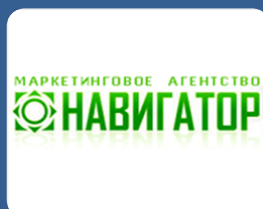




**Бизнес-план:
“Строительство бизнес-центра”**



Россия, 2011 год

Данный бизнес-план представляет собой проект по строительству бизнес-центра класса В+ согласно классификации ГИД. Проект является типовым и подготовлен для реализации в городах с населением 200 000 – 1 000 000 человек. В качестве базового месторасположения указан г. Воронеж.

Ключевые характеристики проекта:

Общая площадь бизнес-центра: **7 000 кв.м.**, из которых:

- Собственный офис – **300 кв.м.**
- Площадь, пригодная для аренды – **6 000 кв.м.**,
- **700 кв.м.** – бытовые и подсобные помещения

Требуемая площадь земельного участка ... **кв.м.** :

- ... **кв.м.** – площадь под строительство основного здания
- **600 кв.м.** – парковка, рассчитанная на 120 машиномест
- ... **кв.м.** – подъезды, дороги, коммуникации, вспомогательное постройки

Основные цены на указанные услуги:

- Арендная ставка – ... руб. в мес. за кв.м.
- Ставка аренды машиноместа – ... руб. в мес. за

Необходимая потребность в финансировании составляет ... руб., за счет собственного и заемного капитала в равных пропорциях.

Бизнес-план поставляется с автоматизированной финансовой моделью, выполненной средствами Excel. Автоматизированная финансовая модель позволяет выполнить анализ инвестиционной и финансовой эффективности проекта, а также провести анализ чувствительности основных параметров проекта.

Финансовая модель является полностью автоматизированной, что подразумевает возможность изменения любого заложенного параметра, такого как:

- Объем инвестиций
- Объем площадей и стоимость арендной платы
- Основные затраты
- Налогообложение
- Персонал и ФОТ
- и другие...

Финансовая модель осуществляет автоматический расчет потребности в инвестициях и финансировании проекта, показателей выручки и себестоимости, налоговых платежах и других показателей.

Результатом финансового моделирования является полный комплект аналитических данных:

- Прогнозные бюджеты проекта (ОПиУ, ОДДС, Баланс)
- Анализ финансовых показателей ликвидности и рентабельности
- Анализ показателей инвестиционной эффективности (NCF, NPV, IRR и т.д.)
- Анализ чувствительности

В бизнес-плане использованы материалы:

- открытых источников,
- отраслевых изданий,
- данных РОССТАТ,
- публикаций отраслевых экспертов,
- аналитические материалы Российских и иностранных отраслевых

институтов

- отраслевых интернет-форумов
- опросов участников отрасли.

Бизнес-план составлен в соответствии со стандартами международных организаций, таких как UNIDO и TACIS.

Объем работы: 85 стр.

Графический материал:

Рисунки – 20

Таблицы – 22

Содержание

РЕЗЮМЕ	4
1 Анализ рынка недвижимости	6
1.1 Строительная отрасль России	6
1.2 Анализ рынка коммерческой недвижимости России	9
1.3 Анализ рынка офисной недвижимости Воронежа	11
2 МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН	25
2.1 Маркетинговая стратегия	25
2.2 Концепция бизнес-центра	27
2.3 Виды офисов	30
2.4 Ассортиментная политика	38
2.5 Реклама и продвижение	39
2.6 SWOT-анализ проекта	41
3 ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН	42
3.1 Расположение предприятия	42
3.2 Этапы реализации проекта	44
3.3 Организационная структура и штатное расписание	46
3.4 Анализ организационных и финансовых рисков	47
4 ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН	50
5.1 Общее описание бизнес-центра	50
5.2 Потребность в инвестициях	52
6 ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН	53

Таб.1 Структура ввода площадей в России по федеральным округам

Таб.2 Наиболее значимые профессиональные офисные объекты г. Воронежа, действующие по состоянию на конец 1 квартала 2011 года

Таб. 3 Качественные офисные объекты г. Воронежа, запланированные к вводу в эксплуатацию

Таб.4 Структура ввода площадей в России по федеральным округам

Таб.5 Основные показатели рынка офисной недвижимости г. Воронежа в I квартале 2011 года

Таб. 6 Классификация бизнес-центров

Таб. 7 Штатное расписание

Таб. 8 Инвестиционная фаза. План по персоналу 1 год.

Таб. 9 Инвестиционная фаза. План по персоналу 2 год.

Таб. 10 Инвестиционная фаза. График инвестиций 1 год.

Таб. 11 Инвестиционная фаза. График инвестиций 2 год.

Таб.12 Оборудование и амортизация

Таб. 13 Объем продаж

Таб.14 План затрат

Таб.15 Налоговый план.

Таб. 16оборотный капитал

Таб. 17 Расчет обслуживания кредита

Таб. 18 Расчет операционного денежного потока

Таб.19 Бюджет проекта

Таб. 20 Инвестиционный анализ

Таб. 21 Показатели инвестиционного анализа

Таб. 22 Анализ чувствительности NPV,IRR,PP

Рис. 1 Ввод помещений в России 1999-2010 гг. (тыс.кв.м.).

Рис. 2 Динамика предложения и строительства качественных офисных площадей в г. Воронеже, GLA, 2006-2011 гг. (кв.м.).

Рис. 3 Структура предложения офисных площадей в г. Воронеже, (%).

Рис. 4 Структура предложения качественных офисных площадей в профессиональных офисных объектах г. Воронежа по районам, GLA, 1 кв. 2011 (%).

Рис. 5 Структура предложения качественных офисных площадей в профессиональных офисных объектах г. Воронежа по зонам деловой активности, GLA, 1 кв. 2011 года (%).

Рис. 6 Обеспеченность качественными офисными площадями районов г. Воронежа по итогам I квартала 2011г., GLA кв. м на 1 000 жителей.

Рис. 7 Распределение спроса на аренду офисных площадей г. Воронежа по метражу в I квартале 2011 года, (%).

Рис. 8 Бизнес-модель предприятия

Рис. 9. Годовые расходы на рекламу и продвижение

Рис. 10 SWOT-анализ

Рис. 11 Площади районов г. Воронеж (кв.м.)

Рис. 12 Организационная структура

Рис. 13 Схема типового этажа

Рис. 14 План территории

Рис.15 Объем продаж в денежном выражении 2014-2016 гг. (тыс.руб.)

Рис.16 Объем продаж в натуральном выражении

Рис.17 Объем продаж

Рис. 18 Обслуживание кредита

Рис. 19 Окупаемость проекта 2012-2023 гг.

Рис. 20 Денежные потоки проекта 2012-2023 гг.

За последние годы строительная отрасль России развивалась быстрыми темпами. По данным ... в период с 1999 по 2008 год в среднем возводилось более ... тыс. кв.м. помещений в год, из которых около 80% приходилось на жилые помещения и около 10% на коммерческие и промышленные помещения. Наибольший рост объемов строительства приходился на предкризисный период 2007 и 2008 гг.

Ввод помещений в России 1999-2010 гг. (тыс.кв.м.)

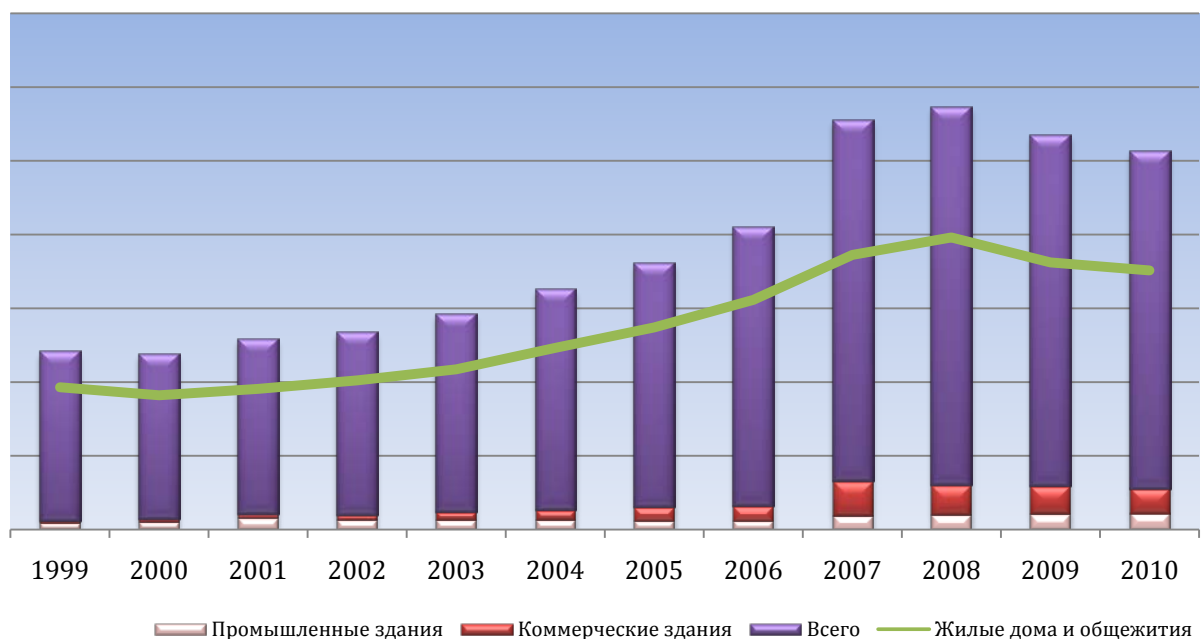


Рис.1 Ввод помещений в России 1999-2010 гг. (тыс.кв.м.). Источник: МА «Навигатор» по данным

По этой причине до начала 2004 года новые административные (офисные) здания практически не строились, немногочисленные объекты возводились либо для производственных нужд, либо как пристройки к существовавшим складам и производственным зданиям, небольшая часть офисных помещений создавалась на основе нежилых встроенных помещений в жилых домах.

После того, как цена в 2004 году цена продажи существовавших офисных зданий приблизилась к себестоимости строительства, и даже стала ее превышать, началось активное строительство новых офисных зданий.

Динамика предложения и строительства качественных офисных площадей в г. Воронеже, GLA, 2006-2011 гг. (кв.м.)



Рис. 2 Динамика предложения и строительства качественных офисных площадей в г. Воронеже, GLA, 2006-2011 гг. (кв.м.). Источник:

Структура предложения офисных площадей в г. Воронеже, %

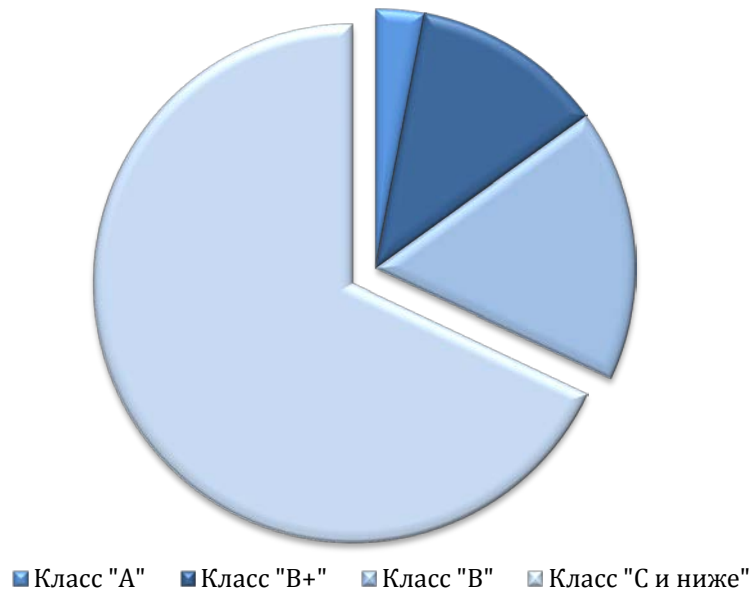


Рис. 3 Структура предложения офисных площадей в г. Воронеже, %. Источник: ...».

В течение I квартала 2011г. в Воронеже не было открыто ни одного профессионального офисного объекта. В результате, предложение качественных офисных площадей осталось на прежнем уровне и по состоянию на конец марта составило около ... тыс. кв. м общей площади (GVA), из них – ... тыс. кв. м – арендопригодная офисная площадь (GLA).

Бизнес-модель предприятия

Бизнес-модель предприятия выглядит следующим образом:

- офисные помещения предоставляются для аренды преимущественно среднему и крупному бизнесу;
- сбором арендных платежей занимается собственная управляющая компания;
- клининговые и коммунальные услуги, услуги вывоза мусора предоставляются сторонними организациями.

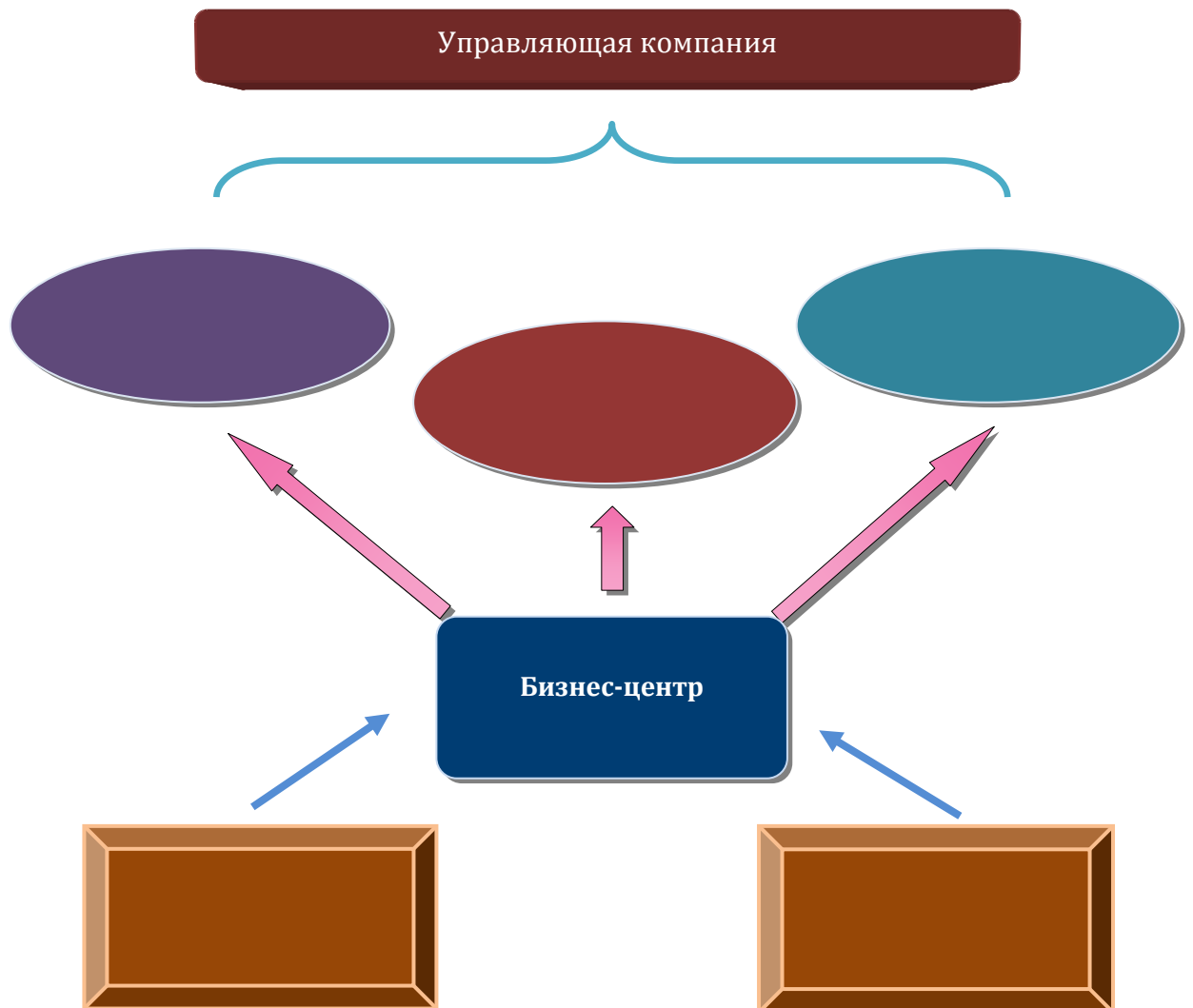


Рис. 8 Бизнес-модель предприятия

Предприятие, в первую очередь, сосредоточит коммерческие и маркетинговые усилия на поиске и привлечение клиентов представителей среднего и крупного бизнеса в г. Воронеж (банки, промышленные и торговые предприятия и т.п.

Задачи рекламной компании:

1. Информирование потенциальных клиентов об услугах, предоставляемых бизнес-центром
2. Привлечение широкого круга клиентов

Для привлечения широкого круга клиентов и формирования лояльной части покупателей планируется предоставление значительных скидок при заключении долгосрочных договоров аренды.

...

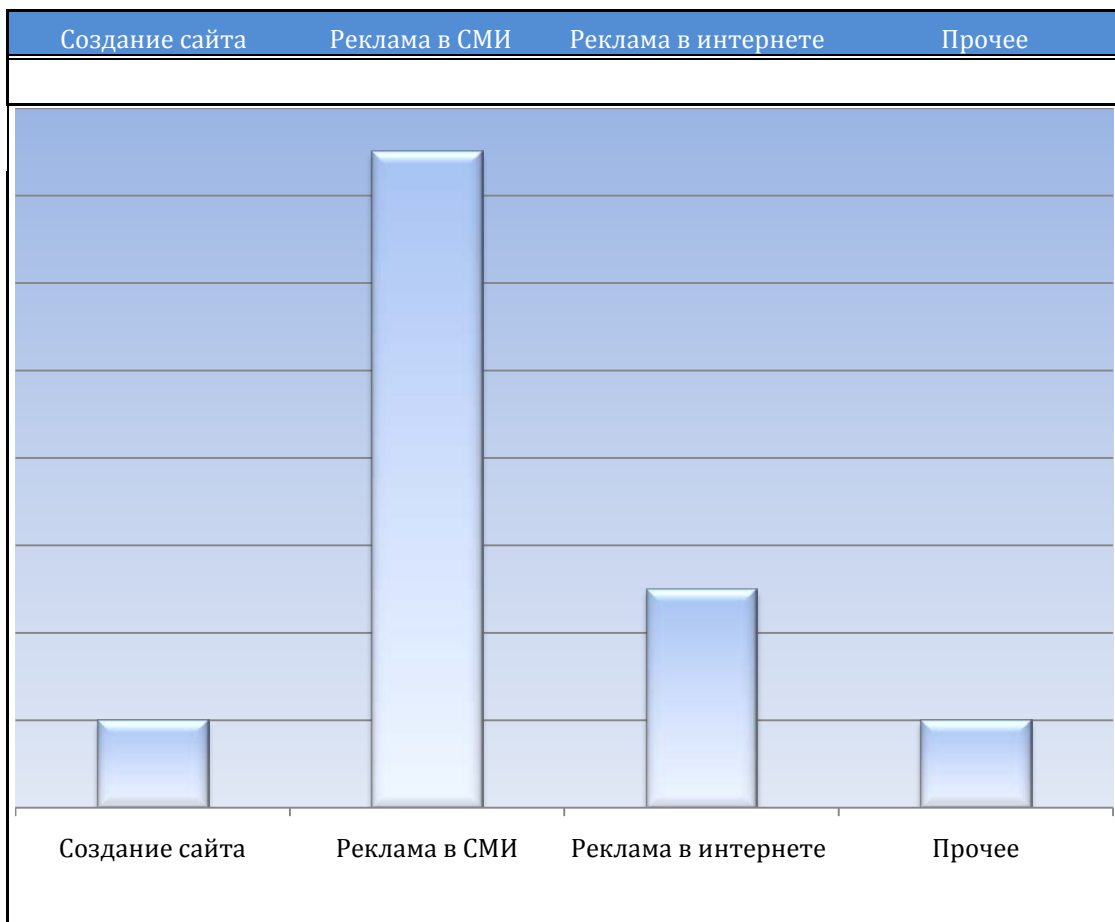


Рис. 9. Годовые расходы на рекламу и продвижение

Центральный район

Центральный район города Воронежа входит в тройку районов, таких как Ленинский, Центральный, Коминтерновский, которые образуют исторический и деловой центр современного Воронежа.

Площади районов г. Воронеж (кв.м.)

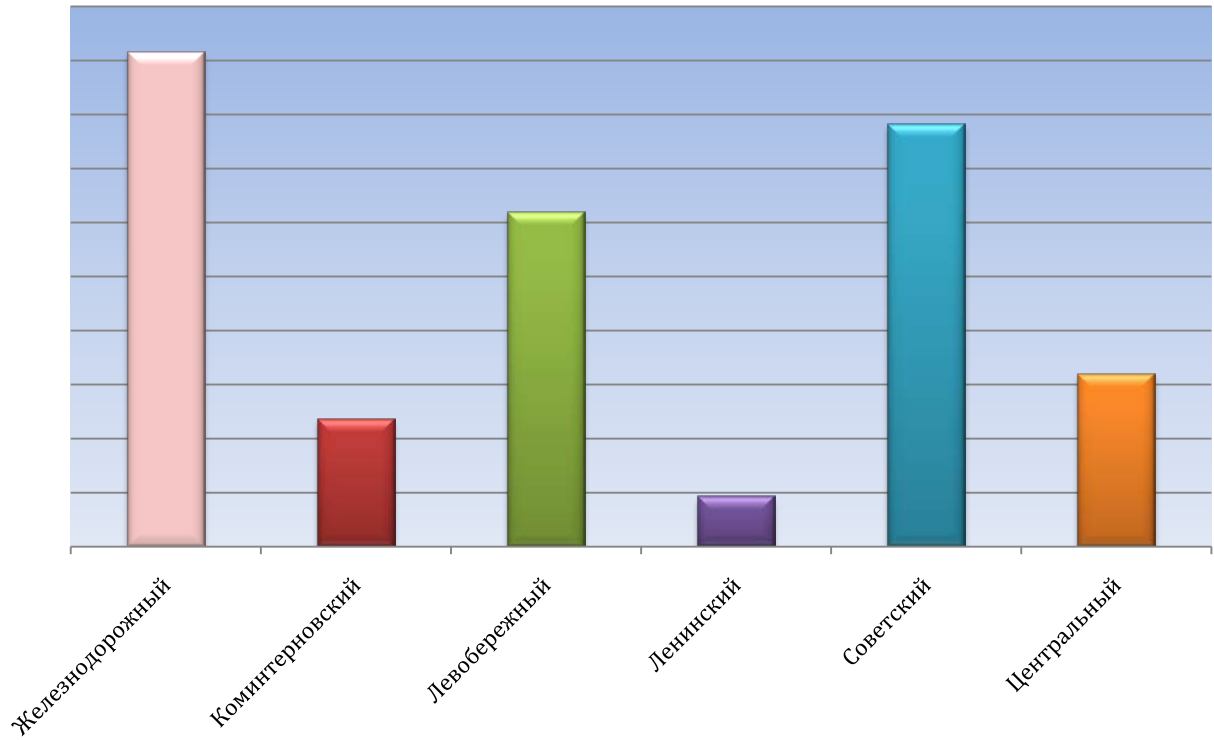


Рис. 11 Площади районов г. Воронеж (кв.м.)

3.3 Организационная структура и штатное расписание

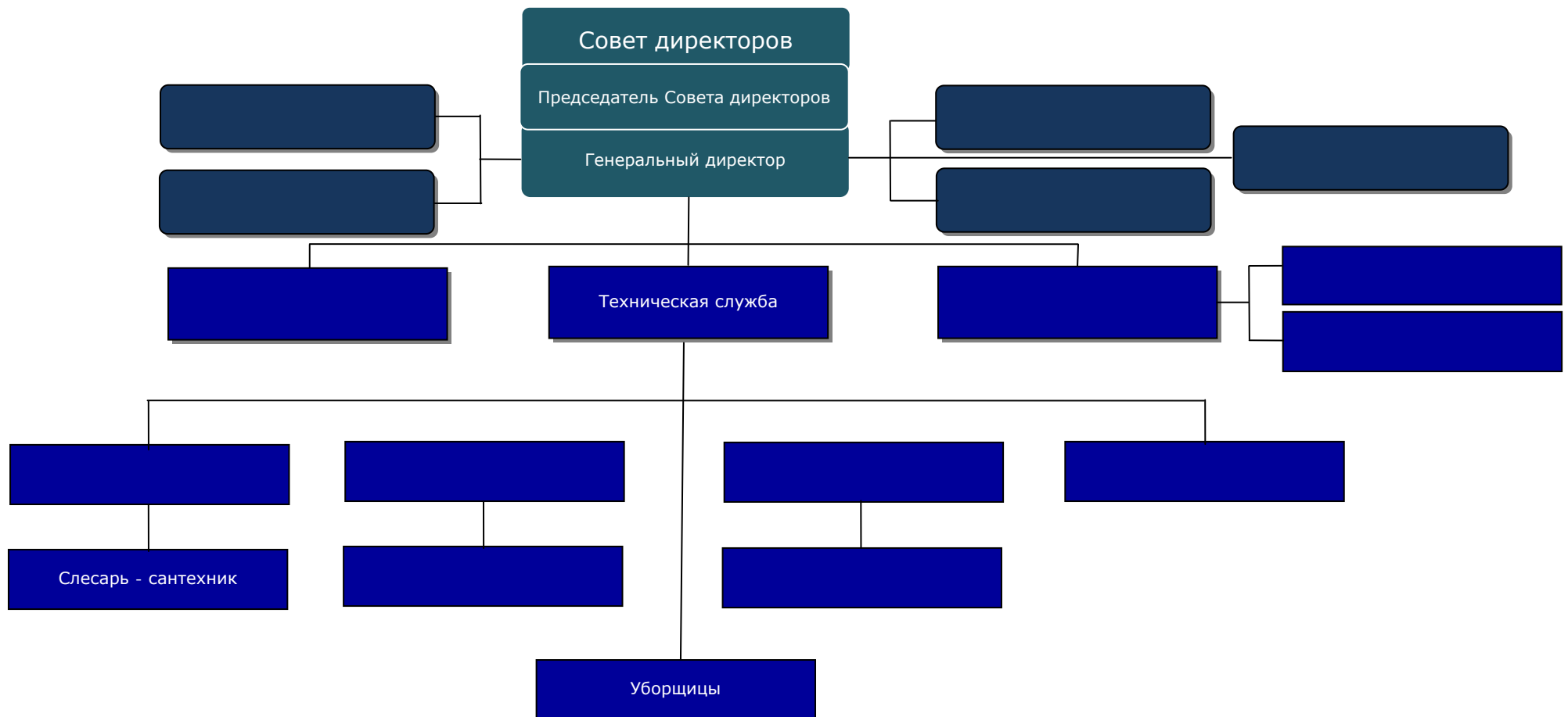


Рис. 12 Организационная структура

Таб. 13 Объем продаж

2. Объем продаж												
Объем продаж (услуги бизнес-центра)												
График арендованных площадей (%)	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Сдача в аренду площадей	0%	0%	42%	91%	95%	95%	95%	95%	95%	95%	95%	95%
Платная парковка	0%	0%	42%	91%	95%	95%	95%	95%	95%	95%	95%	95%
Фактический объем арендованных площадей	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Сдача в аренду площадей												
Платная парковка												
Всего												
Стоимость арендованных площадей (тыс.руб.)	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Сдача в аренду площадей												
Платная парковка												
Выручка без НДС (тыс.руб.)	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Выручка												
Итоговые показатели (тыс.руб.)												
Объем продаж	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Объем продаж												
Общая выручка												
НДС к выручке												
Общая выручка с НДС												

Объем продаж в денежном выражении 2014-2016 гг. (тыс.руб.)

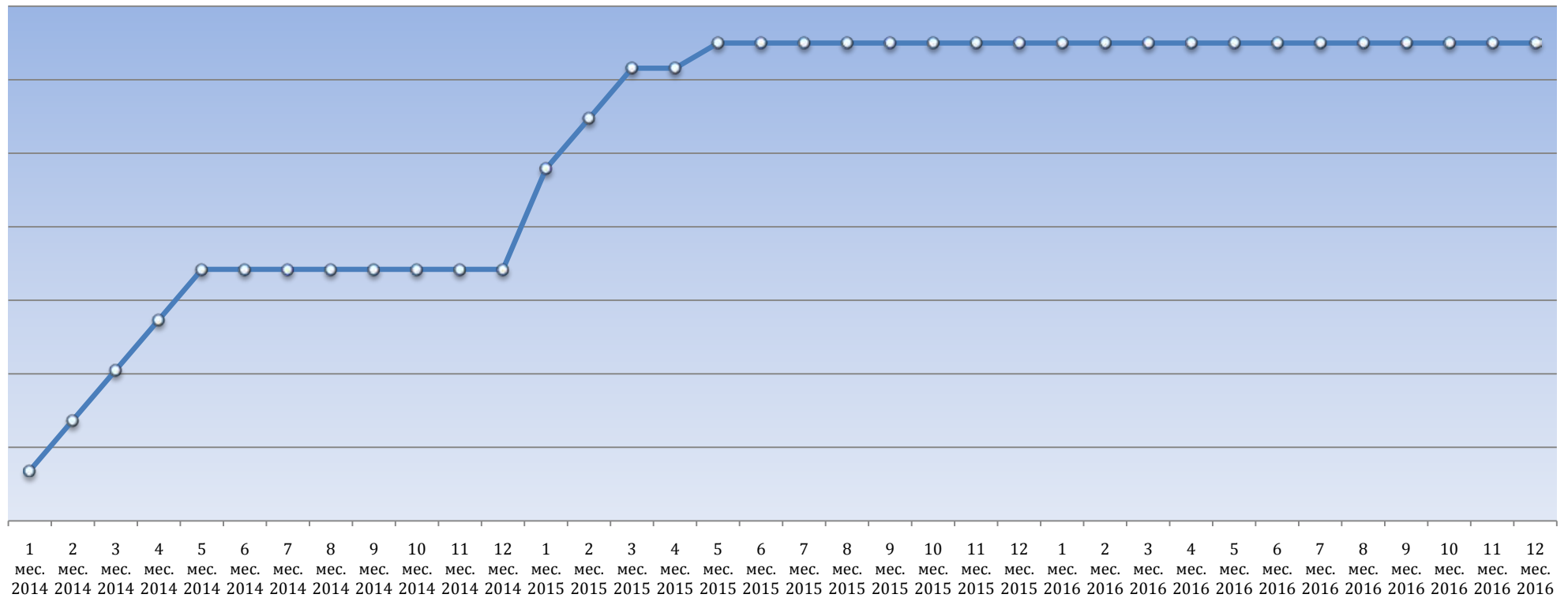


Рис.15 Объем продаж в денежном выражении 2014-2016 гг. (тыс.руб.)

Объем продаж в натуральном выражении 2014-2016 гг. (кв.м.)



Рис.16 Объем продаж в натуральном выражении

Таб. 22 Анализ чувствительности NPV,IRR,PP

		80%	85%	90%	95%	100%	105%	110%	115%	120%	SD (NPV)
NPV	Чувствительность NPV/фактор										
	Объем продаж										
	Цена реализации										
	Прямые затраты										
	Накладные затраты										
	ФОТ										
IRR	Чувствительность IRR/фактор										
	Объем продаж										
	Цена реализации										
	Прямые затраты										
	Накладные затраты										
	ФОТ										
PP	Чувствительность PP/фактор										
	Объем продаж										
	Цена реализации										
	Прямые затраты										
	Накладные затраты										
	ФОТ										

Анализ чувствительности

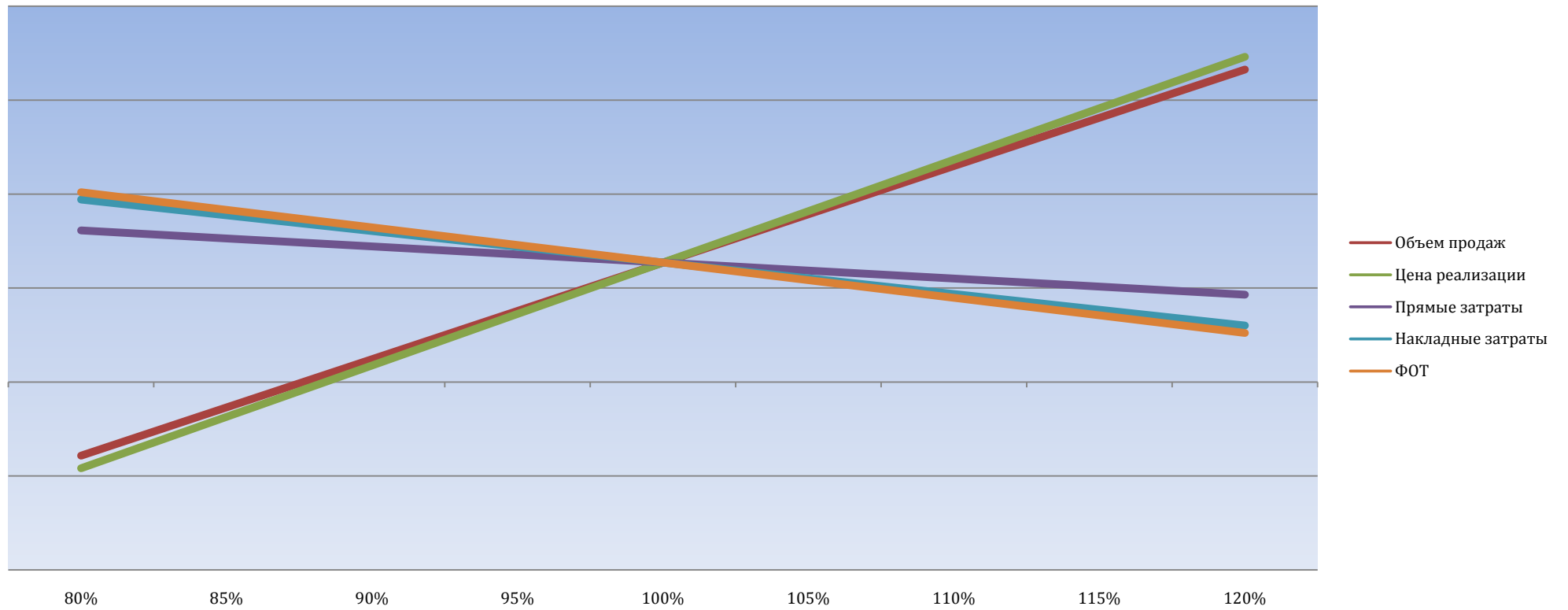


Рис. 21 Анализ чувствительности NPV