**Содержание**

1. Описание бизнес-проекта:

 1.1. Краткое описание бизнес-проекта…………………………….3

 1.2. Особенности и привлекательные стороны бизнес-проекта…3

2. О компании:

 2.1. Основные виды деятельности…………………………………5

 2.2. История создания компании…………………………………..6

3. Анализ состояния дел в строительной промышленности………..7

4. Анализ рынка и маркетинг:

 4.1. Анализ рынка…………………………………………………..9

 4.2. Актуальность ведения индивидуального строительства……9

5. Конкуренция……………………………………………………….14

6. Производственно-коммерческая деятельность компании……...15

7. Организация, управление, персонал компании…………………17

8. Организационный план реализации бизнес-проекта…………...20

9. Анализ и оценка рисков…………………………………………..23

10.Финансовый план………………………………………………….25

**1. Описание бизнес-проекта**

**1.1. Краткое содержание бизнес-проекта**

Сущность бизнес-проекта — привлечение необходимых финансовых средств для расширения строительных мощностей компании, проектирование, строительство и обустройство объектов жилищного и сельскохозяйственного назначения, инженерной инфраструктуры в Московской области.

**Объекты строительства**

Предполагаются следующие объекты строительства:

* кирпичные коттеджи;
* дачные домики из древесины;
* коровники из бетона;
* цокольные этажи из монолитного бетона.

Для развертывания жилищного строительства необходимо расширение строительных мощностей компании. В соответствии с проектом намечен монтаж бетонного завода, приобретение строительной техники, дооборудование действующих производств. Для успешного решения программы модернизации строительного производства компании требуется кредит.

**1.2. Особенности и привлекательные стороны бизнес-проекта**

Привлекательность бизнес-проекта объясняется рядом благоприятных факторов:

* уникальное географическое положение территории строительства
определяется, с одной стороны, близостью с Москвой (30—35 минут езды на автомобиле), с другой — наличием нетронутой цивилизацией природы, экологически чистых рек, больших лесных массивов;
* территория застройки — один из элитных районов Подмосковья;
* наличие развитой инфраструктуры (дороги с твердым покрытием,
автобусное сообщение);
* ориентация проекта на создание высококомфортабельных условий
проживания и отдыха;
* привлечение современных технологий и стандартов в сфере строительства и сервисного обслуживания;
* разнообразие архитектурных решений.
Привлекательные инвестиционные стороны проекта:
* уже имеющаяся строительная база;
* благоприятная экологическая обстановка территории;
* прибыльность инвестиций;
* стабильный спрос на индивидуальное элитное жилье в пригородах;
* компания надежна и хорошо себя зарекомендовала;
* команда квалифицированных руководителей с многолетним опытом;
* работы в строительных организациях, в том числе за рубежом;
* наличие у компании передовых строительных технологий.

**2. О компании**

**2.1. Основные виды деятельности**

Компания занимается следующими видами деятельности.

1.Производство строительных материалов, конструкций, изделий: производство деревянных строительных конструкций и изделий для возведения домов усадебного типа, сельскохозяйственных зданий и сооружений.

2. Строительно-монтажные работы.

2.1. Земляные работы:

* планировка площадей;
* разработка грунтов.

2.2.Возведение несущих и ограждающих конструкций зданий и сооружений (при строительстве домов усадебного типа, сельскохозяйственных объектов производственного назначения и соцкультбыта):

* монтаж металлических конструкций и установка арматуры;
* устройство конструкций из монолитного бетона;
* монтаж сборных бетонных конструкций;
* монтаж сборных железобетонных конструкций;
* устройство железобетонных конструкций;
* кладка камня, кирпича, блоков;
* установка деревянных конструкций и изделий;
* остекление.

3.Устройство инженерных сетей и оборудования:

* устройство колодцев и лотков;
* прокладка сетей водоснабжения;
* прокладка канализационных сетей;
* установка запорной арматуры.

4.Защита конструкций и оборудования:

* гидроизоляция строительных конструкций;
* кровельные работы;
* антикоррозийная защита строительных конструкций и оборудования.

5.Отделка конструкций и оборудования.

* штукатурные работы и устройство полов;
* облицовочные работы;
* малярные и обойные работы.

6.Благоустройство территории:

* устройство дорожных оснований и покрытий;
* ограждений и оград.

Компания осуществляет строительство индивидуальных жилых строений, сельскохозяйственных объектов, садово-дачных домиков, ведет многоэтажное строительство, а также создает необходимое производство строительных материалов.

**2.2. История создания компании**

В 1989 г. в поселке «Шишкин лес» был создан строительный кооператив «Орнамент». За два года существования им было построено 350 садовых домиков и оборудовано более 20 детских площадок в Москве. В 1999г. кооператив был преобразован в научно-производственно-коммерческую фирму «Мавшот» на правах товарищества с ограниченной ответственностью. В том же году НПКФ «Мавшот» совместно с другими юридическими и физическими лицами выступила учредителем компании.

Уставный капитал компании разделен на 40 обыкновенных акций, которые распределены между учредителями.

Компания имеет определенный регион действий: строительство коттеджей ведется преимущественно в Подольском районе. Однако накопленный строительный потенциал позволяет возводить объекты на территории всей Московской области.

**3. Анализ состояния дел**

**в строительной промышленности**

Ситуацию в строительной индустрии и в экономике России в целом характеризуют (по официальным данным) следующие основные факторы.

Резко обострился кризис неплатежей. Следствием увеличения просроченной задолженности стали: рост проблем сбыта готовой продукции, увеличение числа простоев и полной остановки предприятий. Отмечен рост финансовой неустойчивости, падение объемов получаемой прибыли.

Сравнительный анализ состояния неплатежей показывает, что размеры задолженностей в строительной индустрии значительно меньше, чем в других отраслях. Строительная отрасль, работающая непосредственно на потребительский рынок, в финансовом отношении более устойчива и раньше других ориентирует свою продукцию на потребительский спрос.

Увеличился удельный вес накладных расходов в себестоимости продукции. Если ранее они составляли 18—20%, то в настоящее время — 28%.

Вопреки ожидаемому снижению темпов роста цен даже в условиях нарастающего кризиса сбыта российские производители строительных материалов не видят иного выхода, кроме механического увеличения цен на свою продукцию.

Сравнительный анализ дел в строительной индустрии России и в компании позволяет сделать вывод, что производственно-финансовое положение компании является прочным. Несмотря на общий спад производства и рост цен на строительные материалы, компания наращивает производственные мощности и ведет интенсивное строительство.

Высокие прибыли позволяли компании выплачивать своим сотрудникам достаточно высокую заработную плату, привлекая тем самым квалифицированные кадры, и повысить заинтересованность работника в качественном труде.

**Правительственное регулирование строительной отрасли**

Деятельность Правительства РФ в решающей степени определялась попытками поддерживать первоочередные объекты строительства в условиях ограниченных финансовых возможностей и отсутствия законодательной и нормативной баз, позволяющих жилищному строительству развиваться не на основе государственных дотаций, как это было ранее, а при помощи средств крупных и мелких частных инвесторов.

Жилищное строительство является приоритетным направлением в отечественной экономике.

**4. Анализ рынка и маркетинг**

**4.1. Анализ рынка**

Общая численность желающих иметь высококомфортабельное жилье и имеющих достаточно финансовых ресурсов, чтобы реализовать такую
возможность, в Москве оценивается в 5000 человек/год.

Большая часть (85%) предлагаемых на рынке коттеджей расположена в 10—40 км от Московской кольцевой дороги и лишь 15% — в 50—70 км.

Успешность коттеджного строительства в первую очередь зависит от конкретных условий, в которых работает компания. Фирмы, имеющие хорошие контакты с местными властями, снижают затраты за счет умень­шения стоимости земельных участков, другие имеют значительный стартовый капитал или владеют западными технологиями, третьи предпочитают начинать не с нулевого цикла, а имея частично готовую инфраструктуру.

Компания осуществляет коттеджное строительство на территории Московского региона: Подольский район, поселок Успенское.

В целях привлечения заказчиков в периодической печати размещалась реклама. Были расклеены рекламные листки на остановках транспорта.

Для более четкого взаимодействия с заказчиками предполагается создание московского офиса компании.

**4.2. Актуальность ведения индивидуального строительства**

К числу основных причин необходимости создания пригородных малоэтажных жилых территорий, под воздействием которых формируются различные по функциональному назначению поселения, можно отнести следующие:

* желание значительной части не только сельского, но и городского населения иметь свой дом со всеми удобствами на собственном участке;
* низкий уровень обеспеченности населения жилой площадью,
появление значительного количества семей, лишенных жилой площади (демобилизованные военнослужащие, беженцы из конфликтных зон, переселенцы из ближнего зарубежья и районов природных бедствий);
* крайне неблагополучная экологическая обстановка во многих городах;
* дефицит территорий для жилищного строительства в границах
городской застройки и разница в цене земли и размере земельного налога в черте города и за его пределами;
* возможность частичного самообеспечения продуктами питания
и производства их на продажу.

С учетом специфики факторов, влияющих на создание, и преимущественного назначения можно выделить несколько основных типов поселений.

**Поселения-спальни** — пригородные жилые территории, самодеятель-ное население которых связано главным образом с работой на предприятиях города или в сфере обслуживания создаваемого поселения. Эти поселения не имеют собственной градообразующей базы, обеспечиваются минимальной временной доступностью к объектам приложения труда в городе. Кроме того, они должны обладать практически полным комплексом учреждений социального обслуживания. Основной контингент жителей этих поселков — очередники города, не имеющие квартир или нуждающиеся в улучшении условий проживания, военнослужащие, частично беженцы, осевшие в городах и пригородах, часть демобилизованных военных, рабочие и служащие рентабельных предприятий, имеющих неудовлетворительный жилой фонд. Кроме того, здесь могут поселиться горожане, которые имеют удовлетворительное городское жилье, но хотят по разным причинам отказаться от него в обмен на загородное (например, в связи с плохими экологическими условиями в городе).

В строительстве поселений-спален наряду с индивидуальными застройщиками будут принимать участие федеральные и муниципальные органы власти, министерства и ведомства, коммерческие структуры, решающие проблему улучшения жилищных условий своих сотрудников.

**Поселения, формирующиеся на собственной градостроительной базе,** основная часть населения которых занята на предприятиях, расположенных в данном жилом образовании. Основной контингент жителей — население, мигрирующее ближе к крупным городам из отдельных районов (постоянный процесс вблизи Москвы); демобилизованные военнослужа­щие, беженцы из зон конфликтов и природных бедствий. В изменяющихся экономических условиях необходимо учитывать вероятность переселения в поселки населения, не сумевшего найти работу в городе.

**Поселения, выполняющие преимущественно рекреационные функции.** В отличие от садоводческих коллективов эти поселения преимущественно используются круглогодично. В них будет проживать сравнительно обеспеченная часть населения, имеющая желание и материальные возможности приобрести участки и построить достаточно комфортабельные загородные жилые дома — так называемое второе жилье для отдыха или постоянного проживания вторых членов семьи (родителей, детей). Можно ожидать, что в этих поселениях будут проживать люди свободных профессий (художники, писатели, скульпторы).

Экологические проблемы коттеджной застройки связаны с недостат­ком существующих систем инженерного оборудования индивидуальных домов: отопительные печи и камины низкоэффективны и стимулируют заготовку древесины на топливо, твердотопливные котлы не являются экологически нейтральными устройствами. Упреждающая газификация коттеджных поселков еще не утвердилась.

**Смешанные поселения.** Большая часть пригородных поселений в той или иной степени будет многофункциональ­ной с преобладанием одной или нескольких типовых признаков.

**Потенциальные потребители услуг компании**

Потребителями услуг компании могут быть следующие граждане и организации:

* лица со сверхвысокими доходами, способные оплатить стоимость жилья в 200—400 тыс. дол. США за год;
* организации, покупающие жилье для своих сотрудников;
* сельскохозяйственные объединения (бывшие колхозы и совхозы) и фермеры;
* коммерческие организации — для самостоятельной достройки дома и выгодного помещения капитала;
* лица, способные за 3—5 лет собрать необходимую сумму.

По мнению специалистов компании, в настоящее время наибольший удельный вес имеют первые две категории потребителей. Вместе с тем руководство компании осознает, что осуществление широкомасштабного индивидуального строительства невозможно без нарастающего привлечения заказчиков, названных последними.

**Характеристика потребителей услуг компании**

Потенциальными покупателями строящихся коттеджей могут стать:

* высокооплачиваемые кадровые сотрудники организаций Москвы (при предоставлении долгосрочного кредита руководством организации или негосударственным пенсионным фондом);
* руководство и квалифицированные сотрудники, в том числе иностранные, московских фирм;
* представители высшего командного состава армии в рамках программ по предоставлению жилья военнослужащим;
* специалисты банковских структур, торговых домов, бирж;
* сотрудники зарубежных фирм, имеющих представительства в Москве.

**Мотивация к покупке**

Жилье подобного типа покупается, как правило, для себя и один раз в жизни. Решение о покупке или о начале строительства принимается после тщательного обдумывания и советов с близкими людьми и специалистами.

Большинство заказчиков принимает решение приобрести жилье в компании после того, как они увидели готовые дома у друзей или знакомых.

Для удовлетворения потребностей современного потенциального заказчика необходимо, чтобы оборудование коттеджа включало в себя санузел, ванную комнату, газоснабжение, водопровод, телефон. Обязательными требованиями являются стабильное электроснабжение и дорога с жестким покрытием.

**5. Конкуренция**

Потенциальные конкуренты компании, действующие на территории московского региона:

* корпорация «Жилищная инициатива» осуществляет многоэтажное строительство в Москве, сооружение коттеджей в области;
* АО «Малоэтажное и коттеджное строительство» (МИКС) назначено Правительством Москвы застройщиком 3000 га в Солнечногорском,
Раменском и Домодедовском районах;
* ассоциация «Народное домостроение» строит жилье на средства своих членов — различных организаций;
* технополис «Северный» в Северо-Восточном округе Москвы
осуществляет строительство малоэтажных зданий и индивидуальных коттеджей;
* компания «Менатеп РИ» (дочерняя структура финансовой группы «Менатеп») на базе бывшего пансионата строит коттеджный поселок
на 14-м километре Ярославского шоссе;
* фирма «СКМ» проводит строительство блочных коттеджей в районе реки Икша (в 40 км от Москвы);
* компания «Одомин» сооружает блочные коттеджи (в 12 км
от Москвы по Дмитровскому шоссе);
* фирма «Сапсан» имеет договор с канадской компанией «Modulex» на поставку готовых коттеджей;
* «Дорстройсервис» предлагает панельные коттеджи в Солнечногорском районе (в 55 км от Москвы).

Специалисты компании склонны оценивать как незначительную кон­куренцию фирм, представлявших наибольшую угрозу финансовым интересам компании.

**6. Производственно-коммерческая**

**деятельность компании**

Ядром политики долгосрочного развития является создание собственной мощной производственной базы по изготовлению строительных и конструкционных материалов. Первым шагом на пути выполнения поставленных целей будет монтаж бетонного завода производительностью 240 м3 в смену.

Сооружение бетонного завода позволит снизить себестоимость применяемого бетона на 30% и обеспечить бесперебойное снабжение строи­тельных объектов, разнообразить номенклатуру выпускаемых марок бето­на, повысить независимость строительства от погодных условий, сократить транспортные расходы.

В настоящее время на собственной строительной базе производятся следующие основные материалы и конструкции:

* тяжелый бетон и железобетон М-200 и М-300 — 15 000 м3 в год;
* строительный раствор — 1200 м3 в год;
* легкий бетон и железобетон — 9000 м3 в год;
* деревянные конструкции — 5000 м3 в год.

Поставка сырья, строительных материалов и изделий осуществля­ется по железной дороге и автотранспортом.

При сооружении строительных объектов применяется технология «Poshal» (Австрия) и специальная технология производства монолитных домов.

К прочим видам деятельности относятся:

* оказание автотранспортных услуг;
* производство бетона на продажу.

Данные о производственном плане компании содержатся в табл. 1, сведения о ее производственных мощностях — в табл. 2.

Таблица 1.

**Производственный план компании**

|  |  |
| --- | --- |
| Строительный объект | Количество, шт. |
| Коттеджи из монолитного железобетона полезной площадью 150—450 м2 | 30 |
| Жилые дома из кирпича полезной площадью 120—500 м2 | 20 |
| Садовые домики из деревянных конструкций | 30 |
| Сельскохозяйственные объекты для фермерских хозяйств | 2 |
| Цокольные этажи из монолитного железобетона | 30 |

Таблица 2.

**Производственные мощности компании**

|  |  |
| --- | --- |
| Наименование | Количество, шт. |
| **Автотранспорт** |
| Автобус КавЗ | 1 |
| **Грузовые автомобили** |
| Автомашина «Урал»-4320-ОШ | 1 |
| Автомашина «Урал» с гидроманипулятором | 1 |
| Автомашина КамАЗ-55111 | 1 |
| Автомашина ЗИЛ-ММЗ-554 | 2 |
| Автомашина МАЗ-504 | 1 |
| Полуприцеп МАЗ-9397 | 1 |
| Полуприцеп У-47А | 2 |
| **Легковые автомобили** |
| Автомашина ИЖ-412 | 1 |
| Автомашина ИЖ-27151 | 2 |
| **Строительная техника** |
| Вагон-гардеробная | 1 |
| Нормокомплект каменщика | 1 |
| Нормокомплект маляра | 2 |
| Установка штукатура | 2 |
| Автопогрузчик типа 40В14 | 1 |
| Погрузчик-трактор К-700 | 1 |
| Бульдозер Д-342-Г | 1 |
| Контейнер | 1 |
| Трактор Т-40 | 4 |
| Автокран КС-4572 | 1 |
| Автокран КС-3577 | 1 |

**7. Организация, управление, персонал компании**

Высшим органом управления компании является собрание акционеров. Акционеры имеют на собрании количество голосов, пропорцио­нальное количеству принадлежащих им акций. Собрание акционеров ведет президент совета учредителей.

В период между проведением общих собраний акционеров его функ­ции выполняет совет учредителей, который возглавляет президент совета учредителей. Совет учредителей назначается собранием акционеров и состоит из трех человек.

Руководство текущей деятельностью компании и собрания акционеров осуществляется генеральным директором и возглавляемой им дирекцией.

**Персонал компании**

В настоящее время в компании сформирована команда квалифици­рованных менеджеров, имеющих продолжительный стаж работы по специальности.

Персонал компании проходит регулярное переобучение и повышает квалификацию. С целью овладения новыми технологиями 10 сотрудников компании проходили обучение в Австрии.

Для дальнейшего повышения качества выполняемых работ руководство компании планирует мероприятия по работе с персоналом:

* широкое привлечение собственного кадрового потенциала, местного кадрового потенциала;
* выдвижение талантливой молодежи;
* руководящий состав предполагается отбирать из числа менеджеров, имеющих опыт работы в данной области и знающих специфику местных условий;
* для выполнения заданий, требующих высокой квалификации, будут привлекаться бригады сезонных рабочих;
* повышение квалификации и обеспечение уровня и качества управления, отвечающих мировым стандартам, будут проводиться через обуче­ние руководящего состава и ведущих специалистов в крупных учебных центрах страны;
* при поддержке консультантов Центра управленческого консультирования и активного развития хозяйственных систем при Международ­ном НИИ по управлению (МНИИПУ) будут осуществляться формирова­ние и координирование творческих коллективов для разработки и запуска отдельных подпроектов.

**Институт консультантов**

Управленческое консультирование, научно-методическое обеспече­ние и сопровождение осуществляет Центр по управленческому консультированию и активному развитию хозяйственных систем при Международном НИИ проблем управления.

**Кадровый потенциал**

Кадровый потенциал компании составляют сотрудники Центра при МНИИПУ и широкая деловая сеть высококвалифицированных экспертов, консультантов по управлению, специалистов различного профиля (экономисты, юристы, психологи, социологи, математики-программисты, архитекторы проектировщики, инженеры, геологи) России, стран ближнего зарубежья, Западной Европы, США.

**Виды деятельности**

Будут осуществляться такие виды деятельности:

* управленческое консультирование по вопросам приватизации, развития предпринимательства, осуществления конверсии, диагностики проблем и развития потенциала предприятий и региональных структур;
* переподготовка и повышение управленческой квалификации, формирование управленческих команд;
* разработка и сопровождение реализации бизнес-планов, бизнес-
проектов, программ развития;
* содействие в развитии прямых международных и межрегиональных хозяйственных связей, создание совместного бизнес-проекта «Восток — Запад».

**Опыт работы**

Имеется следующий опыт работы:

* ежегодно проводится диагностическое обследование и управленческое консультирование 15—20 производственных и региональных структур;
* осуществляется переподготовка и повышение квалификации управленческих кадров — до 1000 человек ежегодно;
* имеется значительный опыт составления бизнес-планов и бизнес-
проектов;
* совместно с Туринским центром подготовки кадров и Международной организацией труда осуществляется подготовка российских управленческих кадров за рубежом.

**8. Организационный план**

**реализации бизнес-проекта**

В проекте предусматриваются возможности развития трех базовых сценариев привлечения финансовых средств, необходимых для развития строительного производства:

1)получение кредита с последующим его погашением;

2)организация строительной корпорации. Вклад компании может
включать стоимость земли (право пользования, аренда, собственность),
рабочую силу, сырье, материалы, эксплуатационные расходы. Вклад со стороны инвестора — необходимые финансовые средства. Прибыль от реали­зации продукции (жилые дома, сельскохозяйственные объекты) делится
между учредителями компании пропорционально их вкладам;

3)организация акционерного общества для совместных строитель­ства и эксплуатации бетонного завода. Прибыль от реализации цемента
распределяется между акционерами. В качестве одной из альтернатив­ных возможностей привлечения финансовых средств может рассмат­риваться выпуск жилищных обязательств на право получения 1 м2 жи­лой площади.

В настоящее время в компании:

* оформлены документы на право пользования земельными участ­ками общей площадью 5 га;
* создана крупная производственная база для наращивания строи­тельных мощностей;
* имеется солидный запас строительных материалов;
* налажены устойчивые связи с предприятиями — производителя­ми строительных материалов;
* установлены партнерские отношения с районной администрацией;
* ведутся активные переговоры о привлечении инвестиций.

Для привлечения финансовых средств под расширение строитель­ной базы компании в бизнес-плане предусмотрено:

* проведение внешней аудиторской проверки;
* страхование имущества;
* перестрахование имущества;
* получение гарантий отечественных и зарубежных банков;
* страхование и перестрахование кредита;
* получение гарантий местной администрации.

Более точный перечень мероприятий может быть установлен после определения круга потенциальных инвесторов и уточнения конкретных требований каждого из них к инвестиционному проекту.

**Организационные этапы**

Бизнес-проект будет реализован в три этапа.

1. Развертывание инвестиционной программы:

* привлечение финансовых средств;
* формирование привлекательной инвестиционной среды; определение круга потенциальных инвесторов;
* проведение внешних проверок, страхование и получение финансовых гарантий с учетом требований конкретных инвесторов;
* привлечение финансовых средств (кредитов, инвестиций).

2.Расширение строительных мощностей; развернутое коттеджное
строительство; возврат кредитов:

* монтаж бетонного завода;
* закупка необходимого оборудования;
* доукомплектование имеющихся строительных мощностей;
* рекламная кампания;
* строительство объектов;
* активная работа с недвижимостью (земля, строения), возврат кредитов.

3.Начало многоэтажного строительства в Москве:

* поиск новых финансовых средств;
* становление партнерских отношений в среде крупных строительных организаций Москвы;
* начало многоэтажного строительства в Москве.

Деловая сеть компании предполагает установление тесных связей с академическими институтами, НИИ, проектными организациями. Возможны различные варианты схем управления реализацией проекта: системы холдинга, траста или прямое управление.

**9. Анализ и оценка рисков**

В ходе анализа и оценки рисков определяются основные группы дестабилизирующих факторов (рисков), способных повлиять на ход peaлизации проекта.

Внешние риски:

* социально-политическая нестабильность в России;
* несовершенство, противоречивость, нестабильность законодательной базы, в том числе налоговой политики;
* экономическая нестабильность в стране;
* агрессивность внешней среды;
* несовершенство системы денежного обращения, наличие взаимных неплатежей;
* сложности в прогнозировании различных тенденций и факторов,
проведении финансовых и экономических расчетов по проекту.

По мнению экспертов компании, первые два фактора являются наиболее неблагоприятными.

Социальные и организационные риски:

* некомпетентность, недобросовестность, нерадивость партнеров, работников;
* ошибки в оценке ситуации, выборе стратегии и тактики управления;
* наличие местной деструктивной оппозиции;
* наличие теневых мафиозных структур;
* нарушение договорных обязательств, срывы со стороны подрядных
 организаций;
* бюрократия на местном уровне;
* недостаток квалифицированных кадров;
* возможность конфликтов между компанией и потребителем.

По мнению экспертов компании, первые два фактора являются наиболее неблагоприятными.

Экономические, коммерческие риски:

* отсутствие стартового инвестиционного капитала;
* недостаточная степень проработки рыночной ситуации;
* ненадежность инвесторов;
* отсутствие опыта;
* недооценка существующих конкурентов;
* рекламный риск.

По мнению экспертов компании, первый фактор является наиболее неблагоприятным.

Технические риски:

* непроработанность многих технических вопросов на начальной
стадии;
* разбросанность строительных объектов;
* низкое качество проектной документации;
* возможное отставание инженерной инфраструктуры от темпов
строительства объектов.

По мнению экспертов компании, первые два фактора являются наиболее неблагоприятными.

**10. Финансовый план**

Территориально проект реализуется в Подольском районе Москов­ской области. Принимая во внимание тот факт, что уровень цен в России сравнялся или приблизился к мировому, расчеты проведены в твердой валюте (долларах США). Одновременно выполнен перерасчет в рубли по курсу Банка России.

Финансовый план опирается на комплексные расчеты, сделанные в компании при определении годовых производственных планов.

В качестве исходных позиций при определении стоимости жилых домов рассматривается удельная стоимость строительства 1 м2 по видам застройки, включая стоимость инфраструктуры.

Относительная себестоимость жилого объекта определяется пропорционально жилой площади. Продажная цена жилья определяется с рентабельностью 25%.

В бизнес-проекте рассматривается следующий вариант расчета с клиентом: 30% предоплаты и последующая оплата 70% выполненного объема работ после завершения каждого этапа строительства.

Прибыль компании определяется по предполагаемой выручке за вычетом затрат на строительство, расходов на функционирование уплаты налогов и погашения кредитов.

Затраты на функционирование включены в себестоимость. Оплата процентов по кредиту относится на себестоимость.

Из основных применяемых в Российской Федерации налогов рассматриваются следующие:

* налог на прибыль по ставке 13%. Возможные льготы по налогообложению не рассматривались из-за их небольшой величины;
* налог на добавленную стоимость оплачивается конечным покупателем и включен в структуру стоимости 1 м2 жилой площади;
* другие налоги не рассматривались, так как они включаются в состав себестоимости и составляют, как правило, небольшую величину.

Данные об оборудовании, закупаемом компанией за счет кредит представлены в табл. 3.

Таблица 3.

**Перечень оборудования, закупаемого за счет кредита**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Оборудование | Первая очередь | Вторая очередь |
| количество, шт. | цена за единицу, тыс. долл. США | количество, шт. | цена за единицу, тыс. долл. США |
| Бетонный завод (запуск)  | 1 | 33,33 | 0 | 0,00 |
| Бетоновозы | 4 | 48,89 | 0 | 0,00 |
| Бетонный насос «Штетер» | 1 | 16,67 | 0 | 0,00 |
| Монтажный кран | 1 | 27,78 | 0 | 0,00 |
| Автомобильный кран | 2 | 55,56 | 0 | 0,00 |
| Опалубка блочная (внедрение) | 3 | 100,00 | 0 | 0,00 |
| Опалубка типа «Pashal» | 1 | 111,11 | 2 | 222,22 |
| Бортовые машины | 3 | 41,67 | 2 | 27,78 |
| Автосамосвалы КамАЗ | 4 | 88,89 | 0 | 0,00 |
| Автосамосвалы КрАЗ | 2 | 44,44 | 2 | 44,44 |
| Экскаваторы | 1 | 33,33 | 2 | 66,67 |
| Бульдозеры РТ-75 | 1 | 13,33 | 1 | 13,33 |
| Бульдозеры С-130 | 0 | 0,00 | 2 | 44,44 |
| Автобусы «Кубань» | 2 | 50,00 | 2 | 50,00 |
| Легковые автомобили | 0 | 0,00 | 10 | 55,56 |
| Бытовые помещения | 0 | 0,00 | 16 | 17,78 |
| Передвижная электростанция | 0 | 0,00 | 1 | 0,67 |
| Сварочные аппараты | 0 | 0,00 | 20 | 5,56 |
| Вибраторы | 0 | 0,00 | 6 | 1,00 |
| Нивелиры | 0 | 0,00 | 4 | 0,89 |
| Кабельная конструкция | 0 | 0,00 | 1 | 7,22 |
| Инструменты и приборы | 0 | 0,00 | 1 | 6,67 |
| Ангары | 3 | 350,00 | 0 | 0,00 |
| Емкости для цемента | 0 | 0,00 | 6 | 6,67 |
| **Итого** | **1015,00** |  | **570,89** |

Общая сумма кредита — 1585,889 тыс. дол. США.

Проценты по кредиту зависят от сроков строительства, что продемонстрировано в табл. 4.

Таблица 4

**Зависимость величины процентов по кредиту от сроков строительства**

|  |  |
| --- | --- |
| Увеличение сроков строитель-ства | Процент по кредиту |
| % | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 |
| 100 | 1,31 | 1,33 | 1,34 | 1,35 | 1,36 | 1,38 | 1,39 | 1,40 | 1,41 | 1,43 | 1,44 |
| 120 | 2,67 | 2,73 | 2,78 | 2,83 | 2,88 | 2,94 | 2,99 | 3,04 | 3,10 | 3,15 | 3,21 |
| 140 | 2,74 | 2,79 | 2,85 | 2,90 | 2,95 | 3,01 | 3,06 | 3,12 | 3,17 | 3,23 | 3,29 |
| 160 | 2,79 | 2,85 | 2,90 | 2,96 | 3,01 | 3,07 | 3,12 | 3,18 | 3,24 | 3,29 | 3,35 |
| 180 | 2,84 | 2,89 | 2,94 | 3,00 | 3,06 | 3,11 | 3,17 | 3,23 | 3,28 | 3,34 | 3,40 |
| 200 | 2,87 | 2,92 | 2,98 | 3,04 | 3,09 | 3,15 | 3,21 | 3,27 | 3,32 | 3,38 | 3,44 |
| 220 | 4,50 | 4,63 | 4,76 | 4,90 | 5,03 | 5,17 | 5,31 | 5,46 | 5,61 | 5,76 | 5,91 |
| 240 | 4,55 | 4,68 | 4,82 | 4,95 | 5,09 | 5,23 | 5,38 | 5,52 | 5,67 | 5,82 | 5,98 |
| 260 | 4,88 | 5,06 | 5,26 | 5,46 | 5,66 | 5,87 | 6,09 | 6,31 | 6,54 | 6,78 | 7,02 |
| 280 | 4,96 | 5,16 | 5,35 | 5,56 | 5,76 | 5,98 | 6,20 | 6,43 | 6,66 | 6,90 | 7,14 |
| 300 | 5,07 | 5,26 | 5,47 | 5,67 | 5,89 | 6,10 | 6,33 | 6,56 | 6,80 | 7,04 | 7,29 |
| 320 | 6,93 | 7,26 | 7,61 | 7,98 | 8,35 | 8,74 | 9,15 | 9,57 | 10,00 | 10,45 | 10,92 |
| 340 | 7,04 | 7,38 | 7,73 | 8,10 | 8,48 | 8,88 | 9,29 | 9,72 | 10,16 | 10,62 | 11,09 |
| 360 | 7,14 | 7,48 | 7,84 | 8,22 | 8,61 | 9,01 | 9,42 | 9,86 | 10,31 | 10,77 | 11,25 |
| 380 | 7,30 | 7,66 | 8,03 | 8,41 | 8,81 | 9,22 | 9,64 | 10,09 | 10,54 | 11,02 | 11,51 |
| 400 | 7,46 | 7,82 | 8,20 | 8,59 | 8,99 | 9,41 | 9,85 | 10,30 | 10,77 | 11,26 | 11,76 |

Информация о сроках возврата кредита представлена в табл. 5

Таблица 5.

**Сроки возврата кредита при нормальных сроках строительства**

**в зависимости от процента рентабельности и процента кредита**

Срок строительства — 2,5 мес.

|  |  |
| --- | --- |
| Рентабельность | Процент по кредиту |
| % | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 |
| 15 | 2,00 | 2,30 | 2,34 | 2,39 | 2,43 | 2,48 | 2,52 | 2,57 | 2,61 | 2,66 | 2,71 | 2,76 |
| 16 | 1,00 | 2,05 | 2,07 | 2,09 | 2,11 | 2,13 | 2,15 | 2,17 | 2,19 | 2,21 | 2,23 | 2,25 |
| 17 | 1,00 | 1,93 | 1,95 | 1,97 | 1,99 | 2,00 | 2,02 | 2,04 | 2,06 | 2,08 | 2,10 | 2,11 |
| 18 | 1,00 | 1,82 | 1,84 | 1,86 | 1,88 | 1,89 | 1,91 | 1,93 | 1,94 | 1,96 | 1,98 | 2,00 |
| 19 | 1,00 | 1,73 | 1,74 | 1,76 | 1,78 | 1,79 | 1,81 | 1,83 | 1,84 | 1,86 | 1,88 | 1,89 |
| 20 | 1,00 | 1,64 | 1,66 | 1,67 | 1,69 | 1,70 | 1,72 | 1,73 | 1,75 | 1,77 | 1,78 | 1,80 |
| 21 | 1,00 | 1,56 | 1,58 | 1,59 | 1,61 | 1,62 | 1,64 | 1,65 | 1,67 | 1,68 | 1,70 | 1,71 |
| 22 | 1,00 | 1,49 | 1,51 | 1,52 | 1,53 | 1,55 | 1,56 | 1,58 | 1,59 | 1,61 | 1,62 | 1,63 |
| 23 | 1,00 | 1,43 | 1,44 | 1,45 | 1,47 | 1,48 | 1,49 | 1,51 | 1,52 | 1,54 | 1,55 | 1,56 |
| 24 | 1,00 | 1,37 | 1,38 | 1,39 | 1,41 | 1,42 | 1,43 | 1,45 | 1,46 | 1,47 | 1,48 | 1,52 |
| 25 | 1,00 | 1,31 | 1,33 | 1,34 | 1,35 | 1,38 | 1,38 | 1,39 | 1,40 | 1,41 | 1,41 | 1,44 |