

Бизнес-план агентства недвижимости

1. Краткий инвестиционный меморандум

Капиталовложения в недвижимость являются одними из самых надежных видов вложений. К тому же, со временем она не обесценивается. Спрос в этой сфере всегда остается высоким. Для людей жилищный вопрос имеет первостепенное значение. Для решения этой проблемы чаще всего обращаются в агентства недвижимости. Даже в кризисное время этот рынок не испытывает серьезных потерь.

Зачастую агентство открывают люди, знакомые с бизнесом в области недвижимости — бывшие риэлторы или эксперты по оценке объектов недвижимости, имеющие опыт работы и наработавшие собственную базу клиентов. Кажущаяся легкость открытия данного бизнеса подвела многих начинающих предпринимателей, в результате неумелых действий которых закрывается большинство агентств. Разумный вариант — это поработать не менее 6 месяцев в данной сфере, возможно даже в нескольких компаниях, приобрести некоторый опыт в поиске клиентуры и общении с людьми, завести важные контакты, собственную базу клиентов. И уже только после этого можно вкладывать средства в осуществление проекта.

Для создания перспективной организации необходимо иметь четкий план реализации задач. В данном бизнес-плане рассмотрены важные аспекты этого дела.

Основные факторы успеха реализации проекта:

- Огромное количество потребителей.
- Высокое количество предлагаемых ресурсов.
- Свободный вход на рынок.
- Низкий уровень первоначальных затрат.
- Высокая доходность сделок.

Сумма первоначальных инвестиций составляет **428 000 рублей**.

Точка безубыточности достигается **в первый месяц работы**.

Срок окупаемости составляет от **6 месяцев**.

Внутренняя норма рентабельности — **88%**.

Средняя чистая ежемесячная прибыль — **77 275**.

2. Описание бизнеса, продукта или услуги

Агентство недвижимости предоставляет услуги по покупке, продаже, сдаче в аренду недвижимости.

Основными клиентами являются физические лица, но также планируется оказывать услуги и юридическим лицам. Как таковой сезонности в данном бизнесе нет. Главное — выстраивать свою работу правильно, быть гибким к внешним условиям и их изменению.

Основные функции агентства недвижимости:

- Поиск возможных покупателей, арендаторов, общение и установление с ними деловых контактов. Подбор вариантов недвижимости по запросу покупателя или арендатора, ознакомление с выбранным объектом недвижимости.
- Проводя сделку, агентство помогает своему клиенту в сборе и своевременном оформлении пакета документов, согласовывает условия договора. Именно специалисты следят за правильным оформлением документации в соответствии с местными и федеральными законами, которые действуют на данный момент.
- Агентство может посредничать, представляя интересы клиента, когда необходимо взаимодействие с другими учреждениями или специалистами, которые участвуют в сделке.
- Агентство должно предоставлять клиенту полную и правдивую информацию о том объекте недвижимости, который фигурирует в сделке, об условиях этой сделки. Кроме того, специалисты по недвижимости также напоминают и предлагают клиенту страховку рисков утраты собственности на то жильё, которое клиент приобретает, или рисков порчи этого объекта недвижимости.
- Риэлторы должны хранить тайну сделки и всю конфиденциальную информацию, которую в ходе своей работы получают о клиенте или о сделке. Также необходимо отметить, что агентство отвечает за сохранность документов, которые ему были доверены в ходе работы.
- Специалисты по недвижимости должны изучать рынок, осуществлять поиск предложений и мониторинг спроса на недвижимость.

Для максимизации прибыли организации также будут оказываться **дополнительные услуги**, такие как:

- Консультационные услуги;

- Юридические услуги;
- Сбор и оформление документов;
- Комплексные оформительские услуги.

Риэлторское агентство будет работать по **следующему графику:**

- 10:00 — 21:00 в рабочие дни;
- 9:00 — 18:00 в выходные дни.

3. Описание рынка сбыта

Клиентами агентства недвижимости являются лица, которые заинтересованы в аренде, покупке, продаже или сдаче недвижимости. Потенциальный покупатель имеет возраст 30-55 лет.

Общие моменты целевой аудитории:

- **Социальное положение.** Средний класс и выше, поскольку позволить себе покупку квартиры даже в ипотеку могут люди с более высокой заработной платой.
- **Материальное положение.** Средний семейный доход составляет от 70 000 до 120 000 рублей. Данная категория может позволить себе ипотечный кредит с ежемесячным платежом от 15 до 30 тыс. руб. Для покупателей с более низким доходом нужно рассматривать дополнительные, более экономные варианты приобретения жилья.
- **Семейное положение.** 60% семейные пары, 30% — одинокие молодые девушки или молодые люди, 10% — остальные.
- **Образование.** Высшее — 80%, Среднее специальное — 10%, Остальное — 10%.

Цели приобретения жилья:

- в личное пользование;
- для осуществления коммерческой деятельности;
- инвестиционный проект (покупка на разных этапах строительства с возможной перепродажей или сдачей в аренду).

С каждым годом число квартир в России стабильно увеличивается. Динамику можно увидеть в таблице ниже (данные Росстата). А, следовательно, и количество осуществляемых сделок тоже возрастает. Таким образом спрос на услуги риэлторских агентств также повышается.

Число построенных квартир в Российской Федерации и их средний размер								
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Число квартир, тыс.	373	382	396	427	477	515	609	722
Их средний размер, м2 общей площади	81,1	83,1	85,3	85,4	86,0	84,5	83,1	84,7
Из них по видам квартир, в процентах от общего ввода:								
однокомнатные	20	20	21	23	25	28	29	31

двухкомнатные	29	30	30	31	31	32	32	32
трёхкомнатные	34	33	32	31	29	27	25	24
четырёхкомнатные и более								
Число построенных квартир в Российской Федерации и их средний размер								
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Число квартир, тыс.	768	702	717	786	838	929	1124	1195
Их средний размер, м2 общей площади	83,4	85,3	81,5	79,3	78,4	75,8	74,9	71,4
Из них по видам квартир, в процентах от общего ввода:								
однокомнатные	33	33	34	36	38	39	41	43
двухкомнатные	32	31	32	31	32	31	31	30
трёхкомнатные	23	23	23	21	20	20	19	18
четырёхкомнатные и более	12	13	12	12	10	10	9	9

4. Продажи и маркетинг

В нише агентств недвижимости конкуренция высока. Поэтому для осуществления наиболее эффективной деятельности особое внимание следует уделить рекламе. Использовать сразу все имеющиеся способы продвижения не нужно. Во-первых, не все они являются эффективными. Во-вторых, это может не только снизить рентабельность, но и вовсе лишить вас прибыли. Подходите к выбору способов рекламы разумно.

Рекомендуемые способы продвижения:

- **Газеты бесплатных объявлений.**

По названию понятно, что стоимость такой рекламы нулевая. Такой вид рекламы может принести свои плоды, к тому же, вы за неё не платите. Причём можно размещать рекламу не об агентстве, а о квартирах.

- **Размещение рекламы в специализированных изданиях.**

Это может быть, например, журнал или газета о недвижимости. Чаще всего таким способом можно привлечь клиентов, являющихся юридическими лицами, или подкованных в данной сфере людей.

- **Размещение информации в местных интернет-каталогах.**

Многие люди осуществляют поиск риэлторского агентства через подобные сайты, там же обычно размещают информацию, контактные данные. А пользователи, как правило, могут оставить свои отзывы.

- **Собственный сайт.**

Один из наиболее эффективных методов продвижения. Во-первых, люди могут сразу же ознакомиться с прейскурантом, спектром услуг, специалистами и многим другим. Важно максимально наполнить сайт, сделать его таким, чтобы он привлекал людей, был понятным и качественным. Можно разработать систему обратной связи, онлайн-консультирования.

- **Реклама в интернете.**

Особенно актуален этот вид рекламы будет, если вы имеете свой сайт. Сразу же пойдут отклики, просмотры. Стоит подумать о размещении информации на Яндекс.Директ, Avito.ru.

5. План производства

Ключевая цель — открытие агентства недвижимости и максимизация его прибыли.

1 этап:

Оформление необходимых документов.

- **Регистрация предприятия.** Это может быть ИП или ООО.

- Нужно использовать следующие коды ОКВЭД — 70.31.1 Предоставление посреднических услуг при покупке, продаже и аренде недвижимого имущества.
- Лицензированию данный вид деятельности не подлежит.
- Предприниматель имеет возможность выплачивать ЕНВД. Он также может использовать УСН «Доходы» 6% или УСН «Доходы минус расходы» 15 % . Для расчета данного бизнес-плана мы используем ЕНВД.
- Открытие расчётного счёта.
- Также для риэлторского агентства желательно иметь печать, хоть закон и не обязывает. Клиентам будет спокойнее иметь на руках договора с печатями.

2 этап:

Обзор рынка недвижимости для подбора оптимального помещения.

Основные требования к помещению:

- Площадь: 15 — 20 м²;
- Желательно наличие парковки для 5 автомобилей и более;
- Месторасположение — центр города. Оптимальный вариант — аренда недвижимости в каком-либо презентабельном здании: торговом комплексе или бизнес-центре.

3 этап:

- Ремонт помещения;
- Закупка необходимой мебели, техники и пр.;

- Поиск персонала;
- Обучение персонала;
- Проведение рекламной кампании;
- Начало деятельности агентства.

6. Организационная структура

План по персоналу:

- Директор;
- Риэлторы (4 чел);
- Юрист (1 чел);
- Офис-менеджер (1 чел);
- Уборщица (1 чел).

Особое внимание следует обратить на кадровый состав вашего агентства. Поскольку работа связана с общением с людьми, выбор сотрудников крайне важен. Коммуникабельность, доброжелательность и выдержка — вот минимальный набор качеств для успешного агента по недвижимости.

На начальном этапе работы агентства вам потребуется штат агентов численностью около 4 человек. Опыт работы в сфере риэлторской деятельности и недвижимости для руководителя и части персонала обязателен.

Нужно отметить, что текучесть кадров в риэлтерском бизнесе очень высока. Всё это связано с тем, что заработок у агентов, а соответственно у агентства, нестабильный. Если сотрудник неактивен, то он может

работать без дохода достаточно долгое время. Если вам нужно предотвратить это, то стоит задуматься о каких-либо социальных пакетах для сотрудников или минимальной ставке.

Обучение каждого риэлтора начинается со знакомства с кругом основных обязанностей. В разных компаниях функционал менеджера по недвижимости может отличаться, но основные направления деятельности схожи, необходимо:

- искать клиентов;
- вести переговоры и консультации;
- сопровождать сделки (сбор документов, оценка недвижимости, заключение договоров);
- проводить мониторинг рынка недвижимости.

Клиент и риэлтор обязательно заключают письменный договор, в котором расписан порядок оказания услуг. Агент представляет интересы клиента по этому договору и должен действовать в соответствии с законами. Жилищный, семейный, земельный кодексы, нормативы и правовые акты, инструкции и положения, — все эти и другие необходимые в деятельности юридические документы менеджеру по недвижимости нужно знать. Бывает, что в обязанности агента входит и обслуживание клиента после продажи.

В штате агентства недвижимости обязательно должен быть опытный юрист для решения правовых вопросов.

За решение текущих офисных задач и обработку входящих запросов будет отвечать офис-менеджер.

Зарплата риэлтора формируется следующим образом: 10 000 руб. оклад и премиальная часть, которая составляет 40% от сделанной работы. Все остальные сотрудники получают фиксированный оклад.

Юрист	25 000	25 000	25 000	25 000	25 000	25 000
Офис-менеджер	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000
Уборщица	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000
Страховые взносы (30% ФОТ)	37 500	37 500	37 500	37 500	37 500	37 500
Итого:	293 100	299 100	295 100	272 500	314 700	276 700

7. Финансовый план

Инвестиции в открытие агентства недвижимости.

ЗАТРАТЫ НА ОРГАНИЗАЦИЮ БИЗНЕСА, руб.	
Оформление документов	20 000
Аренда помещения (3 месяца)	48 000
Ремонт	40 000
Мебель	50 000
Техника	120 000
Создание сайта	50 000
Рекламная кампания	100 000
Итого:	428 000

Ежемесячные расходы включают в себя следующие статьи затрат.

ЕЖЕМЕСЯЧНЫЕ ЗАТРАТЫ, руб.	
Аренда помещения	16 000
Услуги связи	3 000
Транспортные расходы	5 000
Коммунальные услуги	3 000
Средний ФОТ	294 583
Реклама	30 000
Бухгалтерия (удаленная)	3 000
Итого:	354 583

В плане продаж представлены усредненные данные. Возможны ситуации, когда один месяц выручка не будет покрывать всех расходов, а в другой компания может получить сверхприбыль. В таблице представлены средние проценты комиссии за сделку. Они сильно варьируются в разных регионах.

В дополнительные услуги входит следующий перечень услуг.

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ УСЛУГИ	
Виды услуг	Стоимость, руб.
1. Консультационные услуги	
1.1. Устная консультация. Первичный анализ ситуации, общие рекомендации.	250
1.2. Оценка объекта недвижимости (без выдачи сертификата оценки)	250
2. Юридические услуги	
2.1. Составление гражданско-правового договора.	1 000
2.2. Комплексное юридическое сопровождение сделок с объектами недвижимости.	от 5 000
3. Сбор и оформление документов.	
3.1. Выписка из домовой книги.	1 000

	Общий доход с предоставляемой услуги	150 000	150 000	75 000	150 000	150 000	150 000
Покупка, продажа коммерческой недвижимости	Комиссия (от сделки)	3%	3%	3%	3%	3%	3%
	Количество сделок в месяц	1	1	2	1	2	1
	Средняя сумма сделки	2700000	2700000	2700000	2700000	2700000	2700000
	Общий доход с предоставляемой услуги	81 000	81 000	162 000	81 000	162 000	81 000
Сдача жилья в аренду	Комиссия (от арендной ставки)	50%	50%	50%	50%	50%	50%
	Количество сделок в месяц	13	15	11	8	15	15
	Средняя сумма сделки	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000
	Общий доход с предоставляемой услуги	97 500	112 500	82 500	60 000	112 500	112 500
Сдача офисов и торговых помещений в аренду	Комиссия (от ежемесячного платежа)	70%	70%	70%	70%	70%	70%
	Количество сделок в месяц	7	7	8	6	4	3
	Средняя сумма сделки	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000
	Общий доход с предоставляемой услуги	98 000	98 000	112 000	84 000	56 000	42 000

Дополнительные услуги	27 000	26 000	21 000	17 000	15 000	24 000
Выручка(доход) итого, руб.	453 500	467 500	452 500	392 000	495 500	409 500

Прогнозирование деятельности компании в первый год работы, руб.

	1 месяц	2 месяц	3 месяц	4 месяц	5 месяц	6 месяц
Выручка(доход)	386 000	417 000	451 000	473 500	515 000	482 500
(-) Ежемесячные затраты	336 900	349 300	362 900	371 900	388 500	375 500
(=) Валовый доход	49 100	67 700	88 100	101 600	126 500	107 000
(-) Налоги ЕНВД	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000
(=) Чистая прибыль	39 100	57 700	78 100	91 600	116 500	97 000
(=) Чистая прибыль нарастающим итогом	39 100	96 800	174 900	266 500	383 000	480 000
	7 месяц	8 месяц	9 месяц	10 месяц	11 месяц	12 месяц
Выручка(доход)	453 500	467 500	452 500	392 000	495 500	409 500
(-) Ежемесячные затраты	363 900	369 500	363 500	339 300	380 700	346 300
(=) Валовый доход	89 600	98 000	89 000	52 700	114 800	63 200
(-) Налоги ЕНВД	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000
(=) Чистая прибыль	79 600	88 000	79 000	42 700	104 800	53 200
(=) Чистая прибыль нарастающим итогом	559 600	647 600	726 600	769 300	874 100	927 300

При горизонте планирования 1 год можно выделить следующие экономические показатели:

Срок окупаемости — 6 месяцев;

Дисконтированный срок окупаемости — 7 месяцев;

Чистый дисконтированный доход — 378 348 руб.;

Индекс прибыльности — 1,88;

Внутренняя норма рентабельности — 88%.

8. Факторы риска

На первый взгляд открытие агентства недвижимости выглядит делом простым и не требующим особых усилий. Все, что нужно — это снять офис, поставить мебель, компьютер и телефон, и можно работать. Но на самом деле не все так просто.

Во-первых, отсутствие высокого порога вхождения в этот бизнес привело к тому, что агентств на рынке большое количество. Они появляются и исчезают с одинаковой скоростью, создавая огромную конкуренцию. Практически все клиенты стремятся обращаться только в крупные агентства, опасаясь мошенничества и обмана.

Основные угрозы:

- отсутствие имени на рынке;
 - очень высокая конкуренция среди сотен аналогичных компаний;
 - самые интересные для агентства клиенты — это люди, покупающие недвижимость, — квартиры для личных нужд, а не для перепродажи. Но как раз именно эта категория покупателей и продавцов стремится выбрать крупное и известное агентство недвижимости, осознавая собственную неопытность.
- Однако при осуществлении грамотной политики можно с легкостью преодолеть все эти трудности, находиться в постоянном росте и получать стабильную прибыль.