москва
АО «МОСИНЖПРОЕКТ»	7701885820	136 555	186 084	Москва
ООО «СГМ-МОСТ»	7730018980	78 995	65 379	Москва
АО «ВАД»	7802059185	55 386	46 714	Санкт-Петербург
АО «ДСК «АВТОБАН»	7725104641	31 903	32 031	Москва
ОАО «ХАНТЫ-МАНСИЙСКДОРСТРОЙ»	8601013827	16 179	13 553	Ханты-Мансийский автономный округ
ООО «СК «ТАТДОРСТРОЙ»	1619006480	16 002	31 268	Республика Татарстан
АО «ТЮМЕНСКОЕ ОБЛАСТНОЕ ДОРОЖНО-ЭКСПЛУАТАЦИОННОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ»	7203175930	14 131	6 071	Тюменская область
ООО «ДОРОЖНАЯ СТРОИТЕЛЬНАЯ КОМПАНИЯ»	6926002165	13 261	8 447	Тверская область

Данные таблицы наглядно представлены в диаграмме (рис. 2.1).



- ПАО «МОСТТРЕСТ»
- АО «МОСИНЖПРОЕКТ»
- ООО «СГМ-МОСТ»
- АО «ВАД»
- АО «ДСК «АВТОБАН»
- ОАО «ХАНТЫ-МАНСИЙСКДОРСТРОЙ»
- ООО «СК «ТАТДОРСТРОЙ»
- АО «ТЮМЕНСКОЕ ОБЛАСТНОЕ ДОРОЖНО-ЭКСПЛУАТАЦИОННОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ»
- ООО «ДОРОЖНАЯ СТРОИТЕЛЬНАЯ КОМПАНИЯ»
- АО «МОСТТРЕСТ-СЕРВИС»

Рис. 2.1. Структура доходов и активов предприятий дорожно-строительной отрасли в РФ

Анализ конкуренции на региональном рынке показал, что ООО «ЛИНДОР» развивается достаточно в сложной конкурентной ситуации (табл. 2.5). Наиболее крупными предприятиями, определяющими развитие дорожной отрасли в области, являются ООО «Белдорстрой», ООО «Белгороддорстрой», ООО «Автодорстрой-подрядчик».

Как видно на региональном рынке достаточно много конкурентов исследуемого предприятия. Поэтому особое значение имеют способы и методы продвижения на рынке, а также увеличение и удержание собственной доли на рынке.

Таблица 2.5

Конкуренты по основным отраслям деятельности ООО «ЛИНДОР»

Благоустройство	Строительство дорог
ООО «Классик-Строй»	ООО ГК «СТРОЙ»
ОАО «Эксплуатационно-дорожная служба №2»	ООО «Вирострой»
ООО «Экосфера»	ОАО «Специализированная монтажно-эксплуатационная служба»
ООО «СтройХолдинг»	ОАО «Дорстроймеханизация»
ООО «Кромтехстрой»	ОАО «Белдорпроект»
АО «Ландшафт Строй»	ООО «СпецСтрой31»
ООО «Белмаг»	ООО «Трансюжстрой»
ОАО «Ландшафтное бюро»	ООО «Строй на Века»
ООО «ЭкоТехСтрой»	ООО «Белдорстрой»
ООО «Логос»	ОАО «Белгороддорстрой»
	ООО «Автодорстрой»

Итак, быстрый рост городов, высокая плотность застройки, загруженность городских магистралей, большая концентрация жителей и работающего населения встречается во многих городах. Проблемы формирования комфортной, экологически безопасной среды, ремонта и реконструкции дворовых территорий затрагивает широкие массы населения.

Развитие дорожно-строительной отрасли является важнейшим условием функционирования экономических систем современных

государств[17]. Для России с ее протяженной территорией данный вопрос представляет особую значимость. Недостаточные темпы расширения автодорожной сети, низкое качество дорожного строительства, неравномерное обеспечение дорогами различных регионов страны – все эти факторы существенно снижают эффективность российской экономики и негативным образом влияют на потенциал ее дальнейшего развития [5]. Поэтому при планировании текущей деятельности дорожно-строительного предприятия становится актуальным наличие минимальной стратегии его развития, учитывающей все особенности функционирования современного рынка и регулирующего его законодательства.

Учетная политика ООО «ЛИНДОР» разработана в соответствии с Федеральным законом «О бухгалтерском учете» от 21 ноября 1996 года № 129-ФЗ, Положением по бухгалтерскому учету «Учетная политика организации» (ПБУ 1/98), Положением по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в Российской Федерации, утвержденного приказом Минфина России от 29.07.1998 г № 34-н в целях обеспечения целостности бухгалтерского учета.

Организация ООО «ЛИНДОР» занимается удовлетворением потребностей населения в надлежащем транспортно – экспедиционном состоянии автомобильных дорог общего пользования и численность составляет 68 человек. Выручка определяется по факту отгрузки товара, оказания услуг и предъявления расчетных документов покупателям, что отражено в учетной политике предприятия.

Поскольку предприятие является коммерческой организацией, основными целями деятельности являются: получение прибыли от производства и реализации продукции, работ, услуг; удовлетворение потребностей населения, экономики государства в надлежащем транспортно – экспедиционном состоянии автомобильных дорог общего пользования и дорожных сооружений.

Для достижения этих целей организация выполняет следующие виды деятельности: выполнение работ по содержанию, ремонту, реконструкции и строительству автомобильных дорог и сооружений на них, производственных баз и других объектов дорожного хозяйства; благоустройство автомобильных дорог, включая полосу отвода и придорожную полосу; производство и реализация строительных и дорожно – строительных материалов, асфальтобетонных смесей, конструкций, полуфабрикатов, комплектующих изделий, технических средств организации дорожного движения; осуществление промышленного строительства, всех видов ремонтных и строительных работ, со всеми сопутствующими работами; оказание всех видов транспортных, консультационных, информационных, экспертных, инжиниринговых, маркетинговых и других услуг организациям и физическим лицам; реализация строительных и дорожно-строительных материалов, асфальтобетонных смесей, конструкций, полуфабрикатов, комплектующих изделий, технических средств организации дорожного движения.

Выпускаемая продукция:

- асфальтобетонные смеси: холодные типа БХ, ВХ, ДХ; горячие типа АБВ, АБ, ТД; литые;
- щебеночно-мастичные смеси (ЩМС);
- чёрный фракционный щебень;
- товарный бетон, цементные растворы, дорожный бетон;
- фундаментные блоки, укрепительная плитка;
- щебень рядовой и фракционный, песок дробленый и природный.

Для выполнения производственных задач предприятие обладает основными видами дорожно-строительной техники:

- асфальтоукладчики;
- автогрейдеры;
- бульдозеры;
- тракторы;

- автогудронатор;
- топливозаправщик;
- погрузчики;
- шнекороторные снегоочистители;
- экскаваторы;
- катки дорожные;
- комбинированные дорожные машины.

ООО «ЛИНДОР» - ведущее предприятие дорожно-строительной отрасли в Белгородской области. У него есть собственная производственная база: асфальтобетонные заводы с производительной мощностью 220 тонн в час, 2 бетонорастворных завода мощностью 70 м³ в час, более 80 единиц дорожной, автомобильной и другой специализированной техники и механизмов, которые отвечают всем современным требованиям по экологичности, надежности в эксплуатации и качеству выпускаемой продукции. Также было реконструировано старое битумохранилище, его емкость доведена до 1800 тонн.

Таким образом, при производстве работ ООО «ЛИНДОР» имеет возможность снижать себестоимость за счет отсутствия расходов:

- 1) на приобретение на стороне бетона, раствора, асфальтобетона, ПГС;
- 2) на аренду спецтехники;
- 3) на аренду производственных баз.

Правовое положение ООО «ЛИНДОР», порядок его реорганизации и ликвидации, а также права и обязанности участников определяются Гражданским кодексом РФ, Федеральным законом «Об обществах с ограниченной ответственностью, прочими федеральными законами и правовыми актами РФ, а также Уставом.

Общество с ограниченной ответственностью «ЛИНДОР» – предприятие дорожно-строительной отрасли. Организация ООО «ЛИНДОР» является членом некоммерческого партнерства саморегулируемой организации «Строители Белгородской области».

Организация считается юридическим лицом, обладает независимый бухгалтерский (баланс, расчетный и другие счета в банках, круглую гербовую печать с собственным названием, и сформирует собственную деятельность в основе Устава и функционирующего законодательства. Место нахождения предприятия: Российская Федерация, 308015, г. Белгород, ул. Сумская, 68.

Первенствующими тенденциями работы ООО «ЛИНДОР» считаются:

1. Текущее содержание авто путей единого использования и построек в их.
2. Восстановление авто путей и построек в их.
3. Осуществление мероприятий согласно увеличению безопасности путевого движения (конструкции путевых символов, прибор остановочных площадок, монтаж барьерных ограждений и т.д.).

Наряду с приоритетными тенденциями работы общество реализовывает прочие разновидности работы, никак не не разрешенные законными актами РФ:

- разнообразные деятельность согласно благоустройству и ремонтным работам авто путей, тротуаров и площадок с целью наружных клиентов;
- осуществление асфальтобетонных смесей и иных дорожно-строй использованных материалов.

Из всего вышесказанного можно сделать вывод, в компании проводится эффективная кадровая политика, ООО «ЛИНДОР» заняло особый сегмент на рынке, со стороны хозяйственной деятельности, компания эффективно работает на рынке, достигая определенных положительных результатов в собственном направлении деятельности.

3. Организация производства и управление предприятием

Организация производства – комплекс мероприятий, направленных на рациональное сочетание процессов труда с вещественными элементами производства в пространстве и во времени с целью повышения эффективности, т. е. достижения поставленных задач в кратчайшие сроки, при наилучшем использовании производственных ресурсов. Организация производства связана с разработкой, внедрением и совершенствованием производственных систем, на основе которых производится основная продукция или предоставляются услуги предприятиям. Ее можно рассматривать как совокупность действий по планированию, координации и выполнения производственно-технологического цикла для создания продуктов и сервиса.

Для более эффективной работы и совершенствования конкурентной позиции, предлагается ввести услугу по благоустройству территории в частных владениях. Предлагается дизайн-разработка и проведение проектных и технических работ по благоустройству, озеленению и поддержанию территории в хорошем состоянии. Для эффективного функционирования необходима работа квалифицированного персонала в данном случае, предлагается принять в имеющийся штат сотрудников – специалиста по благоустройству территории и расширить штат сотрудников, которые будут заниматься благоустройством территорий. Предлагается принять на работу специалиста по благоустройству и озеленению территории и городской среды (Профстандарт: 10.005). Основная цель вида профессиональной деятельности – эффективное использование земель населенных пунктов, подлежащих благоустройству и озеленению с целью создания благоприятных условий для жизнедеятельности населения.

Трудовые функции:

1. Техническое и организационное обеспечение выполнения работ по благоустройству и озеленению территорий и содержанию объектов ландшафтной архитектуры.

2. Организация комплекса работ по благоустройству и озеленению объектов ландшафтной архитектуры, их охране и защите.

Требуемые знания по специальности:

1. Требования государственных стандартов и нормативно-технической документации к составу, содержанию и оформлению проектной документации.

2. Нормативно-техническая документация по организации производства работ в области строительства, благоустройства территорий населенных пунктов и защиты зеленых насаждений.

3. Состав и порядок подготовки документов для оформления разрешений на производство работ по благоустройству и озеленению.

4. Технологии производства различных видов работ по благоустройству и озеленению территории.

5. Способы и методы планирования производства работ по благоустройству и озеленению территорий.

6. Порядок документального оформления приема-передачи законченных объектов ландшафтной архитектуры и этапов (комплексов) работ.

7. Основы системы менеджмента качества и особенности ее внедрения в строительном производстве.

8. Порядок представления исполнительно-технической документации приемочным комиссиям.

9. Нормативные технические документы по организации работ по инвентаризации.

10. Ассортимент деревьев, кустарников и травянистых растений, процессы жизнедеятельности растений, их зависимость от условий окружающей среды.

11. Внешние признаки ухудшения состояния насаждений.

12. Требования к оформлению плановых материалов.

13. Порядок оформления документов по инвентаризационному учету.

14. Знание графических программ: Adobe Photoshop, Illustrator Corel-

Draw, Axure RP Pro.

15. Базовые знания дизайна и типографики.

16. Опыт работы в программе Realtime Landscaping Architect - профессиональная программа для ландшафтного дизайна и проектирования в 2D и 3D.

В его обязанности будет входить:

1. Осуществлять проверку соответствия проектной документации государственным стандартам и нормативно-технической документации

2. Применять нормативно-техническую и проектную документацию при планировании и распределении производственных ресурсов

3. Подготавливать документы для оформления разрешений на производство работ по благоустройству и озеленению территорий, в том числе в охранных зонах

4. Разрабатывать проект производства работ и календарные планы на работы по благоустройству и озеленению территории

5. Разрабатывать исполнительно-техническую документацию по законченным объектам ландшафтной архитектуры, этапам (комплексам) работ

6. Оформлять отчетную, техническую, нормативную и распорядительную документацию

7. Осуществлять документальное сопровождение производства работ по благоустройству и озеленению на объекте ландшафтной архитектуры

Штатное расписание сотрудников ООО «Линдор» представлено в приложении 2. Планируемый вид деятельности предполагает предоставление услуг по благоустройству территории. Производственная база ООО «Линдор» имеет следующее оснащение: асфальтобетонные заводы с производительной мощностью 220 тонн в час, 2 бетонорастворных завода мощностью 70 м³ в час, более 80 единиц дорожной, автомобильной и другой специализированной техники, следовательно для развития бизнеса и расширения услуг предприятия в настоящее время есть весь необходимый инструментарий и основные фонды.

Построение диаграммы Ганта будет способствовать своевременному исполнению обязанностей специалиста по благоустройству и контролировать ход совершенствования организационного планирования предприятия. Диаграмма Ганта предназначена для иллюстрации разных этапов работы в сфере малого и среднего бизнеса. Визуально представляет собой простой набор полосок, состоящих из двух главных осей: дел и времени. Каждому временному промежутку приписывается определённая задача, которая должна быть выполнена. График Ганта является своеобразным стандартом в области управления проектами, ведь именно с его помощью появляется возможность показать структуру выполнения всех этапов проекта наглядно.

Данные этапы соответствуют системе кадровой работы в должности:

- представление вакансии;
- подбор специалиста;
- адаптация специалиста;
- приобретение оборудования;
- приобретение инвентаря;
- выезд на объект;
- выполнение работа по проектированию и разработке планов;
- разработка документации (подписание договора);
- планирование территории;
- благоустройство территории;
- рекомендации по уходу и содержанию;
- оформление выполненных работ по актам;
- утверждение рабочего проекта клиентом;
- исследование потенциальных клиентов;
- обучение новым технологиям.

Данные работы имеют 2 вида, основные производственные задания и дополнительные. В **приложении 3** на диаграмме это видно.

Главным преимуществом, бесспорно, является графическая подача ма-

териала. Как правило, бизнесменам удобно работать с графиками Ганта – им нравится возможность чётко выделить и обозначить этапы работы над проектом. За счёт представления заданий в виде различных цветных полос все члены команды могут буквально с первого взгляда определить свои задачи. Следует также отметить то, что диаграммы Ганта являются отличным презентационным инструментом, который способен продемонстрировать ключевые приоритеты проекта. То есть, как только руководящие лица выделяют и распределяют каждый из имеющихся в наличии ресурсов, команда моментально узнаёт об этом и следует дальнейшим указаниям. Данное свойство графика Ганта крайне полезно для руководителей высшего звена – используя его, можно намного проще подготовить подробный, ёмкий отчёт о состоянии выполнения различных проектов.

В соответствии с пунктом 25 статьи 16 Федерального закона от 6 октября 2003 года N 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации», в целях обеспечения надлежащего санитарно-экологического состояния, улучшения благоустроенности города Белгорода и определения порядка уборки и содержания городских территорий утверждены «Правила благоустройства территории городского округа «Город Белгород», в соответствии с которыми развитие городской среды (среды населенного пункта) осуществляется путем улучшения, обновления, трансформации, использования лучших практик и технологий, в том числе путем развития инфраструктуры, системы управления, технологий, коммуникаций между жителями и сообществами. Реализация комплексных проектов по благоустройству предусматривает одновременное использование различных элементов благоустройства, обеспечивающих повышение удобства использования и визуальной привлекательности благоустраиваемой территории.

Объектами благоустройства территорий жилого назначения являются: общественные пространства, земельные участки жилых зон, детских садов, школ, постоянного и временного хранения автотранспортных средств, кото-

рые в различных сочетаниях формируют жилые группы, микрорайоны, жилые районы.

В состав жилых зон включены:

- зоны застройки индивидуальными жилыми домами;
- зоны застройки малоэтажными жилыми домами;
- зоны застройки среднеэтажными жилыми домами;
- зоны застройки многоэтажными жилыми домами;
- зоны жилой застройки иных видов.

Следовательно, услуга по благоустройству необходимо большому количеству жителей города, а значит, потенциальных потребителей данных услуг также будет много.

Производственный процесс состоит из следующих этапов:

- выезд на объект,
- планирование территории,
- благоустройство территории,
- рекомендации по уходу и содержанию.

Прайс-лист для клиентов будет содержать следующие позиции:

- очистка территории (уборка строительного мусора, очистка от подлеска, уборка кустарников, валка деревьев, корчевка пней);
- разбивка территории;
- вертикальная планировка территории;
- подготовка почвенного слоя под газон;
- посев газона;
- устройство цветника;
- посадка живой изгороди, кустарников, деревьев;
- дорожные работы (подготовка песочно-щебеночного основания, мощение тротуарной плиткой, устройство дорожного покрытия, устройство ступеней, установка поребрика и т.д.);
- инженерные сооружения, дренаж, водоемы;
- устройство системы освещения, другие работы (**Приложение**).

Для клиента стоимость конечной услуги состоит из следующих составляющих: стоимость работ, стоимость материалов (приобретение самостоятельно либо компанией по предварительной договоренности). Стоимость работ может быть изменена в зависимости от состояния объекта (засоренности, рельефа, состояния почвы). В стоимость работ не включены накладные расходы по организации работ и поставке материалов. Накладные расходы берутся в процентном отношении от общей стоимости работ и закупаемых материалов (горючее, расходники) и составляют 5-10%.

Транспортные расходы по доставке материалов рассчитываются для каждого материала в отдельности и прописываются в теле сметы. До запуска нового вида деятельности на базе ООО «Линдор» будут приняты соответствующие меры по приобретению необходимого инвентаря и оборудования.

Особое внимание необходимо обратить на качество приобретаемого оборудования. На рынке работает большое количество компаний, готовых предоставить необходимую продукцию, разница заключается в цене и качестве. Смета затрат на приобретение необходимого оборудования и инвентаря представлена в таблице 3.1.

Таблица 3.1

Затраты на покупку инвентаря и оборудования

Наименование	Производитель	Кол-во, шт.	Средняя цена за ед., руб.	Итого, руб.
Лопата прямоугольная рельсовая сталь с черенком	Россия	20	169,00	3380,00
Лопата совковая рельсовая сталь с черенком	Россия	20	169,00	3380,00
Лопата штыковая рельсовая сталь с черенком	Россия	30	169,00	5070,00
Грабли веерные с черенком	Россия	25	108,00	2700,00
Грабли 12-ти зубые витые ГВ-12 с черенком	Россия	25	74,00	1850,00
Ведро строительное, 20 литров	Россия	20	76,00	1520,00
Метла уличная полипропиленовая с черенком	Россия	20	117,00	2340,00
Метла Гардена уличная с	Россия	20	140,00	2800,00

деревянным черенком				
Носилки строительные (поддон)	Россия	15	315,00	4725,00
Триммер бензиновый Батрак ТК26	Россия	6	4700,00	28200,00
Мотыжка с черенком	Россия	15	38,00	570,00
Мотоблок Луч МБ-1	Россия	4	45000,00	180000,00
Газонокосилка BOSCH FRM 37	BOSCH	2	10500,00	21000,00
Прочий инвентарь				55000,00
Итого				312535,00

Общая сумма затрат, необходимая на приобретение инвентаря и оборудования, составляет 312535 руб. Инвентарь и оборудование планируется приобретать у надежного поставщика, отвечающего за высокий уровень качества реализуемого товара. В дальнейшем планируется расширение масштабов деятельности компании, что соответственно, вызовет необходимость приобретения нового оборудования. Каждое привлеченное оборудование имеет определенный срок эксплуатации, по окончании которого следует произвести его замену. Для замены инвентаря и оборудования считается амортизация (табл. 3.2). Амортизации подлежат объекты, имеющие начальную стоимость свыше 40000 руб.

Таблица 3.2

Расчет амортизации

Наименование	Срок эксплуатации, лет	Стоимость, руб.	Размер амортизационных отчислений в год, руб.
Мотоблок Луч МБ-1	4	45000,00	36000,00

Стоит отметить сезонность спроса на услуги и его зависимость от характера погодных условий, что также было учтено при составлении сметы закупок оборудования и инвентаря.

Так как планируемый вид деятельности будет организован на базе функционирующего предприятия, то структуру единовременных затрат на реализацию проекта составят лишь расходы на покупку инвентаря и оборудования, приобретение программного обеспечения, технических и информационных средств, а также ремонт помещения.

4. Маркетинговый план

Маркетинговый план является ключевой частью инвестиционного плана. На сегодняшний день предприятиям в разных сферах деятельности приходится выживать в конкурентной борьбе, и далеко не каждая организация может это сделать в силу неграмотно разработанного маркетингового плана. Именно за счет маркетинговой концепции можно вывести продажи своего товара или услуги на качественно новый уровень, существенно увеличив общий объем продаж.

В основном маркетинговый план оказывает влияние на ассортиментную политику предприятий, ценовую, а также отражает общий вектор развития комплекса направлений фирмы.

Невозможно переоценить важность создания грамотного маркетингового плана, поскольку именно от этого его компонента зависит то, конкурентоспособным будет предприятие или нет.

ADL-матрица считается комфортным прибором при разработке стратегии, она дает возможность составлять план стратегию фирмы продукта либо услуги в согласовании с стадией актуального цикла отрасли и степенью конкурентоспособности фирмы в рынке. В базе матрицы находится теория актуального цикла товара/отрасли, в согласовании с какой переход с одной периода у иной потребует с компании перемены стратегических заключений. Используя матрицу, допустимо сформировать верные тенденции с целью стратегических административных заключений, установить долговременный столетие-облом формирования фирмы, продукта либо обслуживание. Матрица предполагает собой механизм оценки утверждения, а никак не универсальное разрешение. Она дает вероятность систематизированного общего мнения в состоянии фирмы, может помочь осуществлять стратегические миссии (табл. 4.1).

Таблица 4.1

Выбор стратегии по ADL-матрицы

		Уровень зрелости отрасли, рынка, сегмента			
		Стадия зарождения	Стадия роста	Стадия зрелости	Стадия старения
Конкурентная позиция компании в отрасли	Доминирующая	<p>Стратегия на агрессивный захват доли рынка. Цели по росту продаж: выше роста рынка. Конкурентные преимущества: разрабатывать инновации</p> <p>Уровень инвестиций: высокий. Инвестировать более высокими темпами, чем рост доли рынка.</p>	<p>Стратегия удержания позиции и сохранение доли рынка в отрасли. Цели по росту продаж: удерживать рост немного выше или равным росту рынка. Конкурентные преимущества: разрабатывать инновации</p> <p>Уровень инвестиций: соответствует росту компании, только на поддержание темпа роста</p>	<p>Стратегия удержания позиции и сохранение доли рынка в отрасли. Цели по росту продаж: удерживать рост равным росту рынка. Конкурентные преимущества: сохранять на существующем уровне</p> <p>Уровень инвестиций: сокращать, только на удержание доли рынка</p>	<p>Стратегия удержания позиции и сохранение доли рынка в отрасли. Цели по росту продаж: максимально длительное время сдерживать падение. Инвестировать только при сокращении продаж.</p>
	Сильная	<p>Стратегия на агрессивный захват доли рынка. Цели по росту продаж: выше роста рынка. Конкурентные преимущества: укреплять существующие качества товара или услуги. Уровень инвестиций: высокий. Инвестировать более высокими темпами, чем рост доли рынка. Высокое внимание уделить инвестициям в укрепление конкурентных</p>	<p>Стратегия удержания позиции и сохранение доли рынка в отрасли. Цели по росту продаж: удерживать рост немного выше или равным росту рынка. Конкурентные преимущества: укреплять существующие качества товара или услуги. Средний уровень инвестиций; сохранять только те инвестиции, которые напрямую приведут к росту</p>	<p>Стратегия удержания позиции и сохранение доли рынка в отрасли. Цели по росту продаж: удерживать рост равным росту рынка. Конкурентные преимущества: сохранять на существующем уровне. Инвестировать только при сокращении продаж.</p>	<p>Стратегия удержания позиции и сохранение доли рынка в отрасли. Цели по росту продаж: максимально длительное время сдерживать падение. Сокращение затрат для максимизации прибыли. По возможности отказаться от реинвестиций.</p>

		преимуществ.	рынка (в кратко-среднесрочном периоде)		
	Благоприятная	<p>Стратегия выжидания. Ждать благоприятной ситуации для быстрого захвата доли рынка.</p> <p>Цели по росту продаж: выше и равный росту рынка.</p> <p>Конкурентные преимущества: укреплять существующие качества товара или услуги.</p> <p>Выборочное инвестирование, только в проекты.</p>	<p>Стратегия выжидания. Ждать благоприятной ситуации для быстрого захвата доли рынка.</p> <p>Цели по росту продаж: равный росту рынка.</p> <p>Конкурентные преимущества: укреплять существующие качества товара или услуги.</p> <p>Выборочное инвестирование.</p>	<p>Стратегия захвата рыночных ниш и сильной дифференциации.</p> <p>Цели по росту продаж: равный росту рынка.</p> <p>Конкурентные преимущества сохранять на существующем уровне.</p> <p>Сократить инвестиции до минимально необходимого уровня.</p>	<p>Стратегия сокращения затрат и подготовки выхода с рынка.</p> <p>Инвестиции минимальны, либо отсутствуют</p>

	Неустойчивая	<p>Стратегия выживания и сохранения доли рынка. Цели по росту продаж: равный росту рынка Конкурентные преимущества: укреплять существующие качества товара или услуги. Выборочное инвестирование, только в проекты, способные значительно улучшить конкурентное преимущество компании в отрасли.</p>	<p>Стратегия захвата рыночных ниш и сильной дифференциации. Цели по росту продаж: равный росту рынка Конкурентные преимущества: укреплять существующие качества товара или услуги. Выборочное инвестирование, только в проекты, способные значительно улучшить конкурентное преимущество компании в отрасли.</p>	<p>Стратегия захвата рыночных ниш и сильной дифференциации. При невозможности выход с рынка Цели по росту продаж: равный росту рынка. Конкурентные преимущества сохранять на существующем уровне. Инвестиции минимальны, либо отсутствуют</p>	<p>Стратегия сокращения затрат и подготовки выхода с рынка. Инвестиции отсутствуют</p>
	Слабая	<p>Стратегия: либо инвестировать и развивать конкурентные преимущества, либо уходить с рынка</p>	<p>Стратегия: либо инвестировать и развивать конкурентные преимущества, либо уходить с рынка</p>	<p>Стратегия: либо инвестировать и развивать конкурентные преимущества, либо уходить с рынка</p>	<p>Выход с рынка, закрытия бизнеса с минимальными затратами</p>

Итак, в ходе исследования интерпретируя полученные данные, получается, что компания находится в благоприятной, но неустойчивой позиции на конкурентном рынке, при этом находится на стадии зрелости и старения.

Фирма обладает незначительную часть торга, что базируется в присутствии в конкретной базарной нише и удовлетворение ограниченного количества потребителей. Фирма способна владеть конкурентноспособными достоинствами, обеспечивающими ей прочное состояние в базарной нише – превосходство географического утверждения либо дифференциации продукта. Большие инвесторы готовы свободно преступить прочное состояние фирмы, в случае если вступят в сектор с собственным продуктом, однако в также период фирма может утрачивать часть рынка. Размер продаж очень минимален, для того чтобы удерживать рентабельность в долгое время возможности.

ООО «Линдор» в настоящее время в сложной ситуации и необходимо внедрять современные новации, которые будут менее затратные, но узнаваемость компании увеличится, тем самым повысится объем оказываемых услуг, что в дальнейшем должно привести к получению дополнительного дохода.

Для более эффективной работы и совершенствования конкурентной позиции, предлагается ввести услугу по благоустройству территории в частных владениях. Предлагается дизайн-разработка и проведение проектных и технических работ по благоустройству, озеленению и поддержанию территории в хорошем состоянии. Для эффективного функционирования необходима работа квалифицированного персонала в данном случае, предлагается принять в имеющийся штат сотрудников – специалиста по благоустройству территории и расширить штат сотрудников, которые будут заниматься благоустройством территорий.

Для этого целесообразно провести анализ по результатам маркетинговых исследований, то есть SWOT-анализ. Важно учитывать, что SWOT-анализ деятельности предприятия должен в большей степени основываться на объективных фактах и исследованиях.

Методология SWOT-анализа предполагает выявление сильных и слабых сторон предприятия, а также его угроз и возможностей. Затем устанавливаются цепочки связей между ними, которые в дальнейшем могут быть использованы для разработки мероприятий по закреплению сильных сторон и ликвидации слабых мест, а также для формулирования стратегий организации.

Для выявления сильных и слабых сторон ООО «Линдор» проведен SWOT-анализ. Метод SWOT представляет собой процедуру экспертной диагностики среды, позволяющей описать основные тенденции её развития, сформулировать базовые гипотезы о перспективах деятельности организации и определить поле альтернативных направлений ее дальнейшего развития.

Процедура SWOT-анализа сводится к следующему:

- сформулировать перечень возможностей, которые открывает перед организацией внешняя среда;
- сформулировать перечень угроз, которые таит в себе внешняя среда;
- сформулировать перечень сильных сторон организации, т.е. перечислить все навыки, компетенции, знания и основные факторы, приносящие успех организации в её деятельности;
- сформулировать перечень слабостей организации, т.е. перечислить все факторы, которые мешают или могут помешать организации работать и развиваться;
- составить матрицу SWOT с целью выделить наиболее значимые факторы из этих четырех перечней.

Таблица 4

Возможности, угрозы, сильные и слабые стороны среды ООО «Линдор»

Возможности	Угрозы	Сильные стороны	Слабые стороны
Развитие дорожно-строительной отрасли и возможностей благоустройства территорий	Неустойчивость спроса	Качественное обслуживание	Средний рейтинг известности
Регулирования ценовой политики	Высокая степень конкуренции	Гибкие конкурентоспособные тарифы	Существенная зависимость от рынка потребителей и государственных закупок
Повышение уровня качества обслуживания	Платежеспособность организации ограничена	Опытный квалифицированный персонал	Недостаточная рекламная политика предприятия

Из приведённого списка отбираются наиболее значимые параметры, а затем строится матрица SWOT-анализа (табл. 4.).

Таблица 4

Основные факторы матрицы SWOT

Организация	Возможности	Угрозы
Сильные стороны	Открываются возможности: - увеличение объёма продаж; - выхода на лидирующие позиции	Основные угрозы: - ограниченный платежеспособный спрос;

	ции в регионе по уровню качества обслуживания, а также оптимальности соотношения «цена-качество».	- появление более конкурентоспособного продукта на рынке; - снижение объемов строительства и покупки жилья в регионе.
Слабые стороны	Из-за существенной зависимости от рынка потребителей и государственных закупок – ограниченный объем продаж.	Снижение рыночной доли при низком уровне рекламной деятельности.

В связи с проведенным анализом можно сделать выводы:

- развитие и продвижение на рынке своих услуг для различных его сегментов;
- развитие сервисной деятельности для совершенствования услуг;
- завоевание стабильных позиций на рынке по благоустройству и дорожно-ремонтных работ.

При анализе внутренней среды организации становится ясно, какие из определённых внешних факторов имеют наибольшее положительное влияние на компанию:

- предприятие имеет постоянных поставщиков, посредников и клиентов;
- хорошая производственно-технологическая база предприятия, с обновляющимся подвижным составом и техническими средствами;
- знание отрасли руководителем и дальновидность его решений;
- высококвалифицированные кадры, которые достаточно долго работают в компании, даже созданы династии, чем коллектив предприятия гордится.

Таким образом, наиболее благоприятные возможности обеспечиваются технологической мощью организации и кадрами, а наибольшая опасность заключается в конкуренции со стороны предприятий, предоставляющих подобные услуги. Итоговые показатели анализа могут быть использованы в стратегическом и тактическом планировании деятельности предприятия.

SWOT-анализ показал сильные и слабые стороны фирмы, ее возможности и угрозы.

Необходимо использовать такие возможности как:

1) введение в штатное расписание нового сотрудника, и расширение видов услуг для предприятия с целью качественного обслуживания клиентов и привлечения новых;

2) влияние на сдерживание позиций конкурентов посредством финансирования рекламы, поддержания работы сайта.

Данные возможности снизят угрозы предприятия и представят возможность к инновационному развитию и выходу на новый уровень и в новый сегмент.

Для организации рабочего места специалиста по благоустройству и озеленению территории и городской среды необходимо следующая офисная мебель (<https://31.kabinet-ofis.ru/>) и техника (<https://www.mvideo.ru/>) (табл.)

Таблица 4

Офисная мебель и техника, необходимые для организации рабочего места в
ООО «Линдор»

Наименование	Количество	Цена, руб.	Итого, руб.
Офисная мебель «STYLE»	1	10054	10054
Компьютерное кресло «Альфа»	1	6969	6969
Ноутбук HP Pavilion 15-cs1004ur 5CS80EA	1	176990	176990
Лазерный принтер (цветной) Xerox Phaser 6510VDN	1	126490	126490
Удлинитель	2	380	760
Шкаф для документов Р.Ш-2	1	8992	8992
Тумба офисная Р.Ш-2	1	5148	5148
Канцелярские товары		10000	10000
Программы «НАШ САД 6.0 Omega»	1	52100	52100
Итого			397503

Далее перейдем к ремонту внутреннего помещения кабинета дизайнера. К данному направлению относятся: покраска стен, перепланировка основной площади кабинета (установка гипсокартонной стены), установка двери и оплата труда отделочников компании ООО «Лариса».

Таблица 4.

Затраты на внутренний ремонт помещения

Наименование	Стоимость, руб.	Количество	Сумма, руб.
Материалы			
Гипсокартон, лист (3м ²).	501	2	1002
Штукатурка, мешок (20 кг)	5000	2	1000
Обои, рулон	1100	3	3300
Дверь	7000	1	7000
Итого			12302
Наемные рабочие			
Оплата труда бригады рабочих ООО «Лариса», руб., за м ²	1200	2	15600
			27902

Таким образом, затраты на покупку необходимой мебели, оборудования и ремонт офиса составят 425405 рублей.

На стенах предполагается вывесить разработанные в фирменном стиле плакаты с изображением проектов дизайнера. Также будет представлен стенд «Уголок потребителя» и «Лучшие предложения». Учитывая увлечение населения интернетом, имеющееся в наше время, наличие интернет-сайта является важным для фирмы. По этой причине, ООО «Линдор» необходимо осуществлять постоянное поддержание и обновление сайта (<https://pixelplus.ru/>). Сопровождение и техническая поддержка сайта – необходимые работы для поддержания ресурса в рабочем состоянии, а содержащихся на нем данных – в актуальном виде. Цена на сопровождение сайта зависит от выбранного тарифа.

Таблица 4

Тарифы на техническую поддержку сайта от Pixelplus

Вид работы	Эконом	Медиум	Супер
Стоимость депозита	19 500 Р/мес.	51 000 Р/мес.	105 000 Р/мес.
Минимальный объём работ	10 часов	305 часов	50 часов
Стоимость часа любого специалиста	1 900	1 700	1 500

Итак, стоимость работ составит 105 руб. в год. Созданное веб-представительство необходимо «поддерживать»: обновлять версию cms и ее отдельных скриптов (по мере необходимости), периодически пополнять новым контентом (обязательное условие развития ресурса и позитивная реакция поисковых систем), отслеживать актуальность опубликованной информации, исправлять ошибки/недоработки оптимизации на основании статистики и вносить необходимые коррективы в контент и скрипты, обеспечивать безопасность и др.

Далее для оптимизации продаж и узнаваемости нового вида деятельности предприятия, предлагается проведение рекламных мероприятий, затраты на которые представлены в таблице 4.

Таблица 4

Расходы на рекламные мероприятия ООО «Линдор»

Мероприятие	Рекламное предприятие	Количество	Цена, руб.	Стоимость, руб.
Изготовление листовок (формат А5)	https://vizitkitut.ru/	1000	1,9	1900
Изготовление корпоративных и личных визиток для дизайнера	https://vizitkitut.ru/	500	1,1	550
Indoor-радио реклама (реклама на радио в торговых центрах «СитиМолл», «МегаГринн»)	https://time-media.net/ https://magazinreklama.ru/zakazhi_razmishchieniie	24 выхода в день (9.00-21.00) 2 раза в час	11 250 руб. в месяц.	11250
Реклама на телевидении ТРК «Мир Белогорья»	http://yandex.ru/clck/jsredir	65 показов по 20 сек. (1 мес.)	25 руб/сек	32500 (в мес.) 9700 (квартал)
Брендинг автомобилей ООО «Линдор»	РА «СветоДизайн»	1150 руб /м2	4	4600
Создание вывески и установка	РА «СветоДизайн»	1 шт.	4000	4000
Промо-стойка	http://belgorod.promoprosto.ru/roll_up.php	1	3400	3400
Итого				58200

Таким образом, единовременные затраты на рекламу составят 58200 рублей, а последующие постоянные – 8400 руб.

Современный мир для продвижения и раскрутки брендов использует всевозможные виды рекламы, в том числе и специальную продукцию. Ее разновидностей бесчисленное количество, и каждая категория выполняет свои функции и задачи, следует поставленным целям, отличается не только технологиями производства, но и смысловой нагрузкой. Самое важное правило, на которое стоит опираться при выборе вида рекламной продукции – это цели и целевая аудитория продуктов. Используются брендинговые фишки абсолютно в любой сфере жизни - от политических мероприятий, презентаций и конференций до выставок, театральных постановок и при оформлении мест реализации товаров.

Трейд-маркетологи провели разнообразные исследования, целью которых было выявление самых эффективных рекламных материалов. Оказалось, что универсального варианта нет. Результативность воздействия зависит от целевой аудитории, специфики продукции либо услуг, а также от места размещения информации.

Началом мероприятий будет изготовление рекламных листовок. Первой партией будет изготовлено 1000 штук. В листовке будет отображаться новый логотип, лозунг и краткое описание новой услуги. Разработкой займется специальное рекламное агентство. Так же планируется изготовить 500 корпоративных визиток с целью их распространения потенциальным клиентам. В визитках будут изображен новый логотип, контакты компании, с указанием номеров и адреса сайта в интернете.

На сегодняшний день предприятиям в разных сферах деятельности приходится выживать в конкурентной борьбе, и далеко не каждая организация может это сделать в силу неграмотно разработанного маркетингового плана. Именно за счет маркетинговой концепции можно вывести продажи своего товара или услуги на качественно новый уровень, существенно увеличив общий объем продаж. В основном маркетинговый план оказывает влияние на ассортиментную политику предприятий, ценовую, а также отражает общий вектор развития комплекса направлений фирмы. Невозможно пере-

оценить важность создания грамотного маркетингового плана, поскольку именно от этого его компонента зависит то, конкурентоспособным будет предприятие или нет.

В последнее время набирает оборот и становится все более популярной медиа реклама. Исследования показали, что реклама на радио и по телевидению имеет широкий охват аудитории и оказывает наиболее сильное воздействие на потребителя. В связи с этим было принято решение о запуске рекламных объявлений на радиостанциях в торговых центрах и местном телевизионном канале. Реклама на телевидении планируется провести масштабно в первый квартал будущего периода, следовательно, итоговые затраты на рекламу по телевидению составят 97500 руб. Наиболее удачным временем для выпуска рекламы на радио является утро и вечер, когда люди находятся в дороге на работу и с работы, слушают радио в машине и общественном транспорте. Что касается телевидения, то это вечернее время, когда люди уже пришли с работы и смотрят телевизор.

Можно сказать, что разработка рекламных мероприятий предполагает внушительные инвестиционные затраты, которые направлены на создание имиджа и репутации фирмы, развитие нового вида деятельности, упрочение позиций на рынке и т.д.. Выбранные средства в дальнейшем принесут высокую эффективность, так как при правильном выборе мероприятий по развитию и в будущем будет обеспечена хорошая прибыль, что позволит окупать затраты.

5. Финансовый план. Оценка эффективности проектных мероприятий

Общая стоимость проекта составляет. Реализация проекта будет осуществлена за счет собственных средств ООО «Линдор», достаточное наличие которых подтверждают данные финансовой отчетности предприятия.

Будут произведены затраты на обустройство рабочего места специали-

ста, приобретение офисной мебели и оборудования, а также необходимого инвентаря и материалов. Реализация проекта начнется с осени 2019 года.

В таблице 5.1 представлена производственная программа предприятия.

Таблица 5.1

Производственная программа предприятия по оказанию услуг
(по кол-ву выполненных работ), шт.

Показатель	Год							
	2020		2021		2022		2023	
	мес.	год	мес.	год	мес.	год	мес.	год
Среднегодовое количество выполненных работ	200	2300	215	2400	250	2500	265	2550

Средняя стоимость одного заказа представлена в таблице 5.2.

Таблица 5.2

Средний чек одной услуги, руб.

Показатель	Год			
	2020	2021	2022	2023
Средний чек	1300	1350	1500	1600

Планируемый объем продаж по годам реализации проекта представлен в таблице 5.3.

Таблица 5.3

Планируемый объем реализации услуг, руб.

Показатель	Год			
	2020	2021	2022	2023
Среднегодовой доход от оказания услуг	2990000	3240000	3750000	4080000

Потребность в основных фондах на период реализации проекта представлена в таблице 5.4.

Таблица 5.4

Потребность в основных фондах, руб.

Основные фонды	Год				
	2019	2020	2021	2022	2023
1. Здание и сооруже-	0	0	0	0	0

жения					
2. Машины и оборудование	229200	0	100000	0	0
3. Производственный инвентарь и принадлежности	83335	83335	83335	83335	83335
4. Прочие	142720	0	0	0	0
ИТОГО:	455255	83335	183335	83335	83335

Общая потребность в основных фондах в 2019-2020 года составляет 455,255 тыс. рублей.

Расчет амортизационных отчислений по годам реализации проекта представлен в таблице 5.5. Ввод основных фондов в эксплуатацию планируется в декабре 2019 – январе 2020 года.

Таблица 5.5

Амортизационные отчисления, руб.

Основные фонды	Стоимость основных фондов	Срок полезного использования, год	Год				
			2019	2020	2021	2022	2023
1. Здание и сооружения	0	0	0	0	0	0	0
2. Машины и оборудование	229200	5	45840	45840	45840	45840	45840
3. Производственный инвентарь и принадлежности	83335	1	83335	0	0	0	0
4. Прочие	142720	5	28544	28544	28544	28544	28544
ИТОГО:	455255		157719	74384	74384	74384	74384

Для реализации проекта потребуется дополнительная рабочая сила. Расчет потребности в персонале и заработной плате представлен в таблице 5.6.

Расчет полных годовых издержек на предоставление услуг по годам реализации проекта представлен в таблице 5.7.

Таблица 5.6

Потребность в персонале и фонде оплаты труда, тыс. руб.

Категория	Кол-во	2020	2021	2022	2023
-----------	--------	------	------	------	------

персонала	чел.	2020		2021		2022		2023	
		З/п, год	Отчисл.						
Специалист	1	276	55,2	303,6	60,72	333,96	66,79	400,75	80,15
Рабочие	5	1080	216	1092	218	1122	224	1140	228
	6	1356	271,2	1395,6	278,72	1455,96	290,79	1540,75	308,15

Фонд оплаты труда, с учетом отчислений в фонды, сотрудников отдела в 2020 году составит 1627,2 тыс. руб.

Таблица 5.7

Полные годовые издержки на предоставление услуг, руб.

Статьи затрат	2020		2021		2022		2023	
	На чел.	На весь объем						
Сырье и материалы	100	200000	100	240000	100	250000	100	255000
Топливо и энергия	60	138000	62	148800	66	165000	68	173400
Оплата труда	590	1356000	582	1395600	582	1455960	604	1540800
Отчисления на соц. нужды	118	271200	116	278720	116	290790	121	308150
Амортизация	32	74384	31	74384	30	74384	29	74384
Производственные расходы	61	141000	59	141000	80	200000	78	200000
Общепроизводственные расходы	47	109000	45	109000	56	140000	55	140000
Полная себестоимость	995	2289584	995	2387504	958	2396134	1055	2691734

План денежных потоков представлен в таблице 5.8.

Таблица 5.8

План денежных потоков, руб.

Денежный поток	Год
----------------	-----

	2019	2020	2021	2022	2023
Денежный поток от инвестиционной деятельности	-900000				
1. Доход от продаж		2990000	3240000	3750000	4080000
2. Себестоимость, т.ч.		2289584	2387504	2396134	2691734
Амортизация		74384	74384	74384	74384
3. Прибыль от реализации		700416	852496	1353866	1388266
4. Налог на прибыль		140083	170499	270773	277653
5. Чистая прибыль		560332	681996	1083092	1110612
Чистый денежный поток (ЧДП)		634716	756380	1157476	1184996
ЧДП нарастающим итогом	-900000	-265283	491097	1648574	2833571
Коэффициент дисконтирования (22%)	1	0,8197	0,6719	0,5507	0,4514
Дисконтированный денежный поток	-900000	-217452	329968	907869	1279074
ДДП нарастающим итогом	-900000	-1117453	-787484	120385	1399459

Приведение потоков денежных средств, к данному моменту времени, осуществляется с помощью коэффициента дисконтирования.

1. Коэффициент дисконтирования определяется по формуле 5.1:

$$D_t = \frac{1}{(1+r)^t}, \quad (5.1)$$

где: r – норма или ставка дисконтирования;

t – порядковый номер года, притоки и оттоки которого приводятся к первому году;

Ставка дисконтирования примем за 22%.

$$D_{2019} = \frac{1}{(1+0,22)^0} = 1;$$

$$D_{2020} = \frac{1}{(1+0,22)^1} = 0,8197;$$

$$D_{2021} = \frac{1}{(1+0,22)^2} = 0,6719;$$

$$D_{2022} = \frac{1}{(1+0,22)^3} = 0,5507;$$

$$D_{2023} = \frac{1}{(1+0,22)^4} = 0,4514.$$

По формуле 5.2 рассчитаем чистую текущую дисконтированную стоимость (NPV):

$$NPV = \sum_{t=1}^n P_t \cdot \frac{1}{(1+r)^t} - \sum_{t=1}^n K_t \cdot \frac{1}{(1+r)^t}. \quad (5.2)$$

$$NPV = (-217452 + 329968 + 907869 + 1279074) - (900000) = 1399459 \text{ руб.}$$

$NPV > 0$, проект эффективен.

По формуле 5.3 рассчитаем внутреннюю норму доходности (IRR):

$$IRR = r_1 + \frac{NPV_{r_1}}{NPV_{r_1} - NPV_{r_2}} (r_2 - r_1). \quad (5.3)$$

В таблице 5.9 представлены дополнительные данные для расчета индекса IRR.

Таблица 5.9

Вспомогательная таблица для расчета IRR

Показатель	Год				
	2019	2020	2021	2022	2023
1. Чистый денежный поток (ЧДП)	-900000	634716	756380	1157476	1184996
2. Коэффициент дисконтирования (80%)	1	0,555	0,308	0,171	0,095
3. ДДП	-900000	352620,4	233450,9	198470	112882,6
4. ДДП нарастающим итогом	-900000	-547380	-313929	-115459	-2576,09

$$r_1 = 22\%, NPV = 1399459 \text{ руб.}$$

$$r_2 = 80\%, NPV = -2576,09 \text{ руб.}$$

$$IRR = 22 + \frac{1399459}{1399459 + 2576,09} (80 - 22) = 79,88\%$$

В соответствии с правилом принятия решения, если $IRR > r$ проектного (80%), то проект эффективен.

По формуле 5.4 рассчитаем индекс рентабельности (PI):

$$PI = \sum_{t=1}^n P_t \cdot \frac{1}{(1+r)^t} / \sum_{t=1}^n K_t \cdot \frac{1}{(1+r)^t}. \quad (5.4)$$

$$PI = \frac{2299459}{900000} = 2,55.$$

Так как $PI = 2,55 > 1$, то по правилу принятия решения можно сделать вывод об эффективности проекта.

По формуле 5.5 рассчитаем период возврата капитальных вложений:

$$T_{воз} = t_x + \frac{NPV_t}{ДДП_{t+1}}. \quad (5.5)$$

где t – количество лет с отрицательным эффектом в дисконтированном денежном потоке с нарастающим итогом;

$$T_{воз} = 3 + \frac{120385}{198470} = 3,6 \text{ года}$$

По формуле 5.6 рассчитаем период окупаемости капитальных вложений:

$$T_{окуп.} = T_{возв} - T_{инв.} \quad (5.6)$$

$$T_{окуп.} = 3,6 - 1 = 2,6 \text{ года}$$

Вывод:

1. Интегральный экономический эффект положительный ($NPV = 1399459$ руб.).
2. Индекс рентабельности $PI = 2,55 > 1 \Rightarrow$ проект эффективен. На 1 рубль капитальных вложений приходится 2,55 руб. дохода.
3. Внутренняя норма доходности ($IRR = 79,88\%$, $IRR > r$).
4. Период окупаемости капитальных вложений = 3,6 года.
5. Период возврата капитальных вложений = 2,6 года

В соответствии с расчетами предлагаемый для внедрения проект является экономически выгодным. Актуальность проекта заключается в том, что проект полностью соответствует тенденциям развития отрасли благоустройства, и ведет к повышению общей доходности бизнеса.

Заключение

Развитие дорожно-строительной отрасли является важнейшим условием функционирования экономических систем современных государств [17]. Для России с ее протяженной территорией данный вопрос представляет особую значимость. Недостаточные темпы расширения автодорожной сети, низкое качество дорожного строительства, неравномерное обеспечение дорогами различных регионов страны – все эти факторы существенно снижают эффективность российской экономики и негативным образом влияют на потенциал ее дальнейшего развития [5].

Поэтому при планировании текущей деятельности дорожно-строительного предприятия становится актуальным наличие минимальной стратегии его развития, учитывающей все особенности функционирования современного рынка и регулирующего его законодательства. Определение «инерционный» как нельзя лучше подходит для современного рынка строительства в России. Некогда стабильные показатели сменились нисходящим трендом. Аналитики, проводящие анализ рынка дорожного строительства, однако, выявили положительные тенденции, сменив цифры в отчетах на отношение текущего периода к аналогичному прошлого года.

Особое внимание девелоперов сегодня приковано к емкости рынка, которая сильно зависит от потребителя. Потребность в новой коммерческой недвижимости обусловлена строго целевым подходом, поэтому строить впрок и без внешних инвестиций стало сложно. Базовая сеть автомобильных дорог (с твердым покрытием) сформировалась в России к концу 1980-х годов. Формирование произошло на 100 лет позже, чем в других странах мира с развитой автомобилизацией. По всем своим основным характеристикам (протяженность, конфигурация, пропускная способность, осевая нагрузка) эта дорожная сеть не соответствовала даже тем объемам движения и грузовой работы, которые были в указанный период [31].

Современный мир для продвижения и раскрутки брендов использует всевозможные виды рекламы, в том числе и специальную продукцию. Ее разновидностей бесчисленное количество, и каждая категория выполняет свои функции и задачи, следует поставленным целям, отличается не только технологиями производства, но и смысловой нагрузкой. Самое важное правило, на которое стоит опираться при выборе вида рекламной продукции – это цели и целевая аудитория продуктов. Используются брендинговые фишки абсолютно в любой сфере жизни - от политических мероприятий, презентаций и конференций до выставок, театральных постановок и при оформлении мест реализации товаров. Трейд-маркетологи провели разнообразные исследования, целью которых было выявление самых эффективных рекламных материалов. Оказалось, что универсального варианта нет. Результативность воздействия зависит от целевой аудитории, специфики продукции либо услуг, а также от места размещения информации.

Рассмотрев в выпускной квалификационной работе цели и сущность планирования, а также различные аспекты практики составления бизнес-планов, можно сделать вывод, что этот план является неотъемлемой частью внутрифирменного планирования, одним из важнейших документов, разрабатываемых на предприятии, является эффективным инструментом управления, помогает предприятию, определять перспективы роста своего дела, контролировать текущую ситуацию.

В ходе исследования был проведен анализ деятельности предприятия, который показал стабильное положение на рынке и динамику в развитии компании. Также был проведен анализ отрасли предприятия, где также представлена положительная динамика в развитии и совершенствовании. И на основе полученных данных, был представлен бизнес план новых услуг по благоустройству территории.

В выпускной квалификационной работе разработан бизнес-план для ООО «Линдор», действующему в сфере благоустройства территории и строительства дорог. Бизнес-план составлен с учётом всех требований к его фор-

ме и содержанию. Цель представленного бизнес-плана заключается в описании новой услуги и оценке экономической эффективности проекта, на основе анализа конкурентов, сферы деятельности и аналогичных услуг в отрасли.

Под благоустройством следует понимать комплекс мероприятий, направленных на обеспечение и улучшение санитарного и эстетического состояния территории, повышения комфортности условий проживания для жителей территории. Благоустройство и озеленение придомовой территории представляет собой комплекс мероприятий, направленных на создание благоприятных, здоровых и культурных условий жизни, трудовой деятельности. Под озеленением понимается комплексный процесс, связанный с непосредственной посадкой деревьев, кустарников, цветов, созданием травянистых газонов. Благоустройство и озеленение является важнейшей сферой деятельности. Именно в этой сфере создаются те условия для населения, которые обеспечивают высокий уровень комфорта жизни, поэтому целью бизнес-планирования была выявлена именно эта сфера жизнедеятельности белгородских жителей.

Бизнес-план, представленный в выпускной квалификационной работе предусматривает оказание индивидуальных услуг дизайнера. Актуальность данной услуги объясняется тем, что многие люди хотят жить в комфортных условиях не только в собственном доме, но и многоквартирных домах. Поэтому предлагаемая услуга будет полностью соответствовать требованиям потенциальных потребителей и рынка в целом. Бизнес довольно интересен и очень перспективен.

В соответствии с расчетами предлагаемый для внедрения проект является экономически выгодным. Актуальность проекта заключается в том, что проект полностью соответствует тенденциям развития отрасли благоустройства, и ведет к повышению общей доходности бизнеса.

Список использованных источников

1. Земельный кодекс Российской Федерации [Текст] : федер. закон от 25 октября 2001 г. № 136-ФЗ, с изменениями на 5 октября 2015 г. // Российская газета. - 2015. - № 211-212. - 12 ноября. Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации [Текст] : федер. закон от 6 октября 2003 г. № 131-ФЗ, с изменениями от 3 ноября 2015 г. // Российская газета. - 2015. - 8 ноября.
2. Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации [Текст] : федер. закон от 6 октября 2003 г. № 131-ФЗ, с изменениями от 03 ноября 2015 г. // Российская газета. - 2015. - № 202. - 15 ноября
3. . Об общих принципах организации законодательных (представительных) и исполнительных органов государственной власти субъектов Российской Федерации [Текст] : федер. закон от 6 октября 1999 г. № 184-ФЗ // Справочно-правовая система «КонсультантПлюс». Информ. банк. «Версия Проф». Разд. «Законодательство».
4. Об энергосбережении и о повышении энергетической эффективности и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации [Текст] : федер. закон от 23 ноября 2009 № 261 - ФЗ, с изменением от 13 июля 2015 г. // Российская газета. - 2015. - № 226. - 2 августа.
5. О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд [Текст] : федер. закон от 5 апреля 2013 г. № 44-ФЗ, с изменениями от 7 июня 2017 г. // Справочно-правовая система «КонсультантПлюс». Информ. банк. «Версия Проф». Разд. «Законодательство».
6. Об утверждении Правил установления требований энергетической эффективности для зданий, строений, сооружений и требований к правилам определения класса энергетической эффективности многоквартирных домов [Текст] : Постановление Правительства Российской Федерации от 25 января

2011 г. № 18, с изменениями от 26 марта 2014 г. // Российская газета. - 2014. - № 20. - 13 февраля.

7. Благоустройство территорий, строительные нормы и правила СНиП Ш-10-75 [Текст] : Постановление Госстроя СССР от 25 сентября 1975 г. - № 158.

8. Об утверждении Правил содержания общего имущества в многоквартирном доме и правил изменения размера платы за содержание и ремонт жилого помещения в случае оказания услуг и выполнения работ по управлению, содержанию и ремонту общего имущества в многоквартирном доме ненадлежащего качества и (или) с перерывами, превышающими установленную продолжительность [Текст] / : Постановление Правительства РФ от 13 августа 2006 № 491-ФЗ, с изменениями от 26 марта 2014 г. // Российская газета. - 2015. - № 184. - 5 апреля.

9. Об утверждении Правил установления требований энергетической эффективности для зданий, строений, сооружений и требований к правилам определения класса энергетической эффективности многоквартирных домов [Текст] : Постановление Правительства РФ от 25 января 2011 № 18-ФЗ, с изменениями от 26 марта 2014 г. // Российская газета. - 2014. - № 20. - 28 марта.

10. Об утверждении Правил пользования жилыми помещениями [Текст] : Постановление Правительства РФ от 21.01.2006 № 25-ФЗ, с изменениями от 16 января 2008 г. // Российская газета. - 2010. - № 16. - 15 марта.

11. Об утверждении Правил пользования системами коммунального водоснабжения и канализации в Российской Федерации [Текст] : Постановление Правительства РФ от 12 февраля 1999 № 167-ФЗ, с изменениями от 5 января 2015 г. // Собрание законодательства РФ. - 2014. - № 8. Ст. 1028. - 22 февраля.

12. Об утверждении Правил и норм технической эксплуатации жилищного фонда [Текст] : Постановление Госстроя РФ от 27 сентября 2003 № 170-ФЗ // Российская газета. - 2003. - № 214. - 23 октября.

13. Методические рекомендации по формированию состава работ по капитальному ремонту многоквартирных домов, финансируемых за счет средств, предусмотренных Федеральным законом от 21 июля 2007 № 185-ФЗ О Фонде содействия реформированию жилищно-коммунального хозяйства [Текст] : Постановление Госкорпорации «Фонд содействия реформированию ЖКХ» // Справочно-правовая система «КонсультантПлюс». Информ. банк. «Версия Проф». Разд. «Законодательство».

14. Об утверждении методических рекомендаций по разработке норм и правил по благоустройству территорий муниципальных образований [Текст] : Приказ министерства регионального развития Российской Федерации от 27 декабря 2011 г. № 613. // Российская газета. - 2013. - 3 марта.

15. Об утверждении правил создания, охраны и содержания зеленых насаждений в городах Российской Федерации [Текст] : Приказ от 15 декабря 1999 г. № 153 // Справочно-правовая система «КонсультантПлюс». Информ. банк. «Версия Проф». Разд. «Законодательство».

16. Об утверждении методических рекомендаций по разработке норм и правил по благоустройству территорий муниципальных образований [Текст] : Приказ Министерства регионального развития Российской Федерации от 27 декабря 2011 года № 613-ФЗ // Справочно-правовая система «Консультант-Плюс». Информ. банк. «Версия Проф». Разд. «Законодательство».

17. Об утверждении Правил благоустройства территории городского округа "Город Белгород" БЕЛГОРОДСКИЙ ГОРОДСКОЙ СОВЕТ РЕШЕНИЕ от 29 января 2019 года N 64

18. Об утверждении Положения о разработке, передаче, пользовании и хранении Инструкции по эксплуатации многоквартирного дома [Текст] : Приказ Минрегиона РФ от 1 июня 2007 года № 45-ФЗ // Бюллетень нормативных актов федеральных органов исполнительной власти. - 2007. - № 10348. - 12 ноября.

19. Белгородский городской совет [Электронный ресурс] : Разд. «Решения Белгородского городского совета» от 30 апреля 2013 г. № 720 // Спра-

вочно-правовая система «КонсультантПлюс». Информ. банк. «Версия Проф». Разд. «Законодательство».

20. Об утверждении порядков разработки и утверждения административных регламентов и единых стандартизированных требований к предоставлению муниципальных услуг городского округа «Город Белгород» [Текст] : Постановление администрации города Белгорода от 15 декабря 2014 года № 245-пп // Справочно-правовая система «КонсультантПлюс». Информ. банк. «Версия Проф». Разд. «Законодательство».

21. О правилах благоустройства, озеленения, обеспечения чистоты и порядка на территории Белгородской области [Текст] : Постановление главы Администрации Белгородской области от 12 августа 2002 года № 319-пп, с изменениями от 19 апреля 2004 г. // Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации. Разд. «Документация».

22. Сайт органов местного самоуправления города Белгорода [Электронный ресурс] : Департамент городского хозяйства. офиц. сайт : [сайт]. - Режим доступа: <http://www.beladm.ru/publications/publication/departament-gorodsko-go-hozyajstva/>

23. Об утверждении устава муниципального бюджетного учреждения «Управление Белгорблагоустройство» [Текст] : Распоряжение администрации города Белгорода от 19 сентября 2013 года № 2813-п // Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации. Разд. «Документация».

24. Об утверждении городской целевой программы "Капитальный ремонт и ремонт дворовых территорий многоквартирных домов и проездов к дворовым территориям городского округа «Город Белгород» на 2012 - 2014 годы [Электронный ресурс] : Постановление администрации города Белгорода от 30 декабря 2011 года № 231-пп // Сайт органов местного самоуправления города Белгорода. офиц. сайт : [сайт]. - Режим доступа: <http://www.beladm.ru>

25. Об утверждении порядка проведения отбора дворовых территорий многоквартирных домов для формирования адресного перечня дворовых территорий на проведение работ по комплексному благоустройству дворовых территорий в городском округе «Город Белгород» [Текст] : Постановление от 28 апреля 2016 года № 62-пп // Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации. Разд. «Документация».

26. Общество с ограниченной ответственностью «Управляющая компания «Благострой-С». офиц. сайт : [сайт]. - Режим доступа: <http://blagostroy-s.com>

27. Об утверждении муниципальной Программы обеспечения доступным и комфортным жильем жителей города Белгорода на 2015-2020 годы [Электронный ресурс] // Сайт органов местного самоуправления города Белгорода. офиц. сайт : [сайт]. - Режим доступа: <http://www.beladm.ru>

28. Официальные периодические издания : электрон. путеводитель [Электронный ресурс] / Центр правовой информации // Белгород, 2015. офиц. сайт : [сайт]. - Режим доступа: http://www.beladm.ru/media/publication_backbone_media/2016/10/19/putevoditel-po-gorodu-y-tsifrah-belgorod-2015.pdf

28. О территориальном общественном самоуправлении на территории городского округа «Город Белгород» : Решение совета депутатов города Белгорода Белгородской области от 23 мая 2006 года № 288, с изменениями от 28 марта 2017 года // Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации. Разд. «Документация».

29. Технический регламент о безопасности зданий и сооружений : федер. закон от 30 декабря 2009 г. № 384 - ФЗ (ред. от 02.07.2013) // Российская газета. - 2013. - № 255. - 31 декабря.

30. Технические рекомендации инженерного благоустройства урбанизированных территорий [Текст] / Справочно-метод пособие. - М., 2015. - 89 с.

31. Технические рекомендации инженерного благоустройства урбанизированных территорий [Текст] : Справочно-метод. пособие. - М., 2015. - 50 с.

32. Социально - экономические показатели по благоустройству 2014 году [Текст] / Статистический сборник. - М., 2015. - № 1-15. - 70 с.

33. Баринов В.А. Бизнес-планирование: Учеб. пособие. - 2-изд., испр. и доп. - М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2007. - С. 18.

34. Бекетова О.Н., Найденков В.И. Бизнес-план: теория и практика: Учеб. пособие для вузов. - М.: Приор-издат, 2009. - С. 5, 12.

35. Белецкая, Ю. А. Благоустройство территории // Налог на прибыль [Текст] / Ю. А. Белецкая. - М., 2014. - 124 с.

36. Бизнес-планирование: Учебник / Под ред. В.М. Попова, С.И. Ляпунова и С.Г. Млодика. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Финансы и статистика, 2009. - С. 110-123.

37. Бирюков, Л.Е. Основы планировки и благоустройства населенных мест и промышленных территорий: учеб. пособие для вузов / Л.Е. Бирюков. - М.: Высшая школа, 1978. - 232 с.

38. Бобылев, С. Н. Благоустройство жилых территорий [Текст] / С. Н. Бобылев. - СПб.: Питер, 2014. - 158 с.

39. Болтрушко, В. Г. Защита окружающей среды [Текст] / В. Г. Болтрушко. - М. [б.и.], 2014. - 80 с.

40. Бондарь, Н.С. Муниципальное право Российской Федерации [Текст] / Н. С. Бондарь. - М. [б.и.], 2014. - 251 с.

41. Бринк И.Ю., Савельева Н.А. Бизнес-план предприятия. Теория и практика - Ростов н/Д: Феникс, 2003. Серия «Учебники, учебные пособия»

42. Бронникова Т. С. Разработка бизнес-плана проекта: Учебное пособие - М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2012. - С. 22, 29.

43. Бронникова Т.С. Разработка бизнес-плана проекта: Учеб. пособие - М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2012. - С. 22, 29

- 44.Васильев, В.И. Муниципальное право России [Текст] / В. И. Васильев. - М.: Брик, 2014. - 74 с.
- 45.Васильев, Ю. Х. Благоустройство территории городского округа [Текст] / Ю. Х. Васильев. 2012. - № 8. - 53 с.
- 46.Велихова, Л. А. Благоустройство территорий [Текст] / Л. А. Велихова, В. В. Таболин. - М. [б.и.], 2013. - 172 с.
- 47.Верещагин, С. А. О благоустройстве территории // Налоговый вестник [Текст] / С. А. Верещагин. - М. [б.и.], 2012. - № 3. - 85 с.
- 48.Вернадский, В. И. Биосфера и ноосфера [Текст] / В. И. Вернадский. - М. [б.и.], 2015. - 247 с.
- 49.Воронин, А. Г. Муниципальное хозяйство и управление, проблемы теории и практики [Текст] / А. Г. Воронин. - М. [б.и.], 2015. - 214 с.
- 50.Ганс, Г. Микрокосм [Текст] / Г. Ганс. - М. [б.и.] , 2013. - 102 с.
- 51.Говард, Е. «Завтра городов - садов» [Текст] / Е. Говард. - М. [б.и.], 2014. - 268 с.
- 52.Головань С.И. Бизнес-планирование и инвестирование: Учебник / С.И. Головань, М.А. Спиридонов. - Ростов н/Д: Феникс, 2009. - С. 75,78.
- 53.Головань С.И. Бизнес-планирование и инвестирование: Учебник / С.И. Головань, М.А. Спиридонов. - Ростов н/Д: Феникс, 2009. - С. 75-78.
- 54.Горохов. В.А. Инженерное благоустройство городских территорий: Учеб. пособие для вузов/ В.А. Горохов, Л.Б. Лунц, О.С. Расторгуев; под общ. ред. Д.С. Самойлова. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Стройиздат, 1985. - 389 с.
- 55.Занадворов, В. С., Зотов В. Б. Окружающая среда и человек [Текст] / В. С. Занадворов. - М. [б.и.], 2013. - 151 с.
- 56.Казнов, С. Д. «Благоустройство жилых зон городских территорий» [Текст] / С. Д. Казнов. - М. [б.и.], 2015. - 356 с.
- 57.Кафтаева М.В., Калачук, Т.Г. Шарапов О.Н.. Инженерное обустройство территорий: Курс лекций (I часть). – Белгород: БГТУ им. В.Г.Шухова, 2011. - 105с.

58. Коцкая О. О. О необходимости бизнес планирования // Молодой ученый. — 2016. — №8. — С. 558-560. — Режим доступа: <http://moluch.ru/archive/112/28509/>

59. Кравченко, С. А. Пришла пора благоустраивать территорию [Текст] / С. А. Кравченко. - М. [б.и.], 2014. № 8. - 66 с.

60. Красильникова, Л. Г. Инженерное благоустройство городских территорий в архитектурном проектировании [Текст] / Л. Г. Красильникова. - М. [б.и.], 2015. - 58 с.

61. Лапыгин Ю.Н. Бизнес-план: стратегии и тактика развития компании: Практ. пособие / Ю.Н. Лапыгин, Д.Ю. Лапыгин. - 4-е изд., испр. - М.: Омега-Л, 2010. - С. 17, 19, 21.

62. Манохова, С. В. Благоустройство территории [Текст] / С. В. Манохова. - М. [б.и.], 2012. - 120 с.

63. Николаевская, И.А. Благоустройство территорий города [Текст] / И. А. Николаевская. - Ростов н / Д. [б.и.], 2013. - 195 с.

64. Орлов, Д. С. Управление градостроительством и территориальным развитием [Текст] / Д. С. Орлов. - М. [б.и.], 2013. - 351 с.

65. Оуэн, Р. «Коллективный город-квартал» [Текст] / Р. Оуэн. - М. [б.и.], 2014. - 125 с.

66. Рой, О. М. Система государственного и муниципального управления [Текст] / О. М. Рой. - М. [б.и.], 2014. - 74 с.

67. Романова М.В. Бизнес-планирование: Учеб. пособие- М.: ИД»ФОРУМ»: ИНФРА-М, 2011. -С. 8-9.

68. Салина, Л. М. Благоустройство территорий муниципальных образований [Текст] / Л. М. Салина. - М. [б.и.], 2013. - 56 с.

69. Сергеев А.А. Экономические основы бизнес-планирования: Учеб. пособие для вузов. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004. - С. 16.

70. Сильвестрова, Т. В. Благоустройство территорий, и прилегающих территорий [Текст] / Т. В Сильвестрова. - М. [б.и.], 2013. - № 6. - 45 с.

71.Соломаха, Д.В. Благоустройство территории - обязанность и добрая воля органов публичной власти // Государственная власть и местное самоуправление [Текст] / Д. В. Соломаха. - М. [б.и.], 2014. - 68 с.

72.Степановский, А.С. Справочник озеленителя [Текст] / А. С. Степановский, В. Н. Денисов. - М. [б.и.] , 2014. - 98 с.

73.Френкель, З.Х. Основы общего городского благоустройства [Текст] / З. Х. Френкель. Спб.: Питер., 2014. - 76 с.

74.Ходжаев, А. Ш. Экономика города [Текст] / А. Ш. Ходжаев. - М. [б.и.] , 2014. - 430 с.

75.Хотунцев, Ю. Л. Благоустройство дворовых территорий [Текст] / Ю. Л. Хотунцев. - М. [б.и.] , 2014. - 135 с.

76.Черняк В.З. Бизнес-план: теория и практика. - М.: Альфа-Пресс, 2007. – . 7.

77.Шаш Н.Н. Бизнес-план предприятия: Практ. справ. / Под ред. А.В. Касьянова. - М.: Гросс-Медиа: РОСБУХ, 2008. - С. 12-13.

78.Бизнес-планирование на компьютере / И.А. Баев [и др.]. - Ростов н/Д: Феникс, 2007. - С. 28.

79.Бизнес-план в системе стратегического планирования [Электронный ресурс] URL: <https://sibac.info/conf/econom/lxvii/62410>

80.Взаимосвязь стратегического планирования, бизнес-планирования и бюджетирования [Электронный ресурс] URL: <http://rbsysnn.livejournal.com/965.html>

81.Место и роль бизнес-плана в системе стратегического планирования [Электронный ресурс] URL: https://vuzlit.ru/299889/mesto_rol_biznes_plana_sisteme_strategicheskogo..

Приложения