

**МАРКЕТИНГОВАЯ КОНЦЕПЦИЯ  
ОСВОЕНИЯ ЗЕМЕЛЬНОГО УЧАСТКА**



**термальный курорт в составе  
коттеджного поселка**



Россия – 2016

*Адаптация данного бизнес-плана возможна под любой проект на территории России, Украины и стран СНГ.*

## Описание проекта

**Идея проекта:** строительство современного оздоровительного туристического комплекса (термального курорта), который будет включать в себя жилые постройки и элементы рекреационной инфраструктуры для различных целевых групп.

Проектом предусмотрено возведение курорта в едином комплексе с коттеджным поселком, т.е. в итоговом варианте комплекс будет представлять собой синергию жилого и рекреационного, оздоровительного кластеров.

### Общие сведения:

Место расположения: \*\*\*а \*\*\*я (Южный федеральный округ РФ), в рамках границ Краснодарского края.

Общая площадь участка: 72,8 га.

Расстояние до г. \*\*\*: 13 км (17 минут на авто)

Климат: мягкий, умеренный, солнечных дней в год – 345 дней.

Уникальные характеристики: целебные минеральные воды, термальные источники, благоприятная экология, лесные массивы, горные хребты (расстояние до плато Лаго-Наки 75 км).

**Целевая аудитория:** посетителями курорта станут гости со всей территории России, а также жители коттеджного поселка (активная целевая группа). Жителям поселка будут предоставляться дополнительные возможности и скидки на использование инфраструктуры рекреационного комплекса, что значительно увеличит привлекательность приобретения коттеджей и земельных участков.

### Конкурентное окружение и преимущества проекта

Перечень конкурентов региона, курорты	Перечень конкурентов, поселки
«Водная Ривьера» «Акватермо» «777» «Белые ночи» «Кедровый бор»	поселок «Северный» поселок «Квартал «Северный»
<b>Конкурентные преимущества</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>универсальность и полиформатность курорта, что обеспечит большой приток посетителей и удовлетворение запросов всех целевых групп (индивидуальный, семейный/семейный с детьми, групповой, корпоративный и оздоровительный виды отдыха);</li> </ul>	

- возможность выбора различных категорий жилья на время пребывания на территории курорта: гостиница или комфортабельные коттеджи на 10 человек (3 шт. на территории);
- транспортная доступность: автомобильное и железнодорожное сообщение.

### Финансовые показатели

Необходимые инвестиции (тыс. руб.)	<b>801 167</b>
<b>Показатели эффективности проекта</b>	
NPV (тыс. руб.)	<b>1 388 847</b>
IRR (%)	<b>84,52%</b>
PI	<b>3,24</b>
PBP (мес.)	<b>28</b>
DPBP (мес.)	<b>30</b>

## **Выдержки из исследования**

### **2. Анализ состояния туристической отрасли в регионе**

#### **2.1. Общая характеристика**

Туристическая отрасль \*\*\*ского района на 31.12.2015 г. представлена **199 объектами туристического рынка** (что на 27 единиц больше по сравнению с 2014 годом), из них:

- 147 единиц – это туристические комплексы, гостиницы, гостевые дома, кемпинги, базы отдыха, номерной фонд которых составляет 4 589 мест (что на 1 432 единицы больше по сравнению с 2014 годом);
- 8 единиц – это оборудованные объекты экскурсионного показа – полный перечень объектов можно увидеть на официальном портале Администрации района;
- 15 единиц – юридические и физические лица, занимающиеся организацией туристического, активного отдыха на территории \*\*\*ского района
- 29 единиц – строящиеся новые объекты.

Всего в сфере обслуживания туристов в отрасли занято более 1750 человек, что на 100 человек больше по сравнению с 2014 годом.

**\*\*\*ский район обладает уникальными природными ресурсами, памятниками природы, объектами исторического и культурного наследия, лечебно-курортным потенциалом, то есть всем тем, что способно генерировать интерес даже у самых искушенных туристов.**

В 2015 году \*\*\*ский район посетило ориентировочно 340 тысяч человек (что на 18% больше в сравнении с 2014 годом), из них:

- 210 тысяч – туристов;
- 130 тысяч – экскурсантов,

что позволило стимулировать развитие смежных отраслей экономики: торговлю, транспорт, общественное питание, строительство, пункты проката инвентаря.

Туристический комплекс в \*\*\*ском районе последние годы развивается интенсивно за счет крупных государственных инвестиций в инженерную инфраструктуру горной части района.

Только в отчетный период, в рамках Федеральной Целевой Программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации» и Госпрограммы «Развитие туризма в \*\*\*е \*\*\*я» были освоены на территории района 437,5 млн. руб. на строительство объектов газо- и водоснабжения<sup>1</sup>.

**Частные инвестиции** вкладываются преимущественно в строительство объектов размещения (гостиничные комплексы), обустройство объектов показа (прилегающие территории к памятникам природы, объектам культурного и исторического наследия, и другие привлекательные для туристов красивые места) и организацию услуг активного отдыха.

Наиболее крупными туристическими комплексами туристической отрасли \*\*\*ского района являются **16 объектов** (таблица ниже), в 2015 году открылись **24 новых туристических объекта**.

#### ***2.4. Формирование портрета целевой аудитории***

Правильное позиционирование является залогом эффективной реализации проекта и привлечения максимального числа посетителей и клиентов. Делая ставку на полиформатность курорта, необходимо учесть все мотивы, требования и ожидания целевой аудитории от предполагаемого отдыха. В связи с этим в таблице ниже представлены разработанная структура мотивов выбора отдыха, а также был составлен портрет целевой аудитории проекта (на основании данных о посетителях групп в социальных сетях, принадлежащих аналогичным проектам – термальным курортам).

Так, по гендерному признаку аудитория преимущественно представлена женщинами: 55,4%. С точки зрения возраста – это люди в возрасте от 25 до 46 лет (54,6%). 27,2% потенциальных посетителей состоят в браке.

Диаграмма представлена ниже.

---

<sup>1</sup> Информация согласно данным портала Администрации \*\*\*ского района, <http://www.mr01.ru>

Мотивы посетителей разработаны с учетом категорий и целей отдыха. Таблица приведена ниже.

\*\*\*\*Таким образом, судя из мотивов, представленных в таблице, можно определить и группы целевой аудитории, которая будет описана в разделе ниже.

Помимо мотивов, которые влияют на выбор вида отдыха, существуют также и дополнительные факторы туристской мотивации, такие как возраст, социальный статус и так далее (детально – в таблице ниже).

## ***2.5. Выводы по разделу***

Выводы по разделу целесообразно представить с виде SWOT-анализа проекта, так как мониторинг рынка, туристической отрасли, конкурентной среды позволяет выявить как сильные, так и слабые стороны предполагаемого проекта, а также оценить угрозы и направления развития.

## ***3. Анализ рынка недвижимости в регионе***

### ***3.1. Общее состояние сектора «Строительство»***

За 2015 год объем работ, выполненных по виду деятельности «Строительство» в \*\*\*е составил 10,8 млрд. рублей или 110,4% к 2014 году (в России – 93,0%, ЮФО – 83,6%).

Среди субъектов ЮФО это позволило занять второе место после Волгоградской области (121,5%). Рост обеспечен в основном за счет ввода многоквартирного жилья, который превысил свои объемы в 1,7 раза по сравнению с аналогичным периодом прошлого года.

В январе-декабре 2015 года введено жилых помещений – 295,5 тыс. кв. метров, что составляет 109,0% уровня января-декабря 2014 года – это лучший результат в рейтинге ЮФО, в том числе индивидуальными застройщиками - 118,4 тыс. кв. метров, что составило 40,1% от общего объема жилья, введенного в январе-декабре 2015 года.

В IV квартале 2015 года по сравнению с предыдущим кварталом индексы цен на первичном и вторичном рынках жилья, по предварительным данным, составили соответственно 97,0% и 96,5%.

При этом на первичном рынке жилья цены на квартиры среднего качества ( типовые) повысились на 0,9%, на квартиры улучшенного качества снизились на 3,1%, на вторичном рынке жилья цены на квартиры низкого качества снизились на 5,5%, на элитные квартиры – на 8,3%.

Средняя стоимость 1 кв. м. общей площади жилья в \*\*\*е \*\*\*я по итогам 4 квартала 2015 года на первичном рынке составила 34,1 тыс. руб., что выше уровня аналогичного периода 2014 года на 5,5% или на 1,79 тыс. руб., цены на вторичном рынке напротив незначительно снизились на 2,7% (на 1,05 тыс. руб.) и составили 37,4 тыс. руб.

### ***3.2. Анализ предложения на рынке недвижимости региона***

В рамках проведенного исследования был проанализирован сегмент коттеджных поселков, расположенных в регионе в непосредственной близости к территории рассматриваемого участка. Также выполнен анализ вторичного рынка недвижимости в регионе.

Анализ показал, что структура рынка \*\*\*и в целом с точки зрения вариаций предложения весьма специфична. Так, на рынке значительно преобладают квартиры, несмотря на туристическую направленность региона (который, гипотетически, может рассматриваться потенциальным покупателем как дачная территория, территория загородного отдыха). В рассматриваемом срезе объектов для анализа (квартиры, коттеджи, земельные участки), доля квартир составляет 54,4% с преобладанием однокомнатных квартир и студиями в меньшинстве. На втором месте – земельные участки (доля в 43,7% рынка). Коттеджей на рынке меньше всего – 1,77% рынка (данные согласно мониторингу рынка, апрель 2016 год).

Диаграмма с данными и таблица приведены ниже.

### ***Рынок вторичного жилья (коттеджи)***

В сегменте коттеджного строительства вне коттеджных поселков предложение представлено участками средней площадью в 8,1 соток и коттеджами на них со средней площадью 152 кв. м. (50 кв. м. – минимальная площадь, 336 кв. м. – максимальная). Средняя стоимость – 28 200 рублей за кв. м. с учетом земли.

Таблица с данными мониторинга приведена ниже. Для мониторинга использовались открытые данные порталов недвижимости:

- <https://www.avito.ru>
- <http://maykopskiy-area.afy.ru>
- <http://dom.mirkvartir.ru>
- <http://www.roszem.ru>
- <http://realty.dmir.ru>.

Таким образом, видим, что именно сегмент коттеджного строительства является мало представленным в регионе, что дает потенциальные возможности для проекта при выходе на рынок.

В \*\*\*ском районе среди коттеджных поселков предлагается 2 варианта коттеджных поселка – «\*\*\*», в котором реализуются не коттеджи как таковые, а земельные участки под застройку – УБП, и «\*\*\*» (здесь уже есть готовые коттеджи и инфраструктура). Характеристики поселков будут приведены ниже.

### ***3.3. Анализ предложения на рынке земельных участков***

Как и отмечено выше, рынок \*\*\*и отличается определенной спецификой, ввиду чего в разрезе предложения земельные участки – УБП – находятся в преимущественном большинстве после квартир.

Так, был проведен анализ структуры рынка земельных участков и установлено, что на территории \*\*\*и преобладают участки от 6 до 10 соток (доля рынка в общем объеме составила 54%). На втором месте – участки 15-20 соток (14% рынка).



С точки зрения стоимости участков преобладают участки в ценовой категории до 500 000 рублей (39% рынка). Подробная диаграмма ниже.

### ***3.4. Анализ спроса на рынке недвижимости региона***

Одна из главных тенденций конца 2015-начала 2016 года – интерес покупателей к участкам, расположенным подальше от города и поближе к водоемам или лесу. Покупательский спрос также распространяется на все направления, где присутствуют озера, водохранилища реки и организуются поселки для сезонного проживания.

Одна из мотиваций интереса к участкам на дальних расстояниях и у воды - покупка второго загородного дома. То есть, уже имея загородную недвижимость для постоянного проживания на престижных направлениях, люди покупают дома рядом с водоемом – так называемые «коттеджи выходного дня». С учетом предпочтений покупателей в этом году начали развиваться поселки-курорты, на территории которых расположены все возможные объекты инфраструктуры. Потребители стали рассматривать коттеджи не только в качестве основного жилья. **Поэтому поднялся спрос на поселки с развитой инфраструктурой.**

Потребительские предпочтения, касающиеся стиля домов, сегодня склоняются к «классике». Второе место занимают поселки в стиле «модерн» и скандинавском стиле. Достаточно привлекательным остается американско-канадский стиль. А вот «хайтек», очевидно, людям надоел и перестал пользоваться популярностью. Кроме того, покупатели предпочитают покупать дома в поселках с единой стилистической концепцией.

По статистике, около 20% потребителей покупают земельный участок или коробку в перспективном поселке. Объясняется это легко – на этапе строительства цены ниже. Кроме того, в этом случае открывается возможность построить дом по собственному проекту. 50% считают более удобным купить дом под чистовую отделку, и только 30% отдают предпочтение готовым домам<sup>2</sup>.

---

<sup>2</sup> Данные портала «М24», <http://www.mian.ru>

Что касается цен, то около 35% россиян заявили о готовности приобрести жилье у моря по цене 2 млн. руб., 14% готовы заплатить за недвижимость 3 млн. руб., 10% – 5 млн. руб., более 7 млн. руб. готовы платить около 7% опрошенных. Таким образом, в коттеджном поселке большинство объектов недвижимости нужно предлагать потенциальным покупателям стоимостью от 2 до 5 млн. руб.

Пик сезонности спроса приходится на январь, февраль и март месяцы, а в целом имеет стабильные тенденции. Таким образом, максимальное число сделок по продаже коттеджей на участке можно прогнозировать на указанные месяцы. Диаграмма с данными представлена ниже. Составлено при помощи сервиса Яндекс Wordstat.

### **3.5. Выводы**

Согласно проведенному анализу рынка недвижимости региона были установлены следующие характерные тенденции.

- В целом отрасль строительства в \*\*\*е показывает ежегодный темп роста в 8-10%, при этом строительство квартир преобладает над сегментом индивидуального строительства.
- Данные государственной статистики подтвердились и при проведении детального мониторинга рынка в рамках исследования: было отмечено, что рынок \*\*\*ского района в целом идентичен ситуации на рынке по \*\*\*е в целом и характеризуется незначительным объемом сегмента коттеджного строительства (до 2% от общего объема). Больше всего на рынке квартир и земельных участков УБП. Таким образом, нишу коттеджей можно считать практически свободной.
- С точки зрения спроса потребитель предпочтительно готов приобрести участок без подряда или «коробку» в готовом поселке с развитой инфраструктурой (50% респондентов). Оставшаяся часть опрошенных высказалась в пользу варианта под чистовую отделку и полностью готового дома/коттеджа. Пик покупательской активности приходится на 1 квартал

каждого года (январь-март) – гипотетически наиболее активный месяц для продаж коттеджей на территории.

- Согласно полученным данным средняя цена на вторичном рынке в районе (за 1 кв. м.) составила \*\*\* рублей, за 1 сотку земли на первичном рынке – порядка \*\*\* рублей (конкурентный анализ).
- Так, установив цену на 1 сотку на рассматриваемом участке на среднем уровне между вторичным и первичным рынком (**порядка \*\*\* рублей**), можно рассчитывать на живую заинтересованность потенциальных покупателей, особенно учитывая синергетический эффект от взаимодействия жилого и развлекательного элементов комплекса.

## Содержание

Перечень таблиц, диаграмм, рисунков	4
1. Анализ исходной информации по участку и району планируемого строительства	8
1.1. Оценка местоположения участка	8
1.2. Инвестиционная привлекательность района и планы развития	15
2. Анализ состояния туристической отрасли в регионе	18
2.1. Общая характеристика	18
2.2. Анализ конкурирующих проектов	21
2.3. Анализ потенциального спроса и загрузки	29
2.4. Формирование портрета целевой аудитории	31
2.5. Выводы по разделу	36
3. Анализ рынка недвижимости в регионе	38
4. Маркетинговая концепция (освоение участка)	59
4.1. Формулировка основной идеи Проекта, его отличительные черты и преимущества	59
4.2. Разработка рекомендуемого типа строений/сочетания типов строений и для достижения максимальной коммерческой эффективности	63
Застройка курортной части	64
Застройка жилой части	67
Планировка	69
Ценообразование: расчет стоимости участков с коттеджами	73
4.3. Рекомендуемые объекты инфраструктуры	75
5. Стратегия продвижения	88
5.1. Стимулирование сбыта	88
5.2. Основные каналы продвижения	90
Раздел 6. Организационный план	104
6.1. Персонал проекта	104
Раздел 7. Финансовый план	107

7.1. Параметры проекта (принимаемые при расчетах)	107
7.2. Цены реализации услуг проекта	112
7.3. Сезонность	113
7.4 График продаж домов и коттеджей	115
7.5. Объем услуг (курорт)	122
7.6. Выручка	123
7.7. Персонал проекта	124
7.8. Затраты	133
7.9. Налоги	135
7.10. Капитальные вложения	136
7.11 Инвестиции	140
7.12. Амортизация	141
7.13. Отчет о прибыли и убытках	142
7.14. Отчет о движении денежных средств	150
7.15. Денежные потоки	150
7.16. Показатели экономической эффективности	151

## Перечень таблиц, диаграмм, рисунков

### Таблицы

Таблица 1. Расписание электропоездов по ж/д вокзалу г. ***	15
Таблица 2. Перечень наиболее значимых инвестиционных проектов, реализуемых и запланированных к реализации, г. ***	16
Таблица 3. Крупные туристические комплексы ***ского района и новые туробъекты 2015 года	19
Таблица 4. Профиль компании «***»	22
Таблица 5. Профиль компании «***»	24
Таблица 6. Профиль компании «***»	25
Таблица 7. Профиль компании «***»	26
Таблица 8. Организации отдыха и численность койкомест в них, ***а ***я	30
Таблица 9. Мотивы и цели целевой аудитории	33
Таблица 10. Дополнительные факторы, оказывающие влияние на выбор вида отдыха	35
Таблица 11. Ввод в действие жилых домов по районам, 2015 год, кв. м.	39
Таблица 12. Сводная таблица по предложению на рынке недвижимости на территории ***и ***я, апрель 2016 г.	41
Таблица 13. Мониторинг вторичного рынка загородной недвижимости, коттеджи, ***я, ***ский р-н	44
Таблица 14. Варианты коттеджей, Квартал «***»	50
Таблица 15. Динамика спроса на зарубежный отдых	62
Таблица 16. Динамика спроса на зарубежный отдых	63
Таблица 17. Соотношение типов застройки на территории курортной части комплекса	64
Таблица 18. Соотношение участков в жилой зоне в разрезе площади	67
Таблица 19. Расчет стоимости участков с домами 60 кв. м.	73
Таблица 20. Расчет стоимости участков с домами 100 кв. м.	73
Таблица 21. Расчет стоимости участка с коттеджем, 180 кв. м.	74

Таблица 23. Профили популярных социальных сетей в России	97
--	----

## Диаграммы

Диаграмма 1. Структура туристического рынка ***ского района	18
Диаграмма 2. Показатели сезонности проекта (загрузка номерного фонда)	31
Диаграмма 3. Портрет потенциального посетителя	32
Диаграмма 4. Объем выполненных работ по виду деятельности «Строительство» в разрезе субъектов ЮФО, 2015 год, млрд. руб.	38
Диаграмма 5. Удельный вес районов в общем объеме ввода жилых домов, ***а ***я, 2015 год	39
Диаграмма 6. Распределение предложения на рынке недвижимости, ***а ***я, апрель 2016 год	41
Диаграмма 7. Распределение предложения на рынке недвижимости, ***ский район, апрель 2016 г.	42
Диаграмма 8. Структура рынка земельных участков ***и ***я в разрезе площади участка	53
Диаграмма 9. Предложение на рынке земельных участков ***и ***я в разрезе стоимости	54
Диаграмма 10. Предпочтения в зависимости от готовности объекта	55
Диаграмма 11. Готовность к покупке в зависимости от уровня цен	56
Диаграмма 12. Уровень сезонности спроса на загородную недвижимость, коттеджи, 2014-2016 гг.	57

*Благодарим Вас за оказанное доверие  
и напоминаем, что:*

- ✓ при покупке бизнес-плана компании «VTSConsulting» вы гарантированно получаете консультацию специалистов, которые работали над конкретным бизнес-планом*
  
- ✓ в течение одного-двух часов наша команда будет готова отвечать на все вопросы, касающиеся структуры и содержания бизнес-плана.*

*С уважением,  
команда VTSConsulting*



## ИНФОРМАЦИЯ О КОМПАНИИ «VTSConsulting»

Компания «VTSConsulting» была основана в мае 2010 года командой профессионалов во главе с Владиславом Цыгодой.

Владислав Цыгода – бизнес-консультант, признанный лидер в сфере бизнес-планирования на территории СНГ (по версии портала free-lance.ru), на сегодняшний день – руководитель рейтинговой консалтинговой компании.

Разработка бизнес-планов, ТЭО, инвестиционных меморандумов, финансовых моделей и бизнес-презентаций – основные направления работы команды, в составе которой работают высококвалифицированные аналитики.

Опыт команды в сфере разработки инвестиционной документации – свыше 6 лет, и сегодня «VTSConsulting» – единственная компания в Украине, которая является партнером проекта «РБК. Исследование рынков».

### Команда VTSConsulting и принципы работы:

- ✓ уникальный подход к решению поставленных задач;
- ✓ безупречная репутация и высокая степень доверия клиентов;
- ✓ высокий профессионализм вне зависимости от сферы исследования;
- ✓ практический опыт работы, в том числе – в реализации сложных узкоспециализированных проектов.

**Мы высоко ценим сотрудничество с каждым нашим клиентом.  
И мы гордимся своими клиентами!**

ООО "Землеугодие-Инвест", ОАО "Воткинский завод", НПП "Стэлс", Государственное предприятие УкрНИИ НП "Масма", "Reproto Technologies", компания "ВОК Монтаж Сервис", ООО "PRIMAS"

компания "Петровизард", Порт Темрюк, ООО "Спецбудпроект", группа компаний "SEMPROGROUP" ООО "Максимус Констракшн", "Росмолодежь", ООО "Сисиф Сервис", ООО "Завод ТИТАН", ООО "Проджект К"

ООО "Портал Логистик", НПК "Наука", Институт проблем материаловедения им. И.Н. Францевича НАН Украины, НТУУ "КПИ", Научный парк "Киевская политехника", Правительство России, Верховная Рада Украины

– далеко не полный список тех,  
кто остался доволен сотрудничеством с "VTSConsulting".

Компания "VTSConsulting" – это команда профессионалов, знания и опыт которых позволят Вам сэкономить деньги, нервы и время: подготовка инвестиционных документов займет от 4 до 10 дней.

Нас рекомендуют своим друзьям и деловым партнерам, потому что мы работаем на результат и полное удовлетворение потребностей Клиента. Таким образом, заказывая бизнес-план, информационный или инвестиционный меморандум у нас, Вы не тратитесь.

**Вы инвестируете.**

*С уважением,  
Владислав Цыгода,  
Руководитель "VTSConsulting"*