

БИЗНЕС-МОДЕЛЬ «СТРОЙХАУС-НН»



**НИЖЕГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ им. Н. И. ЛОБАЧЕВСКОГО**
Национальный исследовательский университет

1. Целевые группы клиентов

Три класса целевой аудитории

ЦА формируется соответствующим образом: эконом класс, средний класс, премиум класс

Эконом класс (Образ мышления: «Строю на сбережения»)

Стоимость строительства: от 0,5 до 2 млн рублей

Средний класс (Образ мышления: «Строю в кредит»)

Стоимость строительства: от 2 млн до 4 млн рублей

Премиум класс (Образ мышления: «Строю на прибыль от бизнеса»)

Стоимость строительства: от 4 млн до ∞



2. Каналы продвижения и продаж

- ? Основной целью нашей рекламной компании является повышение узнаваемости нашей продукции среди возможных покупателей, соответствующей степени информированности о продукции и создание положительного имиджа.
- ? Основная идея будет состоять в том, что наша продукция будет доступна многим слоям населения, а так же соответствовать стандартам качества.
- ? Прямой маркетинг, с наиболее интересными потенциальными клиентами.



3. Механизм взаимодействия с клиентами

- ? Наружная реклама
- ? Сайт фирмы
- ? Реклама в газетах
- ? Участие в выставках и конференциях
- ? Реклама в соц. сетях



4. Продукты, услуги, комплексные решения

- ? Проектирование домов
- ? Земельные работы
- ? Постройка домов
- ? Отделочные работы
- ? Прокладка коммуникаций
- ? Благоустройство территории
- ? Перепродажа строительных материалов
- ? Постройка дома “под ключ”



5. Ценностное предложение

- ? В основе нашей работы лежит принцип клиентоориентированности, т.е. выбор архитектурно-планировочного решения осуществляется в зависимости от сочетаний дохода и предпочтений клиента сообразно природно-климатическим условиям и особенностям данного региона с использованием современных материалов и технологий.
- ? Мы можем предложить также сервисное обслуживание в течении 3-х лет, со времени сдачи построенного объекта.



6. Технологическая платформа

- ? Наши компетенции по строительству коттеджей и таунхаусов позволяют создать широкий спектр предложений и осуществлять оптимальный выбор модели в зависимости от предпочтений и финансовых возможностей того или иного заказчика.
- ? Строительство коттеджей и таунхаусов в нашей компании соответствует природно-климатическим условиям и особенностям данного региона с использованием современных материалов и технологий.
- ? Выбор того или иного проекта, материалов и технологий осуществляется с учетом влияния на последующие стадии жизненного цикла строительного объекта.
- ? Выбор общего архитектурно-планировочного решения осуществляется на основе отечественных и зарубежных практик и предпочтений заказчика.
- ? Предполагается максимальное использование при строительстве объектов средств малой механизации.
- ? Демонстрация образцов будет осуществляться в виде объемного представления.
- ? Чертежи предполагается использовать в цифровом формате.



7. Инфраструктура

- ? Компания будет арендовать офис в центре города. (40 кв.м)
- ? Также будет арендоваться строительная техника, а в дальнейшем планируется её покупка.



8. Ключевые ресурсы

- ? Оборудование
- Специалисты
- Надёжные партнёры
- Качественные материалы



9. Механизм взаимодействия с партнёрами и поставщиками.

Основные поставщики фирмы:

- ? ООО РеалСтрой НН (Строительные материалы)
- ? Компания Камнеград (Железобетонные изделия)
- ? Golden Forest (Пиломатериалы)

Сначала взаимоотношения будут строиться на обычных условиях, затем, если поставщик будет надёжным, будут приниматься особые условия.



10. Структура расходов

Время, мес.	Оборудование	Помещение	Персонал	Реклама	Итого расходов	Выручка, руб	Прибыль
Первый	200 000	30 000	200 000	35 000	675000	-	-675000
Второй	300 000	30 000	200 000	35 000	835000	-	-835000
Третий	400 000	30 000	200 000	35 000	665000	50000	-615000
Четвертый	200 000	30 000	200 000	35 000	465000	150000	-315000
Пятый	200 000	30 000	200 000	35 000	465000	200000	-265000
Шестой	200 000	30 000	200 000	35 000	465000	400 000	-65000
Седьмой	200 000	30 000	200 000	35 000	465000	500000	35000
Восьмой	200 000	30 000	200 000	35 000	465000	800000	335000
Девятый	200 000	30 000	200 000	35 000	465000	1 000 000	535000
Десятый	200 000	30 000	200 000	35 000	465000	1 000 000	535000
Одиннадцатый	-	30 000	200 000	35 000	465000	1 000 000	535000
Двенадцатый	-	30 000	200 000	35 000	465000	1 000 000	535000
Итого	2 300 000	360 000	2 400 000	420000	5710000	6 000 000	290000



11. Структура доходов

- ? Строительство таун-хаусов – 20%;
- ? Строительство коттеджей – 80%, из них
 - Эконом-класса- 30%,
 - Среднего класса -50%,
 - Премиум-класса – 20%.



Разрешение

Разрешение на строительство выдается администрацией района того региона, где ведется стройка. Для получения этого документа необходимо передать в отдел районный отдел архитектуры следующий пакет документов:

- ? **участке;**
- 1. заявление с просьбой разрешить строительство дома на земельном**
 - 2. копию свидетельства о регистрации права собственности на землю;**
 - 3. копию кадастрового плана участка;**
 - 4. копию договора купли-продажи участка;**
 - 5. копию личного паспорта;**
 - 6. ходатайство местной администрации;**
 - 7. справку местной администрации об отсутствии арестов и запретов на**
- участок;**
- 8. ситуационный план, заверенный в местной администрации;**
 - 9. согласование со службами (газовая, электросеть, «Ростелеком»);**
 - 10. проект жилого дома со схемой планировочной организации земельного**
- участка.**

ввод в эксплуатацию

Для «узаконивания» построенного дома, говорят в компании «Велес Капитал Девелопмент», необходимо провести **процедуру «ввода в эксплуатацию»**. Для этого требуется передать в местную администрацию пакет документов:

- ? **1. заключение о выполнении технических условий, предусмотренных проектом строительства (реконструкции) объекта;**
- 2. паспорт технической инвентаризации на законченный строительством (реконструкцией) объект недвижимости;**
- 3. заключение органов Госархстройнадзора Московской области о готовности законченного строительством (реконструкцией) объекта недвижимости и соответствии его утвержденной проектной документацией.**

Средние цены по рынку

Застройщик	Название поселка	Удаленность от центра города	Цена
Триумф-Строй, ООО	Володарск	70 км	2,5млн.руб(за участок с домом)
Горал, ООО	Новинки	32 км	70т.р.кв.м
Дзержинскиинвест, ООО	<u>Большое Козино</u>	44 км	65т.р.кв.м
Автобан, ООО	<u>Ильиногорск</u>	75 км	55т.р.кв.м

Конкуренты

- ? Триумф-Строй, ООО
 - ? Горал, ООО
 - ? Дзержинскинвест, ООО
 - ? Автобан, ООО
- 

Затраты на персонал

Оптимальный штат бригады мастеров небольшой строительной компании: 10 человек.

? В рамках аутсорсинга (обычно, 1-2 раза на один проект на несколько дней) можно обращаться к услугам таких специалистов (цена в рублях):

? инженер-проектировщик (20 000);

? дизайнер (20 000);

? слесарь (5 000);

? электрик (5 000);

? бухгалтер (5 000);

? Так же имеются постоянные рабочие, такие как бригадир, бетонщики, каменщики, монтажники, маляры-штукатуры, крановщик, прораб

Стратегическое развитие

- ? Стратегическое развитие компании состоит в достижении и последующем сохранении устойчивой позиции по направлению своей деятельности. Залог успешной работы и стабильности компании мы видим в постоянном наращивании опыта в сочетании с инновационным подходом к производственным вопросам с применением современных экономичных и экологичных материалов и технологий.

Социальный эффект

? непосредственно заключается в улучшении жилищных условий населения, в создании некоторого количества рабочих мест, в создании условий для оздоровления жизненной среды людей, что позитивно влияет на сохранение здоровья и продолжительность жизни населения;

опосредованно заключается в уплате налогов, что, в конечном итоге, влияет на возможность предоставления государством социальных услуг населению.

Риски и пути решения

- ? 1. Наличие большого числа конкурентов – Лучшие условия по сравнению с другими
 - ? 2. Несвоевременная поставка материалов, оборудования поставщиком – Разрыв контрактов с неблагонадёжными поставщиками и поиск надёжных поставщиков
 - ? 3. Увеличение цен на строительные материалы и технику – Покупка российских материалов и техники
 - ? 4. Смещение графика строительства – Скидки клиентам, которые ожидают
 - ? 5. Снижение репутации застройщика – Хорошие PR-компании, повышение имиджа
- 